

**FACEBOOK EN ADOLECENTES: INFLUENCIA DE ESTA RED SOCIAL EN LA
BÚSQUEDA DE IDENTIDAD**

MARIA ISABEL CAÑAS CASTRO

DANIELA JULIANA GUTIÉRREZ LEÓN

EDWIN ALEXANDER SIERRA PAREJA

Trabajo de grado para obtener el título de psicólogos

Mg. ALEXANDER ALVIS RIZZO

Asesor académico

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

PUERTO BERRIO, ANTIOQUIA

2017

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	3
Abstract.....	4
1. Introducción.....	5
2. Planteamiento del problema.....	9
2.1 Facebook en adolescentes colombianos.....	11
3. Antecedentes.....	17
4. Justificación.....	29
5. Objetivos.....	32
5.1 Objetivo general.....	32
5.2 Objetivos específicos.....	32
6. Referentes conceptuales.....	33
6.1 Adolescencia.....	33
6.2 La adolescencia según Rogers.....	36
6.3 El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica.....	38
6.4 El proceso de convertirse en persona.....	39
6.5 Identidad.....	41
6.6 Facebook.....	44
7. Metodología.....	47
7.1 Diseño metodológico.....	47
7.2 Alcance de la investigación.....	48

7.3 Población.....	48
7.3.1 Criterios de inclusión.....	49
7.3.2 Criterios de exclusión.....	49
7.4 Instrumentos.....	49
7.5 Criterios éticos.....	50
7.6 Procedimiento.....	50
8. Resultados.....	52
8.1 El Facebook para los adolescentes.....	52
8.2 Yo real vs yo virtual.....	64
8.3 Diferencias en la visión del mundo.....	70
8.4 Interacciones virtuales.....	76
9. Relaciones de las categorías.....	84
10. Discusión.....	87
11. Conclusiones.....	92
Referencias.....	97
Anexos.....	100

FACEBOOK EN ADOLESCENTES: INFLUENCIA DE ESTA RED SOCIAL EN LA BÚSQUEDA DE LA IDENTIDAD

RESUMEN

Este estudio indagó sobre la forma en la que influye la red social Facebook en la búsqueda de la identidad en nueve adolescentes de Puerto Berrio, Antioquia, en edades comprendidas entre los 14 a 16 años, de los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3. Los autores que se tomaron para la comprensión del fenómeno fueron Carl Roger y Zygmunt Bauman. Se utilizó un diseño narrativo y el instrumento fue la entrevista semi-estructurada. En el análisis se identificaron cuatro categorías denominadas: Identidad real vs identidad virtual, interacciones virtuales, el Facebook para los adolescentes y las diferencias de la visión del mundo, las cuales fueron la herramienta base para identificar los factores que influyen al adolescente en su búsqueda de la identidad.

PALABRAS CLAVES

Identidad, Facebook, Redes Sociales, Interacciones, Adolescentes

ABSTRACT

This study investigated the influence of the social network Facebook in the search for identity in nine adolescents from Puerto Berrío, Antioquia, between the ages of 14 and 16, from socio-economic strata 1, 2 and 3. Carl Roger and Zygmunt Bauman, authors that were taken for the compression of the phenomenon. A narrative design was used and the instrument was the semi-structured interview. In the analysis, four categories were identified: Real identity vs virtual identity, virtual interactions, Facebook for adolescents and differences in the world view, which were the basic tool to identify the factors that influence the adolescent in his search for the identity.

KEY WORDS

Identity, Facebook, Social Networks, Interactions, Adolescents

1. INTRODUCCION

La presente investigación surgió por el interés de temáticas contemporáneas como lo son las redes sociales, las identidades y los adolescentes. Estos últimos son una parte significativa de los consumidores de la red social Facebook en Colombia. Debido a que es en la adolescencia donde el ser humano comienza a consolidar su identidad por medio de sus interacciones sociales, se ha decidido realizar esta investigación, pues los jóvenes, aparte de toda la influencia que reciben de sus interacciones con el medio, ahora por las nuevas tecnologías, hay un agente externo y nuevo como lo son las redes sociales, en este caso más específicamente, la red social Facebook.

Esta red social, ha permitido y ha saciado la necesidad de relacionarse del hombre, estableciendo relaciones íntimas entre sus usuarios, sin importar las fronteras físicas en el mundo real. Según otras investigaciones, Facebook es la red social más utilizada debido a que permite contactar a familiares, viejos amigos y hacer nuevas amistades, compartir fotos, videos, jugar, entre otros. Además, en esta red social, existen reforzadores positivos y negativos llamados interacciones, que actúan como agente para que los jóvenes aumenten o disminuyan una conducta determinada y debido a la etapa vital del ser humano en la que se encuentran, estos buscan aprobación en el otro para sentirse parte de algo, que puede provocar conductas arriesgadas para los jóvenes, como el aceptar retos peligrosos, como el de la ballena azul.

Por lo anterior, se vio la necesidad de realizar un estudio acerca de la identidad y el Facebook, de la cual surge la siguiente pregunta de investigación: ¿influye el uso del Facebook en la búsqueda de la identidad en adolescentes de 14 a 16 años de estratos socioeconómicos 1, 2, 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia?

Así mismo esta investigación, permitió conocer la realidad contemporánea de los jóvenes porteños, pues en el país existen pocas investigaciones referentes a este tema y en el municipio no existen tales estudios que enriquezcan las estadísticas juveniles del pueblo. Por ello, la investigación fue exploratoria, pues existen pocos estudios específicos del tema y ninguno en la zona.

Además, la investigación permitió conocer los usos que le dan un grupo de adolescentes a la plataforma virtual Facebook, a que grupo se vinculan en Facebook y así comprender las interacciones que tienen por esta red virtual; además se indagó acerca del control que ejercen los padres de familia sobre el uso de esta red social en sus hijos.

Los datos obtenidos fueron de primera mano dados por los adolescentes y permitió conocer los factores que potencian, protegen y qué pone en riesgo su identidad.

Este estudio tuvo los siguientes objetivos: describir la búsqueda de la identidad en un grupo de adolescentes de 14 a 16 años de edad, usuarios de la red social Facebook, de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia. Identificar los usos que hace el grupo de adolescentes de la red social Facebook y relacionarlos con su identidad; identificar las experiencias e interacciones virtuales que tiene el grupo de adolescentes en la búsqueda de su identidad; y contrastar la percepción que el grupo de adolescentes tiene de su "sí mismo real" con la percepción de su "sí mismo virtual" en la red social Facebook.

Como los temas claves en la investigación fueron adolescencia, identidad y Facebook, se tomaron los siguientes referentes conceptuales: Carl Rogers quien plantea que, en la adolescencia, el ser humano vive un proceso en el cual replantea todo lo aprendido cultural y socialmente, que lo llevan a convertirse en quien realmente es. En cuanto al concepto de identidad, Zygmunt

Bauman plantea que la identidad es líquida y se adapta y moldea según las necesidades y los cambios del medio. Y para el tema Facebook se tomaron teorías contemporáneas sobre las nuevas generaciones del autor Marc Prensky de su obra de nativos e inmigrantes digitales.

La investigación fue de tipo cualitativa porque permite estudiar al ser humano en su cotidianidad, bajo un enfoque narrativo, que permitió entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucraron pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas por los participantes.

Para realizar la investigación se decidió realizar una entrevista semi-estructurada a una muestra poblacional de 9 adolescentes de los distintos estratos socioeconómicos de Puerto Berrio, entre las edades de 14 a 16 años.

Al analizar las entrevistas semi-estructuradas a los jóvenes participantes se encontraron cuatro grandes categorías, extraídas de la narrativa de los adolescentes: el Facebook para los adolescentes, yo real vs yo virtual, diferencias en la percepción del mundo y las interacciones virtuales.

En la primera categoría fue denominada el Facebook para los adolescentes. En ella se describen los usos que estos hacen de la plataforma virtual, la normatividad que conocen, la regulación del uso y acceso a esta red que le hacen sus padres, los medios que utilizan y los lugares en los que acceden a Facebook. También se describe la frecuencia de uso, la información que brindan en su perfil y el tiempo que llevan siendo usuarios de la red social.

La segunda categoría hace referencia al contraste entre la forma como son los adolescentes en la vida cotidiana real y en el mundo virtual, las similitudes y diferencias que ellos encuentran en sus conductas, la importancia que le dan los jóvenes al Facebook, el significado y las tenencias que estos siguen en la red social.

En la tercera categoría se encontraron diferencias de edad, género y estrato socioeconómico en la visión del mundo que tienen los jóvenes adolescentes acerca del nivel de popularidad en Facebook y de si son puntos de referencia para que los demás imiten sus conductas.

Y, por último, en la categoría de interacciones virtuales, la investigación permitió conocer las formas en que los adolescentes se relacionan con los otros en la red social Facebook, el significado que le dan a las reacciones de las publicaciones, en qué circunstancias las usan, las experiencias significativas que han tenido por medio de esta plataforma, la privacidad que tienen en sus perfiles y los peligros que existen en la red social.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La adolescencia es una etapa de la vida en la que hombres y mujeres experimentan cambios físicos, psicológicos, emocionales y sociales. La adolescencia se inicia con la pubertad y concluye cuando estos cambios alcanzan mayor estabilidad alrededor de los 19 años. La pubertad marca el inicio de la adolescencia que generalmente ocurre entre los 10 y los 13 años de edad. Los cambios más evidentes durante esta etapa son físicos. La edad de inicio en las niñas empieza entre los 10 y los 11 años y los niños aproximadamente entre los 11 y 13 años y su inicio depende de factores genéticos, socioculturales, nutricionales y económicos. Hay quienes pueden empezar estos cambios antes o después. Sin embargo, si alrededor de los 15 años no han comenzado es necesario consultar un médico (Profamilia, sf).

Por otro lado, los seres humanos somos sociales por naturaleza. Contamos con un impulso natural para relacionarnos entre nosotros con la finalidad de satisfacer diversas necesidades, entre ellas las afectivas. La novedad es que la capacidad de asociación humana está siendo potenciada y modelada por los avances tecnológicos, que han permitido, entre otras posibilidades, conectarnos con otros sin los límites del tiempo y el espacio (Aguirre, 2012).

Actualmente, el ser humano tiene acceso a internet fácilmente, gracias al avance de las tecnologías inteligentes que le permiten hacer uso de esta plataforma virtual constantemente. Las redes sociales, como los medios de comunicación, satisfacen ciertas necesidades, y que son esas necesidades las que explican los usos de los individuos (Katz, Blumler & Gurevitch, 1985).

Las redes sociales son una herramienta que nos acerca con las personas que no tenemos cerca, con las cuales compartimos fotos, chat, entre otros, pero cuando dicha herramienta no lleva un

control ni monitoreo constante por parte de los padres a sus hijos, con quién hablan, qué comparte por la red, y mantienen acceso ilimitado, se empiezan a descuidar otras esferas como la académica, familiar y social; es ahí donde se empieza a generar un malestar tanto para el adolescente como para su círculo familiar.

El acelerado ritmo con el cual Internet se ha expandido y difundido en los últimos años, ha producido múltiples cambios en diversos aspectos de la sociedad y ha modificado radicalmente la manera en que nos comunicamos con los otros. La misma, es una red que constituye el medio global a través del cual se facilita de manera más eficaz el intercambio de información, la distribución de datos de todo tipo y la interacción personal con otras personas. Ya sea por sus diversos usos, en discusiones vinculadas con los estudios académicos y el trabajo, pero también para efectuar una red de conexiones (Fernández, 2015).

Las redes sociales son un servicio de Internet que permite a cualquier cibernauta construirse un perfil –público o semipúblico– dentro de un sistema gestionado por un tercero; compartir relaciones, experiencias, contenidos, etc. – con una lista de otros usuarios que, dependiendo de la privacidad autodefinida de su perfil, podrá tener acceso a todos los seguidores y a sus experiencias de los miembros de las listas que sigan las suyas (Bernal y Angulo, 2013).

El 4 de febrero de 2004, en Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos, se creó Facebook, plataforma virtual, la cual hoy encabeza la lista de las redes sociales más usadas por las personas en el mundo con más de 1590 millones de usuarios. Facebook es una plataforma virtual, la cual nos permite establecer relaciones los unos con los otros, reencontrarte con compañeros que estudiaste, compartir por medio de fotos, videos, mensajes tus experiencias, pensamientos, sentimientos, entre otros. (Tiempo, 2014).

Para el caso de América Latina, De la Torre y Vaillard (2012) investigaron estas cuestiones entre jóvenes universitarios latinoamericanos y encontraron que Facebook es la red social considerada más útil para satisfacer las necesidades de integración social (contactarse con familia y amigos, chatear, conectarse con viejos amigos, chequear mensajes), integración personal (en los casos de quienes se conectan como parte de su rutina cotidiana, o para sentirse aceptados socialmente) y evasión (pasar el rato, entretenerse, compartir fotos y videos).

El uso y acceso de las redes sociales ha llegado a ser un nuevo entorno de socialización para los jóvenes, espacio para la construcción de la identidad social con sus iguales, a veces con ningún control o asesoramiento parental; aun conociéndose que la inmersión en las mismas, es cada vez más prematura y por debajo de la edad mínima permitida. (Bernal y Angulo, 2013).

2.1 Facebook en adolescentes colombianos

Redes como Facebook y Twitter son las que gozan de mayor popularidad entre los colombianos, a tal punto que en Facebook, Colombia ocupa el lugar número 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios, mientras que Bogotá es la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6.5 millones. (Ministerio de la Información y las Comunicaciones, 2012)

Según Quintero, la gerente de Facebook en Colombia, en nuestro país, existen aproximadamente 25 millones de personas que acceden a internet y 20 millones tienen cuenta en la red social Facebook (Tiempo, 2014). Cerca del 70% de los colombianos tienen una cuenta en la red social, y en el 2014 según una encuesta realizada por el Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, arrojó que la red social favorita de los colombianos es el Facebook, con un 96,7% de los encuestados de acuerdo.

En promedio, un cibernauta de esta región pasa el 38% de su tiempo en internet en esta red social. Es el sitio donde más gasta tiempo un usuario por día (más o menos 13 minutos diarios), por encima de YouTube, los portales de Microsoft (Outlook, Bing entre otros), Yahoo y Twitter (Tiempo, 2014).

En los medios se suele hablar de que el porcentaje de jóvenes con cuenta en Facebook ha ido cayendo. No obstante, en Colombia, el 25% de los ciudadanos de esta red social encuentra entre 15 y 24 años de edad y, otro 25% entre 25 y 34. El 17% cuenta con entre 35 y 44 años y el 18% ya cumplió 45 o más (Tiempo, 2014).

Por otra parte, autores como Arriola y Butrón retoman el planteamiento realizado por Davis (2003) quien determina que:

Construimos nuestra identidad leyendo e interpretando nuestro entorno, es decir descifrando y apropiándonos de los mensajes que nos son accesibles, dentro de estos mensajes cotidianos se encuentra ese enorme volumen de información concentrada en unidades de información y en medios electrónicos a la cual recurrimos en busca de respuestas (p 80).

Así mismo, la construcción de identidad se presenta desde dos puntos: el primero, como construcción del yo que ejerce su posición de ciudadano, que puede expresar lo que siente y piensa en la sociedad de la que hace parte y, el segundo, más que como sujeto de derecho, es un sujeto de consumo, en un cambio generado por la cultura, en este caso, la imposición en el uso por la red social Facebook, donde adopta lo que su entorno le sugiera, ayudando en la construcción de su identidad (León Zamora & Quiroga Matiz, 2009).

Es así como la tarea de definir la identidad, requiere un período de exploración, análisis y evaluación del sí mismo real e ideal (Allison & Shultz, 2001). Este periodo puede ser también entendido tal como Erikson proponía (2000), quien plantea la adolescencia como una etapa moratoria psicosocial:

Durante esos años de su vida, el adolescente tiene una suerte de “período de prueba” en el que puede experimentar con diferentes roles y creencias, puede “probar” diferentes identidades y explorar distintas alternativas, de manera de llegar al final de la adolescencia con una identidad consolidada (p. 110).

Y precisamente, los medios de comunicación posibilitan que cada cual se vuelque sobre sí mismo en busca de su verdad y bienestar (Lipovetsky, 1986). Es precisamente la búsqueda de la identidad y estos cambios los que surten efecto durante este proceso, despertando una notoria preocupación en los padres de familia con hijos adolescentes, quienes temen los riesgos que se generan, como resultado de la búsqueda de aceptación, como lo es dejarse llevar por los planes y presiones de un “grupo de amigos”, el cual influencia directamente su forma de pensar, vestirse y comportarse, recordándole constantemente que hace parte de él (Glennon, 2002).

En Europa, un 25% de los padres de familia se encuentran preocupados, o muy preocupados, por las cosas que les pueden suceder a sus hijos en Internet, tales como: acceder a imágenes explícitas de contenido sexual o violento (65%), ser objeto de acoso o Grooming (60%), acceder a información relativa a la anorexia, al suicidio (55%) o sufrir acoso por parte de otros niños (47%). Un estudio de López de Ayala realizado en España en el año 2007, donde este advierte que la principal preocupación de los padres se orienta hacia el uso excesivo de la red que puede derivar

en problemas de aislamiento, incomunicación o agresividad y en efectos perniciosos sobre el rendimiento escolar (Morales Guadron, Buitrago Umaña, & Marín Mejía, 2013, pág. 78).

Internet y las redes sociales pueden estimular fácilmente conductas inadecuadas debido a la existencia de anonimato y falseamiento de identidad, como exhibicionismo, agresividad, engaño, entre otros. Existen varios peligros que pueden abordar al adolescente en las redes sociales como:

Grooming que es un conjunto de estrategias que una persona adulta desarrolla para ganar la confianza del/la joven a través de internet, adquiriendo control y poder sobre él/ella, con el fin último de abusar sexualmente de él/ella. Tiene distintas etapas: Amistad en la cual el abusador se hace pasar por otro(a) joven y se gana la confianza de la víctima, seduciéndola y obteniendo así sus datos personales (¿Qué edad tienes?, ¿Con quién vives?, ¿Cuál es tu dirección?, ¿Qué hacen tus padres?, ¿En qué colegio estás?). Engaño, el abusador finge estar enamorado de la víctima para conseguir que se desnude y realice actos de naturaleza sexual frente a la webcam, o le envíe fotografías de igual tipo. Chantaje, el abusador manipula a la víctima amenazándolo(a) con que va a hacer público el material sexual, si no continúa enviándoselo. Las repercusiones del grooming en la víctima están asociadas a depresión, baja autoestima, desconfianza, cambios de humores repentinos y bruscos, bajo rendimiento académico, aislamiento, alteraciones del sueño y de la alimentación, ideas e intentos de suicidio (Arab & Díaz, 2015, pág. 10).

Sin embargo, en la etapa de la adolescencia, se encuentra también, con el temor de los padres ante su falta de experticia, acerca de cómo enfrentar los desafíos que trae consigo esta nueva fase del adolescente, que además se ve enriquecida e incrementa su nivel de dificultad con las novedades de las redes sociales, que le exige también al padre de familia una actualización. En el Facebook, al ser una plataforma virtual infinita, los adolescentes se enfrentan con diversa información, la cual, cuestiona y/o afirma o desconfirma, determinados puntos de vistas éticos que aprendieron vicariamente de una sociedad; y es precisamente esta impetuosidad de lo desconocido de la red, lo que hace que muchos adultos se alarmen y se sientan preocupados frente a las determinadas acciones que pueda tomar su hijo, sobrino, primo, hermano adolescente, pero que al final no saben cómo ejercer un control frente a esto. (Almansa, 2012).

