



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CONDUCTA**



**SIGNIFICADO PSICOLÓGICO DE FACEBOOK EN
ADOLESCENTES**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGIA**

PRESENTAN:

MYRIAM HERNANDEZ LISMO

ALMA LILIANA MARTÍNEZ ROSALES

NO. CUENTA

1122390

1122436

ASESOR:

M. EN EDUC. ELIZABETH ESTRADA LAREDO

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, MARZO DE 2017.

ÍNDICE

RESUMEN	9	
PRESENTACIÓN	11	
INTRODUCCIÓN	14	
 MARCO TEÓRICO		
CAPÍTULO I. SIGNIFICADO PSICOLÓGICO Y REDES SEMÁNTICAS	19	
1.1 Definición y Características de Significado Psicológico.....	19	
1.2 Definición y Características de Redes Semánticas.....	22	
1.3 Usos y Aplicaciones de la Técnica de Redes Semánticas.....	27	
1.4 Ventajas y Limitaciones.....	28	
 CAPÍTULO II. REDES SOCIALES		31
2.1 Redes Sociales.....	31	
2.2 Redes Sociales de Mayor Impacto.....	51	
2.3 Facebook como Red Social más Popular.....	53	
2.4 Características Básicas de Facebook.....	64	
 CAPÍTULO III. ADOLESCENCIA		80
3.1 Adolescencia.....	80	
3.2 Relaciones Interpersonales de los Adolescentes.....	97	
3.3 Las Vulnerabilidades de los Adolescentes en los Tiempos Actuales.....	99	
 CAPITULO IV. MÉTODO		108
4.1 Objetivo.....	108	
4.2 Planteamiento del Problema.....	108	
4.3 Tipo de Estudio.....	109	
4.4 Definición de Variables.....	110	
4.5 Población.....	110	
4.6 Muestra.....	110	

4.7 Selección de Instrumentos.....	111
4.8 Diseño de la Investigación.....	113
4.9 Captura de Información.....	114
4.10 Procesamiento de Información.....	114
RESULTADOS.....	115
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	119
CONCLUSIONES.....	121
SUGERENCIAS.....	125
REFERENCIAS.....	126
APÉNDICE.....	134

RESUMEN

En el presente trabajo se aborda un tema muy presente en la actualidad: las redes sociales, destacando a Facebook y el impacto hacia los adolescentes, usando en esta investigación la técnica de redes semánticas con el objetivo de describir el significado psicológico de Facebook en un grupo de adolescentes.

A partir de la investigación realizada se tratan las siguientes temáticas: significado psicológico, redes semánticas como técnica, red social: historia, concepto, características, Facebook como red social más popular, proceso de creación de cuenta para Facebook, Continuando con adolescencia, relaciones interpersonales de los adolescentes y vulnerabilidades de los adolescentes en los tiempos actuales.

Asimismo, el desarrollo está acompañado de cifras y etapas que reflejan el incremento de usuarios en Facebook intentando ampliar la información en torno al tema. Mencionando también que en esta investigación de tipo descriptiva con un diseño no experimental ya que no se pretendió intervenir de manera directa sobre alguna variable sino más bien observar a los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos, para ello se empleó la técnica de redes semánticas, en 166 estudiantes pertenecientes al Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y De Servicios (CBTIS) No. 161, la cual está ubicada en San Pablo Autopan, Toluca, México; a quienes se les aplicó dos instrumentos, uno de ellos motivos de uso de red social y el otro de redes semánticas.

Una vez que se reunió el número de cuestionarios, estos fueron vaciadas en tres hojas del programa de Excel para después haber obteniendo el Tamaño de la Red (TR), este valor consiste en el número total de palabras para definir el concepto Facebook, en el caso de esta investigación fueron 168 palabras arrojadas .El siguiente valor a obtener en el análisis de datos, fue el Peso Semántico (PS), que es la sumatoria de todos los valores asignados a cada palabra. Cuando se tuvo ese valor se pudo determinar el Núcleo de la

Red (NR) que lo constituye el grupo de definidoras con el peso semántico más alto, en forma jerarquizada, nos indica cuales son las definidoras necesarias para describir un concepto y cuáles son las complementarias.

Entre los resultados destacados están los motivos de uso de la red social , en un mayor porcentaje se encuentra el indicador “Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos” continuando con las definidoras proporcionadas por los adolescentes, que fueron amigos, fotos, like, comunicar, compartir; información, eventos, mensajes, entretenimiento y noticias , son palabras usadas entre ellos, y que al igual representan significados psicológicos, cabe mencionar que para los adolescentes Facebook representa libertad para expresar emociones y pensamientos, en cuanto a intereses, ideales y gustos personales.

PRESENTACIÓN

Es en la actualidad, el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, se puede subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. Facebook como una plataforma de gran popularidad en el mundo, y en la cual se establecen redes sociales de manera virtual, y considerando que la adolescencia es un proceso de desarrollo humano en el que convergen aspectos tanto psicológicos, sociales y culturales, entre otros, es pertinente generar conocimiento científico que explique las formas y los sentidos que las personas le otorgan a las interacciones en este tipo de plataformas.

La investigación se llevó a cabo con adolescentes de entre 15 y 19 años de edad. Debido a la inquietud que provoca el crecimiento de Facebook en los últimos años, la forma en que la interacción entre los adolescentes se ha visto modificada en mayor o menor medida por esta red social, que goza de gran aceptación entre ellos. Se decidió emplear la técnica de redes semánticas debido a que permite conocer cuáles son los elementos específicos de información que tienen los sujetos, y no solo las interpretaciones o hipótesis que tienen los investigadores al respecto de cuáles son las redes semánticas de un concepto en particular. Por ello se dispuso a enriquecer de información acerca del significado psicológico que los adolescentes proporcionan a Facebook.

Para esto el trabajo se desarrolló en una institución de educación media superior, ubicada en el municipio de Toluca, México. Se recibió el apoyo de los directivos del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y De Servicios para la aplicación de los dos instrumentos.

Por lo anterior este trabajo se conformó por cuatro capítulos que se describen enseguida:

En el primero se muestra la importancia del significado psicológico y de redes semánticas en cuanto a la relación con la investigación que se llevó a cabo, dando una visión importante acerca de las definiciones que un individuo puede tener con el concepto de algo , una vez que este se nombra , todo lo que genera y transmite en distintas palabras ya sea por una vaga idea acerca de ello o por el contacto y experiencia que se ha tenido ; y a su vez el tipo de técnica que ayuda a obtener una jerarquización clara de las definiciones que el individuo ha dado, proporcionando una evaluación más confiable para la investigación que se esté realizando .

En el segundo capítulo explica lo que son las redes sociales, historia y actualizaciones que Facebook ha tenido, los elementos que lo conforman y su gran popularidad para tener una idea de lo que esta investigación tiene como propósito más allá de sólo describir.

En el tercer capítulo describe a la adolescencia como etapa importante dentro del desarrollo del ser humano en donde atraviesan diversos cambios significativos, hacemos mención de los factores que influyen en esa transición y que es importante conocer al adolescente, así como también su relación con la tecnología que cada día se vuelve parte de su vida diaria.

Y en el último capítulo se hace un análisis de los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario de uso de motivos de red social y la técnica de redes semánticas con la palabra Facebook. Y para finalizar haciendo hincapié en las conclusiones de dicha investigación que señalan a Facebook como una red social que permite en este caso a los usuarios adolescentes expresarse con total libertad, en cuanto a intereses, ideales y gustos personales, como un medio de interacción, donde el adolescente se muestra ante su grupo de pares, principalmente genera comunicación con el otro, busca la aprobación, forma vínculos de amistad, refuerza los que ya existen, va construyendo su identidad.

Investigación que se desempeñó con herramientas de apoyo muy limitadas ya que en el país no se cuenta con las suficientes investigaciones relacionadas al tema y menos en el Estado de México. De esta manera se aprovechó la poca información adquirida.

INTRODUCCIÓN

Todo organismo vivo debe integrar elementos y dinámicas de interacción emergentes para aumentar sus posibilidades de supervivencia. Así como este proceso de integración es necesario en el ámbito biológico, también la parte social es de suma importancia. En cuanto a las nuevas herramientas tecnológicas, el ser humano tiene que ir adaptándose a ellas en la medida en que éstas surgen. Estas tecnologías son conocidas como TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), las cuales transforman la vida cotidiana de los sujetos cuando deben aplicarlas para enfrentar nuevos desafíos. Esto implica que el uso de las TIC es muy importante para el desarrollo individual y colectivo (Zermeño, Arellano y Ramírez, 2005).

Es por eso que en el siglo XXI se está planteando un nuevo escenario global en innumerables aspectos, uno de ellos es, sin lugar a dudas, el avance de Internet. En la última década, la computadora con conexión a esta gran red de redes se ha convertido en un elemento de trabajo y comunicación con el que se pasa gran parte del tiempo (Carrizo, 2012).

Como seres humanos sociables por naturaleza, siempre en busca de interactuar con los demás con la finalidad de satisfacer diversas necesidades, entre ellas las afectivas, hoy día la capacidad de socialización humana está siendo afectada por los avances tecnológicos, que han permitido conectarse con otros sin límites de tiempo y espacio. Uno de los fenómenos más relevantes en la vida cotidiana de las sociedades avanzadas es la creciente penetración de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente en algunos sectores sociales y, notablemente, en algunos segmentos de edad, esto es, en adolescentes y jóvenes. Este cambio tecnológico, como cualquier otro, plantea oportunidades y riesgos para la sociedad y los individuos que lo experimentan, también para los más jóvenes (Pérez y Rodríguez 2008). Las redes sociales suponen un importante cambio en el sistema de comunicación, logrando un cambio de hábitos en los adolescentes en los últimos años. Está también en constante

evolución e incorporación de nuevas funcionalidades. Los mayores avances se centran en la irrupción de redes sociales en el mundo de la telefonía móvil lo que conlleva una actualización de contenidos de forma inmediata. La innumerable cuenta de usuarios que estas redes presentan todos los días, que se elevan de una manera rápida, son elementos que llaman la atención de un adolescente a que realice su propia cuenta personal donde su principal objetivo es entablar contactos las personas, ya sea para reencontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades.

Su éxito radica en un manejo fácil, rápido y personal del servicio. Sin ningún conocimiento técnico y con los únicos requisitos de una conexión a Internet y un navegador, cualquier internauta puede crear una cuenta en una red social donde podrá comunicarse con sus amigos y/o conocidos. Fácilmente cualquier usuario de una red social puede publicar textos, fotos, imágenes, vídeos, música, jugar a juegos, etc. aunque todo dependerá de las funcionalidades y aplicaciones que incorpore la red social de pertenencia.

La relación entre el usuario y la red se fue transformando con el paso del tiempo. Hasta hace pocos años, el usuario navegaba por Internet para mirar contenidos desde la computadora de su casa. Luego fue el cibercafé, la laptop. Empezó a moverse sin conexión fija, con wi-fi. Y después creó sus propios contenidos, publica fotos y videos en la red, cuenta su vida. El intercambio social con conocidos, y desconocidos es vertiginoso (García, 2009).

En la actualidad, que el mundo de los adolescentes esté construido como se ha señalado más arriba, comporta vulnerabilidades específicas, derivadas de las nuevas oportunidades y retos que presenta la nueva oferta de los adultos a niños y adolescentes. Es decir, muchas de ellas no existían en el pasado, o no tenían la relevancia actual. Y, en buena medida, derivan de la ausencia de adultos cercanos (los padres, sobre todo) de bastantes de los ámbitos en los que se desenvuelven los adolescentes. (Pérez, 2008).

Ser adolescente conlleva transitar un camino en el que mudar la imagen de sí mismo. Se trata de un tiempo y una serie de experiencias que permiten pasar de una identidad infantil a una identidad adulta, es una transformación que hay que realizar en un tiempo breve y con unas condiciones que comportan bastantes ambigüedades.

En todo proceso de ajuste de la identidad adolescente los otros iguales van a constituir un espacio clave para el ajuste y el desarrollo personal. Es a través de sus compañeros de viaje con los que cada chico y cada chica va a poder establecer lazos con los que manejarse con dos mundos ajenos y opuestos: el mundo infantil, abandonado, y el mundo adulto, aún extraño. Además los chicos y chicas adolescentes parecen tener una especial necesidad de ser vistos. Así se habla de cómo esa preocupación por la mirada de los otros en ocasiones se transforma en obsesión. Muchos chicos y chicas se desenvuelven en sus vidas como si estuvieran siendo observados constantemente y se comportan pendientes de esta “audiencia imaginaria” (García, 2009).