Además de todos los peligros que se encuentran en esta red social, el Facebook cuenta con unos botones de interacción que pueden efectuarse en cada publicación que realice una persona tales como: los “me gusta”, “me encanta”, “me divierte”, “me asombra”, “me entristece” y “me enfada”. Estas acciones funcionan como refuerzos positivos o negativos, en las conductas del joven, que pueden resultar perjudiciales o no para la búsqueda de su identidad y afectar su bienestar, e incluso el de una sociedad. (Almansa, 2012).

Otro fenómeno que nos encontramos en estas plataformas virtuales son los “Challenge Accepted”; la red está llena de estos retos, donde los principales accionarios son jóvenes adolescentes, y aunque algunos pueden resultar inofensivos, existen otros también que pueden incluso atentar contra la integridad y la salud de las personas, como lo es el reto de la leche de colores: donde la persona toma toda la leche colorida posible hasta que vomita; este resulta ser un

reto más inofensivo en comparación al de “la ballena azul”: donde los participantes llevan a cabo 50 retos; los primeros resultan ser muy fáciles e inofensivos, hasta llegar a retos donde la persona se autolesiona y culminar con el número 50 que consiste en el suicidio, sin embargo, aquellos partidarios de los “me gusta”, no miden las consecuencias, y aceptan cualquier reto que aumente su nivel de popularidad, ocasionando en jóvenes que apenas están en una búsqueda de su identidad, quizás una personalidad dependiente y fluctuante, según el alcance de aceptación del reto asumido. (Tiempo, 2017).

Otra de las interacciones que pueden hacer los jóvenes en la plataforma virtual Facebook es “video en directo”, aquí los jóvenes transmiten en vivo lo que están haciendo, imitando conductas para cumplir los estereotipos enmarcados en las redes sociales. Todo esto es realizado con el fin mencionado anteriormente, la búsqueda de aceptación por parte del otro y así, el joven construir su autoimagen y auto-concepto. (Linne, 2014).

Aunque esta plataforma sigue siendo nueva, no solo desde el momento en que fue creada, sino por sus constantes actualizaciones, Facebook es un fenómeno de esta era de las tecnologías, el cual revolucionó y cambió nuestras perspectivas.

Por todo esto, vemos la necesidad de revisar, indagar e investigar los nuevos espacios donde los adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo, en especial las redes sociales como Facebook, en donde, no solo se establecen relaciones y se intercambia gustos e intereses sino, además, es el espacio ideal para presentarse ante el otro sin el temor a la ansiedad o la desaprobación al juicio que pueda generar el hacerlo en el mundo real. Es así como surge la pregunta de investigación:

¿influye el uso del Facebook en la búsqueda de la identidad en adolescentes de 14 a 16 años de estratos socioeconómicos 1, 2, 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia?

3. ANTECEDENTES

A continuación, se presentan los resultados sobre la búsqueda de investigaciones en las bases de datos de Google académico, Dialnet, ScienceDirect, SciELO las palabras claves utilizadas para la búsqueda fueron: Identidad, Facebook, adolescentes, interacción, jóvenes, redes sociales. Se encontraron 40 fuentes bibliográficas que respondieron a las palabras claves ingresadas, de estas se seleccionaron 15 fuentes bibliográficas, de las cuales 6 las agrupamos en la categoría de identidad, 4 en interacción social y las restantes en la categoría de redes sociales. Se relaciona 12 investigaciones en el ámbito internacional y 3 en el nacional.

Comenzaremos hablando sobre las fuentes bibliográficas agrupadas en el conjunto de identidad; “*Desvelando nuestra identidad*” de Castañeda, L & Camacho, M es el primer artículo del cual les hablaremos de esta categoría. Ellas realizaron un estudio exploratorio, con una muestra de 164 estudiantes de último curso, de las cuales, 132 eran mujeres. Su objetivo fue conocer la conciencia de ellos acerca de su identidad digital, como la configuran, el rol que asume en ella su actividad en las redes sociales y el impacto de estas en sus vidas. Se encontró que solo el 2% asumen el rol de “lurker”, es decir, utilizan un perfil solo para ver perfiles de otros usuarios y no publicar nada. El 84% de los encuestados respondieron que saben acerca de las opciones de privacidad, sin embargo, tienen su perfil abierto a amigos de amigos. Cuando se les indago acerca de cómo creen que los demás los ven en Facebook, la mayoría de ellos tiene la impresión de ser visto por los demás como inteligente (134, el 81,7%), interesante (116, 70,7%) y trabajador (124,

70,6%), y no creen que otros los vean como egoístas (133, 81,1%), manipuladores (120, 73,2%), huraños (114, 69,5%) o tristes (108, 65,9%). El 54,9% de los encuestados no creen que los demás ejerzan mucha influencia sobre ellos, un 20,1% reconoce que está muy influenciado por el contenido y los comentarios publicados por sus amigos. Sin embargo, sólo el 28,1% creen tener influencia sobre sus amigos. En cuanto a lo que les preocupa, el 75% les preocupa la imagen que puedan hacerse las otras personas de ellos debido a lo que publiquen en la red. Pero un 26% coincide en que no les preocupa la imagen que los otros tengan de ellos. Por último, los investigadores les pidieron que calificaran de 1 a 10 cuánto se parece su “yo” reflejado en las redes a su “yo” real, y la nota media fue de 7,6 por ende, podemos decir que estos jóvenes creen que son ellos mismos en las redes sociales y en la vida real.

Por otra parte, tenemos el estudio realizado por Morales, G., Buitragon, U& Marín, M. que recibe el nombre de *“Identidad, tribus urbanas y redes sociales: un estudio de caso en adolescentes”*. Estos investigadores, aplicaron encuestas a jóvenes entre 13 y 16 años y a sus padres también. Esta investigación arrojó los siguientes resultados: el 80% acceden a las redes sociales desde de su casa y un 20% lo hacen desde un café internet; los medios más utilizados son el ordenador en un 90% y el teléfono móvil en un 10%; el 100% de los encuestados forman parte de una red social y acceden a diario; además, el 100% manifiesta que usan las redes sociales para mantener contacto con amigos y familiares. En cuanto a medidas de seguridad, el 70% de los adolescentes, según esta investigación, le pidieron permiso a sus padres para registrarse en una red social; los motivos que encontraron los investigadores por los cuales los jóvenes querían pertenecer a una red social fueron: para estar en contacto con amigos el 70%, el 20% por conocer gente y el 10% por estar en contacto con familiares; además se encontraron que el 40% de los jóvenes encuestados la red les ha servido mucho para fortalecer sus relaciones interpersonales.

El tercer artículo de este grupo de identidad fue realizado en Colombia, recibe el nombre de: *“El espacio virtual como escenario en la construcción de identidad: Caso de Facebook”*, elaborado por: León, Z& Quiroga, M el 12 de Julio de 2009. Esta investigación de tipo cualitativo, bajo el paradigma hermenéutico permitió estudiar al adolescente en su interacción virtual en la red social Facebook. Este estudio buscó identificar como se construye la identidad en la red social Facebook, en población juvenil de 14 a 17 años. Se observaron 8 jóvenes elegidos selectivamente, durante 4 meses por medio de la creación de 2 perfiles de Facebook falsos. Los resultados de esta investigación arrojaron que los jóvenes utilizan la red social como un espacio donde pueden divulgar lo íntimo y privado, cómo y qué sienten, además de que por esta red algunos jóvenes encuentran la posibilidad de expresar, comentar y o hacer publicaciones a favor de sí mismos. Además, por medio de esta red, logran identificarse con pares mediante el reconocimiento de cualidades, semejanzas, pensamientos de ellos mismos y de los demás, información que obtienen en las casillas de Facebook “acerca de...”.

Otro estudio es nombrado como *“La construcción de la popularidad online por parte de adolescentes en Facebook”*, cuya investigadora es: Moreno, F. Esta investigación estuvo enfocada al análisis de los perfiles de adolescentes en Facebook a fin de determinar quiénes adquieren fama en la red social, por qué y cómo lo hacen. En los tres casos planteados en este estudio, se obtuvieron datos donde los adolescentes daban información falsa en sus perfiles como donde trabajan, o el lugar en el que viven, sin embargo, lo que los jóvenes adolescentes posteaban allí son ideales estandarizados a nivel de un sociedad. Por ende, se encontró que los adolescentes no buscan engañar a los demás mediante informaciones falsas, pues sus amigos conocen muy bien su zona de residencia e institución educativa. Estos datos de perfil hablan, en primer lugar, acerca de consumos culturales. En segundo lugar, se burlan de Facebook ya que ninguna información

requiere comprobación y el engaño no es condenado, ni por Facebook ni por el grupo de amigos. Al contrario, en muchos casos, las referencias a consumos culturales o la burla al sistema de la red social brinda status social al sujeto. Por último, aunque en menor medida, la información falsa expresa los deseos para el futuro, deseos que están en el sujeto siempre pero que en Facebook pueden ser puestos por escrito y a la vista de todos.

La investigación titulada *“La Construcción De La Imagen Visual Y La Rostrocidad En Facebook”* por Mydalis M. Lugo Marrero; esta investigación está centrada en la exploración acerca de las fotos de la red social Facebook, el significado que estas tienen junto con los *emojis* que esta red tiene para sus usuarios y como todo esto va influyendo en la construcción de la identidad de las personas.

Por último, en esta categoría, tenemos el estudio de Dillon, denominado *“Soy lo que ves” identidad de adolescentes argentinos en Facebook”*. Esta fue otra investigación de tipo cualitativo, en donde se entrevistó a 26 adolescentes, todos ellos estudiantes de último año de la escuela secundaria, así que sus edades fluctuaban entre 17 y 18 años. El aspecto económico fue importante debido a que se trabajó con jóvenes adolescentes de diferentes niveles socioeconómicos. Fue un estudio de tipo exploratorio. Utilizaron como técnica de recolección de datos la entrevista en profundidad semi estructurada. Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de abril y julio de 2012. La conclusión del análisis de las entrevistas fue que: la variable socioeconómica no resultó significativa en la construcción de las identidades de los adolescentes en Facebook, puesto que, las respuestas de los jóvenes de los barrios de nivel socioeconómico más bajo no fueron muy diferentes a las de los entrevistados de las zonas de un nivel socio económico más alto. Las diferencias más significativas tienen que ver con cómo se conectan a la red social Facebook: los usuarios que utilizan Smartphone o computadora con Internet en casa tienen rutinas muy distintas

de aquellos que se ven obligados a ir a una sala de internet para conectarse. Los resultados obtenidos confirmaron la hipótesis del investigador, basada que la de Boyd (en Buckingham, 2008: 121), según la cual en las redes sociales la brecha más importante es de participación y no de acceso. Así que, en este estudio, el investigador observó que los datos que los jóvenes propiciaban en Facebook funcionan como indicios que marcan pautas acerca de qué interacciones son posibles o no con ese usuario adolescente; pues el estar o no en una relación, la foto de perfil, entre otros datos, asumen un papel de primera impresión que les permite o no establecer interacciones en Facebook.

Para iniciar con la siguiente categoría, se resalta la investigación de Aguirre, J. (2012) denominada *Facebook como espejo virtual que favorece al desempeño de la autoestima en jóvenes*, este estudio nos muestra las preocupaciones que generan la interacción online en la red social y como esto puede afectar en su desarrollo. Para dicha investigación, que se desarrolló en mayo de 2011, se seleccionó de manera aleatoria a 10 jóvenes preparatorianos hombres y mujeres entre los 17 y 20 años, candidatos a ingresar a la universidad. El estudio que efectuaron se caracteriza por ser una investigación exploratoria, descriptiva, inductiva y delimitada en tiempo y espacio. La primera fase de la investigación consistió en la realización de entrevistas estructuradas con cada uno de los jóvenes involucrados en el estudio. Para la segunda fase se diseñó y aplicó una encuesta al grupo de jóvenes objeto de estudio. Esta encuesta cumplía con dos propósitos, primero: conocer cómo se estiman a sí mismos de acuerdo con el análisis de los indicadores de la autoestima expresados anteriormente: confianza en uno mismo, visión de uno mismo y amor por uno mismo. Segundo: conocer cómo se relacionan con la red social online Facebook y qué importancia le otorgan a ésta en su vida social. Con base en la interpretación de los datos obtenidos por la encuesta, en la siguiente fase se planeó y realizó un grupo focal para profundizar en cómo

influye Facebook en su vida y en sus sentimientos, además se pidió a los participantes que compartieran experiencias personales sobre sus interacciones online. Para la cuarta y última fase se aplicó la técnica de observación directa en un entorno virtual y el análisis de contenido. Para ello, se abrió un Grupo en la red social Facebook para poder observar las interacciones online de los jóvenes participantes del estudio. Se trató básicamente de extender el diálogo iniciado en el focusgroup sobre la influencia de Facebook en su vida social y afectiva. Finalmente podemos afirmar que la influencia de Facebook en la autoestima de los jóvenes depende de los contenidos que ellos deciden socializar y de las personas con las deciden interactuar en dicho entorno virtual, así como del grado o nivel de estabilidad emocional y de autoestima previo a su interacción online. Por tanto, Facebook es una extensión más, con nuevas y atractivas posibilidades, de las interacciones sociales que practican los jóvenes, que tiende a reproducir y mejorar su autoestima con la cooperación de ellos mismos.

Otro estudio realizado por Arab, E. Díaz, A. (2015). Denominada *Impacto en las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos*, Este artículo presenta una revisión teórica del impacto, tanto positivo como negativo, de las redes sociales en los adolescentes y de la relación directa entre esto y el uso o abuso de las nuevas tecnologías. A su vez, se establece el vínculo entre las formas de utilizarlas y las características psicológicas individuales, los desarrollos previos de personalidad y el control parental. Se toma como punto de partida el desarrollo adolescente asociado a la construcción de la identidad juvenil en el contexto de un nuevo paradigma comunicacional (cibercomunicación), donde el límite entre lo público y lo privado se torna cada vez más difuso. Se expone la terminología propia de las redes sociales y se pone énfasis en las estrategias de supervisión y control adulto. Se detallan los aspectos positivos que las nuevas

tecnologías ofrecen (diversas oportunidades de aprendizaje, entretención, socialización, desarrollo de habilidades, creatividad y mejora de la motivación al aprendizaje especialmente en adolescentes, entre otros) y los aspectos negativos asociados (distanciamiento afectivo, pérdida de límites en la comunicación y pérdida de la capacidad de escucha, entre otros). Este artículo destaca la necesidad de entregar y estimular modelos de comunicación social reales y una educación en el uso de las nuevas tecnologías. El objetivo es actualizar y orientar a profesionales de la salud sobre los aspectos positivos y negativos.

En Argentina se realizó un estudio titulado *Mirada de adolescentes argentinos sobre Facebook*, en la ciudad de Buenos Aires por Dillon, A. Este trabajo explora cómo adolescentes de diferentes barrios de la ciudad de Buenos Aires sostienen vínculos con sus amigos y con otras personas por medio de la conversación virtual en Facebook. A través de entrevistas en profundidad a chicos y chicas de 17 y 18 años, el objetivo fue indagar sobre las nuevas formas de contacto y las transformaciones de las relaciones de amistad a partir de la retroalimentación entre el mundo virtual y el “real”, en una etapa vital marcada por la búsqueda de la identidad personal y la relevancia de los vínculos con los pares. El análisis cualitativo de las entrevistas mostró que la dimensión física y presencial de la amistad sigue ocupando un lugar fundamental para los adolescentes. Asimismo, la conversación constante que las redes introducen en la vida cotidiana se perfila como una manera de mantener un contacto permanente, en el que la función fática de la comunicación se impone sobre el contenido de los mensajes. La aprobación de los pares – condensada en el botón “Me gusta”– resulta determinante para los jóvenes, quienes encuentran en estos espacios virtuales nuevas formas de sociabilidad, sin por eso perder los modos de construir amistad previos a la “era Facebook”.

En el mismo país de Argentina en la ciudad de Buenos Aires, Linne, J. (2014) nos ilustra cual es *El uso común de Facebook en adolescentes de diferentes sectores sociales*. A partir de la revisión del estado de la cuestión y de la evidencia empírica recogida en 30 entrevistas en profundidad, 24 meses de observaciones virtuales diarias y el análisis de contenido de 200 perfiles de Facebook, se muestra que para ambos grupos de adolescentes la red social es su entorno central de entretenimiento y comunicabilidad. A su vez, que sus principales usos dentro de este sitio son la auto presentación, el intercambio de contenidos personales entre amistades, la búsqueda de relaciones sexo-afectivas y la exploración de distintos aspectos de su sociabilidad e identidad. Se indaga en los tipos de publicaciones más «populares» entre los adolescentes (fotos y textos personales). Además, se describen los usos lúdico-comunicacionales más habituales: chat, actualizar estados, presumo fotográfico y streaming. En este sentido, se observa que un recurso de uso cotidiano entre esta población es el intercambio de performances de intimidad con el objetivo de aumentar la sociabilidad entre pares y lograr una mayor visibilidad dentro y fuera del sitio. Asimismo, por medio del análisis de imágenes e los muros de los adolescentes, se aporta evidencia acerca de que las representaciones de género se encuentran en conflicto entre los modelos tradicionales y las nuevas formas de masculinidad y feminidad.

Ahora bien, en el contexto colombiano y español se encontró el estudio denominado: *Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española*, realizado en el 2013 por Almansa, A. Fonseca, O & Castillo, A. Esta investigación analiza cómo se usa Facebook Por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello. Aunque Dicen conocer los riesgos, admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales sobre su vida. Ante esta situación,

se hace más evidente la necesidad de la alfabetización mediática y digital de estos jóvenes que, aunque no deberían estar en Facebook hasta los 13 años, cuentan con un perfil de manera mayoritaria. Para ello se ha utilizado una metodología basada en el análisis de contenido y las entrevistas en profundidad. Se Trata de un estudio comparativo entre Colombia Y España. En Colombia Se han realizado 100 Análisis de perfiles y 20 Entrevistas en profundidad. La Muestra ha sido de adolescentes de 12 A 15 años, de la Institución Educativa Distrital Técnico Internacional De Bogotá. En España Se han analizado 100 Perfiles y se han realizado 20 Entrevistas a chicos de 12 A 15 años, de Institutos (IES) de Andalucía. Para la investigación se ha utilizado una metodología mixta con técnica cualitativa (entrevistas en profundidad) y cuantitativa (análisis de contenido). Es un estudio comparativo entre Colombia y España entre adolescentes de ambos países. La investigación se llevó a cabo mediante la observación de 100 perfiles de Facebook y 20 entrevistas en profundidad a adolescentes de 12 a 15 años de Colombia y de 100 perfiles de Facebook y 20 entrevistas en profundidad en España. En Colombia el estudio se ha realizado a adolescentes de la Institución Educativa Distrito Técnico Internacional de Bogotá. En España se ha estudiado a chicas y chicos de diferentes institutos de Andalucía (Los Olivos, Torre Atalaya, Alyanub, El Palmeral, El Jaroso y Rey Alabez). La Selección de los centros educativos se hizo de forma aleatoria. Se analizó el perfil en Facebook de los adolescentes que aceptaron participar en la investigación. Entre ellos, también de forma aleatoria, se seleccionó a las personas a las que se les realizó entrevistas en profundidad.

También, se halló el artículo de Bernal, C. & Angulo, F: *Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales*. Diversos estudios sobre jóvenes y redes sociales han demostrado, en general, el alto consumo de estos servicios de Internet, generalizándose su uso en casi todo tipo de

ubicaciones y valorando su importancia en la construcción de las relaciones sociales entre la juventud. En este artículo se presenta parte de los análisis y resultados del cuestionario de la investigación sobre los «Escenarios, tecnologías digitales y juventud en Andalucía», administrada a una población de 1.487 Jóvenes entre los 13 Y 19. La Discusión sobre jóvenes andaluces y redes sociales gira en torno a la estructura y configuración de sus perfiles, a las finalidades de uso, y a la privacidad y seguridad en las mismas. Los resultados destacados muestran una población con acceso a las redes sociales sin casi restricciones y con poco seguimiento adulto, y además las edades de acceso son menores de las legalmente definidas por los propios servicios de Internet. Las Motivaciones de los jóvenes andaluces para el uso de las redes sociales se pueden agrupar en tres áreas; las dos primeras están presentes en otras investigaciones: motivación social y la psicológico-afectiva; y menos la tercera: la necesidad ligada a la vida cotidiana. Este Trabajo aporta en sus conclusiones nuevos aspectos para explicar la naturaleza y los significados de las prácticas de los jóvenes andaluces con las redes sociales.