Con nuevas líneas de investigación, y dado que desde el tema a investigar se permitirá obtener información también de otros aspectos importantes como el tiempo que implica para los adolescentes permanecer frente a una computadora o celular, las posibles reacciones que esto genera a los padres principalmente si los adolescentes cuentan con una computadora o con un plan en su celular que les permita acceder a las redes sociales, sin dejar escapar los costos que implica el consumo y que en su mayoría aún no en todos lados es gratuito, así como también los posibles casos de robo de internet a vecinos u en otros lados. Resaltando el interés de muchas actividades que antes solía realizar o tener un adolescente como por ejemplo dedicar unas cuantas horas para su estudio, pierden el interés de salir ya sea con sus amigos o con sus familiares, pues prefieren pasar muchas horas en las redes sociales, así como la falta de sueño y poca dedicación a su cuerpo también son factores que se llegan a presentar.

El desempeño escolar desarrollado y el trabajo que a los catedráticos les implica impartir en las aulas donde hoy en día los alumnos están constantemente rodeados de medios

de comunicación que por lo general roban la atención de la mayoría, una necesidad de mantenerse comunicados sin necesariamente estar frente a frente, como de compartir constantemente las actividades, lugares y cosas que se desenvuelven en su día. Pues parece obvio que, hoy por hoy, las nuevas tecnologías se han convertido en una herramienta insustituible y de indiscutible valor y efectividad en el manejo de las informaciones con propósitos distintos. Teniendo en cuenta que la edad de los adolescentes implica una serie de factores y criterios tanto de la sociedad como del propio núcleo familiar, asignar ciertas responsabilidades y que el adolescente llegue a cumplirlas o llevarlas a cabo resulta con gran dificultad. Sin embargo para ello es considerable tener en cuenta que de todo lo anterior, la investigación no se limita a solo ciertas variables, si no que de esas variables hay puntos importantes por rescatar, principalmente si en la familia y escuela es donde mayormente el adolescente se desarrolla como individuo.

La red social más utilizada por los adolescentes hoy en día es Facebook, al ser un medio de comunicación que permite interacción con otras personas de diversas partes del planeta, donde se puede compartir el perfil con los amigos, conocidos, para experimentar vivencias, ideas o conocimientos. Por otro lado, en algunas circunstancias, que afectan sobre todo a adolescentes, internet y los recursos tecnológicos pueden convertirse en un fin y no en un medio y por lo tanto de existir cierta necesidad por permanecer constantemente comunicado podría dar lugar al inicio de una patología (Villavicencio, 2015).

Como resultado de la popularidad de las redes sociales, sitios como Facebook crecen, al igual que la preocupación sobre el efecto que estos sitios ejercen en el manejo de las impresiones y relaciones que en la actualidad establecen los jóvenes. Buffardi y Campbell, (2008; citado en Herrera, et al., 2010) presentan cierta preocupación de que el ambiente en línea genere comportamientos narcisistas, mientras que otros muestran inquietud pues suponen que la permanencia excesiva en él puede provocar la sustitución de las relaciones de amistad por otras caracterizadas por la superficialidad.

Por ello es que en este trabajo de investigación se dispone a enriquecer de información acerca del significado psicológico que los adolescentes proporcionan a Facebook. Exponiendo que la perspectiva desde la que se parte, se considera a la adolescencia como un fenómeno propio de las sociedades contemporáneas y a los mundos de la adolescencia como parcialmente contruidos por los propios adolescentes y las modalidades en las que se ven implicados. Se resalta que el tema en cuanto al uso de redes sociales y avances tecnológicos, enfocándonos a Facebook así como la rapidez con la que hoy en día se tiene acceso nos refiere a la importancia que se puede ver implicada en un adolescente.

CAPÍTULO I.

EL SIGNIFICADO PSICOLÓGICO Y REDES SEMÁNTICAS

1.1 Definición y Características de Significado Psicológico.

La investigación es un movimiento constante en espiral que se desarrolla a partir de un centro u origen, pero al final solo es movimiento.

El investigador se transforma en esta posición epistemológica de una posición estática, de control, de repetibilidad a otra, en la cual se considera un elemento de la creación y la exploración que se automodifica momento a momento como resultado de la autoobservación reflexiva, donde los datos sociales pasan a formar parte del movimiento social mismo en su proceso de autorganización. Las técnicas de investigación a modos de operar la relación del investigador y sus ideas lo que explora y construye. La metodología estructura operaciones concretas que se agrupan en procesos parciales e integran una estrategia. Todas las decisiones involucradas se reconocen como metodológicas, pues la operación específica no es independiente de la estrategia general, ni de la interacción que promueve con el mundo social. Para describir y analizar la metodología de las representaciones sociales como técnica instrumental del método se trata de estudiar la estructura, de manejar significados y construir categorías para organizar grupos de esquemas y constructos. La reflexibilidad de los sujetos sociales y la interacción de los participantes del proceso de investigación. Pues una representación se caracteriza como una forma de conocimiento socialmente elaborada y compartida, que se diferencia de otras formas de conocimiento intelectual o sensorial por implicar una relación específica entre sujeto y objeto de conocimiento; el sujeto se autorepresenta en la representación que hace del objeto, o sea, el sujeto imprime su identidad en aquello que representa. Representar un objeto significa construirlo simbólicamente, hacer que tenga un sentido para quien lo representa, pasando así a formar parte de su mundo.

La dinámica de estructuración de las representaciones sociales implica la conformación

de dimensiones de contenido compuesto de actitudes, imágenes, creencias, conocimientos, valores y opiniones. Dentro del grupo de herramientas metodológicas, destacan las redes semánticas por tratarse de un medio para conocer el significado de un grupo y son útiles para conocer el núcleo estructurante de una representación. El significado psicológico como la organización cognitiva compuesta de elementos afectivos y de conocimiento crean un código subjetivo de reacción, el cual refleja la imagen del universo que tiene una persona y su cultura subjetiva. A si el significado psicológico es un código de información relativo a un objeto en particular, el cual depende de una base social consensuada, (Silva, 2005).

Sin duda alguna, una de las partes fundamentales del lenguaje, razón por la cual, ha sido objeto de estudio desde las más variadas posturas dentro de la psicología. Posteriormente, la lingüística adquiere una nueva dimensión gracias a las aportaciones de Chomsky, N. sobre las teorías estructurales del significado.

Sin embargo, el problema de la naturaleza psicológica del significado adquiere consistencia cuando se unen psicólogos y lingüistas para resolver el problema. Así actualmente destacan en popularidad libros, revistas, conferencias y cátedras, bajo el rubro de psicolingüística. Según Szalay y Bryson, (1973) el significado psicológico es fundamental en la organización cognitiva de los sujetos, está constituido por dos elementos: el conocimiento y el afecto, ellos forman los códigos subjetivos que poseen los seres humanos. Dichos códigos influyen de forma importante en las reacciones que tienen las personas ante las diversas situaciones con las que se enfrentan en su vida y nos muestran con qué características tienen construido el mundo en el que viven. Por una parte el significado psicológico es un componente fundamental de la representación cognitiva y por la otra es el elemento que se estimula y en función de ello se produce la conducta. (Szalay y Bryson, 1974).

Con respecto a lo que cada palabra significa. Como es sabido, los sistemas simbólicos usados por los individuos en la construcción del significado son sistemas profundamente

enraizados en la cultura y su lenguaje, de forma tal que se constituyen en un conjunto comunal de herramientas especiales que convierte a quien los usa en un reflejo de su comunidad. En la vida de los seres humanos tiene gran trascendencia de qué forma significan su vida, las relaciones sociales con las personas que los rodean y el mundo en el que viven. Estos significados psicológicos son los que determinan en gran medida las conductas y acciones que el sujeto lleva a cabo en la vida diaria, así como la relación que tiene consigo mismo, con las personas y con el mundo. Para la medición del significado se han utilizado diversas técnicas como el diferencial semántico, las asociaciones libres y las representaciones sociales (Moscovici 1984, citado por Salas, 2008).

El estudio del significado a través de redes semánticas naturales, analiza respuestas generadas directamente por las personas. Pues la red semántica de un concepto es aquel conjunto de palabras elegidos por la memoria a través de un proceso reconstructivo que no sólo está dada por los vínculos asociativos, sino también por la naturaleza de los procesos de memoria que eligen los elementos que la integran, (Wiesenfeld, 1994). Dicha selección no se hace basándose en la fuerza de la asociación, sino en la clase de propiedades de los elementos que integran la red.

Características del significado psicológico.

En general se observa que el significado se ha abordado aislado, el significado de las palabras del significado de frases y oraciones. De tal manera que nos encontramos con dos grandes categorías de aproximación al problema de significado:

El significado psicológico tiene una función mediadora entre el objeto y las conductas. En estudios experimentales realizados por psicólogos sociales, se han definido dos grandes tipos de significados: el denotativo y el connotativo. El primero es el que se asigna, de manera objetiva, formal, general, universal, y que podemos constatar en los diccionarios; el segundo, en cambio, es el psicológico, el que de manera subjetiva, particular, contextual, se genera con referencia a un objeto (Wiesenfeld, 1994).

Para los aspectos denotativos del significado; por ejemplo en la palabra “perro” produce una experiencia cognoscitiva, perfectamente definida y diferenciada (significado), que incorpora los atributos distintivos o de criterio de los perros que sirvan para distinguirlos de los gatos, los seres humanos, y otros organismos. Cuando mucho, un proceso de mediación de representaciones, que refleje los aspectos más condicionales de la conducta total instigada por los perros, podrá identificarse con las connotaciones actitudinal y afectiva de la palabra “perro”. Pero no define su significado denotativo; pues el mismo signo puede instigar respuestas implícitas (motoras y afectivas) muy diferentes con el mismo significado denotativo, y las mismas respuestas implícitas pueden ser producidas por signos con significados denotativos muy diferentes. Los teóricos cognoscitivos conceden, por supuesto, que los aspectos connotativos del significado puedan conceptualizarse plausiblemente como una respuesta implícita y fraccionaria, en gran parte de naturaleza afectiva (Ausubel, 2009).

1.2 Definición de Redes Semánticas.

Los orígenes de la técnica redes semánticas naturales se encuentran, principalmente, en el diálogo entre disciplinas como la psicología, la inteligencia artificial y la pedagogía; son las nociones sobre la memoria semántica y la memoria episódica, las que ayudan a entender la estructura de la memoria y, por supuesto, la forma en la que asociamos los significados; la primera es la encargada de organizar los significados y conceptos sobre las cosas y las relaciones entre éstos; mientras la segunda, es la que alberga y recuerda información sobre un contexto tempo-espacial. La psicología ofrece, a través de la memoria, explicaciones sobre los mecanismos de selección de los significados, las palabras, los conceptos o las imágenes con las que los sujetos relacionan a los objetos. El valor de estos hallazgos radica en que, conocer lo que la gente sabe de la realidad, ayuda a la comprensión y previsión de las conductas; es decir, la memoria es potencialmente generativa, pues podría producir acciones (Cofer, citado por Valdez, 1998).

La investigación actual, en Psicología, especialmente, con el modelo de redes semánticas; le da un énfasis preponderante al estudio de los procesos cognitivos y la forma en que se estructura la información aprendida.

Las redes de significados, llamadas también redes semánticas son las concepciones que las personas hacen de cualquier objeto de su entorno, de acuerdo a Figueroa (1981), mediante el conocimiento de ellas se vuelve factible conocer la gama de significados, expresados a través del lenguaje cotidiano, que tiene todo objeto social, conocido, o bien se puede mencionar también que es aquel conjunto de palabras elegidos por la memoria a través de un proceso reconstructivo que no sólo está dada por los vínculos asociativos, sino también por la naturaleza de los procesos de memoria que eligen los elementos que la integran. Dicha selección no se hace basándose en la fuerza de la asociación, sino en la clase de propiedades de los elementos que integran la red.

La técnica de redes semánticas (Figueroa, 1981) tiene su origen en los postulados conceptuales del cognoscitismo. En este enfoque se argumenta que la memoria es un mecanismo básico de los procesos cognoscitivos. La memoria es un proceso dinámico mediante el que se reconstruye la información que impacta al organismo (Bourne, Dominowsky y Loftus, 1979). Una de las mayores aportaciones del estudio de la memoria semántica radica en que deriva explicaciones alternativas ante cuestionamientos sobre la forma en que la información que se tiene sobre “algo” influye en el comportamiento posterior que generamos sobre ese “algo”. Valdez (1998) señala que con esta aportación metodológica podemos conocer cuáles son los elementos específicos de información que tienen los sujetos y no sólo las interpretaciones o hipótesis que tienen los investigadores respecto de las redes semánticas de un concepto particular.