Por su parte, Fernández Lopes, P. (2015), desarrollo una investigación sobre *Nuevos patrones de integración social. El uso de Facebook y el twitter en adolescentes y el impacto en su autoestima*. Donde su centro de la investigación se centró en Facebook, autoestima y apoyo social vía redes sociales el estadio de la vida adolescente, resulta vulnerable y susceptible a los cambios y a una búsqueda de aceptación en el marco de un grupo social. Cuando hablamos de redes sociales, cabe entonces preguntarse por qué es importante. Estas redes alcanzan gran valor porque generan lo que llamamos “capital social”. “Capital” es sinónimo de valor, “Social” es el valor que atribuimos a las personas que conocemos. Así, una persona con redes sociales fuertes es una persona que ha generado un gran capital social del que se beneficiará enormemente. Internet erige

visibilidad a los componentes de la red social sobre el resto de nodos en la red, aumentando el grado de comunicación entre los nodos de forma espectacular. Mediante la red social de Facebook, el usuario se crea un perfil y a través de éste desarrolla su personalidad como quiere, presentando por ello, una imagen deseada. La investigación de carácter exploratorio, utilizó como instrumentos de recolección de datos el test de autoestima, que consta de 58 preguntas que fueron respondidas por 112 alumnas. Además, se utilizaron encuestas y entrevistas. El tipo de diseño fue correlacional; ya que se determinó la relación que existe entre el uso del Facebook y el nivel de autoestima de las alumnas. Una de las principales conclusiones a las que llega la investigación resalta que del 100% de las alumnas de 1° a 5° Años de Educación Secundaria de la I.E.P “María de Nazaret” de Cajamarca, el 35% posee de 3 a 5 álbumes y tiene en un 22% autoestima alta, mientras que el 13% tiene autoestima promedio y finalmente el 5% no posee Facebook; haciendo un especial énfasis en quienes tienen autoestima baja.

Finalmente, está la investigación de Machado, Y. & García, C. de la facultad de comunicación de la Universidad de la Habana (Cuba). *Interacciones comunicativas en Facebook: un acercamiento desde jóvenes cubanos*. La investigación constituye en un análisis de las interacciones comunicativas de jóvenes cubanos a partir del uso que hacen de Redes Sociales como Facebook, considerando la importancia de las nuevas formas de interacción generada en los entornos virtuales. Descansa en una perspectiva cualitativa y en el estudio de caso. Utiliza técnicas como la revisión bibliográfica- documental, la observación no participante, la entrevista en profundidad y el grupo de discusión. Da cuenta de las intenciones de los jóvenes para el uso de esta red, de sus actividades más comunes, de elementos identitarios, de la construcción y el intercambio de significados, así como de los procesos de socialización que son generados. El

objetivo de este estudio consistió en conocer características básicas de las interacciones comunicativas de un grupo de jóvenes, a partir del uso que hacen de Facebook. Es importante señalar el *carácter empírico-descriptivo* del estudio, pues dependió del acercamiento a los sujetos tomando en cuenta sus vivencias, experiencias y configuraciones cognoscitivas sobre el objeto de estudio. Con las redes sociales se han desarrollado nuevas formas de interacción y socialización entre los sujetos. Sus dinámicas interactivas permiten establecer vínculos e intercambios con otros con quienes no se comparte una presencia física, directa y tangible en los términos tradicionales. Perciben a Facebook como una plataforma importante en la construcción y representación de la identidad, atendiendo a la información publicada y compartida, a los grupos a los que se unen, a lo que expresan, a las acciones realizadas, sean ellos consciente o no de este hecho. Las actividades de “compartir”, “comentar”, aplicar “me gusta” y “publicar” adquieren múltiples significaciones asociadas a la posibilidad de producir discursos, expresar y aceptar ideas, tejer relaciones sociales, sentirse parte de algo importante, estar conectados. A partir de ellas revelan trazos de su individualidad que los distinguen dentro de una comunidad.

4. JUSTIFICACION

Debido a que la adolescencia es una etapa compleja del desarrollo y está marcada por cambios significativos que definirán la identidad del adolescente, se ve la importancia de realizar una investigación acerca del Facebook y el uso que le dan los adolescentes a esta red social, puesto que todo lo que hacen, viven, cómo y con quiénes el joven se relaciona, lo ayudarán a la búsqueda de su identidad. Por medio de esta red social, miles de jóvenes adolescentes colombianos, interactúan los unos con los otros, por ende, en este estudio, lo que se investigó fue el impacto que tiene el Facebook en la identidad de los jóvenes.

El Facebook es la red social que actualmente se ubica en la cumbre del top de las redes sociales más usadas, además que en Colombia gran población de adolescentes la usan. Así que, la investigación permitió conocer la realidad contemporánea del uso de las redes sociales en población adolescente en el municipio de Puerto Berrio, ya que en esta localidad no se han hecho estudios previos, acerca de la interacción social que tienen los adolescentes por medio de esta plataforma, que enriquezcan las estadísticas juveniles del pueblo. Esta investigación fue exploratoria, a causa de que existen pocos estudios sobre el tema y ninguno específico en la zona.

Este proyecto también brindó información acerca de los usos que los adolescentes le dan al Facebook; si lo usan para chatear, publicar fotos, mirar otros perfiles de su interés, buscar aprobación, aceptación y reconocimiento. También se indagó acerca de si son miembros de algún grupo de esta comunidad del Facebook, se investigó a cuál grupo pertenece e identificó los significados de estos grupos para ellos y la finalidad de su pertenencia.

También permitió conocer cuáles son las medidas que utilizan los padres o los tutores de cada adolescente, respecto a la regulación y control que ejercen en cuanto al uso que le dan sus hijos al Facebook.

También con este estudio, se pudo conocer qué cosas publican los adolescentes que puedan ponerlos en situaciones de riesgo, que se presentan en el Facebook a nivel mundial, como acoso en red, bullying, retos, entre otros. Por consiguiente, se identificaron algunos factores de riesgo y conductas de riesgo que los adolescentes tienen ante el uso del Facebook, pero también la investigación permitió observar los beneficios que se adquieren con la utilización de esta red social, se examinó los fines sanos que permite potenciar las capacidades de los adolescentes con el uso de esta red y sus aspectos positivos, que aportan a que cada joven adolescente en la búsqueda su identidad.

Con esta investigación se pudieron tener datos de primera mano de los adolescentes porteños sobre el uso que le dan al Facebook y cómo eso contribuye o no, de manera significativa, a la búsqueda de una identidad fuerte, sana, progresiva y, además, nos permitió observar la proyección que cada adolescente hace de su imagen, auto-concepto, autoestima en esta red social y por ende detectar qué es lo que potencia y protege y qué pone en riesgo su identidad.

Por último, este estudio les permitirá a las diferentes ramas de la psicología, a otras disciplinas, investigadores y profesionales, que conozcan una realidad que está presente y que quizás no se le da la importancia que tiene, visibilizando esta problemática. Además, los datos de esta investigación se podrán utilizar en el diseño de programas de intervención, tanto en promoción del bienestar de los adolescentes como en la prevención de riesgos en la búsqueda de la identidad teniendo en cuenta las vulnerabilidades en el uso de esta red, pero también sus potencialidades,

para generar a nivel municipal y/o departamental un conocimiento contextualizado de la realidad virtual de los adolescentes.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

- Describir la búsqueda de la identidad en un grupo de adolescentes de 14 a 16 años de edad, usuarios de la red social Facebook, de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los usos que hace el grupo de adolescentes de la red social Facebook y relacionarlos con su identidad.
- Identificar las experiencias e interacciones virtuales que tiene el grupo de adolescentes en la búsqueda de su identidad
- Contrastar la percepción que el grupo de adolescentes tiene de su "sí mismo real" con la percepción de su "sí mismo virtual" en la red social Facebook.

6. REFERENTES CONCEPTUALES

Para responder la pregunta de investigación ¿cómo influye el uso del Facebook en la búsqueda de la identidad en adolescentes de 14 a 16 años de estratos socioeconómicos 1,2 y 3 del Municipio de Puerto Berrio, Antioquia?, hemos decidido tener en cuenta el referente conceptual de Carl Rogers con sus teorías de adolescencia y Zygmunt Bauman que nos habla de la identidad, todo esto encaminado a encontrar un marco conceptual ante la problemática de la identidad, ya que nuestro sujeto de estudio es el adolescente, quien se mueve dentro de las redes sociales y está constantemente en esa búsqueda de su propia identidad, por medio de la interacción en las redes sociales, en la cual también se ha encaminado esta investigación para tratar de encontrar respuestas sobre este tema.

6.1 Adolescencia

La adolescencia es una etapa de la vida entre la infancia y la vida adulta, reconocida en muchas, aunque no todas, las culturas humanas (Schlegel y Barry, 1991). Por lo tanto, se podría decir que es una invención moderna, para separar con una etapa, la niñez y la adultez que permanecían cercanas, lo cual hacía al niño disfrutar menos de sus experiencias para conseguir herramientas que lo prepararan para un futuro como adulto y a la vez no se tenía en cuenta la infinidad de cambios que se presentaban tanto físicos, como comportamentales, sino que era más un proceso largo, difícil y muy marcado para toda persona, restándole la debida importancia que merecía el conocer a fondo estos procesos que definirían, a largo plazo, la búsqueda y la construcción que se

realiza hasta llegar a adquirir cierto tipo de personalidad, teniendo en cuenta todos los factores Bio-Psicosociales a los que se expone el individuo constantemente.

En la actualidad, se le conoce como una etapa de cambios observables y muy evidentes, donde ocurren altibajos constantes en el estado de ánimo, en las interacciones, la forma como se percibe la autoridad, el acoplamiento a las normas y el proceso de insertarse al sistema que ofrece toda sociedad; pero también se debe tener presente los cambios hormonales, el acercamiento a la sexualidad y la identificación de intereses propios y del grupo, *“un tema recurrente en antropología ha sido distinguir en adolescencia lo que está determinado por la cultura de lo que está determinado por la biología”* (M. Mead, 1928).

Cabe notar que la adolescencia tiene sus diferencias de género, teniendo en cuenta el contexto, la socialización de cada individuo y el rol que este, va a desempeñar en su ambiente, sea familiar, laboral y afectivo:

El intervalo socialmente definido entre la infancia y la vida adulta puede ser o relativamente breve (de dos a cuatro años), como en las sociedades, donde el matrimonio, la maternidad y una mayor responsabilidad se asumen justo después de la pubertad y la menarquia, o relativamente prolongado, como en las sociedades industriales (Barfield, 2001, pág. 26) (Schlegel y Barry, 1991).

Aun conociendo someramente aproximaciones de edad que nos acercan a lo que es la adolescencia y sus significados, sabemos que no está definida por años, por el contrario la adolescencia y su paso a la adultez se define por las experiencias, la capacidad de criterios y discernimiento que se adquieren a través de vivencias y la toma de conciencia en las diferentes decisiones de la vida, las que hacen al individuo capaz de dar el salto de niño a joven y de joven

a adulto, esto quiere decir que, a veces la edad cronológica del joven, no corresponde del todo al desarrollo de su edad mental.

Acercándonos un poco al pensamiento de algunos escritores, encontramos que en sus pasajes se contradicen; están los que creen que la adolescencia es un tiempo donde el joven se descarrila, donde aún no conoce su horizonte y por lo tanto está como suspendido entre las pasiones, la violencia y el desequilibrio de no saber realmente quién es y qué quiere en la vida: “...*el punto de vista analítico, ...según la cual la adolescencia es periodo de acongojante borrasca e ímpetu*” (E.Grinder, 2008, pág. 38), y están, desde otro punto de vista, los que piensan que la adolescencia es un mundo lleno de ingenuidad y pureza: “*esta es la edad de la inocencia a la que todos debemos retornar para poder disfrutar de la felicidad verdadera que es nuestra esperanza sobre la tierra*” (E.Grinder, 2008, pág. 36).

Cada día se ha avanzado más y más en cuanto a la forma de afrontar este periodo de transición y cómo lograr que el joven reconozca ese potencial y lo utilice de manera acertada en la proyección de sus ideales y la adquisición de herramientas que le faciliten la vida para un futuro. El joven se reconoce a esta edad dependiente, pero con todas sus fuerzas inicia su lucha por adquirir libertad y es esta lucha la que hace al joven, a veces, no percatarse de ciertos peligros que existen en el mundo actual; el joven es impetuoso, lleno de energía y deseoso de cumplir retos los cuales se irán menguando con los años que traen discernimiento y apaciguamiento de los impulsos dando lugar a que se estructure una personalidad concreta en cada individuo.

En las sociedades actuales se ha venido creando nuevas formas de educación para facilitar en los jóvenes una niñez y adolescencia menos traumática y con una visión más tranquila del futuro: a medida que los hombres de autoridad empezaron a apreciar la naturaleza única de la niñez, se

dio importancia social y moral a la educación de los niños en instituciones especiales; con esto se distinguió entre niñez y adolescencia (E.Grinder, 2008, pág. 36).

La adolescencia como tal, se podría resumir como una constante búsqueda de identidad como nos dice Erikson (1968): la tarea principal de la adolescencia, es enfrentarse a la crisis de identidad vs confusión de identidad, a fin de convertirse en un adulto único, con un sentido coherente del yo y un papel valorado dentro de la sociedad (Diane E. Papalia, 2009, pág. 517).

Entonces a modo de conclusión la adolescencia es el proceso por el cual se configura en el joven los rasgos que necesitará para afianzar su personalidad y dependiendo de esta, entrelazar las conexiones con el mundo, quien hará de facilitador y negociador, para resolver las problemáticas que se presentan en la vida diaria y las dificultades que aparecen en el proceso de cruzar la etapa de la niñez y la preparación para ingresar a este sistema llamado sociedad la cual está encargada de medir, de alguna manera, al potencial joven y llevarlo a el cumplimiento de su rol de la manera más acertada y benéfica para asegurar la producción y el aprovechamiento de un nuevo individuo.

6.2 La Adolescencia según Rogers.

La adolescencia, la búsqueda de la identidad y la personalidad son temas que muy bien Rogers abarca en sus escritos, su vida y su terapia centrada en el cliente. Su trabajo se desarrolló con los jóvenes y más aun con jóvenes que tenían muchos problemas, los cuales necesitaban un trato diferente en la terapia, darle al joven la posibilidad de reconocerse a sí mismo, de verse desde sus defectos y trabajar su potencial desarrollando sus fortalezas. Los progresos se evidencian cuando en una terapia con el joven no se direcciona, ni se cuestiona y menos se ponen sobre la mesa puntos de vista del lado terapéutico y Rogers lo entendió a la perfección, el joven ya tiene suficiente lucha

con su propia búsqueda y configuración de su identidad como para agregarle presión a su disputa psicológica.

Para entender lo que significa el sí mismo Rogers lo explica de esta manera:

La estructura de uno mismo es una configuración organizada de percepciones de sí mismo admisible a la conciencia. Se compone de elementos; tales como, las percepciones de las características y capacidades propias; los preceptos y conceptos de uno mismo en relación con los demás y con el medio; las cualidades de los valores que se perciben asociados con la experiencia y los objetos; y las metas e ideales que se perciben con valores positivos o negativos (Robert N. Sollod, 2009, pág. 301).

Según Rogers la personalidad no es algo que aparece simplemente al cumplir cierta edad, para él, consiste en el conocimiento propio, concientizarse de qué tan congruente es la vida con el ideal que se tiene o se quiere alcanzar, saber si se está trabajando en pro de lograr ciertas metas y mejorar diferentes aspectos, los cuales llevan a la persona a sentirse satisfecha de sus esfuerzos y progresos, o si por el contrario, no existe congruencia alguna entre lo que se hace y el ideal que se tiene, es por eso que la decepción en las personas aumenta cuando aparece la insatisfacción que lleva a la ansiedad, depresión, tensión y problemas para la persona vivir y adaptarse.

Rogers toma de la fuente teórica de Maslow y se apoya totalmente en su pensamiento pero agrega a su estilo y sello personal la terapia centrada en el cliente y a diferencia de Maslow que tiene la autorrealización como el culmen y la punta de la pirámide, donde ya no existirían las caretas y las máscaras para disfrazar la personalidad, Rogers lo ve “*como una persona plenamente funcional, más abierta a la experiencia, sin temor a los sentimientos propios, más independiente, con mayor confianza en el propio organismo y más creativa*” (Robert N. Sollod, 2009, pág. 309)

La teoría de la personalidad nos habla de la recopilación de pensamientos teóricos en relación a cómo cada persona, enfrenta con diferentes herramientas Psicoterapéuticas, el modo de enseñarles a los pacientes las formas de enfrentar los retos en el individuo, mostrándoles de diferentes maneras que la vida real no es un juego y tiene constantes cambios e infinidad de responsabilidades. La finalidad del individuo es encontrarle un sentido a la vida con una tasa de probabilidad alta de mejorarla, “de acuerdo con el punto de vista de Rogers sobre los seres humanos, muy parecido al de Maslow, las personas tienen una tendencia genética innata hacia la lucha por hacer realidad sus potenciales” (Robert N. Sollod, 2009, pág. 299).

6.3 El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica.

El concepto construido por Carl Rogers del sí mismo, está enmarcado en entender el comportamiento humano y las experiencias que determinan su desarrollo y su evolución. El sí mismo, se puede definir como una configuración que abarca y une los procesos psíquicos que el sujeto ha vivenciado, los cuales ayudan a construir su propia imagen. Esta, se encarga de hacer que el ser humano se identifique y a su vez, lo guía para la elaboración de la tendencia actualizante (Casanova, 1993). Asimismo, la tendencia actualizante configura al ser humano frente a sí mismo y frente a los demás.

El ser humano, posee rasgos físicos y diversas formas de consciencia y pensamiento que lo identifican como único. Cuando el individuo es consciente de estos rasgos característicos los manifiesta a través de la conducta, por lo tanto, la unión de ambos factores hace que el sujeto se constituya como persona, sin embargo, esta concepción de sí mismo depende en gran medida de las experiencias que el sujeto tiene a lo largo de su vida. Así, se puede decir que el concepto de sí

mismo es un concepto aprendido y adquirido a partir de las experiencias y los conocimientos que tiene una persona de sí mismo en el transcurso de existencia (Casanova, 1993).

Ahora bien, cuando el ser humano concuerda entre el sí mismo y las experiencias que tiene, va a operar la tendencia actualizante de manera constructiva, pero si el sujeto no funciona de manera organizada y no concuerda, su capacidad de autoconstrucción personal se corta y lo induce a desarrollar un concepto de sí mismo inadecuado que no va a concordar con sus experiencias personales. Lo cual, a lo largo del tiempo puede repercutir en un malestar clínico significativo.

Finalmente, el concepto que un individuo tiene de sí mismo, influye en como la persona percibe los objetos, los sucesos y las personas del entorno, en el significado que tiene para ella la percepción, es decir, el concepto de sí mismo es el punto de referencia del significado que las distintas percepciones, sensaciones y experiencias tienen para la persona (Casanova, 1993). Esto es lo que determina la individualidad frente a los otros, ya que hace que cada uno de nosotros experimente sensaciones y percepciones muy diferentes al tener estímulos externos objetivamente iguales.

6.4 El proceso de convertirse en persona

Cada individuo vive un proceso para convertirse en persona, el cual consiste, según Rogers, en remover aquellas capas superficiales, obtenidas por las experiencias previas en el interactuar con el otro, y aunque este proceso resulte perturbador, para el autor, el ser humano debe llegar hasta esa naturaleza del sí mismo, y solo es obtenida cuando el individuo tiene libertad en el pensar, en el sentir y en el ser, y para ello debe haber un ambiente psicológico favorable donde exista la aceptación y la empatía.

Muchas teorías afirman que, si el ser humano se atreviera a remover aquellas capas superficiales, de él solo emergerán sentimientos violentos que deben permanecer ocultos en la sociedad reguladora, sin embargo, Rogers, plantea que la naturaleza humana es pura, y todas aquellas emociones indeseables son producto de la frustración a esa naturaleza.

Por ende, el ser humano se ve obligado a actuar bajo parámetros sociales, dejando a un lado lo que es él, pero durante el transcurso de su vida, va en búsqueda de lo que es, y saciar su necesidad de buscarse para llegar a ser él mismo. (Rogers. 1992).

Así que, el momento en que el ser humano llega a ser lo que es, es cuando siente de una manera consciente y abierta todas las emociones que emergen de él y se experimenta con toda su riqueza, con todo lo que es y allí, la persona se ha convertido en lo que es.

Esta conversión, le permite a la persona obtener apertura a la experiencia, donde los sucesos anteriores de fracaso, no lo determinan, sino que se atreve a vivir nuevas realidades y verlas así, y no como una experiencia ya preconcebida, enmarcada según unos parámetros que le servían de guía.

Otra característica que se obtiene en el proceso de convertirse en persona, tiene que ver con las elecciones de los juicios de valor. El sujeto encuentra en sí mismo la respuesta que le da tranquilidad y así, acude menos en la búsqueda del pensamiento del otro para aprobación o reprobación, pues en él, existe la capacidad de elegir para llevar una existencia satisfactoria y plena, y así, poder responder esta gran incógnita.

Y, por último, el individuo comienza a verse como un sujeto en proceso en lugar de un producto listo y terminado, como si fuese una “entidad estática” sino que se reconoce como una persona en

“proceso de transformación”, lo que habla de la aceptación de lo que es y la confianza que se tiene así mismo.

Se puede concluir, según la sociedad actual, donde las personas imitan los estereotipos impuestos socialmente, buscando la aceptación del otro, se encuentra lejos de la concepción que tiene Rogers acerca de lo que es ser persona.

6.5 La Identidad

“Los seres humanos no nacen para siempre el día que sus madres los alumbran: la vida los obliga a parirse a sí mismos una y otra vez, a modelarse, a transformarse, a interrogarse (a veces sin respuesta) a preguntarse para qué diablos han llegado a la tierra y qué deben hacer en ella.” (García Márquez, 1985).

Con la cita anterior, se da inicio al concepto clave de esta investigación: Identidad; la cual es “un proceso de construcción en la que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas” (Larraín, 2005: 90-91). Teniendo en cuenta lo citado, se puede decir que la identidad es una búsqueda que se da por las interacciones culturales y sociales que tiene el hombre. Cultural por los estándares y conceptos establecidos en una sociedad y que influyen en la búsqueda de “identidad” de las personas pertenecientes a una cultura en el transcurso de su vida. Además, este concepto también es una construcción social, pues las opiniones que tienen los otros y cuyas expectativas son plasmadas en cada persona, contribuyen a la búsqueda de identidad que emprende cada ser humano en la adolescencia.

Aunque el concepto de identidad es antiguo, las características de la definición de este se han mantenido a lo largo de la historia, pues desde los filósofos, hasta la actualidad, este término hace referencia al sí mismo diferenciador de cada persona.

“El término de “identidad”, se ha ido construyendo desde los filósofos griegos antiguos como Aristóteles, Sócrates y Platón, hasta la contemporaneidad. En la época griega clásica, era utilizado por medio del adjetivo y pronombre auto: mismo, lo mismo con el fin de demostrar., en el latín, se encuentra como un adjetivo o pronombre demostrativo, por el cual se indica algo diferenciándolo de otra cosa. “La expresión identidad es una forma latina tardía (identitas), que sugiere la idea de la misma entidad: en ese mismo lugar, allí mismo, de allí mismo, de ese mismo lugar, de la misma manera.” En castellano, se utiliza el adjetivo mismo(a), que es utilizado para reforzar el sentido de los pronombres personales. “En castellano antiguo encontramos meísmo, misme, mesmo y finalmente mismo.” La identidad es un término utilizado para nombrar a los sujetos como a los objetos en su esencia.” (Alvis Rizzo, A., Duque Sierra, C.P. & Rodríguez Bustamante, A. 2013)

Para Bauman, la identidad ya no pertenece a un asunto propio de la conducta humana o de una preocupación subjetiva, sino que es un asunto atravesado por todos los aspectos de la sociedad moderna.

El proceso de individualización, carácter exclusivo de la modernidad, contiene la idea de que el individuo no está determinado por el carácter social, por lo tanto, el individuo queda abierto a la aventura y a la realización individual. Así pues, la individualización es la consecuencia de la liberación humana de sus destinos sociales y la confrontación con la tarea solitaria de construirse

otra identidad humana, teniendo en cuenta las responsabilidades y las consecuencias de su realización. (González, 2007).

Asimismo, Bauman manifiesta que las afirmaciones sobre identidad pasadas, no son válidos para todas las épocas y todas las condiciones sociales. Las antiguas condiciones sociales agrupaban a iguales, formaban identidad y determinaban pautas para la realización humana; la modernidad desprendió estas estructuras establecidas y dejó a la deriva a los individuos establecidos en sociedades integradas, por lo tanto, la tarea de auto identificación se vio reducida al desafío de ajustar los patrones de vida de acuerdo a los nuevos tipos sociales impuestos por la modernidad y a las nuevas conductas sociales (González, 2007).

Así, los individuos desincrustados de sus categorías pre-modernas estaban obligados a hacer uso de su nueva etapa personal de autodeterminación para formarse en la adquisición de las rutinas, actitudes y conductas que les permitieran introducirse en la clase social emergente. La clase social determinaba la elección individual, además parecían dado por sentados, naturales y no eran cuestionados, por lo tanto, la tarea que les quedaba era encajar en el ámbito asignado comportándose como lo hacían sus residentes ya establecidos.

Teniendo en cuenta que la modernidad es concebida como algo líquido, cambiante, flexible que conlleva a estados de inseguridad, incertidumbre y riesgos asociados, consecuencia del desmoronamiento de los estados de bienestar, las transformaciones en instituciones como la familia y la religión, entre otras, se puede decir que no existe una introducción o una identificación final y definitiva. En la modernidad, la ansiedad humana y la crisis de identidad asociada, se reducía a la incertidumbre sobre la pertenencia y adecuación de los medios. Por lo tanto, la conducta demanda mantener apertura a distintas opciones de identidad, antes que construir una en

sí misma que está condenada a desaparecer de acuerdo a la naturaleza incomprendida de la modernidad líquida.

Teniendo en cuenta lo anterior, para Bauman (2001) es más fácil hablar de identificación que de identidades, para dar cuenta de su carácter inacabado, incompleto o inconcluso que debe estar en construcción y permanentemente abierto. De esta manera, la identidad deja de ser un acto objetivo y subjetivo y pasa a ser un proyecto difícil, inacabado, en crisis permanente debido a las fuerzas que presionan sobre ella.

Así, la identidad puede ser especialmente abierta, debido a que el hombre moderno debe estar migrando entre mundos de vida social, y al mismo tiempo, es la realización de una serie de posibles identidades. Además, es diferenciada, debido a que las estructuras de vida social son inestables y poco confiables.

6.6 Facebook

La red social Facebook fue creada en 2004 por Mark Zuckerberg en Estados Unidos, al principio para uso exclusivo de la universidad de Harvard, con el fin de que los estudiantes pudieran interactuar los unos con los otros, no obstante, la popularidad de Facebook fue tal que al poco tiempo, la plataforma virtual fue abierta para todo el público estadounidense. En 2007 fue traducido por usuarios de esta red, sin remuneración alguna, al español, francés y alemán con el fin de expandir la red social fuera del país americano. Actualmente, Facebook se ha traducido a más de 70 idiomas y cuenta con más de 1350 millones de usuarios de todo el mundo, que permite la interacción de los unos con los otros sin límites. (Tiempo, 2014).

Los mayores consumidores de la red social, son adolescentes en búsqueda de sus gustos e intereses, que ven en esta red la posibilidad de acceso a información que no consiguen en otros medios.

Marc Prensky, escritor estadounidense y conferencista de educación, acuñó el término “nativos digitales” en su reflexión del volumen “Digital Natives, Digital Immigrants”, para él, los nacidos en la década de los 90, son la primera generación que ha crecido junto con las tecnologías digitales y rodeados de los videojuegos, computadores e internet. Prensky, los califica como expertos en las interacciones por medio de computadores y celulares, provocando una nueva brecha entre esta generación y las pasadas debido a las diferentes formas que tienen de relacionarse con los demás. (Prensky, 2001).

El autor plantea las siguientes características en los nativos digitales (referencias):

- Reciben la información rápidamente.
- Les atrae el trabajo en paralelo y la multitarea.
- Prefieren las imágenes a los textos.
- Funcionan mejor cuando trabajan en red.
- Prosperan con la satisfacción y recompensas inmediatas.

“En detrimento de la lectura (en la que han invertido menos de 5.000 horas), han dedicado, en cambio, 10.000 horas a los videojuegos y 20.000 horas a la televisión, por lo cual no es exagerado considerar que la mensajería inmediata, el teléfono móvil, Internet, el correo electrónico, los juegos de ordenador son inseparables de sus vidas.” (Prensky, 2001). El Facebook ha propiciado que estos nativos digitales, encuentren un espacio en el cual puedan realizar todas las actividades en las que

dedican la mayor parte del tiempo, pues esta red está diseñada para usuarios con las cualidades mencionadas anteriormente, y que los llevan a la búsqueda de su identidad en una nueva era.

7. METODOLOGÍA

7.1 Diseño Metodológico:

Esta investigación es de tipo cualitativa porque permite estudiar al ser humano en su cotidianidad. En este caso, estudiar a los adolescentes en su interacción virtual en la red social Facebook. La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto (Hernández Sampieri, 2014).

El diseño que se utilizará es bajo el enfoque narrativo el cual pretende entender la sucesión de hechos, situaciones, fenómenos, procesos y eventos donde se involucran pensamientos, sentimientos, emociones e interacciones, a través de las vivencias contadas por quienes los experimentaron. Se centran en “narrativas”, entendidas como historias de participantes relatadas o proyectadas y registradas en diversos medios que describen un evento o un conjunto de eventos conectados cronológicamente. (Hernández Sampieri, 2014). Según Creswell (2005) señala que el diseño narrativo en diversas ocasiones es un esquema de investigación, pero también es una forma de intervención, ya que el contar una historia ayuda a procesar cuestiones que no estaban claras. Se usa frecuentemente cuando el objetivo es evaluar una sucesión de acontecimientos. (Salgado Lévano, 2007).

7.2 Alcance de la investigación:

Cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando nuestro conocimiento del tema es vago e impreciso que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere, en primer término, explorar e indagar, para lo que se utiliza la investigación exploratoria (Hernández Sampieri, 2014). Por ende, esta investigación es de esta índole por dos razones, la primera es porque si bien existen algunas aproximaciones al estudio de la identidad, no se han realizado suficientes investigaciones sobre la identidad a través de las redes sociales virtuales. Y en segundo lugar, porque no se registran datos en el municipio respecto a la influencia de la plataforma virtual Facebook en jóvenes adolescentes.

7.3 Muestra o Población:

Este estudio indagó acerca de la búsqueda de la identidad en la red social Facebook, en población adolescente entre los 14 y 16 años, de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 de Puerto Berrio Antioquia. Teniendo en cuenta estudios que hacen énfasis en los aspectos de socialización, comunicación y establecimiento de relaciones interpersonales de manera global, este proyecto busca poner de relieve las tensiones que en el entorno comunicativo de las redes sociales virtuales se genera con la búsqueda de identidad. La muestra que se utilizó fue no probabilístico intencionada por conveniencia.

Para el desarrollo de este estudio se tomó una muestra de 9 sujetos que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión: 3 adolescentes por cada estrato socioeconómico del municipio y por rango de edad, quedando distribuidos así:

Tabla 1. Distribución por edad y estrato socioeconómico

Edad	Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3
14 años	1	1	1
15 años	1	1	1
16 años	1	1	1

Fuente de elaboración propia.

7.3.1 Criterios de Inclusión:

Adolescentes de 14 a 16 años de edad, de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia, que tengan internet en sus casas, con una cuenta en la red social Facebook y con autorización o consentimiento informado por sus padres de familia.

7.3.2 Criterios de Exclusión:

Adolescentes que no estén en el rango de edad, que no vivan en el municipio, que no tengan una cuenta en la red social Facebook y sin consentimiento informado de los padres de familia.

7.4 Instrumentos:

Se empleó la entrevista semi-estructurada, que se basó en una guía de temas o preguntas y el entrevistador tuvo la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información, para identificar características socio-demográficas y características del uso del Facebook, aplicada a los jóvenes que accedieron a participar en la investigación que se realizó.

El instrumento de investigación fue construido por los investigadores teniendo en cuenta los objetivos establecidos y validado por dos expertos en el tema. Además, se realizó una prueba piloto a dos jóvenes adolescentes que cumplieran con los criterios de inclusión, un joven de 14 años y

una chica de 16, y después se realizaron los ajustes correspondientes para responder a los objetivos establecidos.

7.5 Criterios éticos:

Teniendo en cuenta que toda investigación sobre aspectos clínicos especificados de la salud humana y de las relaciones sujeto de investigación-investigador, debe fundamentarse claramente cómo lo establece la Ley 1090 de 2006 (por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el código deontológico y bioético y otras disposiciones), en su Artículo 2 (disposiciones generales), numeral 2 (Competencia), numeral 4 (Anuncios públicos), numeral 5 (Confidencialidad), numeral 8 (Evaluación de técnicas) y numeral 9 (Investigación con participantes humanos).

Dicho de esta forma, todo lo anterior se relacionó en el consentimiento informado y los adolescentes que hicieron parte de la investigación junto con sus tutores legales, lo leyeron, estuvieron de acuerdo y accedieron a firmarlo para ser parte de esta investigación.

7.6 Procedimiento:

La muestra poblacional fue escogida a partir del círculo social de alcance, teniendo en cuenta que los jóvenes adolescentes cumplieran con los criterios de inclusión y exclusión. Se realizó una visita domiciliaria para hablar con los padres de familia y explicarles en lo que consistía el estudio y firmar el consentimiento informado. Luego de esto, se agendó otra visita, pero sólo con el joven adolescente participante, para proceder a realizar la entrevista semi-estructurada. Al ir recopilando

la información de las entrevistas, se vio la necesidad de volver a realizar otra entrevista a cada joven, teniendo en cuenta el modelo base de las preguntas que se tenían establecidas inicialmente, pero ahondando más acerca de la información que ellos dieron y que no se profundizó en un principio.

Luego se transcribieron las grabaciones de las entrevistas al programa Word y ahí se realizó un análisis, línea por línea y de este se extrajeron aproximadamente 300 códigos, que fueron luego agrupadas en cuatro grandes categorías que se obtuvieron, denominadas Facebook para adolescentes, yo real vs yo virtual, diferencias en la visión del mundo e interacciones.

8. RESULTADOS

A continuación, se expondrán los hallazgos acerca de las cuatro categorías obtenidas a partir de las entrevistas que se realizó a los adolescentes de estudio: el Facebook para los adolescentes, yo real vs yo virtual, diferencias en la visión del mundo y la última llamada interacciones virtuales. En la primera categoría se expondrán los usos que le dan los adolescentes al Facebook, las normas que cumplen y las que no, los medios que utilizan para acceder a ella, el tiempo que pasan conectados y también la manera en que esta red social les brinda ciertas herramientas para su desempeño en cada una de las actividades que realizan en su vida diaria. En la segunda categoría: “yo real vs yo virtual”, se contrastó la percepción propia de cada joven adolescente en su cotidianidad y en lo virtual, además de la importancia que le dan a esta red social. En cuanto a las diferencias en la percepción del mundo, se presentarán los datos obtenidos acerca de las diferencias que se encontraron en estos jóvenes usuarios de Facebook según su edad, género y el significado que le dan al Facebook y en la última categoría, se encontró todas las interacciones que realizan los jóvenes por medio de la plataforma virtual, las reacciones que hacen en la red y sus publicaciones.

8.1 El Facebook Para Los Adolescentes

La red social de Facebook llegó a ser un instrumento de gran importancia en la vida de cada uno de los jóvenes a quienes se entrevistó en esta investigación, desde el 2009 el boom de Facebook fue tan grande, que no pudieron resistirse a su influencia poderosa, pasando en su gran mayoría del anonimato a la adherencia de una red que se volvería necesaria hasta nuestros días

presentes. Los jóvenes inician una vida virtual a muy tempranas edades, las interacciones con otras personas son un proceso más acelerado y esto hace que el mundo se vea y se conozca a través de las redes de una manera casi instantánea.

Los entrevistados crearon la cuenta Facebook a partir de edades entre 8 y 13 años, con el fin de estar en lo novedoso de las redes, actualizados en la tecnología y los nuevos dispositivos celulares con sus aplicaciones. Esto se evidencia en las siguientes narraciones:

“Creo que por ahí unos 9 o 8 años. ¿Cuántos años tienes? 15 años, o sea que en el 2009 o 2010” [ESCV04].

“Alrededor de 7 o 8 años, ¿cuántos años tienes? 15, o sea que ¿a los 8 o 7 años creaste Facebook? Si” [ESVC05].

Como se puede evidenciar en la gráfica 1, entre los 8 y 9 años de edad la mayoría de los jóvenes entrevistados crearon el perfil de Facebook.



Gráfico #1. Fuente de elaboración propia.

Encontramos que los chicos a quienes entrevistamos en su mayoría decidieron crear una cuenta en Facebook con el fin de tener una forma directa para comunicarse con la familia y los amigos y estar conectados.

“Como un medio de comunicación” [DGAP09],

“Para mirar un ejemplo...comida o comunicarme con mi familia, o hacer cosas nuevas, como lo que hay en Facebook, Clasificados Puerto Berrío, hay cosas que a uno le parecen interesantes” [MCAC02],

“Para hablar con mis amigos, para ver fotos de mis amigos, de otras personas y también para estar informado de cosas que suceden ya que ahí suben también noticias” [DGJP08],

“Estar conectada y comunicada con mi familia” [MCAC02].

Ellos dicen que esta red social les permite interactuar con las familias, amigos y hasta desconocidos, que ahora llaman seguidores, donde se forman lazos con las personas con quienes se identifican y seleccionan de una manera casi elitista:

“Yo puedo estar en línea...pero si quiero contesto o no” [MCAC02],

Pero también dentro de este grupo se encontró quienes aceptan a cualquiera, con tal de tener la cantidad máxima de amigos, visibilizarse y conocer el nivel de aceptación a través de los me gusta.

“Para poder que todos los que estén interesados en conocerme lo puedan ver” [MCJO01].

“Con el fin de que las personas ehhe alcen su estado de ánimo se relajen” [MCJO01]

“Para ver cuántas personas lo han visto o les gusta que yo publique” [MCJO01].

Otro aspecto en común que se debe mencionar es que todos coinciden en que, en el momento de crear su perfil en las redes sociales, no tuvieron en cuenta la normatividad, la cual exige que solo se puede acceder a la red social a partir de los 13 años de edad y, otro punto en común es el desconocimiento a las normas del Facebook, las cuales existen pero no todos se interesan en leerlas

y profundizarlas, mostrando un gran desinterés, a excepción de uno que dijo que si les gustaría conocerla y otro que manifestó conocerla.