Las redes semánticas nacen en el ámbito de la psicología y se desarrollan fundamentalmente a partir de un modelo computacional de la mente y el lenguaje, estimando que tienen un gran potencial como herramienta de investigación cuando se inserta en el ámbito de la sociología. Al hablar acerca de las redes semánticas, se

necesita hacer una distinción entre el método y su objeto. Como método, una red semántica es una reconstrucción, en la forma de una representación gráfica y matemática, de una estructura mental; como objeto, la red semántica es precisamente esta estructura mental. Esta distinción importa porque en el nacimiento del concepto moderno de red semántica, hay una pretensión de identificar método y objeto. El término fue acuñado por Ross Quillian en 1967 para explicar cómo se organiza el significado de las palabras en la memoria individual y generar una simulación computacional. Se trata de emular el proceso mental de adquisición del lenguaje, específicamente en relación al aprendizaje de significados. Allan Collins, en colaboración con Quillian, desarrolló luego este modelo con una base experimental, midiendo el tiempo de reacción de una muestra de individuos a un conjunto de afirmaciones (Allan, 2008).

La técnica de redes semánticas, ofrece un medio empírico de acceso a la organización cognitiva del conocimiento. Por tanto, puede proporcionar datos referentes a la organización e interpretación interna de los significantes. También indica cómo la información, fue percibida individualmente en el curso de la composición del aprendizaje social y provee indicios fundamentales, a cerca de la tendencia a actuar basándose en ese “universo cognitivo”. Krech, Crutchfield y Ballachey (1975), suponen que el ambiente físico y el social aprendido por el individuo; facilitan el entendimiento del mundo social y solución de problemas.

Figuroa propone nueve elementos rectores de la técnica de redes semánticas:

- a) La técnica de estudio debe ser completamente empírica.
- b) La distancia semántica debe cuantificarse en un análisis factorial.
- c) Deben ser jerárquicos.
- d) Debe ser posible estudiar una red en todos los estadios desde la infancia.
- e) Los conceptos pueden ser definidos y actuar como definidores al mismo tiempo.
- f) Evitar el empleo de modelos de inteligencia artificial.
- g) Se debe postular un modelo multidimensional a través del tiempo.

- h) Emplear análisis multivariado
- i) Interpretar teóricamente los datos

La forma en que se trabaja las redes es por medio de clasificaciones o taxonomías artificiales o por medio de lista de atributos o relaciones que el investigador presupone forma una red semántica. La estructura semántica va desarrollándose y adquiriendo nuevas relaciones y elementos a medida que aumenta el conocimiento general de individuo. El conocimiento adquirido se integra a la estructura presente enriqueciendo, y es la memoria como un proceso activo de reconstrucción la que extrae la información necesaria para formar la red semántica. Este proceso de recombinação de los elementos adquiridos, es el responsable de la compleja interrelación de los eventos que confieren al lenguaje (Figuroa, 1981).

- *Características de las redes semánticas.*

Se desarrolla a partir de los estudios de memoria semántica y es utilizada para evaluar el significado.

En México Figuroa, González y Solís propusieron que el estudio de las redes semánticas debería ser natural, es decir, trabajar con las estructuras generadas por los sujetos y no con redes elaboradas por las computadoras puesto que siguen los lineamientos del experimentador. Esta técnica requiere que los individuos partan de un concepto central y produzcan una lista de definidoras cada una de las cuales se les asigna un peso por su importancia como definidora del concepto.

Uno de los postulados básicos de las redes semánticas es que debe haber alguna organización interna de información contenida en la memoria a largo plazo, en forma de red en donde las palabras o eventos forman relaciones, las cuales como conjunto dan el significado y este a su vez, está dado por un proceso reconstructivo de información en la memoria, el cual da el conocimiento de un concepto (Figuroa, 1981).

La técnica de redes semánticas permite conocer cuáles son los elementos específicos de información que tienen los sujetos, y no solo las interpretaciones o hipótesis que tienen los investigadores al respecto de cuáles son las redes semánticas de un concepto en particular (Figuroa, 1981) con los datos que se obtienen, es posible conocer la forma en que está representado un concepto en la memoria, y de esta manera se puede conocer su significado.

La teoría de las redes semánticas indica que a mayor sea el número de palabras definidoras generadas por los sujetos para definir la palabra estímulo, mayor es el del tamaño de la red y por tanto, se podrá tener una mejor comprensión y conocimiento acerca de lo que para los sujetos significa la palabra definida. Pues la estructura semántica se va desarrollando y adquiriendo nuevas relaciones y elementos a medida que aumenta el conocimiento general del individuo, a este respecto se puede considerar que las influencias del medio, así como los años de experiencia van enriqueciendo y transformando el significado de los conceptos.

De manera muy resumida, la técnica, explicada con detalle por Valdez (1998), consiste en lo siguiente: se seleccionan una o más palabras estímulo de las cuales se quiere saber el significado que le dan los sujetos miembros de algún grupo en particular. Se les pide que definan la palabra estímulo mediante un mínimo palabras sueltas, que pueden ser verbos, adverbios, adjetivos, sustantivos, nombres o pronombres, sin utilizar artículos ni proposiciones. Cuando los sujetos han hecho su lista de palabras definidoras se les pide que, de manera individual, las jerarquizan de acuerdo con la cercanía o importancia que tiene cada una de las palabras con la palabra estímulo. Le asignarán el número uno a la palabra más cercana al estímulo, el dos a la siguiente, y así sucesivamente, hasta agotar todas las palabras definidoras.

Los valores obtenidos con la técnica de redes semánticas naturales son las siguientes:

- *Tamaño de la red (TR):*

Se refiere a la cantidad de palabras definidoras que se utilizan para describir un concepto, representa la riqueza de la red, nos indica que tan compactos están los conceptos. Consiste en el número total de definidoras generadas para cada uno de los conceptos en los diferentes grupos formados.

- *Peso semántico (PS):*

Se obtiene asignado el mayor puntaje a la definidora jerarquizada el primer lugar por el sujeto, el siguiente puntaje a la definidora que obtuvo el segundo lugar.

- *Núcleo de la red (NR):*

Lo constituye el grupo de definidoras con el peso semántico más alto, en forma jerarquizada, nos indica cuales son las definidoras necesarias para describir un concepto y cuáles son las complementarias.

- *Valor G:*

Este valor representa la densidad de la red y se computará a partir del núcleo de la red. Considerando el peso semántico que se encuentra en primer lugar y restando el siguiente peso semántico y así sucesivamente.

- *Distancia semántica cuantitativa (DSC):*

Este valor constituye la distancia semántica cuantitativa entre las definidoras que forman la red. La definidora con peso semántico más alto del núcleo de la red de cada grupo es considerado al 100%, obteniéndose los valores de las definidoras. (Reyes, 1993)

1.3 Usos y Aplicaciones de la Técnica de Redes Semánticas.

Como lo menciona Reyes (1993), la técnica de las redes semánticas ofrece una gran posibilidad de aplicaciones debido a su amplia versatilidad de aplicación y uso, además de que se ha demostrado que suple de alguna forma las carencias y dificultades que presentan otros métodos que han sido utilizados con la misma finalidad, ya que queda abierta la posibilidad de comparaciones por grupos, lo cual nos permite analizar de manera más específica y objetiva la información que se obtenga. Se puede resaltar que por medio de esta técnica se tiene la posibilidad de elaborar un instrumento de medición de algún tema de interés, partiendo de la información generada por los sujetos y no únicamente de la información propuesta por los investigadores, que en un momento dado, puede llegar a ser limitada, (La Rosa, 1986).

La red semántica se utiliza cuando no conocemos o tenemos dudas sobre el significado de una comunidad, sea por su heterogeneidad o por la generalización que queremos dar a los resultados, o porque las observaciones previas indican que es un concepto controvertido.

Con las redes semánticas se puede observar la riqueza de un concepto, es decir la cantidad de definidoras y la densidad de estas, así como las relaciones entre las definidoras (Figuroa, 1981).

Puede utilizarse como método de evaluación de un tema en específico si antes de la enseñanza del mismo se obtiene la red semántica de sus conceptos fundamentales (Figuroa, 1981).

Los conceptos y las definidoras de las redes semánticas son activos, ya que, los conceptos pueden ser definidos y definidores al mismo tiempo. Así existen conceptos que sirven para definir otros y en cuya enseñanza no puede separarse, hay algunos casos en

los que la comprensión previa de ciertos conceptos es imprescindible para comprender otros.

1.4 Ventajas y Limitaciones.

Las redes semánticas permiten entender en forma clara, cómo es que está representada y organizada la información, y cómo es que la adquisición de una nueva información produce cambios en la red; todo a partir de la información generada por los propios sujetos.

Debido a que los definidores relacionados están directamente conectados, y no se expresan las relaciones en una gran base de datos, el tiempo que toma el proceso de búsqueda por hechos particulares puede ser significativamente reducido.

Permiten la declaración de importantes asociaciones en forma explícita. Debido a que los definidores relacionados están directamente conectados, y no se expresan las relaciones en una gran base de datos, el tiempo que toma el proceso de búsqueda por hechos particulares puede ser significativamente reducido.

La ventaja más útil de esta técnica es que permite estudiar la generación de indicadores de recuerdo de palabras asociadas a los conceptos claves del texto, como son los definidores y algunas combinaciones entre ellos (Castañeda y López, 1993).

Algunas limitaciones de la técnica es que no puede utilizarse con sujetos adultos con un nivel académico muy bajo, ni tampoco en niños muy pequeños, puesto que la tarea de jerarquizar no la pueden llevar a cabo de manera correcta.

No existe una interpretación normalizada para el conocimiento expresado por la red. La dificultad de interpretación a menudo puede derivar en inferencias inválidas del conocimiento contenido en la red.

La exploración de una red asociativa puede derivar en una explosión combinatoria del número de relaciones que deben ser examinadas para comprobar una relación, sobre todo si la respuesta a una consulta es negativa.

No hay manera de insertar alguna regla heurística para explorar la red de manera eficiente.

Para investigar algunos conceptos de carácter abstracto como pueden ser la personalidad, la inteligencia y otras, se debe tomar en cuenta el nivel de especialización de los sujetos que componen la muestra , ya que a mayor grado de abstracción del concepto, se requerirá que los sujetos tengan un mayor conocimiento dentro del área o materia de la que se trate la investigación que se va a realizar, ya que la gente en común no siempre tiene o maneja información relevante al respecto (Castañeda y López, 1993).

Como primer capítulo, se muestra la importancia del significado psicológico y de redes semánticas en cuanto a la relación con la investigación que se llevó a cabo, dando una visión importante acerca de las definiciones que un individuo puede tener con el concepto de algo , una vez que este se nombra , todo lo que genera y transmite en distintas palabras ya sea por una vaga idea acerca de ello o por el contacto y experiencia que se ha tenido ; y a su vez el tipo de técnica que ayuda a obtener una jerarquización clara de las definiciones que el individuo ha dado, proporcionando una evaluación más confiable para la investigación que se esté realizando .

CAPÍTULO II.

REDES SOCIALES

2.1 Redes Sociales.

Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada.

No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy que quizá mañana no existan, y otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos. Por todo ello, vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet., (Castillo, 2013).

1971. Se envía el primer e-mail entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.

1978. Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (Bulletin Board Systems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.

1994. Se lanza GeoCities, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.

1995. La Web alcanza un millón de sitios web, y The Globe ofrece a los usuarios la

posibilidad de personalizar sus experiencias on-line, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares.

En este mismo año, Randy Conrads crea Classmates, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y ex-alumnos.

1997. Lanzamiento de AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza el blogging y se lanza Google.

También se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos, algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Sólo durará hasta el año 2000.

1998. Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Asimismo, se realiza el lanzamiento de Blogger.

2000. Estalla la “Burbuja de Internet”. En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores o computadoras conectados a la Red.

2002. Se lanza el portal Friendster, que alcanza los tres millones de usuarios en sólo tres meses.

2003. Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de esta última no está clara puesto que llevaba gestándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como Hi5 y Netlog, entre otras.

2004. Se lanzan Digg, como portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y Orkut, gestionada por Google.

2005. YouTube comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y MySpace se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.

2006. Se inaugura la red social de microblogging Twitter.

Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa.

En España se lanza Tuenti, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad Badoo.

2008. Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando a MySpace.

Nace Tumblr como red social de microblogging para competir con Twitter.

2009. Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.

2010. Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas.

También se inaugura otra nueva red social, Pinterest. Los usuarios de Internet en este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial.

Las cifras son asombrosas: Tumblr cuenta con dos millones de publicaciones al día; Facebook crece hasta los 550 millones de usuarios; Twitter computa diariamente 65

millones de “tweets”, mensajes o publicaciones de texto breve; LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales, y YouTube recibe dos billones de visitas diarias.

2011. MySpace y Bebo se rediseñan para competir con Facebook y Twitter.

LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes.

En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales.

La recién creada Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales.

Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en sólo un año aumenta los “tweets” recibidos hasta los 33 billones.

2012. Actualmente, Facebook ha superado los 800 millones de usuarios, Twitter cuenta con 200 millones, y Google+ registra 62 millones.

La red española Tuenti alcanzó en febrero de este año los 13 millones de usuarios.

Teniendo en cuenta que al comienzo de este apartado es cuestión de semanas, pues sus cifras se elevan o disminuyen, en donde la información se queda anticuada, y a lo largo del mismo año se puede encontrar registros completamente diferentes, (Castillo, 2013).

Las tecnologías de la comunicación forman parte de nuestras vidas. Además, se les reconoce como una de las causas de nuevas formas de organización social que en originado importantes cambios socio-económicos. La aparición de organizaciones basadas en las relaciones cooperativas orienta hacia el consumo de información mediante un nuevo sistema de redes que se sustenta en estilos comunicativos dispuestos entre lo formal y lo informal. En este escenario, el mayor hito es la aparición de un nuevo entorno simbólico de socialización, que llega a ocupar y, en ocasiones a sustituir, otros

espacios de convivencia, consolidándose, poco a poco, como medio clave de la configuración de la identidad de los más jóvenes. A la vez que resulta fuente indiscutible de información, que transforma los procesos de aprendizaje, lo que condiciona, sin lugar a duda, el futuro de los espacios de socialización. En el año 2009, se produjo una explosión de las redes sociales en cuanto a número de usuarios. Las relaciones personales y profesionales que tienen lugar en estas redes las convierten en lugares privilegiados para, por ejemplo, el aprendizaje informal y para la extensión del aula más allá de sus espacios y tiempos escolares (Ruiz y De Juanas, 2013).

Hace ya más de cuarenta años Bell que se empezó a hablar por primera vez del término Sociedad de la Información. Desde entonces, la paulatina aparición de nuevas tecnologías digitales, especialmente Internet y la web 2.0, han modificado radicalmente la interacción entre personas: la tecnología nos permite relacionarnos en red de un modo síncrono y asíncrono efectivo, desligados de un lugar físico, de forma inmediata y con terminales cada vez más sencillos y económicos. En este escenario digital, el medio social aparece como una gran ventana a la comunicación que se define como un grupo de aplicaciones fundamentadas en Internet, que se desarrollan sobre los elementos tecnológicos e ideológicos de la Web 2.0 y que facilitan la elaboración y el intercambio de contenidos generados por los usuarios (Kaplan y Haenlein, 2010).

Pensar los medios digitales en el contexto de una cultura de la convergencia implica desterrar, de plano, la vieja idea evolutiva según la cual los nuevos medios matan a los viejos. Uno de los conceptos más acertados para explicar este proceso y las relaciones que se tejen en el ecosistema mediático es el de “mediamorfosis”, planteado por Roger Fidler a fines de la década de 1990. Lejos de la idea de que un medio reemplazará a otro, entenderlos en el marco de un proceso de mediamorfosis implica considerarlos como parte de un sistema interdependiente, en el que coexisten y evolucionan de manera conjunta. Los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente, sino que aparecen en forma gradual por la metamorfosis de los medios antiguos, que a su vez no mueren sino que continúan evolucionando y

adaptándose.

De este modo, las nuevas formas de comunicación establecen “puentes de familiaridad” con su pasado mediático para tomar lo anterior y transformarlo. Por ejemplo, hasta bien entrado el siglo XVI, los antiguos impresores continuaron copiando casi exactamente las formas de letras y los formatos de los documentos tradicionales del pasado, producidos a mano. A pesar de la irrupción de la imprenta y los tipos móviles, durante décadas la impresión fue considerada como algo artificial y opuesta a la escritura natural. Se usaba primordialmente como un medio de bajar los costos para responder a la creciente demanda de biblias, textos antiguos e indulgencias papales. Del mismo modo que el grabado, de imágenes y las cajas musicales mecánicas aportaron los puentes de familiaridad para el fonógrafo y el sonido grabado y la radio comercial tomó sus primeros contenidos de formas ya establecidas, como la música grabada y los espectáculos comerciales en vivo.

Pensar en clave de mediamorfosis implica ver a los medios y a todas las formas de comunicación como integrantes de un mismo sistema, y advertir las similitudes y relaciones que existen entre las formas del pasado, del presente y las emergentes.

Por ello el concepto de red social se remonta a una época muy anterior a Internet e incluso a la aparición de los ordenadores personales. Hace referencia a una comunidad en la cual los individuos están conectados de alguna forma, a través de amigos, valores, relaciones de trabajo o ideas. Hoy, el término red social también se refiere a la plataforma Web en la cual la gente se conecta entre sí. Facebook, Tuenti, LinkedIn, Webkinz o MySpace eran palabras que hace quince años no significaban nada. Hoy son las más populares redes sociales. Estas herramientas tecnológicas del siglo XXI ponen en comunicación a millones de personas todos los días. Se cuentan por miles los mensajes y fotografías que pueden verse a través de estas telarañas de la Red. En sí el origen de las redes sociales se puede remontar, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar

o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera. Sin embargo, recién en el 2001, y gracias a la caída del puntocom, comienzan a aparecer sitios o espacios sociales. En el año 2002 surgen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Una estructura social que se pueden representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas como por ejemplo juegos en línea, chats, foros, spaces, etc.

Según Bartolomé (2008), las redes sociales reflejan lo que en tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado así como el motivo aglutinador: desde el sexo a la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras. Lo que la Web 2.0 aporta es la capacidad de crear redes sociales uniando a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que frente al tradicional criterio de poder de una red social, basada en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder.

Existen múltiples definiciones y teorías sobre qué son y qué no son las redes sociales, pero existe poco consenso todavía sobre las mismas. La gran mayoría de autores coinciden en que una red social es: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”, o como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos”.

Aspectos principales de las redes sociales

Microblogging:

Al hablar de microblogging nos estamos refiriendo a un nuevo modo de comunicación consistente en el envío de mensajes cortos de texto a través de herramientas diseñadas especialmente para esta función. En esta herramienta nos encontramos Twitter, siendo el servicio más utilizado y popular de microblogging. Los mensajes que se mandan son con tan sólo 140 caracteres y su objetivo es explicar qué se está haciendo en un momento determinado, compartir información con otros usuarios, ofrecer enlaces interesantes a páginas Web o contar lo que está pasando en un lugar y tiempo concretos en primera persona y en el momento en el que está ocurriendo. Para las empresas, Twitter, es una auténtica base de datos de contactos, en la que se facilitan las relaciones con clientes y nuevos contactos profesionales. Al mismo modo, mandar mensajes directos con fines comerciales.

Marcadores Sociales:

Son plataformas Web donde se almacenan y clasifican aquellas entradas de internet que se consideran relevantes y se comparte con los demás. Cada usuario crea sus listas de preferencia, al igual que se memoriza en la barra de herramientas “Favoritos” del navegador pero con la ventaja de que al estar en línea y compartirlo, se convierte en una herramienta fundamental para alcanzar un buen posicionamiento de los blogs y Webs

corporativas. En esta categoría destacan menéame, delicious y bitácoras.

Medios Sociales Multimedia:

En esta categoría nos centramos en el vídeo y la fotografía. Encontramos plataformas Web que facilitan y motivan el intercambio de materiales audiovisuales y fotográficos y crear comunidad alrededor de ellas. Entre los más destacables nos encontramos Youtube (se suben una media de 48 horas de videos por minuto, en todo el mundo), Vimeo y DailyMotion en cuanto a vídeos. Flickr destaca en el campo de las fotos, siendo una comunidad especializada en el intercambio de material fotográfico.

Geolocalización:

Actualmente es una de las tendencias más relevantes en Internet, cuya tecnología está basada en el sistema de información geográfica. Ya que vivimos en un entorno móvil, el valor de la ubicación geográfica se ha convertido en un elemento clave para las empresas, porque dan la oportunidad de poner en marcha acciones de geomarketing. Haciendo uso de la ubicación del usuario, es posible averiguar dónde se encuentra en ese momento y lanzarle ofertas promocionales que atraigan a dicho usuario a nuestros establecimientos. Foursquare destaca en esta rama. Esta aplicación de geolocalización combina mapas locales, interacción social y entretenimiento, ya que se basa en un juego en el que se motiva la participación de las personas mediante ofertas y descuentos a quienes hagan ciertas acciones promovidas por la empresa. Quién más veces participe, más beneficios obtendrá porque es recompensado por la empresa. Es un modo novedoso y efectivo de atraer clientela. Una vez presentadas todas las herramientas 2.0 que están a nuestro alcance, vamos a ser concisos y desarrollaremos las más utilizadas y útiles para las empresas y marcas.

Pertenecer a una red social, le permite al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su “lista de amigos”. Estos amigos pueden ser amigos personales

que él conoce, o amigos de amigos. A veces, también, son contactos que se conocieron por Internet. El término “amigo” en las redes sociales, tiene un significado diferente al tradicional que recibe en la vida real. En las redes sociales, “amigo” es todo aquel que ha sido invitado a visitar el sitio personal en la red. Y funciona de la siguiente manera: un usuario envía mensajes a diferentes personas invitándoles a ver a su sitio. Los que aceptan, se convierten en “amigos” y repiten el proceso, invitando a amigos suyos a esa red. Así, va creciendo el número de “amigos”, de miembros en la comunidad y de enlaces en la red (Morduchowicz, Marcon, Sylvestre y Ballestrini, 2010).

El principal valor de las redes sociales es la capacidad de vinculación. De ahí que pueda explicarse la razón de la adicción de las personas hacia las redes sociales; están atadas a ellas por la misma naturaleza que fundamenta el gregarismo. Estas redes reexpresadas facilitan y potencializan los medios de comunicación en la vinculación cercana, entendiendo esta proximidad tanto en el espacio como en el tiempo; asimismo, permite la revinculación en relaciones lejanas, también espacial o temporalmente hablando (Manpower, 2009). Para el análisis de las redes sociales también se ha llevado a cabo por parte de otras especialidades que no pertenecen a las ciencias sociales. Por ejemplo, en matemáticas y ciencias de la computación, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen. Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social. A través de esta teoría, se pueden analizar las redes sociales existentes entre los empleados de una empresa y, de igual manera, entre los amigos de Facebook.

Las funcionalidades de una red social varían en algunos casos considerablemente. Algunas permiten alojar fotografías, vídeos, pueden tener mensajería instantánea o permiten el envío y la recepción de mensajes privados de forma similar al correo. Muchas, en la actualidad, se apoyan en la telefonía móvil y están segmentadas por los más variados intereses: hacer amigos, buscar pareja, hacer negocios, compartir música y un largo etcétera. Merece especial mención la apuesta que muchas redes sociales directas

están realizando por la integración del comercio electrónico a través del desarrollo del comercio social, mediante la incorporación de tiendas online a través de las páginas creadas por empresas en este tipo de redes sociales (Urueña, 2011).

Garton, Haythornthwaite y Wellman, en 1998, reconocen como características definitorias de las Redes Sociales, el rango, la centralidad y los roles.

a) Rango

El rango de las Redes Sociales varía según el tamaño y la heterogeneidad de la red. Las grandes redes tienen gran heterogeneidad, sus miembros tienen características sociales diversas, lo que se traduce en una mayor complejidad en la estructura de la red, esto las hace más innovadoras y exitosas en lograr cambios en las estructuras. Las redes pequeñas tienden a ser más homogéneas, generalmente corresponden a grupos con un carácter más conservador, lo que las hace más exitosas en la conservación de recursos existentes.

b) Centralidad

La centralidad está definida por las relaciones dentro de una red, así hay quienes serán el centro de la red y quienes estarán en la periferia o aislados dentro de la red. Las investigaciones sobre Redes Sociales han determinado sistemas de medición que permiten establecer la geografía de las relaciones dentro de una red, determinando la distribución de los nodos según el número y la dispersión de las conexiones que establecen, permitiendo definir qué nodos son puentes de contacto fundamentales para la existencia de la red, ya sea por ser sostenedores de ella o por ser nodos de contacto con otros nodos externos.

c) Roles

Existen diferentes roles tipificados entre los miembros de una red, los que se pueden identificar a partir de los patrones de relaciones establecidos por los miembros de ella. Esto se da tanto en las redes cara a cara, como en las que operan con comunicación mediatizada por computadoras.