“Leerías la normatividad de Facebook? Si señora. ¿O le da pereza? No tengo nada que hacer. ¿Hoy no, digamos otro día? Yo lo leo” [ESCV04]

“Si, si conozco la normatividad de Facebook” [ESAA06].

En la gráfica 2, se puede observar claramente que un 11.1% conoce la normatividad de la red social Facebook, frente a un 89% que afirma mostrar desinterés en conocerla, aunque saben que esta existe.



Gráfico #2. Fuente de elaboración propia.

Entonces conocer que existe una norma, pero al mismo tiempo pasarla por alto al momento de alcanzar un objetivo, deja ver que los adolescentes no tienen en cuenta la normatividad, no hay quien realmente los regule y la red social tampoco tiene formas efectivas para ejercer esa regulación. Los criterios de inclusión para poder pertenecer a las redes son claros a la hora de establecer un tiempo y una edad, pero todos en este estudio, pasaron por alto esta norma, alterando

datos como su fecha de nacimiento, para que así su supuesta edad coincidiera con la edad permitida:

“Si, por ejemplo, a la hora de poner la edad, ahí no dice que tengo 15 años si no como 20, por lo que la normatividad me pedía más de los 16 años, entonces a la hora de crearlo me toco poner una edad que no era” [ESAA06].

“No les pedí permiso [a sus padres] porque fue algo que en su, pues que en su tiempo era lo que más estaba de moda y lo hacían todos mis amigos y entonces yo también lo hice” [DGJP08].

También debemos tener en cuenta que no existió un control por parte de los padres de familia al momento de enterarse que sus hijos ya habían creado un perfil en esta red social, aunque estos tuvieron el conocimiento de ello, no ejercieron ciertos parámetros de tiempo, de supervisión, ni les informaron de las normas que la misma red posee para sus usuarios y a quiénes deberían tener como amigos dentro de sus contactos, con el fin de evitar peligros existentes en la red. Los jóvenes narran:

“Si, si lo pedí, es más, hasta mi papá me lo creo” [ESAA06].

“Si, si me parece, es que unos amigos me lo hicieron y ya” [ESCVO4].

Podemos observar en la gráfica 3, que un 78% de los jóvenes pidió permiso a sus padres para crear la red social de Facebook, a diferencia de un 22% que no pidió permiso.

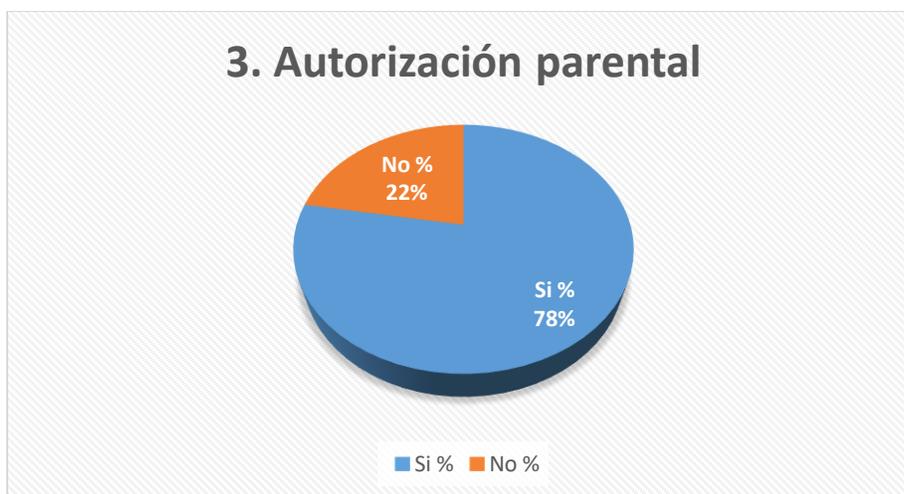


Gráfico #3. Fuente de elaboración propia.

Respecto a la red social Facebook, los adolescentes plantearon que crearon esta cuenta para aprovechar más todas sus funciones, pues tiene más usos de las que se conocen, hasta ahora solo se pensaba que funcionaba mejor como mensajería y recopilación de fotos y se encontró con una cantidad de funciones como las que citaremos a continuación:

Como tienda virtual: “en donde muestra que estoy con mi familia o algo un ejemplo, como una ayuda, o un ejemplo o estoy vendiendo esto... [MCAC02].

Para cerrarle la cuenta a alguien: “cuando le tengo que reportar la cuenta a alguien...” [DGMF07]

Para seguir famosos: “entonces la mayoría de tiempo la paso haciendo eso, compartiendo estados, estados sobre ella más que todo, sobre la cantante” [DGMF07].

Para jugar y ver fotos: “poder hablar con mis amigos y en ese tiempo eh, jugar pues en las aplicaciones de Facebook y ver fotos”[DGJP08].

Seguir a alguien de manera incógnita: “No, como hackearlo o algo así” [ESVC05].

Biografías y frases: “Para ver biografías y sacar frases de ahí” [ESAA06].

Para escribir y publicar libros: “de pronto cuando mi compañera eh, publica una foto que es la portada del libro que estoy haciendo, publica una portada, y me gusta, y publica será que pongo esta foto? ¿Para este capítulo o lo dejo...o lo dejo sin foto?” [MCAC02].

Para ver recetas: “o hay algo que dicen, mira este plato... mira la receta. métete a esta página y mira la receta, y uno como que.. ¡ay! me parece tan bacano” [MCAC02].

Como una forma para manejar el estrés y crear amistades: “es un modo de saber un poco de las otras personas de conocer a personas, a personas nuevas, de mantener en contacto con los amigos y saber, es a también es un método como de desestrés o de, para uno divertirse y cómo de mantener informado de algunas cosas” [DGJP08].

Encontramos también que los adolescentes consideran que, no solo facilitan la dinámica familiar, sino también las relaciones interpersonales, que es una manera de estar actualizados en el panorama nacional e internacional:

“es un medio que uno se puede comunicar con las demás personas y pues, es como para estar en comunicación con ellos y ver por ejemplo: noticias, deporte, comunicación a nivel nacional o internacional” [MCDM03].

Se encontró que, es en la casa desde donde los jóvenes acceden al Facebook la mayor parte del tiempo, con un 78%, casi siempre después de su jornada escolar. Y solo el 22%, en todas partes, haciendo referencia a que tienen consigo un dispositivo celular con datos, facilitándoles la conexión continua en el colegio, casa y lugares públicos. Así mismo, el tiempo que pasan conectados, según ellos, es muy poco, pero la realidad es que cuentan su tiempo a partir de estar

conversando con alguien e interactuando por la red, pero lo que no aclararon, en su mayoría, es que se mantienen conectados, aunque no estén conversando específicamente con algún otro, están pendientes de las actualizaciones de los demás y sus fotos, aunque no publiquen nada en sus propios perfiles:

“Miro que hay interesante, sino hay nada que me interese vuelvo y lo cierro, ... yo puedo estar en línea, pero si quiero contesto o no”, [MCAC02].

Según la gráfica 4, el 22% de los encuestados accede a la red social Facebook en cualquier lugar, con una gran diferencia del 78% que accede desde la casa.



Gráfico #4. Fuente de elaboración propia.

El medio favorito para acceder al Facebook es por el dispositivo celular y en la casa, esto nos habla precisamente de una forma más personalizada y fácil de acceder, es como tener la red al “alcance de la mano” y en la comodidad del hogar, para los jóvenes la tecnología cada día les va facilitando la integración con el mundo y ya no es tan común verlos en la calle buscando accesos diferentes para estar en comunicación y en la red.

“En el teléfono y en el computador” [MCJO01]

“Ah, en mi celular y en. Solamente en mi casa” [MCDM03].

La gráfica 5, nos muestra que el 37% de las personas entrevistadas para acceder a la red social Facebook utilizan sólo celular, el 26% sólo computador, el 21% celular y computador, y el 11% Tablet.

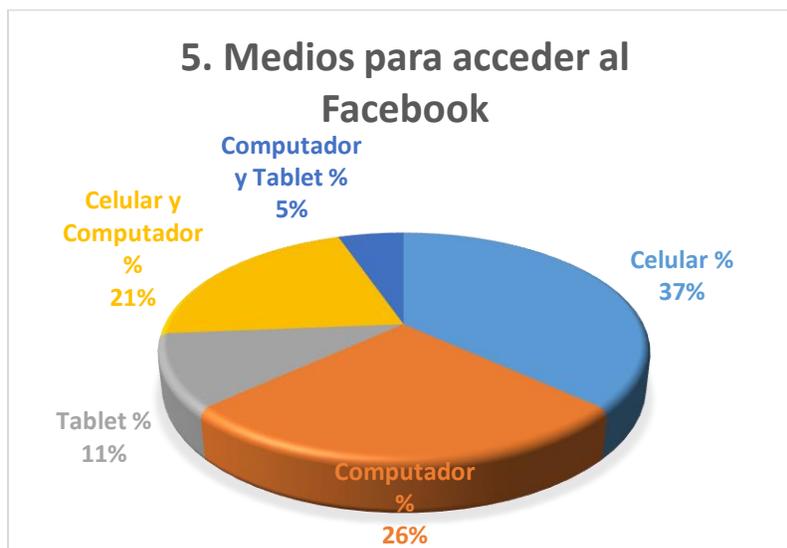


Gráfico #5. Fuente de elaboración propia.

El tiempo que los jóvenes en su mayoría le dedican al Facebook se divide de la siguiente manera: dentro de los entrevistados seis dijeron que el tiempo máximo dedicado a la red social Facebook es de aproximadamente 5 horas, dos dijeron que un promedio de 12 horas y uno que unas 16 horas máximo:

“Eh, prácticamente todo el día.[Entrevistador] ¿Cuándo te desconectas? Pues cuando tengo que hacer digamos lo de las tareas, o cuando tengo que ir a comer, eh organizar las cosas para el colegio, o tengo que salir. ¿O sea, prácticamente todo el día?” [DGMF07],

“Jum!!! Todo el día” [ESCV04],

“Por ahí unas 3 horas, pero no 3 horas seguidas sino como repartiditas” [DGAP09].

En la gráfica 6, el 67% de las personas entrevistadas pasan alrededor de cinco horas conectadas al día, el 22% 12 horas y el 11% 16 horas.



Gráfico #6. Fuente de elaboración propia.

También se encontró en esta investigación que algunos de los jóvenes crearon algún perfil falso, esto con el fin de realizar seguimientos en líneas de manera incógnita o lo que llamamos “stalkear” o también para cerrarle la cuenta a alguien, además para jugar y para molestar a los amigos:

“cuando necesito hacer algo por emergencia, cuando le tengo que reportar la cuenta a alguien” [DGMF07]

“para jugar en Facebook y otras veces para molestar a mis amigos ¿molestarlos cómo? pasándome por otra, otra persona” [DGJP08].

También se corroboró con las entrevistas que no todo lo que aparece en los perfiles de las personas es verdadero, haciendo referencia a datos personales, situación sentimental, lugar donde vive y edad:

“[Entrevistador] La información que tienes en tu perfil de Facebook es real? Cincuenta por ciento no es real. Porque las personas quieren muchas veces, se meten al perfil de uno, como para conocerlo para saber dónde viven, con quién viven, entonces no, por eso tengo... Hay cosas que no son reales” [MCAC02].

En la gráfica 7, se puede observar que el 33% de los entrevistados han creado algún perfil falso en relación con el 67% que dijeron no haberlo hecho nunca. En la gráfica 8, el 44% de los entrevistados manifestaron haber brindado alguna información falsa, en relación con el 56% que dijo no haber brindado información falsa en su perfil.



Gráfico #7 y #8. Fuente de elaboración propia.

Otro uso que le dan a esta red social, es el de observar publicaciones donde agreden a otros, inclusive ver videos donde asesinan personas, a tal punto de inscribirse a estas páginas solo para ver este contenido, pero no toman ninguna participación, solo el de observar.

“Pues es como para mirar por ejemplo si uno le da importancia a otra persona entonces para mirar que ha subido, el día que ha hecho, las fotos que sube, estar más pendiente de ella. ¿Y de pronto como para leer noticias del mundo? Para ver memes, a mí no me gusta ver noticias del mundo (risas). ¿Y videos? Si, videos de sí. ¿De qué? De manes que matan ahí. ¿Cómo así? De una página ahí que de Siria y suben esos manes matando a otro entonces yo veo. ¿A usted le gusta? Si yo veo. ¿Y cómo se siente cuando ve esos videos? Bien. ¿Y usted comenta algo en esos videos? ¿No, no, no, no. ¿Y por qué no? Yo los veo, pero no los comento. ¿Y por qué no? No, no me gusta. ¿Y por qué? Porque yo veo, más no opino. ¿Y cómo le parece con eso que maten ahí? Mal hecho, pero me gusta verlos (risas)” (ESCV04).

En síntesis, los adolescentes crearon el Facebook con el fin de estar en sintonía con sus pares y sin importar las normas de esta red social, decidieron crear sus cuentas aun sin cumplir la edad mínima requerida por la plataforma virtual; el uso que le dan los jóvenes al Facebook son variados, pues esta plataforma virtual es utilizada como un medio de comunicación, recetario, noticiero, hasta un medio por el cual se pueden realizar bromas a otros. Gracias al fácil acceso a internet, los jóvenes pueden ingresar con mayor facilidad al Facebook sin importar en el lugar en el que estén sea colegio, parque, entre otros, causando que los jóvenes dediquen muchas horas de su día en esta plataforma; además de que los dispositivos electrónicos con los que cuentan para entrar a sus perfiles virtuales como celular

y Tablet, dificultan para los padres de familia ejercer algún control en sus hijos acerca del uso que le dan al Facebook

8.2 Yo Real Vs Yo Virtual

Esta categoría hace referencia a los rasgos de cada persona, que se comienzan a construir en la adolescencia y son producto de la búsqueda de aquellos atributos peculiares que constituirán su ser, el estilo de pensar, sentir y actuar, se basarán en los patrones adquiridos, según las experiencias e interacciones que la persona haya vivido con el medio.

En los nueve adolescentes entrevistados se encontraron rasgos exclusivos de cada uno de ellos, pero también características comunes en relación al Facebook. Los jóvenes actualmente no solo buscan su identidad por medio de las relaciones personales que entablan con los otros, ni por los patrones establecidos culturalmente, ni las enseñanzas inculcadas en sus hogares por medio de sus figuras de autoridad, sino que además de toda la diversidad que tiene el mundo real, pasan horas de sus vidas en una red social que los une a las personas, tanto del medio social cercano como a personas de otros lugares del mundo.

Entrevistador: “¿Cuánto tiempo al día le dedicas al Facebook? Entrevistado: Eh, prácticamente todo el día” (DGMF07).

Entrevistador: “¿Tú dices que ella era tu mejor amiga, era de acá? Entrevistado: No, no. Entrevistador: ¿ah, virtual? Entrevistado: Si, si” (DGMFO7)

Los adolescentes manifestaron que toda la información que tienen en sus perfiles de Facebook es real, y que la única información falsa que han brindado, ha sido en la edad y lo hicieron solo para poder crear el Facebook.

“¿Has brindado información falsa en tu perfil de FB? No, pues ahora no, antes sí.
Entrevistador: ¿Cómo antes en qué? La edad y ya” (DGAP09)

En la gráfica 9, se observa la puntuación de importancia que le dan los adolescentes a Facebook, siendo 1 no importante y 10 muy importante; el 22,2% dieron una puntuación de 3, el 33,3% de 4, el 11,1% de 5, el 22,2% de 7 y solo el 11,1% dieron una importancia de 10 al Facebook.

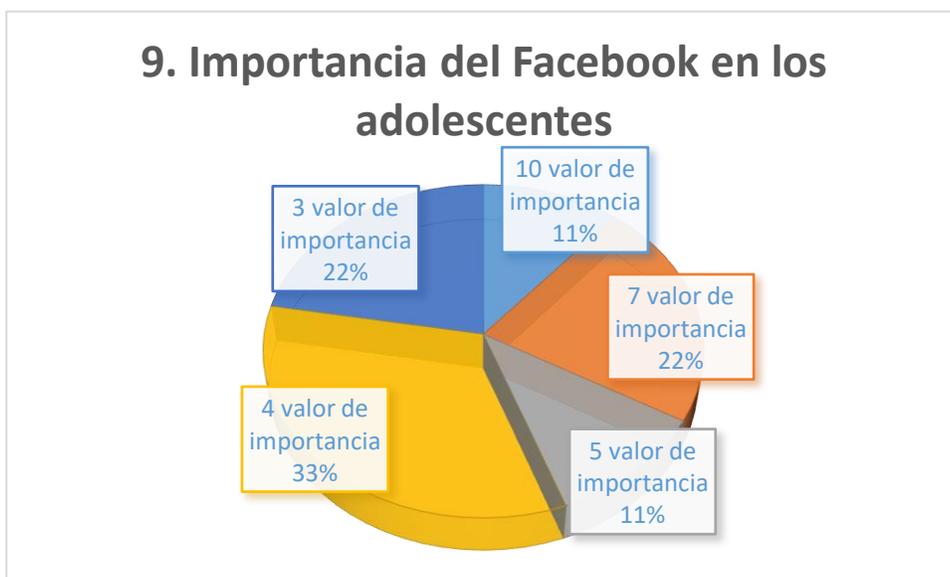


Gráfico #9. Fuente de elaboración propia.

Se encontró que esta plataforma virtual es de importancia para los jóvenes, aunque sea para ellos difícil de expresarlo explícitamente. Uno de los participantes refiere:

“Yo diría que un cuatro, porque Facebook pues ya no lo utilizo tanto como antes, porque ya utilizo más como otras redes sociales. Entrevistador: ¿Cómo cuáles? Por ejemplo, WhatsApp e Instagram son las que más se utiliza. Entrevistador: ¿qué tiene Instagram que no tenga Facebook? Es un poco como, pues primero, que todo en este momento es como lo más pues, como lo que la gente más utiliza y es como más eficiente o como más fácil de manejar que Facebook, me parece. Entrevistador: ¿Y por qué no cierras el Facebook que tienes, sí pues ya utilizas otro y es Instagram lo que más están utilizando? Yo creo que porque pues a Facebook, aunque no le de mucha importancia, si recurro a él de vez en cuando, para saber de las otras personas, ya que en Facebook es más fácil ver fotos o saber más a fondo de algunas personas, que por ejemplo el Instagram, ¿o sea que Instagram se podría decir que es más superficial? Sí, el Facebook es para conocer como más a fondo a las personas (DGJP08).

En la gráfica 10, se observa la puntuación de la congruencia entre el yo real y el yo virtual de los adolescentes.



Gráfico #10. Fuente de elaboración propia.