Funcionamiento de una red social

Para crear y mantener una página personal en una red social, hay que seguir diferentes pasos:

- a) Crear un perfil de usuario. Este perfil consiste en las características que la persona quiere dar a conocer sobre sí misma, para incorporarse como nuevo miembro en una red social. En el perfil, la gente incluye los datos personales que quiere: nombre, dirección electrónica, actividades, gustos, intereses, etc. De cualquier modo, sólo con el nombre y dirección de email ya puede ser integrante.
- b) Incorporar a los primeros amigos. Una vez creada la página, su autor “invita” a sus amigos vía email a formar parte de su red. Cuando estos aceptan la invitación y ya forman parte de la red, pueden sugerir la incorporación de otros conocidos.
- c) Intercambiar mensajes, subir fotos, compartir música. Una vez que el usuario tiene un grupo social en la red, puede comunicarse con sus integrantes, intercambiar información, subir fotos, compartir música, ver el Perfil de otro, etc.
- d) Hacer crecer la lista de amigos. Como el objetivo de una red social es agrupar personas y lograr más “amigos”, los usuarios siguen invitando a más gente a participar en su red (amigos de amigos) y de esta manera, lograr que la lista se agrande, (Morduchowicz, et al. 2010).

Entender las implicaciones sociales y económicas del fenómeno global de las redes sociales en internet puede tener complicaciones para quienes no tuvieran experiencia previa en este ámbito. Pero si recordamos que los primeros navegadores con contenido multimedia en Internet aparecieron apenas a mediados de los 90 y considerando la lejanía con la que muchas personas vivieron o siguen viviendo esos acontecimientos, dando cuenta de que la revolución que está en este momento en marcha, seguramente volverá a sorprendernos.

Si pensamos con esa perspectiva, se recuerda cómo muchos consideraron en algún momento que Internet era un fenómeno relativamente aislado, sin mayor trascendencia, incluso para algunos especialistas. Y muchos pensaban también que el comercio electrónico o la banca en Internet, se enfrentaría a grandes barreras para extenderse, tanto por problemas de seguridad como de resistencia al cambio por parte de los usuarios. Y si se profundiza en la idea, también cómo se escuchaba a mediados de la última década del siglo XX, que tales cambios tecnológicos no lograrían impactar tan rápidamente como para modificar nuestra vida social o nuestras oportunidades económicas y el mundo del trabajo.

De nuevo, hoy se enfrenta a una revolución similar (como lo fue con la aparición de Internet) en torno al fenómeno de las redes sociales y la llamada

Web 2.0. No es poco frecuente que se considere a las redes sociales como una moda adolescente o bien herramientas lejanas a la realidad social y económica de los tomadores de decisiones y por lo tanto con bajo impacto en nuestras vidas y trabajo por lo menos en el futuro cercano. Muchas personas en México no percibían los beneficios de las redes sociales (incluso aún se considera en cierta parte como insegura por la visibilidad de información).

Es importante distinguir lo que es y lo que no es una red social. Una red social es la relación entre más de dos personas, pero las relaciones son multidireccionales y cada

una de ellas afecta las relaciones con otras personas de la misma red. Ejemplos de lo que no es una red social son los medios masivos de comunicación o el conjunto no relacionado socialmente de consumidores de un producto o servicio específicos. Una multitud no es una red, dado que las personas que la comprenden no tienen una identidad propia (son parte de la masa). En la red social, al contrario, cada elemento tiene una independencia de acción y capacidad de influencia que especifican qué tan fuerte y definida es la red misma.

Así mismo como habilitadores del crecimiento de las redes se encuentran en términos muy generales, y aunque existen límites antropológicos para el mantenimiento de redes sociales estables, hay factores que aseguran el crecimiento del uso de las redes sociales, tales como:

- La reducción del costo de mantener una relación, aunque ésta no sea cercana y frecuente.
- La facilidad de vincular y de revincularse con otros.
- La universalidad de Internet y por lo tanto de las redes sociales, que han irrumpido además con fuerza en el mundo de los dispositivos móviles.

Eventualmente todo mundo o la mayoría de personas, es un usuario activo de las redes sociales, como sucedió con la televisión, correo electrónico y el uso de dispositivos móviles. En el terreno tecnológico de las redes sociales se ha evolucionado muy rápidamente, incluyendo nuevas características y funcionalidades que las convierten en plataformas, no sólo para compartir videos, fotos, opiniones, blogs y videoconferencias, sino para distribuir programas con fines diversos, desde el entretenimiento más puro de los juegos digitales hasta las más diversas aplicaciones de negocios.

Las redes sociales aspiran así a convertirse en el espacio que concentra todas las

necesidades que se tienen en Internet, por lo que es lógico que cada vez se le dedique más tiempo y atención. Y cómo están basadas en la afinidad y en el interés de quienes pertenecen a ellas, además de la proliferación de nuevas opciones de redes especializadas, han aparecido en fechas recientes ofertas que permiten a los usuarios crear sus propias plataformas.

Se puede decir que las redes sociales han impactado en todos los aspectos de Internet en cualquier ámbito de la vida social, económica y política, las redes sociales son el vehículo del presente y se desarrollarán como el principal medio del futuro.

Clasificación o tipos de redes sociales

Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real. Las redes sociales no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos. Usaremos la siguiente clasificación (Burgueño, 2009).

Por su público objetivo y temática

-Redes sociales horizontales.

Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Twitter, Orkut, Identi.ca.

-Redes sociales verticales.

Están concebidas sobre la base de un eje temático agregado. Su objetivo es el de congregarse en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

a. Redes sociales verticales profesionales:

Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.

b. Redes sociales verticales de ocio:

Su objetivo es congrega a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wiple, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.

c. Redes sociales verticales mixtas:

Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

Por el sujeto principal de la relación

-Redes sociales humanas.

Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos: Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

-Redes sociales de contenidos.

Las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador.

Ejemplos: Scribd, Flickr, Bebo, Friendster.

-Redes sociales de inertes.

Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance.

Por su localización geográfica

-Redes sociales sedentarias.

Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplo: Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.

-Redes sociales nómadas.

Las características propias de las redes sociales sedentarias se le suman un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Scout.

Por su plataforma

-Red social MMORPG y metaversos.

Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage).

-Red social web.

Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son MySpace, Friendfeed y Hi5.

Y para Celaya (2008, citado por Hütt, 2012), existen tres clasificaciones principales de redes sociales:

- a) Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo). Este tipo de redes han contribuido a fomentar el concepto de “networking” entre las Pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando una amplia lista de contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas. Normalmente, los usuarios que ingresan a estas redes incluyen una descripción de su hoja de vida, lo cual constituye el punto de partida en sus interacciones posteriores. Todas estas plataformas cuentan con un buscador interno que nos permite rastrear la base de contactos por el nombre de la persona que buscamos o por el nombre de la empresa o universidad. Los usuarios a su vez pueden integrarse entre sí de acuerdo con sus expectativas, gustos y preferencias.

- b) Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5). Este tipo de espacios cuentan con perfiles de usuarios muy similares a los anteriores, pero con ritmos de crecimiento distintos, marcados por generación de contactos, quienes ingresan con el fin de ponerse en contacto con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, videos, fotografías e información personal. Por ejemplo, Tuenti obtuvo 2.843.000 visitantes en el 2007, Hi5 registraba 2.279.000, en tanto, MySpace y Facebook registraban cerca de 1.200.000 visitantes únicos al mes (Watts, 2003). “A diferencia del modelo de LinkedIn y Xing, donde predomina la autenticidad de los perfiles publicados, las

redes generalistas cuentan con infinidad de perfiles ficticios y con casi nulo control sobre los mismos”, afirma Celaya (2008; citado por Hütt Herrera, 2012). Este tipo de permisibilidades han generado desconfianza en algunos usuarios y temor en otros, por lo que ha habido una mayor presión en relación con las medidas de seguridad que deben adoptar estos sitios.

Asimismo, y al igual que como ocurrió con el fenómeno de los blogs, el uso de las redes sociales ha tendido a decrecer, aunque esto lejanamente significa que haya alguna tendencia de desaparición de éstas. En razón de lo anterior, este tipo de espacios han venido procurando evitar la deserción de sus usuarios, para lo cual han sido más cautelosas en cuanto al contenido publicado y las reglas de conducta para sus afiliados. “No obstante, estas nuevas reglas de control y supervisión del comportamiento de los usuarios pueden condicionar el futuro crecimiento de las redes sociales generalistas, ya que muchos de ellos sólo participan en estas redes a través de perfiles ficticios”. Según el mismo autor, el modelo de ingresos financieros generados por este tipo de redes se basa en la publicidad, la cual ha tendido a verse afectada por la escasa atención que le brindan los internautas. Sin embargo, están surgiendo nuevos modelos, a través de los cuales se están ejecutando transacciones financieras, las cuales han constituido una alternativa para dinamizar este tipo de plataformas virtuales.

En razón de lo anterior, rápidamente se convertirán en nodos de comunidades verticales, ofreciendo contenidos y eventos muy especializados para promover una mayor fidelidad de sus diferentes públicos, con base en comportamiento y afinidades muy determinadas.

- c) Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBugá, CinemaVIP, 11870). Durante los últimos años, se ha registrado la aparición de redes sociales especializadas en una determinada actividad social o económica, un deporte o una materia. Esto permite satisfacer una necesidad inherente del ser humano de formar parte de grupos con características e intereses comunes, lo cual según la

escala de necesidades de Maslow o pirámide de Maslow, obedecerá a la necesidad de pertenencia o afiliación.

Un ejemplo de este tipo de espacios es la red Flixster, que es una red social de amantes del cine, o bien SkiSpace, la cual está especializada en deportes de nieve, y las cuales han logrado atraer a grupos sociales interesados en estos temas, así como también, han captado la atención de anunciantes de acuerdo con cada segmento.

Aunque es probable que hayan quedado otros muchos tipos de redes, estas son las que obedecen a una agrupación más general y son las que tienen un mayor nivel de visitas, según registros oficiales.

Por ejemplo, según la fuente global de inteligencia de mercado “ComScore”, Facebook logró superar a My Space en Junio del 2007 por 52 millones de visitas, y aunque My Space registraba para entonces 117 millones de usuarios, su crecimiento se había estancado durante los últimos en años en un 3% (Watts, 2003)

A manera de conclusión general, lo cierto del caso es que las redes sociales han tenido una aceptación enorme, dado que han facilitado una vía extraordinaria para comunicarse de manera pública o privada, sin restricciones o censuras previas, con un costo muy bajo y con la posibilidad de tener una interacción prácticamente garantizada con todos los integrantes del entorno virtual del individuo. Asimismo, un aspecto relevante es que este tipo de espacios resultaron tan exitosos, que las mismas organizaciones han considerado necesario crear sus propios perfiles para interactuar con sus diversos públicos, (Hütt, 2012).

2.2 Redes Sociales de Mayor Impacto.

Cuando hablamos de las redes sociales basadas en Internet nos referimos a un genuino fenómeno social. El deseo de compartir experiencias y la necesidad de pertenencia al grupo provocan esta actividad colectiva, el software traslada los actos cotidianos a un sitio informático, facilitando la interacción de un modo completamente nuevo. Si antes llamábamos por teléfono a un amigo para decirle que estábamos pasando unos días en la playa, ahora podemos mostrar nuestra localización o transmitir esa información en nuestro estado, a todos nuestros contactos, en tiempo real. Conviene tener en cuenta que las redes sociales en Internet, como fenómeno, engloba numerosas y variadas redes, por lo que, generalmente, se habla de ellas en plural. Es difícil encontrar una persona que sólo posea una cuenta en uno de los servicios que ofrece Internet.

Normalmente, los individuos son usuarios activos de varios servicios, mediante los cuales, crean y mantienen diferentes relaciones personales. Prueba de ello es que, con las últimas actualizaciones, los servicios de redes sociales se están convirtiendo en un agregado de muchos servicios que funcionaban de forma separada. Podemos trasladar nuestro estado de Twitter a Tuenti, o ver un vídeo en Youtube y compartirlo en Facebook. Todo esto integra a los usuarios de un modo complejo, por lo que el concepto de servicio de red social se diluye, y acaba siendo una combinación de posibilidades de comunicación, (Castillo, 2013).

Hi5

Hi5 es la red social más usada a nivel nacional hasta la fecha, con 4,4 millones de usuarios registrados. Es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual, la cual está presente en 23 idiomas. Su enfoque principal es la comunicación y entretenimiento, dándole más énfasis a esto último por la gran cantidad de juegos desarrollados. Cabe destacar que, en la actualidad, está perdiendo una cantidad considerable de usuarios a nivel nacional debido

al gran impacto que produce el Facebook.

Sónico

Sonico es una de las redes sociales más representativa, desarrollado por personas de América Latina (Argentina). Al igual que las principales redes sociales del mundo, permite compartir información e interactuar con nuestros amigos. El atractivo de Sonico es que da solución a las debilidades de otras redes sociales como Hi5, Orkut, entre otras, en temas como seguridad de contenidos, moderación de perfiles, contenidos relevantes, orden en las aplicaciones, buscando no caer en el caos visual, entre otros aspectos. Actualmente cuenta con 42 millones de usuarios en América Latina, y se presenta actualmente en español, portugués e inglés.

Flickr

Flickr es otra plataforma web donde podemos almacenar, ordenar y buscar fotografías y videos en línea. Su enfoque es el de permitir al usuario almacenar exclusivamente fotos y videos. Flickr, actualmente, cuenta con más de 3 mil millones de imágenes, y se plantea la premisa de que, cada minuto, se agregan a Flickr alrededor de 5000 imágenes. Flickr cuenta con una versión gratuita, que permite subir 2 vídeos y 100 Mb en fotos al mes, y en la cuenta de pago denominada pro, disponen de almacenamiento y ancho de banda ilimitado. Flickr fue consagrado como el mejor portal de redes sociales por la revista TIME en el 2009.

Twitter

Término inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como tweets.

WhatsApp

Propone un tipo de comunicación que nunca había tenido lugar a lo largo de la historia, ya que es una aplicación de mensajería “de pago” (con un coste de 0,99€/año) que permite enviar y recibir mensajes mediante Internet (de modo instantáneo). Además los usuarios pueden crear grupos y enviarse mutuamente imágenes, videos y grabaciones de audio. La aplicación fue creada en enero de 2009 principalmente por Jan Koum, y el 19 de febrero de 2014 fue comprada por la empresa Facebook por 19 millones de dólares. Consta con más de 600 millones de usuarios en todo el mundo ya que ha tenido mucho éxito por ser de gran utilidad.

Facebook

Es en la actualidad, el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. En sus inicios, era de uso exclusivo de universitarios, pero se amplió sus fronteras permitiendo así que cualquier persona que tenga un correo pueda acceder a dicho portal.

2.3 Facebook como Red Social más Popular.

Facebook como una plataforma de gran popularidad en el mundo, y en la cual se establecen redes sociales de manera virtual, y considerando que la adolescencia es un proceso de desarrollo humano en el que convergen aspectos tanto psicológicos, sociales y culturales, entre otros, es pertinente generar conocimiento científico que explique las formas y los sentidos que las personas le otorgan a las interacciones en este tipo de plataformas.

Mencionando que a nivel mundial Facebook cuenta con más de mil millones de usuarios.

Hablar de las dimensiones de Facebook es arriesgado, porque crece de manera constante, y seguramente estos datos serán viejos mañana. Sin embargo, no podemos obviar mencionar algunos datos sobre su magnitud. Hoy, una de cada diez personas está en Facebook. Es el sitio que más usuarios han tenido en la historia de Internet, y si fuera un país, sería el tercero más grande del mundo, luego de China e India. Un reciente estudio estima que poco más del ochenta por ciento de los usuarios de Internet visitan redes sociales, y en esta actividad, Facebook ocupa el primer lugar a nivel global, (López y Ciuffoli, 2012).

América Latina se encuentra entre los mercados con más afinidad en el uso de redes sociales (el noventa y seis por ciento de la población total en línea visitó una red social). Esta afición de los latinoamericanos también se refleja en Facebook, donde siete países de Latinoamérica están en el top 25 de países con más usuarios activos en Facebook; México es el quinto país con más suscritos a esta red social en el mundo, con 56 millones hasta septiembre de 2014, de los cuales el 50% son mujeres y el 50% son hombres; el 46% de este total son personas entre 18 y 28 años de edad (Owloo, 2014). Respecto a lo anterior, Loreto, Elgueta y Riffo (2009) sugieren que los principales motivos que tienen las personas jóvenes para unirse a dicha plataforma han sido la popularidad de la misma, la presión social por parte de amistades, por no ser motivo de exclusión social así como por el interés de vincularse con personas con quienes coincidieron en el pasado. Dado que se vive en una época en la cual un gran número de personas se han apropiado de las tecnologías de información y comunicación y las han hecho partícipes de su vida cotidiana, y siendo un tema relativamente nuevo en la investigación psicosocial, actualmente diversos estudios han indagado sobre las formas de apropiación, así como el consumo de estas nuevas tecnologías.

Por otro lado, el tiempo total empleado en las redes sociales en Latinoamérica es en promedio más alto que en el resto del mundo.

El crecimiento del tiempo que dedican las personas a las redes sociales va en detrimento

de otros espacios como los portales web, la mensajería instantánea y el correo electrónico.

Otro dato interesante es cómo fue el crecimiento de Facebook en relación con otros medios o dispositivos. A la radio le llevó 38 años llegar a los 50 millones de usuarios, a la televisión le llevó 23, a Internet le llevó 4. Al Ipod le llevó 3 años vender 50 millones de aparatos. Mientras que a Facebook le llevó 9 meses superar los 100 millones de usuarios, una vez que abrió su plataforma a todo el público, (López et al, 2012).

Comenzar a reconstruir esta breve historia de Facebook, desde el año de su lanzamiento, en el 2004, hasta la actualidad. Un camino no muy extenso, si lo comparamos con la historia de los medios de comunicación, pero profundamente transformador tanto de la plataforma y los servicios que ofrece como de los usuarios y sus prácticas. La periodización que esbozamos aquí nos permitirá ubicar en una línea de tiempo los momentos clave de la evolución de Facebook:

a) Una red de universitarios (2004-2006)

En febrero del 2004, un grupo de estudiantes de Harvard integrado por Mark Zuckerberg como figura principal, y los cofundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin, lanzaron el sitio web thefacebook.com, con el propósito de crear una red que permitiera a los estudiantes de esa casa de estudios conectarse entre sí. El nombre fue tomado de una publicación impresa que se distribuía entre los nuevos alumnos, en la que se exhibía el perfil de los estudiantes y del personal de la universidad.

En una universidad de élite como Harvard, los lazos con la comunidad interna y el contacto que se establece con el resto de los estudiantes es casi tan importante como el aprendizaje formal. Ello explica, en parte, que en apenas 24 horas mil personas se habían sumado al proyecto, y un mes más tarde la mitad del alumnado había creado su perfil en la red. El servicio pronto se amplió a otras universidades de élite como Standford,

Columbia y Yale, y cerró el año con un millón de usuarios activos.

Promediando el 2005, Facebook incorporó escuelas medias de Estados Unidos y de otras partes del mundo, redes de universidades internacionales y adoptó el nombre definitivo de Facebook. En diciembre, alcanzó los 5,5 millones de usuarios activos y continuó expandiéndose con la incorporación de redes laborales.

En el transcurso de estos años, la plataforma recibió varias inversiones que sostuvieron su crecimiento. Entre ellas, 12,7 millones de dólares de Accel Partners, 27,5 millones de dólares de Greylock Partners y Meritech Capital Partners, y en agosto de 2006 formó una alianza estratégica con Microsoft para la sindicación de anuncios publicitarios en la red.⁶ Facebook era entonces una plataforma de páginas personales, que ofrecía la posibilidad de crear grupos (septiembre de 2004) publicar fotos (octubre de 2005), conectarse a través de teléfonos celulares (abril de 2006) y publicar notas (agosto de 2006). Un servicio no muy diferente del que ofrecían otras redes sociales en auge como Friendster y MySpace, los dos más significativos de aquellos años, y que en términos de las investigadoras Boyd y Ellison, se caracterizaban por reunir, en un mismo sistema, un perfil personal articulado en una red de contactos y la posibilidad de recorrer las listas de conexiones de los amigos en la red.

b) Una red pública (2006-2007)

La siguiente etapa en la evolución de Facebook se inicia con la apertura de la red para todos los mayores de 13 años, en septiembre del 2006, convirtiéndose en una red pública y gratuita como las líderes en ese momento: Friendster y MySpace. El salto vino acompañado de la entrada de anunciantes en los perfiles y grupos, y de la incorporación de nuevos servicios a la plataforma.

Facebook integró el news feed y el mini feed, servicios a través de los cuales se crea automáticamente una micropublicación por cada acción que un usuario realiza en su perfil

(mini feed), que a su vez se publica en la página principal de todos sus amigos (news feed), volviendo innecesario tener que entrar al perfil de cada contacto para conocer sus últimas publicaciones.

Casi dos meses después de su lanzamiento a nivel mundial, y en línea con este primer cambio radical que fue el streaming personal (news feed y mini feed), Facebook dio un paso más en la apertura de su arquitectura al lanzar la funcionalidad de compartir (share) e insertar (embed) contenidos de otros sitios, como por ejemplo YouTube. Junto con estos cambios, la red incorporó el servicio de administración de las políticas de privacidad para cada usuario.

Otro gran hito de esta etapa es la apertura de la plataforma de programación de Facebook para el desarrollo de aplicaciones de terceros. La primera API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) fue lanzada en agosto de 2006 y constituye un paso clave porque disparó el crecimiento de aplicaciones hechas por desarrolladores externos (devenidos cocreadores de la plataforma), que dinamizaron el tráfico y la participación en la red. Hasta ese momento, Google ya era famoso por abrir sus API, pero con este gesto Facebook fue pionero entre las redes sociales.

Durante este período, Facebook era considerada sólo una de las redes más importantes y en crecimiento, aún detrás de la sombra de MySpace, y cerró el 2006 con 12 millones de usuarios. Las cifras globales de usuarios de la red se duplicaron en el 2007 (20 millones de usuarios activos en abril; 50 millones en octubre), y también las nuevas aplicaciones que se sumaron a la plataforma. En mayo de 2007, Facebook ya contaba con más de 100 aplicaciones de terceros, y 70 compañías de renombre trabajaban en nuevos desarrollos, según anunciaron en la primera conferencia anual para desarrolladores de Facebook (Facebook Developers Conference, F8).

En octubre, Facebook lanzó su plataforma para acceder desde teléfonos móviles, y junto con Microsoft ampliaron la publicidad para cubrir los mercados internacionales. El broche

de oro de esta apertura comercial llegó en noviembre con el lanzamiento de Facebook Ads, la plataforma de anuncios de Facebook

c) Una red masiva y abierta (2008-2010)

El 2008 y el 2009 fueron años de expansión para Facebook, años marcados por tres acciones: la apertura de una herramienta para que el sitio pudiera ser traducido por los usuarios, el lanzamiento de Facebook Connect y la creación del botón “Me gusta”.

En este período, se lanza una herramienta para que los propios usuarios colaboren en la traducción de la plataforma a diferentes idiomas. El éxito fue tal, que el sitio, inicialmente disponible en inglés, francés, español y alemán, fue traducido a 21 lenguas en el 2008, y hoy está disponible en más de 100 idiomas, habiendo participado más de 300.000 usuarios en la traducción del sitio. Esto marcó un crecimiento del ciento cincuenta por ciento durante ese año.

En diciembre del 2008 se abre Facebook Connect, una aplicación que abrió las puertas para que los usuarios pudieran utilizar su identidad de Facebook en otros espacios como sitios y blogs. Esta implementación habilitó un camino de dos vías: por un lado, una vez que los usuarios se identifican en las páginas que tienen esta aplicación, el sitio integra la información del perfil del usuario y sus contactos de Facebook, es decir, lleva “su” red social a los sitios y páginas en los que participa; y por otro, las acciones que realiza el usuario, las notas que lee y los comentarios que escribe allí pueden ser enviados al NewsFeed de Facebook, lo que da una visibilidad adicional a los terceros que se integren, por ejemplo, los medios de comunicación.

Este cambio le dió a Facebook un crecimiento exponencial: significó un treinta y cinco por ciento en los 6 primeros meses de Connect.

A un año del lanzamiento de la aplicación, las estadísticas indicaban que más de 250.000

sitios en todo el mundo se habían integrado a la plataforma de Facebook a través de Facebook Connect y la tercera parte de los usuarios interactuaba con Facebook desde sitios externos.

Durante esta etapa, Facebook continuó incorporando servicios a la plataforma. Lanzó su chat, y amplió los controles de privacidad con el lanzamiento de las “listas de amigos”, a través de las cuales los usuarios pueden otorgar diferentes permisos y segmentar mejor la información que publicaban.

En el 2009, la plataforma incorporó una nueva funcionalidad que marcó todo el camino siguiente de Facebook: “Me gusta” (Like button). A través de esta acción los usuarios pueden manifestar su gusto o acuerdo en las publicaciones de sus contactos de la red. Esta funcionalidad se creó y terminó reemplazando al “Hazte fan” de las páginas de Facebook, y abrió un nuevo terreno de posibilidades, porque permitió conectar no sólo los gustos del usuario dentro de Facebook, sino también las afinidades en otros sitios, volviéndose así una herramienta de bookmarking, que empieza a consolidar el “grafo social” de Facebook.