Cada interacción con el otro, las opiniones y los reforzadores que se encuentran en esta red social, influyen y hacen parte del proceso de búsqueda de identidad que viven los adolescentes en esta etapa. Se encontró que, la mayoría de los jóvenes, según sus anécdotas, muestran congruencia entre su yo real y virtual. Sin embargo, para una minoría, encuentran en este espacio liberación que les permite mostrar facetas diferentes que en la vida real no se atreverían hacerlo, quizás porque no encuentran en su medio físico gustos y personas con quien compartir sus intereses, pero que, en esta plataforma, sin fronteras, logran encontrar un lugar para ellos y ser quienes dicen ser realmente. Además de que Facebook permite el anonimato y no van a ser juzgados, por lo que uno de los adolescentes refiere:

“Yo en Facebook, [soy] muy sociable, me libero, digo todo como al azar, pero en esta vida soy muy antisocial, solo la tengo a ella y a otros cuatro pendejos más. Eh, me da miedo hablarle a una persona. Eh, no soy como tan expresiva acá, pero como esto es de una red social, pues sí, pues yo lo veo como, pues, como no me van a ver y no me van a decir nada, entonces pues. Y, además, porque no tengo a nadie del salón agregado”. “Entrevistado: ¿no tienes a nadie del salón agregado en el Facebook? Entrevistado: ahhh no, aparte de ella y otras 2 compañeras; porque ellas me entienden las cosas que hago y aparte como me critican por la forma de que, ¡ay! usted conoce tanta gente en el internet.” (DGMFO7)

No se encontró ningún joven que dijera explícitamente que imita alguna conducta de otros usuarios del Facebook, como una forma de decir que ellos son autónomos y auténticos y si lo hacen, lo hacen por voluntad propia, con libertad y porque les gusta e interesa. En sus narraciones se expresa:

“Ah no, no, pues la verdad no me gusta seguir como mucho esas tendencias ¿Por qué? Um, algunas me parecen bobas, um, pues, simplemente no quiero ser como, ¡ay! la que hizo esto, no. ¿Cómo cuales le parecen bobas? Pues, por ejemplo todo el mundo quería como el filtro de Snapchat del perrito, hay no, o, mm, que más, o si la del besito, um o así, pues signo de amor y paz, pues ahora lo hago porque sí quiero, porque pasó de moda, pero no lo hago cuando está en tendencia.” (DGAP09)

En la gráfica 11, se observa que el 77,7% de los adolescentes entrevistados respondieron no importarle la imagen que se hacen los otros de ellos, y solo el 22,2% reconocieron que les preocupa la imagen que tienen los demás de ellos.



Gráfico #11. Fuente de elaboración propia.

No obstante, se encuentra en algunos una preocupación por la imagen que puedan proyectar en la red social. Sin embargo, no solo existe un interés por la opinión del otro en ese mundo virtual, sino que es un aspecto que también existe en el mundo real. Es más, se encontró que algunos jóvenes muestran una actitud más fuerte en este espacio virtual frente

a las opiniones del otro, pues encuentran reforzadores positivos en Facebook, promoviendo en ellos habilidades para la vida.

“Sí, porque de igual en Facebook me pueden dañar la imagen como en la vida real”
(DGJP08)

“pasaron 2 días que, y yo me resigné, pero porque yo tengo que hacerle casos a otras personas, si no les gusta o si les parece que robo, pues de malas, ¡elimíneme!; entonces decidí abrir la cuenta y les dije que no me importaban los comentarios que hicieran y de esa publicación llegué a tener aproximadamente 585 comentarios, en donde varia gente, seguía peleando por eso mismo, otros que se atrevieron a defenderme contra otros que me acusaban”
(DGMF07).

En síntesis, se puede decir que los adolescentes entrevistados pasan unos tiempos considerables conectados al Facebook y que, en ese tiempo, tienen interacciones intensas, como por ejemplo, uno de los jóvenes manifiesta que su mejor amigo es de Facebook y que no es geográficamente cercano. Además, manifiestan que la totalidad de las publicaciones que colocan en sus perfiles sobre ellos es real y no imitada, encontrando una congruencia entre su yo real y su yo virtual proyectado. Uno de los jóvenes refiere que no le gusta seguir las tendencias, pero no es el caso de todos. Sin embargo, en relación con la importancia que les dan a las opiniones de los otros (amigos), los adolescentes refieren que les dan poca importancia, pero existe una preocupación en algunos, de que su imagen no se vea dañada por los comentarios de otros. En esto se evidencia que si es importante para ellos tener una imagen positiva ante los otros. Por último, uno de los participantes refiere que se muestra

distinto en Facebook (más sociable), dado que en esta plataforma los amigos no lo ven y no lo juzgan, en comparación con su vida real, en la cual dice tener pocos amigos e interacciones.

8.3 Diferencias En La Percepción Del Mundo

En esta categoría se encuentran los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los jóvenes participantes, acerca de la visión del mundo que tienen estos y las diferencias que existen de esta percepción según la edad, el estrato socioeconómico y el género.

En cuanto al significado que cada uno le da al Facebook, no existe una distinción entre edad, estrato o género, pues todos los jóvenes proporcionaron una respuesta similar en este ítem. Para la mayoría el Facebook es un medio de comunicación y una herramienta para conocer gente:

“Solamente como un medio de comunicación” [DGAP09]

“Pues yo digo que Facebook para mí es como una red más aparte de conocer gente de otras partes” [DGMF07]

El concepto que tienen los jóvenes acerca de lo que es el Facebook, es una definición tomada y moldeada por la sociedad, a excepción de uno solo, que como diría el autor Rogers, tuvo la determinación de romper con lo aprendido socialmente y construyó su propia definición, puesto que manifestó que el Facebook para él es como un diario:

“Es un diario que muestra la vida de uno, las fotos que uno sube, que sí, que viaja ahí le aparece que está viajando a otro lado, que es lo que ha hecho y ya” (ESCV04)

En cuanto a la percepción que tienen acerca de si creen que son modelos de imitación para los demás, se encontraron diferencias en relación a la edad, pues los jóvenes de 14 años, no creen que los demás imiten sus conductas, pero justifican su respuesta con base al “deber ser”:

“Pues cada uno debe tener, eh, escribir o hacer lo que ellos piensan, no copiarse de nadie.” (MCJO01).

A diferencia los adolescentes de 16 manifestaron explícitamente que si son o no imitados por los otros, reconocen la responsabilidad que tienen de publicar algún contenido importante o aburrido:

“Pues si porque prácticamente todos en mi Facebook son como unos “postereros”, publican sobre su cantante favorito, son cantantes como digamos de Estados Unidos, entonces digámoslo siempre tengo, la mayoría de gente que tengo en mi Facebook son amantes a la cantante a la que yo, digámoslo, dedico los estados, entonces, por lo tanto, ellos también roban información de la que yo hago” (DGMF07).

“No, no lo creo. [¿Por qué?] Pues, porque, por lo mismo, creo que soy una persona que no sube como tantas cosas” (DGJP08).

Por último, algunos de 15 años, manifestaron que los otros sí imitan sus conductas, y los que no, no descartan la posibilidad de que pueden ser imitados por el otro:

“Pues no sé, la verdad no he visto, pero puede que lo hagan” (ESVC05).

Como se puede evidenciar en la gráfica 11, el 55,5% cree que los demás si imitan sus conductas de Facebook, y el restante 44,4% dice que no.

11. Los demás imitan tus conductas en facebook



Gráfico #11. Fuente de elaboración propia.

En estas categoría surgió también una sub categoría la cual se denominó popularidad, que es la visión que tienen los jóvenes acerca del nivel de popularidad varía según diversos criterios, el número de “likes”, el tiempo transcurrido entre la publicación y el número de “likes”, el número de contactos que tienen en la red social Facebook y de género y estándares de belleza en la persona. Para algunos el nivel de popularidad es a partir de más de 100, 200 “me gusta”, pero para otros una publicación se hace popular a partir de 60:

“La mayor parte son fotos mías que llegan como a 100 me gustan. [¿Y eso no te parece popular?] A otras fotos que yo he visto, pues no. [¿Cómo que fotos?] Pues de otra gente. [¿Y cómo cuantos me gustas tienen?] Como 200, 250, 300” (ESVC05).

“Yo creo que la más popular ha sido como de, entre 60 y 70 me gustas” (DGJP08).

En la gráfica 12, se puede observar que para el 55,5% de los jóvenes entrevistados, una publicación de menos de 100 “likes” es no ser popular, y el 44,4% dijeron que para ser popular debe una publicación tener más de 100 “likes”.

12. Popularidad segun los likes en una publicacion



Gráfico #12. Fuente de elaboración propia.

No obstante, para otros la popularidad se mide desde un criterio más exigente, pues no vale la cantidad de me gustas que se obtengan, sino el tiempo transcurrido desde la hora que se realizó la publicación y la cantidad de me gusta que se han adquirido en ese tiempo:

“Yo me fijo en el tiempo, digámoslo 10 minutos, una publicación, si en esos 10 minutos no hay como, un ejemplo [...] 30 me gusta, entonces, está bien la dejo, pero si hay una publicación que hace 10 minutos y apenas tiene 5 me gusta, automáticamente la elimino” (DGMF07).

Y otros, creen que las personas que son populares en Facebook es debido a que tienen muchos amigos, más allá de lo interesante o no que pueda ser una publicación:

“Muchas veces son personas que tienen demasiados amigos en Facebook, tienen la cuenta pues con los máximos amigos” (DGJP08).

Además, se encontró una diferencia de género y de estándares de belleza, pues según lo narrado por los adolescentes, las publicaciones de las mujeres son las que llegan a niveles de popularidad más elevados, al igual que las publicaciones de hombres considerados socialmente “guapos”:

“Porque son personas interesantes o mujeres muy bonitas o hombres también así, guapos” (DGJP08).

Esto es debido a que los hombres reaccionan con más facilidad a las publicaciones de las mujeres:

“Sería como a fotos de amigas de amigas que salen muy bonitas o de pues, algunos amigos que pues, que estén haciendo algo inusual pues se tomaron esa foto como algo inusual” (DGJP08).

Las mujeres, a diferencia de los hombres, tienen otros criterios para reaccionar a una publicación, sin embargo, no tienen un vínculo con el género:

“Todo lo que yo veo en mi inicio, le doy me encanta o a veces le pongo me gusta solamente” (DGMF07).

En la gráfica 13, el 33,3% de los adolescentes creen ser populares y el 66,6% restante cree que sus publicaciones de Facebook no son populares.

13. Popularidad de las publicaciones



Gráfico #13. Fuente de elaboración propia.

En síntesis en esta categoría se pudo encontrar que las percepciones que estos jóvenes tienen acerca del Facebook es que es un medio de comunicación para conocer otras personas, relacionarse con familiares lejanos, un medio por el cual pueden desestresarse y una especie de diario donde pueden estar informados acerca de los acontecimientos del mundo. También, se describieron los criterios que ellos tienen acerca de qué es ser popular en esta red social, si lo son o no, los motivos por los cuales creen que algunos usuarios de esta plataforma virtual llegan a ser populares y si creen ser puntos de referencia para que los demás los imiten. Además, se señalan diferencias de género, edad y estrato socioeconómico en cuanto a la visión que tienen acerca de estos significados.

8.4 Interacciones Virtuales

Los adolescentes en su rol como participantes de la red social Facebook se mueven en un mundo virtual donde las interacciones suceden a través de una pantalla, ya sea desde su celular, Tablet o computadora, acercándolos y estando al tanto de lo que sucede a su alrededor. Pero no todo es color rosa, existen peligros y esta red social no es la excepción, aunque los adolescentes identifican algunos riesgos como abusos, malos tratos, violaciones, secuestros, peleas, entre otros, desconocen los peligros que implican la publicación de la información privada como el plagio de identidad, amenazas y extorsiones. Los adolescentes refieren:

“Citan a las peladas y se las roban y las violan o también para formar peleas” (ESCV04)

“Abusos pues así, amenazas, eh, malos tratos [...] Ya, pues, esos son los que conozco” (ESVC05)

“Violación a menores, secuestro, los matan, porque esas personas crean una cuenta falsa, entonces las niñas se creen ese cuento. ¿Nos vemos en algún lugar?...Y así” (ESAC06).

En la gráfica 14, se puede evidenciar que el 89 % de los entrevistados manifiestan saber cuáles son los peligros, mientras que el 11 % dice no conocerlos.

14. Conoces los peligros del Facebook

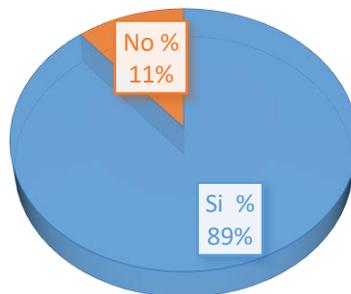


Gráfico #14. Fuente de elaboración propia.

Además, estos peligros, los han conocido por medio de los medios de comunicación, en donde han visto situaciones que le pasan a otros y se evidencian los riesgos que se puede correr en las redes sociales y las consecuencias que deja, si no se tiene un uso responsable. Debido a esto, algunos adolescentes refieren que han optado por tomar medidas de prevención, como lo es tener un perfil con acceso limitado a la información personal y también como una forma de tener el control de su perfil. Los adolescentes refieren:

“Que uno ve en las noticias, ahí, por el televisor” (ESCV04).

“Es privado. Porque no me gusta que las demás personas vean, mi perfil, mis fotos, las cosas privadas mías, no me gusta” (ESAC06).

“La mayor parte de mi Facebook es privado, solo lo puedo ver yo. Lo que tengo privado es la última conexión de Messenger. Eh, hay veces pongo fotos que no me gustan que las vea el público, solamente yo. Hay veces las fotos de perfil que también las pongo privadas para que no le den me gusta, ni nada. De esas cosas así son las que tengo privadas. Hay veces, una vez, sino que lo quite porque mi mamá me dijo. No, no me daban para que me publicaran en

la biografía, así me tuvieran de amigo, pero lo tenía todo privado todo, pero lo quite porque mi mamá me iba a publicar una vez en un cumpleaños y no pudo, entonces me dijo que lo quitara. [¿Por qué tenías eso así?] Porque a mí no me gustan que vean, la gente es muy chismosa y muy odiosa al mismo tiempo. [¿Por qué? ¿Qué te han hecho?] Pues a mí no me han hecho nada, sino que yo digo que la gente es muy chismosa y muy odiosa, porque pueden que le cojan esa información a uno y le hagan cualquier cosa. Ah, yo sé dónde vive usted, se cuántos años tiene [¿Más qué todo lo haces por seguridad?] Sí”. (ESVC05)

Sí. Porque es público? Para poder que todos los que estén interesados en conocerme lo puedan ver. (MCJO01)

Si. ¿Por qué? Pues me gusta que las personas vean las cosas que uno comparte, pues para que ellas sepan lo que uno hace, lo que uno le divierte o lo que uno no le gusta. (ESCV04)

En la Gráfica 15 se puede observar que, en cuanto a si el perfil de Facebook es privado un 44 % dice tenerlo de esta forma, a diferencia del 56 % que lo tienen público.



Gráfico #15. Fuente de elaboración propia.

En cuanto a las experiencias que han tenido los adolescentes en las redes sociales, la mayoría son descritas como positivas, debido a que estas han generado emociones satisfactorias, han dado paso a que sientan aceptación por parte de los otros y también son reforzadores de su autoestima a través de los “likes”.

“Fue un, fue como un... Párrafo pequeñito entonces decía disque, un amigo me etiquetó a mí y decía disque, el triste fallecimiento de mi amigo Andrés y que yo no sé qué, y que por favor llevar donaciones de plata, así sea un carrito, oro, etc., Decía que perdóneme la molestia, él está vivo pero está mal de plata y quiere un carrito o una moto, a todo el mundo, a unos le dieron gracias, a otros me entristece y otros se enfadaron ahí. [¿Y tú qué hiciste?] Nada, seguir el juego, pero pues lo hicimos pues, por charlar. [¿Y te escribieron a ti algo por la publicación?] Sí, pero yo había cerrado el Messenger, lo había desactivado, no sabía que me habían llegado mensajes, pues porque él me dijo que lo desactivara y ya y cuando lo abrí un poco de mensajes. [¿Qué decían los mensajes?] Que enserio necesita que yo no sé qué y yo no, no, no, eso era charlando [¿Cómo te sentiste con esto que hiciste?] Bien, feliz, me divierte. [¿Entonces podemos decir que las cosas que haces con tus amigos es molestar?] Si, si joder, coger de parche a la gente”. (ESCV04)

“Ah las publicaciones que me hicieron el día de mis 15 [¿Qué te publicaron?] Pues mensajes así lindos, collages así con mis amigos, palabras bonitas. [Y cómo te sentiste con eso?] Bien, súper bien”. (ESVC05)

Por otra parte, en relación a la interpretación de las reacciones que se utilizan en Facebook, se puede observar que esto sirve como búsqueda de identidad por parte de los jóvenes, donde podemos percibir que los “me gusta” son interpretados como aceptación por parte de los

demás y como una demostración de interés hacia quien lo recibe. El “me divierte” es interpretado dependiendo de la persona que lo expresa. El “me enfada” y “me entristece” es señal de empatía. Y, por último, las reacciones “me asombra” o “me encanta” son percibidas como extremas.

El “me gusta” implica algo más allá de la función que tiene, es percibida como un medidor de interés y aceptación, a esto se debe que constantemente observen cuántos “me gusta” poseen sus publicaciones y quiénes han reaccionado de esta manera y también utilizan con el fin de que sus publicaciones vuelvan a aparecer en el inicio de sus contactos y así recibir más me gusta

“[Me gusta. ¿Son las que más tienen?] Si, de por sí, es lo que la gente más da y no sé por qué. [¿Y por qué?] [Risas...] Mínimo porque le tienen que gustar” (ESVC05).

“Si, algunas veces, ah no pues, puede que a uno le interese esa persona y saber qué persona le está dando like o la están retacando. Una amistad grande, como ser muy amigos, pues, con algunas amigas se tiene un vínculo muy grande, un vínculo como amoroso” (ESCV04).

En cuanto a “me divierte” es percibido dependiendo del tipo de publicaciones y de quién se reciba; si se trata de una persona conocida o cercana, se interpreta de manera positiva y de agrado, pero si procede de una persona desconocida o poco cercana, este se toma como algo negativo, ya sea una burla o como una forma ofensiva.

“Hay gente que le da rabia que le den me divierte a sus fotos de perfil, pero yo a veces me tomo el tiempo de revisar las reacciones de mis fotos y resulta que hubo alguien que le dio me divierte. ¡Ah sí! Venga yo también se lo devuelvo, pero se lo devuelvo por 3 veces, entonces esa gente se enoja, se enoja, entonces, hace lo mismo, entonces, por eso yo uso el

me divierte cuando alguien le da me divierte, pero a mis fotos porque a los estados no, porque yo a veces publico chistes y eso es lo más normal” (DGMF07)

“Ah, porque uno no sabe qué persona le da me divierte a las fotos de uno, pero lo tomo como algo positivo, como un me gusta, normal” (ESCV04).

“¿Le das “me gusta” a tus propias publicaciones? Si y también a mis fotos, todo lo que yo subo le doy me gusta y también me encanta (risa) ¿y por qué? Ah para que aparezcan en el inicio del muro de mis amigos. ¿Y para qué? Amm pues para que ellos le den me gusta”, (DGMF07)

Sin embargo, se pudo evidenciar, que los adolescentes que se consideran alegres, afectos positivos, extroversión, tienden a utilizar esta reacción ante cualquier publicación, ya que tienden a percibir el mundo de una manera positiva y por eso desean compartir estas emociones positivas y que los demás lo perciban de manera igual.

“Alegría, ah y a algunos les encanta, porque yo toda la vida he sido pues muy, muy pato y me gusta compartir esas imágenes que le de risa a toda la gente, me gusta estar alegre y les encanta porque a las peladas les gusta” (risas). (ESCV04)

“Sí, pero lo que más me divierte, porque todo el día me la paso riéndome, pues a veces no estoy triste, siempre alegre” (ESCV04).

En cuando a las reacciones “me enfada” o “me entristece” se ha observado que tienen similitudes, ya que generan en los adolescentes entrevistados cierta empatía o solidaridad por el dolor ajeno o injusto, y así manifiestan su apoyo hacia el otro.

“A los videos así que yo vea pues que, así como maltrato me da mucha rabia y si reacciono así” (ESVC05).

“La mayor parte de “mi entristece” son a publicaciones de una profe de mi colegio, pone fotos del esposo que se le mató con la bebé recién nacida, entonces a mí me da mucha tristeza, entonces a ese si le doy me entristece” (ESCV05).

Las reacciones “me asombra” o “me encanta” no son de uso frecuente, ya que son percibidas como extremas y su uso debe darse para publicaciones o casos extremos:

“Rara vez, ya lo dije, tiene que ser un caso extremo. Como, por ejemplo, que me pongan algo bien bonito por así decir, yo le doy me encanta y ya así que, por ejemplo que me colocaron a ver (Expresión facial de sonrojarse)... Yo le doy me encanta así a fotos de mis amigas y ya, pero que a mí me guste que sea un caso extremo” (ESVC05).