Este movimiento de Facebook hacia otros sitios fue un punto de inflexión para que los grandes jugadores de Internet empiecen a ver este espacio con otros ojos. Por un lado, los retailers y sitios de e-commerce empiezan a ver y usar a Facebook como un medio del cual sacar rédito para nuevos clientes; por otro, los medios de comunicación encuentran en Connect la herramienta para poder empezar a atraer y sacar rédito de la audiencia que ya había conquistado la red social.

d) Hacia una web social y personalizada (2010-2011)

El capítulo más reciente en la evolución de Facebook estuvo orientado al desarrollo de una experiencia de navegación más social y personalizada. El eje de la nueva estrategia es el Protocolo Open Graph lanzado en abril de 2010, que permite el acceso al tesoro

máspreciado de Facebook, la base de datos de los usuarios que incluye información cualitativa invaluable sobre sus gustos y preferencias. Su creación y desarrollo, marca el inicio de una nueva etapa en la evolución de la plataforma, y una transformación en la relación de los usuarios con marcas, productos y servicios online. Para decirlo en forma sencilla, se trata de la apertura de Facebook hacia toda la Web y viceversa, (López, et al, 2012).

e) Aspecto Timeline (2012-2013)

Durante 2012 no hubo mayores cambios de imagen dentro de Facebook, por lo que saltamos hasta 2013. La red social hizo pequeñas modificaciones al Timeline, poniendo las fotos a la derecha y las aplicaciones en el lado izquierdo. Los ajustes no fueron suficientemente drásticos como para despertar protestas. Recordando todos estos cambios de diseño de Facebook surge inmediatamente la pregunta: ¿Conoces a alguien que tras un rediseño de Facebook y sus correspondientes reclamos haya efectivamente dejado de utilizar la red social hasta hoy en día?

Así es cómo Facebook ha conseguido formar una amplia comunidad de desarrolladores que han puesto a disposición de los miembros las aplicaciones más diversas: para recomendar lecturas, saludar de formas divertidas o representar las redes de contactos; también poseen una cultura estudiantil que está más abierta a nuevos usuarios. Al mismo tiempo, presenta una gran cantidad de aplicaciones disponibles y existen muchas posibilidades de desarrollar otras nuevas que se ajusten a las necesidades. A estas alturas, queda contrastada la capacidad de Facebook para generar y mantener el capital social de sus miembros, (Baumann, 2008).

Una suerte de meta plataforma que engloba a otras, y que forma parte de una historia de redes sociales que ya lleva casi quince años de existencia (Boyd y Ellison, 2007). Ha hecho masivas muchas de las herramientas de las web 2.0: RSS, blogs, microblogs, plataformas de fotos 2.0. De alguna manera, opera como un gran integrador. El camino

de la evolución de Facebook es el de la transformación de una red social en un medio de información y comunicación que aglutina usuarios/audiencias alrededor de contenidos y se sustenta en un modelo publicitario. La novedad que introduce es que el contenido es creado por los usuarios, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales.

Si se tuviera que definir conceptualmente a Facebook se diría que el término “medio digital” es el más apropiado para dar cuenta de la complejidad de la plataforma. Se trata de medios completamente alejados de la lógica del broadcasting, de uno a muchos, que se asientan sobre una arquitectura reticular, de muchos a muchos, y se distinguen por la colaboración activa de los usuarios.

Lev Manovich los describe a partir de cinco principios esenciales (López G. et al, 2012):

-Representación numérica y modularidad

La idea de representación numérica refiere a que estos medios, precisamente por ser digitales, pueden ser descritos en términos formales, matemáticos, y es esta condición la que permite que sean programables y reprogramables.

La metamorfosis de Facebook fue posible porque se trata de un medio digital, y como tal, se encuentra en un proceso de desarrollo y cambio constante, lo que en la jerga se conoce como “en Beta permanente”.

El principio de modularidad de los medios digitales se desprende del anterior y consiste en que los elementos mediáticos, por ejemplo imágenes, audios, videos, formas o posts, son representados como “colecciones” que se agrupan en objetos a mayor escala, pero que mantienen sus identidades por separado.

Para el caso de Facebook, las fotos, videos, comentarios y publicaciones en el muro, los “me gusta” y los mensajes privados que intercambiamos con nuestros contactos son

elementos que pueden agruparse en “módulos”, preservando su identidad, pero que a su vez pueden ser separados y agrupados nuevamente.

En este sentido, el nuevo diseño del perfil de usuario que la compañía lanzó en septiembre de 2011, bajo el nombre de Timeline o Biografía, es un claro ejemplo de los principios de representación numérica y modularidad que Facebook comparte con los medios digitales. Absolutamente customizable, como un rompecabezas online, el nuevo tipo de perfil invita a los usuarios a reconstruir “su historia” en la plataforma, destacando aquellas publicaciones, fotos, videos y acontecimientos importantes, desde sus primeros pasos en Facebook hasta la actualidad.

- Automatización, variabilidad y transcodificación cultural

La automatización es otra de las características que Facebook comparte con los medios digitales, puesto que es lo que alimenta y retroalimenta el flujo constante de la red, y en definitiva, es lo que la hace posible: desde el registro permanente de cada una de las acciones que realizan los usuarios, y el streaming constante de su actividad en el News Feed de los contactos de su red, hasta la integración de Facebook con otras plataformas como Twitter, Foursquare y Google Plus, en las que los usuarios a través de diferentes aplicaciones pueden publicar de manera automática y simultánea sus actualizaciones de estado. La automatización de la plataforma tiene al menos dos consecuencias muy importantes. Por un lado, elimina la intencionalidad humana del proceso creativo, al menos en parte. Por otro, y esto reviste una relevancia aún mayor en el caso de Facebook, restringe el control de los usuarios sobre los procesos que tienen lugar en la plataforma. Esta característica intrínseca a los medios digitales está en la base de una cuestión que ha sido problematizada por usuarios y entidades defensoras de sus derechos. Se trata de la privacidad de sus datos y de los contenidos que publican. Un tema complejo y delicado al que le dedicaremos unas líneas en las próximas páginas.

La automatización de la plataforma es también lo que permite definir la relevancia de los contenidos publicados. El EdgeRank es el algoritmo matemático encargado de realizar esta tarea, y por lo tanto, quien define el orden en el que aparecen las publicaciones en el muro de los usuarios y en los resultados de búsqueda.

La variabilidad es el cuarto principio que define a los medios digitales, y como la etimología del término indica, refiere a la posibilidad de realizar cambios de manera constante, y múltiples versiones de estos medios, por ello es que se los asocia a la idea de “Beta permanente”. Sumado a la tríada conceptual de representación numérica, modularidad y automatización, la variabilidad es lo que hace posible pensar a Facebook bajo la metáfora del “mutante digital” y lo que permite explicar el proceso de transformación de la plataforma desde su lanzamiento hasta la actualidad.

La transcodificación cultural es el quinto principio que define a los medios digitales, y se refiere al proceso mediante el que la “capa cultural”, integrada por formas “humanas” de nombrar, describir y categorizar, traduce a otro formato los procesos de la “capa informática”. Si hacemos una suerte de disección conceptual de un medio digital, nos encontramos, por un lado, con una capa formada por códigos, bases de datos, clasificaciones, procesos y variables, todo lo referente al lenguaje informático (capa informática), y por encima, una “capa cultural”, conformada por categorías propias del lenguaje, que median entre la plataforma y los usuarios, y en definitiva, hacen posible su interacción. Estas formas “humanas” de nombrar, describir y organizar los procesos de la capa informática son las que constituyen el principio de la transcodificación cultural. Desde este punto de vista, los “amigos”, las “listas de amigos”, los “grupos”, las “páginas”, el “muro”, los “comentarios”, los “me gusta” y todas las categorías que utilizamos para describir las prácticas de comunicación que tienen lugar en Facebook, no son otra cosa que formas humanas de nombrar los complejos procesos informáticos que tienen lugar en la plataforma.

Es en la actualidad, el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook, podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa.

2.4 Características Básicas de Facebook.

La transparencia y simplificación del proceso de administración y publicación en la Web, a través de la utilización de herramientas de gestión de contenidos; la actualización constante, a través del acceso a la Web; y la carencia de intermediarios editoriales fueron las claves del éxito de este tipo de servicios en todo el mundo.

No es un propósito realizar un análisis exhaustivo de los blogs, pero repasando los elementos básicos de su estructura para enfocarnos luego en las características que Facebook tomó de estos medios:

- El post o entrada constituye el eje central del contenido de un blog. Si bien en sus inicios era sólo la publicación de texto escrito, luego también incorporó videos, audios, fotografías, fotogalerías, mapas y otros contenidos multimedia.
- El orden cronológico inverso de las publicaciones es otra de las características esenciales de estos espacios.
- Además del orden temporal, las entradas se organizan temáticamente a través de categorías y etiquetas.
- El “blogroll” o listado de blogs recomendados es también un elemento característico de los blogs, y una de las principales formas que tienen los autores para vincularse con otros blogueros afines.

- La posibilidad de dejar comentarios en cada post es, si no la más importante, una característica fundamental de los blogs, puesto que implicó la apertura a la participación de los lectores, rasgo que incorporaron luego los sitios de noticias.
- La posibilidad de syndicar el contenido en otros blogs o sitios también es un rasgo central que permitió la separación del “contenido” del “medio” donde se generó, haciendo posible consumir información en un sitio ajeno al lugar.

La primera característica que Facebook recupera de los blogs es la de la publicación personal. En Facebook siempre hay un “yo” que comunica, que dice, que publica, que comenta, y en esto es claramente heredero de los blogs, que constituyen “una genuina expresión de las ‘tecnologías del yo’, en las que el autor, sin ningún tipo de intermediación editorial y gracias a un sistema muy eficiente de gestión de contenidos, se convierte en un ‘global publisher’, una voz personal que puede hablarle a todo el mundo. Incorporando esta cualidad y que la amplifica aún más, puesto que la forma de participar está organizada en torno a perfiles personales que incluyen información contextual de la persona, como por ejemplo, minibiografía, foto, lugar de residencia, ocupación, gustos e intereses, etc.; (López, et al , 2012) .

Puesto que sus características la hacen un objeto de interés, Facebook no fue, en un punto, más que un pretexto, una excusa para indagar en nuevas modalidades de trabajo colaborativo, a partir de formas de aprendizaje y enseñanza que ya estaban presentes en las capacidades, intereses y competencias de los alumnos. La realización de esta idea implicó cambios importantes en la forma de organizarnos como cátedra, en la distribución de tareas, en los roles de sus integrantes, en las formas de evaluación, y una redefinición de la función del docente, (Boyd y Ellison, 2007).

Como características básicas o principales se encuentran las siguientes:

- Perfil

El perfil de cada participante se vuelve realmente una extensión de subjetividad, donde se juega no sólo reputación online sino también intimidad.

Mantiene vínculos muy claros con su pasado mediático reciente, que prepara el terreno para su emergencia y hace posible la adopción del nuevo medio y los usos creativos. Situarlo en este proceso permite recorrer el camino a través del cual se conforma como un espacio en el que convergen herramientas, y formas de comunicación que están presentes en el ecosistema mediático que retoma, transforma y adapta. Así es como el Perfil de Facebook, es el lugar que agrupa la mayor parte de información personal, como enlaces, cambios de estado, el muro, fotos, vídeos y otros elementos publicados. Su correcta configuración resulta fundamental. Nada más entrar en la página de configuración se notará un gran número de menús desplegables.

Por defecto, los niveles de privacidad a elegir para cada elemento del Perfil son cuatro: Todos, Solo Amigos, Amigos de mis amigos, Solo yo. El último campo del menú, Personalizar deja añadir varios contactos a una lista de exclusión adicional. Ideal para que un contacto vea todo el perfil excepto ese vídeo que no quieres que ese contacto vea.

- Búsquedas

El segundo menú de privacidad se refiere a la visibilidad en las búsquedas. Es probable que alguna vez se hayan intentado agregar personas que no se conocen de nada, a menudo por motivos tan endeables como compartir el mismo apellido. Para no tener que ignorar la petición de amistad, configura la privacidad de la búsqueda. Una buena opción es dejarla en Amigos de mis amigos, para posibilitar que personas situadas a dos grados de separación se hallen sin problemas. Aun así, conviene desmarcar las casillas según lo que se quiera ocultar. Es recomendable dejar al menos un enlace para enviar un

mensaje, para que el potencial contacto explique de qué te conoce.

- Noticias y muro

La privacidad no se limita a lo que se haga en el perfil, sino también a lo que haga en el perfil de los contactos. El panel de Noticias y muro aumentará el sigilo de acciones. Como siempre, elegir qué ocultar y qué mostrar dependerá de la persona.

Pues uno de los grandes problemas que debió enfrentar Facebook durante su crecimiento fue el de la privacidad de los datos de los usuarios. Su expansión en todo el mundo trajo aparejados diversos conflictos con gobiernos y entidades que velan por los derechos de los usuarios en Internet. A medida que la red creció y sumó más servicios a su plataforma, los incidentes técnicos y los reclamos por un mejor manejo de los datos personales, crecieron.