Por otro lado, existen interacciones que se dan cuando los jóvenes se unen a grupos por intereses comunes, académicos, por identificación de géneros, ocio, entre otros. Inicialmente, manifiestan que a través de estos grupos se ha hecho posible compartir tareas y trabajos para un ámbito educativo. También, la interacción que allí se da, ha dado paso a que los jóvenes tengan proximidad con sus familiares que no se encuentran cerca geográficamente; así mismo, estos grupos permiten que se organicen actividades de entretenimiento como lo es: organizar la planeación de eventos deportivos, salidas con los amigos, es decir, actividades de entretenimiento que se pueden planear a través de las redes sociales, pero que su participación en ellas, se da únicamente a través de los encuentros que requieren contacto físico.

“A varios, dos del salón y uno ahí de los pelados donde vamos a jugar a la sintética. Con el fin de mandarnos la copia de las tareas cuando no ha hecho, ahí manda la foto y para cuando nos vamos a integrar a ir a jugar” (ESCV04)

“Al del salón para cosas académicas, ah el de clasificados Puerto Berrio para ver lo que montan, a páginas de novelas para verme los avances y ya de resto no”. (ESVC05)

En síntesis, los adolescentes en su afán de interactuar en dicha red social desconocen o no le llama la atención saber o informarse sobre la normatividad de Facebook, pero conocen a cabalidad cuales son los riesgos que se pueden presentar, tomando medidas preventivas como lo es tener cierta privacidad en su información personal. Las experiencias que han tenido en dicha red social son de cierto modo positivas, haciendo que estas conductas sean más repetitivas, adoptándolas para sí mismo; en cuanto a los hombres son más abiertos y no son tan precavidos a la hora de aceptar o compartir información, esto con el fin de conseguir más amigos y que los demás se den cuenta lo que hacen u comparten en la red; lo contrario a los de sexo femenino, debido a experiencias vivenciadas en la red social o por el simple hecho de que un desconocido no pueda tener fácil acceso a la información de sus perfiles.

9. Relación De Las Categorías

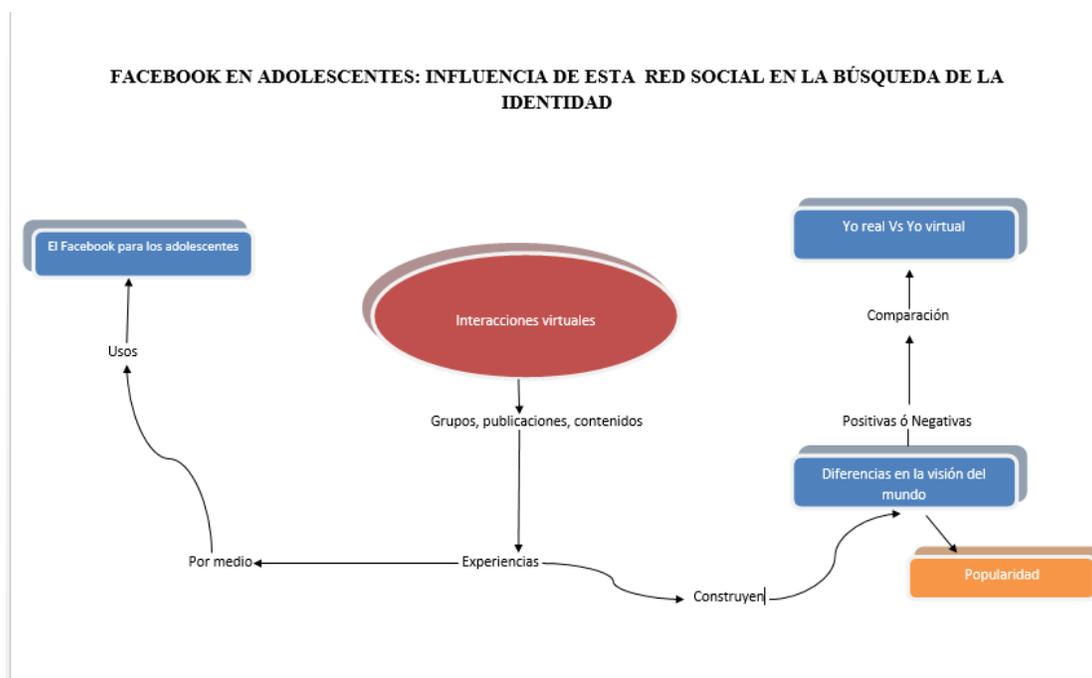


Gráfico #16. Fuente de elaboración propia.

Al obtener las entrevistas de los participantes de la investigación, surgieron cuatro grandes categorías: el Facebook para los adolescentes, yo real vs yo virtual, diferencias en la visión del mundo y en esta, una subcategoría de popularidad e interacciones virtuales. Luego de un análisis riguroso a cada categoría, encontramos que la categoría central de esta investigación es: interacciones virtuales, pues la adolescencia es una etapa caracterizada por la influencia que ejercen las relaciones que los jóvenes establecen con los demás en el diario vivir y van dejando huella en ellos.

Actualmente con la creación de plataformas virtuales como el Facebook, los adolescentes han creado mundos virtuales, donde pueden interactuar con el otro por medio de

publicaciones, mensajes y reacciones con personas cercanas a ellos que pueden ser conocidos o desconocidos. Estas interacciones que tienen con los contactos de su perfil de Facebook, crean experiencias virtuales para los jóvenes que los impulsan a construir visiones acerca del mundo: intereses, gustos, pensamientos, entre otros.

A partir de estas experiencias, si llegan a ser positivas o negativas por medio de esta red, el adolescente al estar en la búsqueda de su identidad comienza a tener visiones de lo que lo rodea y de sí mismo. Los adolescentes están en interacción constante con sus amigos y familiares, en estas interacciones ellos comparten intereses gustos, afinidades y crean grupos, en los cuales se pueden evidenciar que buscan aceptación y reciprocidad del otro, a través de los “me gusta” y otros estados que se comparten. La mayoría ha tenido experiencias positivas, sin embargo, en algunas narraciones se evidencian los conflictos entre ellos.

Según los adolescentes, la red social Facebook no influyen de manera significativa en su búsqueda de identidad; sin embargo, en algunos fragmentos de sus narraciones se observa que sí existe una fuerte influencia de esta red social en la identidad, sobre todo que es un medio a través del cual interactúan con sus figuras significativas (sus pares y familiares) y están alimentando constantemente sus perfiles, compartiendo información personal como fotos, lugares donde están, intereses, cantantes favoritos, es decir, están compartiendo una identidad virtual con los otros y dándola a conocer. Pero no sólo esa identidad está construida por sus publicaciones, sino que depende de la aceptación o número de “me gustas” que le den sus amigos. Es en este punto en el cual se muestra que la búsqueda de la identidad de estos adolescentes está mediada por los otros, por el número de “me gusta” que le dan los amigos o seguidores en sus publicaciones de Facebook.

Los adolescentes buscan que sus perfiles sean aceptados y validados por sus amigos a través de los reforzadores como “me gusta”.

Así mismo, la búsqueda de identidad en este grupo de adolescentes está marcada por los aspectos positivos, lo que es valorado como agradable por los otros; pero lo que es negativo o poco valorado se elimina del perfil, evidenciando una búsqueda de aceptación y reconocimiento sólo de lo “positivo”.

En este punto, se podría contrastar con los postulados de Roger que plantea que los adolescentes buscan la congruencia entre su sí mismo real y el ideal. En los sujetos de este estudio, la forma de establecer esa congruencia es eliminando lo negativo o poco valorado, pero según Roger este sería un mecanismo inadecuado dado que no permite la integración de los aspectos negativos, sino que los reprime y elimina de sí, lo no aceptado por otros, por los cánones establecidos por la sociedad, desvalorizándose y negando una parte de sí.

Por otra parte, también se puede relacionar con la identidad en Bauman, quien postula que esta es líquida, que se presentan cambios y que es maleable, dado que las personas, en este mundo posmoderno, tienen diferentes identificaciones con diversas personas en sus relaciones. Y esto es un poco lo que se presenta con los adolescentes de este estudio, quienes se identifican con los rasgos que son valorados por sus pares. A pesar de realizar publicaciones que ellos consideran importantes para sí mismos, sino reciben la aprobación de un determinado número de “likes” entonces no tiene valor, para los otros, y se elimina y se cambia por otra foto, otra frase, otro estado, que permita la identificación fuerte con el otro.

10. DISCUSIÓN

Los siguientes datos hacen relación a investigaciones que nos sirvieron o permitieron una parte importante, para dar iniciativa a nuestra investigación “Facebook en adolescentes: Influencia en esta red social en la búsqueda de la identidad”, la cual es pertinente hacer una comparación con los datos arrojados de la nuestra.

Iniciaremos con la investigación desarrollada por Castañeda y Camacho (2012), donde nos dice que el 84% de los encuestados respondieron que saben acerca de las opciones de privacidad, sin embargo, tienen su perfil abierto a amigos de amigos, en relación a nuestra investigación el 56 % manifiesta tenerlo público y un 44 % que decide tenerlo privado, pero esto con el fin de que otras personas, que no sean cercanos, no tengan información que para ellos les pueda afectar, optando así como un mecanismo de control a esos peligros que se presentan en las redes sociales y por ende no quieren ser víctimas.

En cuanto a lo que les preocupa, el 75% les preocupa la imagen que puedan hacerse las otras personas de ellos, debido a lo que publiquen en la red. Pero un 26% coincide en que no les preocupa la imagen que los otros tengan de ellos. En comparación con nuestra investigación un 77,7 % manifiesta que no les preocupa lo que los demás piensen de ellos o cómo los vean, a diferencia de un 22,2 % que, si les puede llegar a afectar lo que piense el otro, aquí se puede ver que los datos arrojados son diferentes.

Por otro lado, en el mismo estudio de Castañeda y Camacho, donde el 54,9% de los encuestados no creen que los demás ejerzan mucha influencia sobre ellos, un 20,1% reconoce que está muy influenciado por el contenido y los comentarios publicados por sus amigos. Sin embargo, sólo el 28,1% creen tener influencia sobre sus amigos. A diferencia de estos

porcentajes con relación a la nuestra el 100 % de los encuestados dice no imitar ninguna conducta de otros en Facebook, en cuanto a si los demás imitan sus conductas, un 33,3 % dice que sí, en comparación a que un 66,6 % declara no ejercer ningún tipo de influencia en el otro.

Ahora bien, de 1 a 10 cuánto se parece su “yo” reflejado en las redes a su “yo” real, en la investigación de Castañeda y Camacho, arrojó que la media de los datos obtenidos es el 7,6 por ende, podemos decir que estos jóvenes creen que son ellos mismos en las redes sociales y en la vida real. En relación a los datos obtenidos en nuestra investigación, podemos decir, que la media de los datos obtenidos es de 8,05 habiendo de cierto modo relación con los datos anteriores, donde los adolescentes creen ser ellos mismo tal y como lo son en la vida real.

Por otra parte, tenemos el estudio realizado por Morales, Buitrago y Marín (2013), en el cual el 80% acceden a las redes sociales desde de su casa y un 20% lo hacen desde un café internet; En oposición a estos datos, en nuestra investigación podemos decir que, el 66,6 % accede a la plataforma desde cualquier sitio, en comparación al 33, 3 % que indica hacerlo en su casa.

En cuanto a los medios más utilizados, en el estudio de Morales, Buitrago y Marín, son el ordenador en un 90% y el teléfono móvil en un 10%; el 100% de los encuestados forman parte de una red social y acceden a diario; además, el 100% manifiesta que usan las redes sociales para mantener contacto con amigos y familiares. En relación a nuestra investigación, arrojó estos datos, el 77,7 % accede desde su dispositivo móvil celular, un 11,1 % accede

desde su computador y un 11,1 % desde su Tablet, marcando algunas diferencia con los datos comparados de dicha investigación.

Además en las medidas de seguridad, el 70% de los adolescentes, según esta investigación, le pidieron permiso a sus padres para registrarse en una red social; los motivos que encontraron los investigadores por los cuales los jóvenes querían pertenecer a una red social fueron: para estar en contacto con amigos el 70%, el 20% por conocer gente y el 10% por estar en contacto con familiares; además se encontraron que el 40% de los jóvenes encuestados la red les ha servido mucho para fortalecer sus relaciones interpersonales. En similitud con los datos anteriores, el resultado obtenido de nuestra investigación se puede afirmar que, el 66,6 % si les pidieron autorización a sus padres para la creación de un perfil en dicha red social, en cuanto a un 33,3 % no lo hicieron de esta forma.

Otro estudio es el de Moreno (2013) , el cual obtuvo datos donde los adolescentes daban información falsa en sus perfiles como donde trabajan, o el lugar en el que viven, sin embargo, lo que los jóvenes adolescentes posteaban allí son ideales estandarizados a nivel de una sociedad. Por ende, se encontró que los adolescentes no buscan engañar a los demás mediante informaciones falsas, pues sus amigos conocen muy bien su zona de residencia e institución educativa. En contradicción con nuestra investigación se puede decir que, el 66,6 % no ha brindado información falsa, a diferencia del 33,3 % que, si lo ha hecho, por proteger su integridad.

Por último, Almansa, Fonseca, y Castillo (2013) en su investigación analizaron cómo se usa Facebook por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello. Aunque Dicen conocer los riesgos, admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales

sobre su vida. En discrepancia con nuestros hallazgos en los cuales la mayor parte de los adolescentes (77,7%) conoce los riesgos de esta red social, pero refieren no aceptar a desconocidos y no revelan ningún tipo de información personal en donde se puedan ver afectados, prevaleciendo por encima de cualquier circunstancia su seguridad.

Las teorías de Rogers y Bauman se relacionan en cuanto a esa búsqueda personalizada que realiza el sujeto por pretender lograr el conocimiento propio, una exploración en la que a diario se ve sumergido el ser humano para lograr identificarse y acoplarse a un medio. Para Rogers consiste en trabajar para alcanzar que ese yo real sea cada día más parecido con el yo ideal y evitar la incongruencia que se genera cuando no hay concordancia entre lo que se ve de sí mismo y lo que realmente se desea y se aspira a llegar a ser. Como se mencionó en los adolescentes todavía aparece una negación de los aspectos incongruentes y por lo tanto la búsqueda identidad se da a través de lo que opinen los otros de sí.

A sí mismo para Bauman esa búsqueda se da cada día, no se detiene, es dinámica y el individuo constantemente busca identificarse con algo, con alguien, con otros y moldear su vida con todo lo que le aporta el entorno y crear uno solo, más allá de solo obtener una identidad que sería en este caso algo fijo y que no tiende a cambiar mucho.

Es así como Rogers tiene una mirada enfocada más al individuo y como es preciso trabajar en él, para recrear el entorno social y como desde el encuentro personal y la identificación se puede elaborar mejor un proyecto de vida adecuado al deseo personal enfocándolo a un yo ideal. Por el contrario de Bauman, quien tiene una mirada más desde lo colectivo y nos muestra cómo el medio influye de manera directa al individuo en la transformación de llegar a identificarse, sin dejar de ser cambiante, y maleable. En definitiva, la pregunta sería: ¿qué

genera mayor impacto, tener un enfoque más desde el individuo a lo colectivo o viceversa?, sin embargo no deja de ser algo beneficioso en ambos casos, puesto que nos enseña que el ser humano es un complemento entre el entorno y el individuo y que ninguno de los dos puede prescindir del otro.

Los jóvenes realizan esta búsqueda de su identidad por imitación, por moda, por acoplamiento y por gustos con los cuales se identifican, el joven tiene una lista detallada de sus intereses e inclinaciones, conscientes e inconscientes, las cuales algunas son propias y otras son generadas a partir de la interacción con el mundo y con lo que ofrece en estos momentos la tecnología; existe un individuo que se mueve en medio de intereses, estereotipos y diferentes formas de vida, diferentes culturas, religiones y costumbres, pero más allá de eso, comprendemos que hay una incesante búsqueda del hombre por reencontrarse e identificarse todo el tiempo consigo mismo y con lo que le rodea.

11. CONCLUSIONES

En este trabajo investigativo, se ahondó sobre los motivos por los cuales los jóvenes porteños crearon sus perfiles de Facebook y se encontró que fue como una manera de inclusión a la moda, para estar en igualdad con sus pares y a la vez poder comunicarse con ellos y encontrar nuevos amigos; también lo hicieron con el fin de acceder a juegos que solo se encontraban en esta red social, siendo los juegos un elemento de presión para ser parte de esta plataforma virtual.

Aunque el inicio de los jóvenes en esta red social hubiese sido uno, actualmente, utilizan el Facebook no solo para comunicarse con amigos, como lo hicieron en un principio, sino que es utilizado también como medio para estar informados de las noticias que suceden en el mundo, desestresarse mediante videos y del contenido que comparten los demás contactos que tienen; lo utilizan también algunos para hacer tareas, pertenecer a grupos de la escuela y del municipio y mantenerse informados de lo que sucede en el contexto. Una de las características principales de estos jóvenes que se observa, es el interés de estar informados de temas de su provecho y gracias a esta red social pueden hacerlo, filtrando lo que a ellos realmente les importa.

Mediante los usos que le dan los jóvenes al Facebook, revela la identidad que se está estableciendo en ellos mediante la búsqueda de lo que les interesa, sus gustos particulares, grupos en los cuales se sienten cómodos, sus interacciones con los otros y demás, permiten un panorama de las posibles personalidades que pueden establecerse en un futuro.

En esta red social se encuentran las reacciones a las publicaciones y es lo que causa pasión en los adolescentes, pues ellos están dispuestos a hacer diversas cosas con el fin de obtener aquellos reforzadores, siendo el más codiciado de todos, el “me gusta”. Aquellas reacciones como me divierte no son del total agrado de los jóvenes y es condicionado a la persona y el tipo de publicación, pues no es lo mismo que le dé “me divierte” a una publicación una persona desconocida, en comparación a alguien de más confianza, además esta reacción no puede ser utilizada en una publicación de una foto personal, sino que debe ser en publicaciones de humor.

El me gusta ha tomado tal fuerza e importancia en los jóvenes, que solo con recibir un “me gusta” refuerza la conducta realizada y la omisión de este en una publicación hace que lleguen a eliminarla. Y aunque para muchos jóvenes sea difícil expresar que los “me gusta” son importantes para ellos, se encontró que los jóvenes adolescentes le dan “me gusta” a sus propias publicaciones con el fin de que esta vuelva a aparecer en el inicio.

De todos los participantes de la investigación, se encontraron dos jóvenes populares que cumplen con los estándares de popularidad, según los mismos adolescentes, estos refuerzan las conductas más apetecidas por sus contactos y lo siguen haciendo porque siguen teniendo reforzadores positivos. Los demás, los que no llegan a cumplir dichos criterios, optan posición de desánimo y desinterés acerca de las reacciones positivas de la red social, manifestando que se sienten “normal” al no ser populares, sin embargo, en ningún momento plantearon que no les gustaría serlo.

Se encontró que Facebook es una plataforma que permite el anonimato, y es lo que más le gusta a los adolescentes, esto es debido a la poca regulación de seguridad que tiene esta

plataforma virtual, pues le permite a los jóvenes realizar dichas conductas como el vigilar al otro, observar conductas violentas, difamación, entre otras sin resultar implicados, ya que logran tener más de una cuenta en Facebook, solo con el agregar datos falsos y además, esta información no va a ser comprobada ni sancionada por la mentira, y obtienen el estar detrás de una pantalla inactivos pero pendientes ante cualquier suceso de su interés, sea el conversar con alguien específico, responder a alguna publicación o incluso observar contenidos que atentan contra otro y aunque manifiestan que es una conducta indebida, el observarlo mediante una pantalla los hace des responsabilizarse ante tales sucesos.

Uno de los deseos a los que se apuntó en la investigación fue el contraste que existe entre el sí mismo real y sí mismo virtual de los adolescentes, y se encontró que algunos jóvenes encuentran en la red un espacio liberador en el que pueden actuar diferente a como actúan en la realidad, hallan un espacio que les permite la extroversión, pues en esta plataforma encuentran reacciones que aprueban las conductas que realizan allí y aunque reciben también reforzadores negativos, la red social permite que se eliminen tales publicaciones, pero si los “me gusta” son mayoría, la crítica no tienen tanto peso. También encontramos que hay otro tipo de jóvenes que no son tan activos en la red en comparación a su cotidianidad, jóvenes pasivos que manifiestan que no les gusta interactuar con cualquiera por medio de la red, sin embargo, los adolescentes que asumen esta posición presentan un bajo índice de popularidad en las interacciones de la red social.

También encontramos que la edad y el estrato tienen que ver en esta búsqueda por definir esa identidad, a mayor estrato más selectivos a la hora de aceptar amigos, más cuidadosos en la información y más reservados en lo que publican. En cuanto a cada edad, a menor edad menos interacción y a medida que ganan años y experiencias en la red virtual más

extrovertidos se vuelven en la red, más contactos, más juegos y en ocasiones más gusto por los retos.

Los adolescentes entrevistados hacen, aunque no lo acepten explícitamente, lo que los demás hacen, estropeando el encuentro con su yo real, pues todos los adolescentes dieron como respuesta que crearon Facebook para estar a la moda y en sintonía con lo que hacían sus amigos. Hoy en día continúan interactuando con ellos y buscando la aceptación del otro a través de los “me gusta”, ganando popularidad y mayor número de seguidores. Sin embargo, en su discurso plantean que ellos son auténtico y no siguen tendencias de moda, evidenciando una discrepancia entre su yo virtual y su yo ideal.

Los jóvenes creen que Facebook es un mundo virtual con poco impacto en la realidad y no le dan la importancia que tiene esta red social, pues aunque conozcan de los peligros de la plataforma virtual, no son conscientes de la influencia que tiene el Facebook en sus vidas.

Después de realizar la investigación y analizar los resultados obtenidos, queremos dar respuesta a nuestra pregunta de investigación: ¿influye el uso del Facebook en la búsqueda de la identidad en adolescentes de 14 a 16 años de estratos socioeconómicos 1, 2, 3 del municipio de Puerto Berrío, Antioquia? Se puede concluir que la red social Facebook influye sin lugar a dudas en la búsqueda de la identidad de los adolescentes porteños, pues este se ha convertido en el nuevo mundo de interacción de los jóvenes, un mundo donde ellos mandan, donde crean sus propias ideas y visiones; un mundo nuevo y diferente que da la posibilidad de eliminar los desaciertos en la red y la extroversión, pues ante las posibilidades de interactuar con personas de cualquier cultura, genero, ideales, raza, y un sinnúmero de diversas cualidades, les permite el hallazgo de sus prototipos ideales y los establecidos virtualmente

que los impulsan a imitarlos y los llevan a ser quienes les gustaría ser pero bajo el patrón de aprobación “me gusta”.

Referencias

- A. Almansa, O. F. (7 de Mayo de 2012). *Redes sociales y jóvenes. Uso de Face book*.
Obtenido de INVESTIGACIONES / RESEARCH: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Aberastury, A., & Knobel, M. (2004). La Adolescencia Normal un enfoque psicoanalítico. *CIP de Psicología*, 1-3.
- Adolescencia, P. E. (s.f.). *Estudio del psicoanálisis y psicología*. Obtenido de COMUNIDAD PSICOPSI ψ : <http://psicopsi.com/termino-adolescencia-origen-vinculo-cultural-social>
- Aguirre, J. L. (6 de agosto-diciembre de 2012). *Facebook como espejo virtual que favorece el diseño de un autoestima ideal en los jóvenes*. Obtenido de Articulo de Investigacion: <http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis>
- Barfield, T. (2001). *Diccionariode Antropologia*. Barcelona: Edicions Bellaterra 2000.
- Bauman, Z. (2001). *La sociedad individualizada*.
- Casanova, E. (1993). El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica de la personalidad de Carl Rogers. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 46(2), 177-186.
- Ceja., J. A. (25 de Junio de 2013). *La Adolescencia...Peter Blos, Jean Piaget y Robert Havighurst*. Obtenido de Maestria Psicologia Clinica UAD ZACATECAS: <http://maestriapsicologiaclinicauadzacatecas.blogspot.com.co/>
- Diane E. Papalia, S. W. (2009). *Psicología del Desarrollo*. Mexico D.F.: The McGraw Hill.
- Díaz, S. C. (19 de 2 de 2005). *EL TIEMPO*. Obtenido de EL INVENTO DE LA ADOLESCENCIA: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1681106>
- E.Grinder, R. (2008). *Adolescencia*. Mexico: Limusa, S.A.
- Frankl, V. (1984). *Ante el vacio existencial*. Barcelona: Herden.
- González, N. (2007). Bauman, identidad y comunidad. *Espiral*, 179-198.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico: Mac Graw Hill Education.
- Herramientas para la salud emocional y el acompañamiento de la terapia online*. (s.f.). Obtenido de [terapiaonline](http://terapiaonline.com).

- Ives, E. (Mayo de 2014). *La identidad del Adolescente*. Obtenido de Mesa redonda de Salud Mental: <https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/02-01%20Mesa%20debate%20-%20Eddy.pdf>
- J.J. Casas Rivero, M. C. (2005). *Desarrollo del adolescente. Aspectos físicos, psicológicos*. Obtenido de Unidad de Medicina del Adolescente: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente%282%29.pdf
- La Identidad. (2010). 1-2.
- León Zamora, K., & Quiroga Matiz, S. (12 de Julio de 2009). El Espacio virtual como escenario en la construcción de la identidad:Caso Facebook. *Woman using computer*, 1-8.
- Liber, C. (11 de noviembre de 2011). *adolescencia y sexualidad*. Obtenido de tanatología clínica.
- Mercado Maldonado, A., Hernández, O., & Alejandrina, V. (2000). El proceso de construcción de la identidad colectiva de compatibilidad definidos por el lugar que ocupa en el espacio social. 70.
- Ministerio de la Información y las Comunicaciones. (2012). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región. *Min TIC noticias*, 1.
- Montserrat Castellana Rosell, X. S.-C. (2007). *Papeles del Psicólogo*. Obtenido de Otras aportaciones, artículo de investigación: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1503.pdf>
- Morales Guadron, L. V., Buitrago Umaña, E. M., & Marín Mejía, Y. A. (Diciembre de 2013). Identidad, tribus urbanas y redes sociales: un estudio de caso en adolescentes. *ENCUENTROS ISSN 1692-5858(2)*, 77-92.
- online, t. (s.f.). *La construcción del yo y la identidad*. Obtenido de Herramientas para la salud emocional y el acompañamiento de la terapia online: <https://terapiaonline.co/psicologia-evolutiva/adolescencia/la-construccion-del-yo-y-la-identidad/>
- Platt, M. (1993). *El Mito del Adolescente*. Obtenido de Copyright © : https://www.contra-mundum.org/castellano/platt/Mito_Adolesc.pdf
- Prensky, M. (2001). *Nativos e inmigrantes digitales*. EE.UU: Distribuidora SEK, S.A.
- Regalado, A. R. (18 de 4 de 2016). *IN Slideshare*. Obtenido de linkedIn corporation: <https://es.slideshare.net/AkaryRuizRegalado/adolescencia-61050138>

- Rezóla, J. M. (17 de Diciembre de 2011). *El «concepto del sí mismo»*. Obtenido de "La psicoterapia de Carl R. Rogers. Sus orígenes, evolución y relación con la psicología científica" Capítulo V. Ed. Desclie de Brouwer, 1981.: <http://psicologos.mx/2-el-concepto-del-si-mismo.php>
- Robert N. Sollod, J. P. (2009). *Teorias de la Personalidad Debajo de la Mascara*. Mexico: McGraw Hill Educacion.
- Rogers, I. C. (s.f.). *area terapeutica*. Obtenido de adolescencia: <http://www.institutocarlrogers.org/area-terapeutica-adolescencia/>
- Silva, I. L. (7 de Septiembre de 2011). *ADOLESCENTES Y PERCEPCIÓN DEL SÍ MISMO: LA*. Obtenido de Eticanet: <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero11/Articulos/Formato/articulo11.pdf>
- Tiempo, E. (12 de Mayo de 2014). El 60% de los colombianos comparte contenidos en facebook a diario. *El Tiempo*, pág. 1.
- Rogers, C. (1993). El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica de la personalidad. *Rev. de Psicol. Gral y Aplic*, 46 (2). 177-186.
- Sollod, R., Wilson, J., Monte, C. (2009). Teorías de la personalidad: Debajo de la máscara.
- Pineda, S., & Aliño, M. (s.f.). El concepto de la adolescencia. Manual de prácticas clínicas para la atención... en la adolescencia, Cap. I, 15-23
- Carvajal, G. (2007). La adolescencia e identidad en el mundo de hoy. Adolescencia nuclear. Fundación instituto colombiano de psicoterapia integral.

Anexos

Anexo 1. Guía de entrevista semi-estructurada

1. ¿Hace cuánto tienes Facebook?
2. ¿Conoces la normatividad de Facebook?
3. ¿Pediste permiso a tus padres para crear una cuenta en Facebook?
4. ¿Qué hizo que crearas una cuenta en Facebook?
5. ¿Cuántos perfiles de Facebook tienes?
6. ¿Para qué utilizas el Facebook?
7. ¿En qué lugar accedes a Facebook?
8. ¿Qué medios utilizas para acceder a Facebook?
9. ¿Cuánto tiempo al día le dedicas al Facebook?
10. ¿Has creado algún perfil de Facebook falso? ¿Con que fin lo has hecho?
11. ¿La información que tienes en tu perfil de Facebook es real?
12. ¿Has brindado información falsa en tu perfil de FB?
13. ¿Qué significa Facebook en tu vida?
14. De 1 a 10 ¿Qué importancia tiene Facebook en tu vida?
15. En una escala de 1 a 10, tu perfil de FB, cuánto se parece a ti, siendo 1 nada parecido y 10 que se parece totalmente.
16. ¿Cómo es tu comportamiento en la red y en la cotidianidad?
17. ¿Imitas las conductas de tus contactos en el Facebook? ¿Cuáles?
18. ¿Crees que los demás imitan lo que publicas en tu Facebook?
19. ¿Te preocupa la imagen que se hacen las otras personas de ti, por lo que publicas en Facebook?
20. Cuando publicas algo tuyo en tu Facebook, ¿se hace popular la publicación?
21. ¿Realizas “en vivo” en tu Facebook?
22. ¿Qué tipo de contenido transmites en vivo en tu Facebook?
23. ¿Conoces los peligros que existen en la red social Facebook? ¿Cuáles?
24. ¿Qué experiencias has tenido en esta red social que te hayan marcado?
25. ¿Tu perfil de Facebook es público?

26. ¿Pertenece a algún grupo en Facebook? ¿Cuál?
27. ¿Qué opinan los demás de ti en Facebook? Explica tu respuesta.
28. ¿Expresas tus emociones en Facebook?
29. ¿Te ha dado miedo, susto, rabia algo que viste o te sucedió en Facebook?
30. ¿Con que fin publicas algo en tu Facebook?
31. ¿Revisas los “me gusta” que les hacen a tus publicaciones?
32. ¿Revisas los “me gusta” que les hacen a publicaciones de otros?
33. ¿Si tu publicación no tiene ningún “me gusta”, ¿cómo reaccionas y cómo te sientes ante esto?
34. ¿Si haces una publicación y no tiene ningún comentario, ¿cómo reaccionas y cómo te sientes ante esto?
35. ¿Qué es más importante, ¿que una publicación tenga “me gusta” o “comentarios”?
36. ¿Le das “me gusta” a tus propias publicaciones?
37. ¿Cuál de las reacciones utilizas más?
38. ¿Qué tipo de publicaciones comentas en tu Facebook? (Hace referencia a PUBLICACIONES propias, de otros, paginas, etc)
39. ¿Qué tipo de publicaciones te comentan en tu Facebook? (fotos, estados, artículos compartidos)
40. ¿Qué tipo de publicaciones realizas?
41. ¿Tus publicaciones, qué reacciones generan en los otros?
42. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “me gusta”?
43. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “me encanta”?
44. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “gracias”?
45. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “me enfada”?
46. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “me asombra”?
47. ¿Qué tipo de publicaciones les colocas “me entristece”?
48. ¿Si tienes o tuvieras novi@, ¿La relación se vería afectada si tu novi@ no publica en Facebook su estado sentimental?
49. ¿Si ves unas fotos de tus amigos en Facebook sobre una fiesta a la que no fuiste invitado ¿Cómo reaccionarías?
50. ¿Si un amigo te reta en Facebook, ¿qué harías?

51. ¿Cuántos amigos tienes en Facebook?
52. De todos tus contactos en Facebook, ¿cuántos conoces?
53. De todos tus contactos en Facebook, ¿con cuántos hablas?

Anexo 2

Consentimiento Informado

Fecha:

Hora:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado(a) señor(a):

Le estoy invitando a participar en la investigación “¿cómo influye el uso del Facebook en la búsqueda de la identidad en adolescentes de 14 a 16 años de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia?”, a cargo de María Isabel Cañas Castro, Daniela Juliana Gutiérrez León, Y Edwin Alexander Sierra Pareja, estudiantes de psicología. Usted podrá hacer preguntas en cualquier momento acerca de nuestra experiencia y conocimientos, y acerca del proceso de evaluación.

1. INFORMACIÓN GENERAL.

El objetivo de esta investigación es describir los factores psicosociales que inciden en la búsqueda de la identidad personal en adolescentes de 14 a 16 años de edad usuarios de la red social Facebook de estratos 1,2 y 3 del municipio de Puerto Berrio, Antioquia. Este proceso tomará entre cuarenta a sesenta minutos como máximo (contados a partir de este momento).

2. PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS.

Se realizará una entrevista semi-estructurada para identificar características del uso del Facebook en adolescentes de 14 a 16 años.

3. INFORME DE PRUEBAS.

La información relevante de la entrevista y los resultados de las pruebas se ingresarán a la base de datos pertinente a la investigación. Esta información se conservará en un archivo bajo llave durante al menos seis meses.

4. CONFIDENCIALIDAD.

El ejercicio de la entrevista será grabada con el fin de que quede constancia de esta, no obstante, no se proporcionará a ninguna otra fuente la grabación a menos que usted firme una solicitud formal.

5. COSTO.

Usted no recibirá beneficio económico alguno del estudio actual, ni tampoco hará o recibirá un proceso de terapia psicológica.

6. EFECTOS COLATERALES.

Aunque la mayoría de los individuos consideran que las entrevistas y los procesos de evaluación son interesantes, algunas personas experimentan ansiedad ante las pruebas. No obstante, es poco probable que usted experimente algún efecto adverso de largo plazo como resultado de esta evaluación. Se le anima para que hable acerca de esta experiencia durante el proceso.

7. NEGATIVA A LA EVALUACIÓN.

Usted no está obligado a responder las pruebas; puede retirar el consentimiento e interrumpir el proceso en cualquier momento. Si así lo solicita, analizaremos las opciones de canalización para usted.

Firma del entrevistado
Documento de identidad

Firma del Tutor
Documento de identidad

Firma del Investigador
Estudiante de Psicología UdeA
C.C.

El presente documento se elabora de conformidad como claramente lo establece la Ley 1090 de 2006 (Por lo cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones), en su Artículo 2 (DISPOSICIONES GENERALES), numeral 2 (Competencia), numeral 4 (Anuncios públicos), numeral 5 (Confidencialidad), numeral 8 (Evaluación de técnicas) y numeral 9 (Investigación con participantes humanos).

El psicólogo está obligado a actuar estrictamente dentro del campo de su competencia profesional. Por consiguiente, el Artículo 36 (DEBERES DEL PSICÓLOGO CON LAS PERSONAS OBJETO DE SU EJERCICIO PROFESIONAL), numeral A, establece que el profesional debe “hacer uso apropiado del material psicotécnico en el caso que se necesite, con fines diagnósticos, guardando el rigor ético y metodológico prescrito para su debido manejo”.

Para el adecuado uso del material psicotécnico, el psicólogo se debe fundamentar en el Artículo 45, donde “EL MATERIAL PSICOTÉCNICO ES DE USO EXCLUSIVO DE LOS PROFESIONALES EN PSICOLOGÍA. Los estudiantes podrán aprender su manejo con el debido acompañamiento de docentes y la supervisión y vigilancia de la respectiva facultad o escuela de psicología”, el Artículo 46, donde “el psicólogo construye o estandariza test psicológicos, inventarios, listados de chequeos, u otros instrumentos técnicos, debe utilizar los procedimientos científicos debidamente comprobados. Dichos test deben cumplir con las normas propias para la construcción de instrumentos, estandarización, validez y confiabilidad”, el Artículo 47, donde “el psicólogo tendrá el cuidado necesario en la presentación de resultados diagnósticos y demás inferencias basadas en la aplicación de pruebas, hasta tanto estén debidamente validadas y estandarizadas. No son suficientes para hacer evaluaciones diagnósticas los solos test psicológicos, entrevistas, observaciones y registro de conductas; todos estos deben hacer parte de un proceso amplio, profundamente integral” y el Artículo 48, donde se declara que “LOS TEST PSICOLÓGICOS QUE SE ENCUENTREN EN SU FASE DE EXPERIMENTACIÓN DEBEN UTILIZARSE CON LAS DEBIDAS PRECAUCIONES. Es preciso hacer conocer a los usuarios sus alcances y limitaciones”.

Por último, este documento se fundamenta en CAPÍTULO VII. DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS PUBLICACIONES, en el Artículo 50, donde “los profesionales de la psicología al planear o llevar a cabo investigaciones científicas, deberán basarse en principios éticos de respeto y dignidad, lo mismo que salvaguardar el bienestar y los derechos de los participantes”.

Es fundamental que usted conozca que:

- La participación en este estudio es absolutamente voluntaria.
- Esto quiere decir que si usted lo desea puede negarse a participar o retirarse del estudio en cualquier momento sin tener que dar explicación alguna.
- Los temas abordados serán analizados en la investigación, manteniéndose en absoluta reserva los datos personales de la persona entrevistada.
- Los estudios de investigación como este sólo producen conocimiento que pueden ser aplicados como lo expresa la Ley 1090 de 2006, en su Artículo 29, donde “la exposición oral, impresa, audiovisual y otra, de casos clínicos o ilustrativos con fines didácticos o de comunicación o divulgación científica, debe hacerse de modo que no sea posible la identificación de la persona, grupo o institución de que se trata, o en el caso de que el medio utilizado conlleve la posibilidad de identificación del sujeto, será necesario su consentimiento previo y explícito”.

Anexo 3

Glosario

Grooming: Conjunto de estrategias que una persona adulta desarrolla para ganar la confianza del/la joven a través de internet.

Challenge Accepted: Como lo dicen sus siglas en ingles “desafío aceptado”

Bullying: Conducta repetitiva, física, verbal y psicológica, que se presenta en diferentes ámbitos.

Nativos digitales: Primera generación que ha crecido junto con las tecnologías digitales y rodeadas de los videojuegos, computadores e internet.

Faras: Personas que de cierto modo son populares a través de muchos

Posteros: Son los que hacen las publicaciones de los grupos de los fandoms

Fandoms: Es una persona que hace parte de un grupo de un artista específico al que siguen en las redes sociales

Stalkear: Son aquellas personas que revisan arduamente el perfil de Facebook de alguien específico, con el fin de obtener información.

Likes: Es una de la reacción comúnmente utilizada en publicaciones de Facebook.