Bajo el lema “Conéctate con todo lo que te interesa”, la compañía anunció los cambios en la plataforma. El lanzamiento más controvertido fue “Conexiones”, una alteración en los permisos de privacidad que posibilitaba la vinculación del perfil del usuario con sus páginas de fans favoritas. De este modo, la descripción del perfil se ampliaba de manera automática con aquellas páginas en las que había dado “Me gusta”, especialmente las vinculadas con los datos del lugar de residencia, trabajo, gustos e intereses varios. Éste fue uno de los cambios más resistidos por los usuarios, que se vieron obligados a escoger entre aceptar que la información respecto de sus gustos estuviera a disposición de todos, o quitarla por completo. Una nueva etapa sobre la publicidad/privacidad de los datos de los usuarios se abre en torno al Open Graph. Como hemos visto, Facebook lleva hace años el registro de las actividades de los usuarios dentro de su plataforma (incluso cuando utilizan aplicaciones de terceros), y esto le ha permitido integrar y cruzar esas experiencias, posibilitando el acceso de terceros a información cualitativa sobre gustos y preferencias de los usuarios.

Por otra parte, con el propósito de que el proceso para intercambiar y compartir información sea más automatizado y frecuente, la última actualización del protocolo automatiza la publicación de las actividades que los usuarios realizan a través de aplicaciones sociales de terceros. De este modo, a menos que el usuario específicamente lo cambie, todos los contactos de nuestra red se enteraran de las noticias que leemos, los temas que escuchamos y las películas o series que miramos.

La cuestión privacidad vs. expansión de la red está lejos de ser resuelta puesto que el camino que conduce hacia la web personalizada y social que propone Facebook se encuentra estructuralmente en tensión con el resguardo de la privacidad de los datos de los usuarios y las publicaciones que realizan.

- Aplicaciones

En Facebook, en cambio, adherir a una causa, darle “me gusta” a una página, sumarse a un grupo, comentar o compartir una publicación, utilizar aplicaciones de medios para informarse o sembrar frambuesas en la granja virtual de Farmville son otras tantas formas de participar.

Las aplicaciones de Facebook, como juegos, los envíos de ciertos mensajes y otras actividades grupales, constituyen un agujero considerable, puesto que se obtiene información del perfil y se muestra a otros usuarios que no necesariamente pertenecen a lista de amigos. Desde el panel de Aplicaciones se especifican qué datos usarán las aplicaciones. Si se desmarcan todas las casillas, es posible que las aplicaciones no funcionen como es debido. También es recomendable que echarle un vistazo a la lista de aplicaciones y eliminar las que no se necesitan.

- Grupos

Los foros, con una larga trayectoria en Internet, fueron durante muchos años los espacios predilectos para el intercambio de opiniones sobre un tema o tópico particular.

Lugares en donde se daba rienda suelta a la conversación colectiva, descentralizada y horizontal.

Inicialmente Facebook incorporó esta opción ofreciendo la posibilidad de crear foros de discusión en los grupos, las páginas de comunidad y páginas de fans, sus espacios virtuales colectivos dentro de la red. Pero con el tiempo los intercambios que se generaban en los comentarios a partir de las publicaciones en los grupos o páginas, trasladaron la conversación a estos espacios y los foros fueron perdiendo su función inicial. Facebook los deshabilitó, convencido de que la mejor forma de fomentar la conversación de opiniones es mediante las publicaciones y los comentarios del muro.

Aun así se puede crear un grupo o grupos e invitar a nuestros contactos del perfil personal a unirse a él.

Otras características, teniendo en cuenta que forman parte de la aportación y elaboración propia del esquema propuesto por Margaix-Arnal, Dídac. (Baumann, 2008), son:

- Grupos

Se puede crear un grupo e invitar contactos del perfil personal a unirse a él, con fines sociales, académicos, laborales, etc.

- Muro

El muro de Facebook es una plataforma de comentarios donde la gente comenta las actualizaciones, las fotos, estados, etc. Es una especie de pizarra donde todos los que pasan por Facebook pueden dejar una nota o un comentario. El muro es donde escribimos mensajes para compartirlos con los contactos o con todos aquéllos que pasan por Facebook, los usuarios también fueron incorporando recientemente a la plataforma, lo que hoy ofrece como la posibilidad de “etiquetar” a los “amigos” o contactos de la red en las actualizaciones de estado, a partir de lo cual recibirá la notificación de que fue “etiquetado” en una publicación. Es un foro en torno a un perfil personal.

- Elementos publicados

Básicamente en elementos publicados aparecen todas las publicaciones que hemos compartido en nuestro perfil. En Facebook, “usar” es sinónimo de “publicar”. Allí, el “yo” que comunica se cristaliza en las actualizaciones de estado y en la publicación de enlaces, fotos, videos y notas que el usuario comparte con sus “amigos” o contactos de la red. Además, los “rastros” que los usuarios “dejan” como huellas en Facebook se organizan en forma cronológica inversa, al igual que las publicaciones de los blogs.

La particular configuración de la plataforma extiende aún más la idea de publicación personal propia de los blogs, y complejiza la idea de “participación” en este espacio. Aceptar solicitudes de amistad, calificar con “me gusta” / “ya no me gusta” una publicación o una página, comentar, unirse a grupos por afinidad o simple curiosidad, son algunas de las tantas formas estandarizadas de participar en la red.

Ahora bien, todo (o casi todo) queda registrado en nuestro perfil, que se actualiza con cada clic que realizamos. La participación de los usuarios en Facebook se torna visible, de la misma forma que un animal deja sus huellas en la arena cuando se acerca para tomar agua del río. Sólo el voyeur no deja rastros, aquel que husmea los álbumes del

vecino. Pero bastará con que le dé un “me gusta” a una foto para que quede el registro transparente de su paso por allí. La publicación como resultado del mero uso de la plataforma conlleva el surgimiento de nuevas formas de participar visibles para la red de contactos (“amigos”), que en muchas ocasiones retroalimentan la participación de otros usuarios e inciden en la evolución de la red.

- Evento

Podemos compartir acontecimientos (actividades, conferencias, encuentros de clubes de lectura, etc.) y hacérselos llegar a nuestros usuarios, también podemos recibir la confirmación de asistencia al acontecimiento que proponemos.

- Notas

La aplicación de "notas" sirve como recordatorio del Facebook. la escritura y la publicación personal en Internet de la última década, retoma esta actividad a través de las “notas” que son generadas por un usuario y ordenadas en forma cronológica inversa, obteniendo, así, la misma estructura que en el blog. Sin embargo, aquí la referencia a los “post” es nula y en cambio se habla de “notas”, en lo que consideramos nuevamente el rechazo al género propio de Internet, y una bajada a formas de producción más cotidianas propias de la cultura

Inserción de vídeos y fotos: En Facebook, la conversación se expande. La alternativa es doble porque puede surgir tanto de la publicación del usuario “dueño” del perfil como de los contactos de su red, quienes pueden iniciar conversaciones directamente en los muros, álbumes de fotos u otros contenidos publicados por terceros. En este sentido, la lógica se asemeja más a la de los foros, en los que cualquier usuario registrado puede iniciar la conversación. Podemos insertar fotos de actividades, de los acontecimientos que se realizan, etc.

- Chat

Las conversaciones en Facebook no son sólo escritas. El efecto de inmersión y actuación se logra con la combinación de la participación textual y también con elementos indiciales. Este elemento remite fuertemente a lo corporal, delimitan un espacio propio, público y personal a la vez. Facebook nos da la posibilidad de charlar en línea con nuestros contactos que estén conectados en aquel momento.

Otra funcionalidad que recupera también lo inicial y corporal es el “dar un toque”, que refiere también al gesto físico y pone en evidencia esta constante recuperación del cuerpo que hace la plataforma. Estos elementos nos ayudan a tejer esta constante en Facebook, que utiliza metáforas de lo cotidiano, para dar vida a la conversación.

- Mensajes

Podemos hacer llegar mensajes privados a un contacto determinado. El correo electrónico, el SMS y la mensajería instantánea se encuentran entre las vías de comunicación más utilizadas, a las que ahora se han sumado las redes sociales. En el 2010, Facebook unificó estos servicios y lanzó un servicio integral de mensajería, que integra los tres principales servicios de comunicación y los centraliza en la cuenta del usuario. En un comienzo, Facebook había incorporado las funcionalidades del correo electrónico a su plataforma bajo el nombre de “Mensajes”. Se trataba de un servicio de mensajería privada, asincrónica, que permite a los usuarios enviar mensajes privados a uno o más contactos de la red, y que al igual que cualquier servicio de web mail, incluía las opciones de enviar texto, archivos adjuntos, imágenes y videos.

Pero con la nueva propuesta “Messages”, Facebook cambia por completo la concepción de la comunicación entre los usuarios, a través de la integración de tres servicios: la mensajería integrada o unificada (Seamless Messaging), el historial de conversaciones (Conversation History), y el social inbox.

Aunque cada usuario de la red puede tener su propia dirección del estilo nombre-de-usuario@facebook.com, la idea es que el sistema no sea visto como un correo electrónico sino como un nuevo modo de comunicarse con los “amigos” de la red social e incluso con personas que no tienen cuenta en Facebook. En vez de tener una bandeja de entrada con los nuevos mensajes, el sistema los organiza en historiales de “conversaciones” por persona, en tiempo real y de la manera más fluida posible.

-

Notificaciones

Nuestros contactos recibirán en el espacio de noticias las novedades introducidas en nuestro perfil e igualmente a la inversa. Es común que los usuarios realicen usos desviados de las plataformas, y el caso de las “etiquetas” en Facebook es un ejemplo de ello. Como se menciona, cada vez que una persona es etiquetada en una foto recibe una notificación, y los usuarios comenzaron a utilizar esta funcionalidad “etiquetando” contactos de su red para “notificarlos” de la publicación de una nota, un anuncio, o un contenido que consideraban podía interesarles.

- Espacios de creación propia

Podemos diseñar aplicaciones para introducir reseñas, espacios de debate, cuestionarios, etc.

- Proceso de creación para cuenta Facebook

En Facebook cada usuario tendrá su página de inicio donde se mostrarán todas las publicaciones de los amigos y de las páginas y grupos de los que sea fan o miembro y tendrá además una página de perfil o muro en la que se mostrarán todas las publicaciones propias y lo que los amigos quieran compartir en este específicamente. Además se podrán crear y administrar páginas y grupos de los que los usuarios podrán hacerse seguidores y publicar contenido, subir fotos, hacer comentarios, etc.

Facebook se ha vuelto una herramienta de comunicación tan importante como el correo electrónico o el chat, (Ros-Martín, 2009). Con un diseño a medio camino entre una bitácora y una tarjeta de visita virtual. Darse de alta en Facebook es fácil, pero ocurre que los perfiles se abandonan por no saber exactamente qué hacer con ellos.

Hay muchas formas de llegar a Facebook. Recibiendo el correo de algún conocido, o haber oído hablar de esta red social. Sea como sea, el proceso de alta siempre es el mismo, y pasa por introducir datos en un breve formulario. Por raro que parezca, no vale introducir cualquier nombre o apellido. Facebook filtra los que en su opinión son ficticios y, en ese caso, impide proseguir el alta hasta que se cambie. Tras pasar la comprobación de seguridad y contestar el correo de confirmación, se verá un nuevo miembro de Facebook.

El paso dos de alta, permite conectar con la libreta de direcciones de correo web para agregar a personas que se conozcan. Es un proceso seguro: la contraseña no será almacenada por Facebook bajo ningún concepto. Se puede buscar personas en contactos de mensajería instantánea. Cada sistema es distinto, y requerirá acciones diferentes para que se te identifique como el propietario de la cuenta de correo o chat. Una vez encontrados los contactos, Facebook te mostrará los que ya están dados de alta.

El perfil de un usuario es el lugar donde se agregan los datos personales que los amigos (o las personas que decidan en dependencia de la configuración de seguridad que se decida) podrán ver. La edición de datos pueden realizarse, una vez en el perfil (podemos acceder a este desde la opción "Perfil" del menú que se encuentra en la parte derecha del cabezal de la página). Ya que para el siguiente paso, un perfil vacío puede generar desconfianza, bastará con rellenar la información básica. Para ello hay que dirigirse al perfil pulsando el segundo botón de la barra azul. Luego, hacer clic en la pestaña Información. Dar al enlace editar Información. Se verá un formulario para editar el apartado de Información básica: Los campos se explican por sí solos, en especial cuidado

con situación sentimental, ideología política y creencias religiosas, pues son los datos que más barullo pueden generar en tu red de amigos. El otro apartado Información personal, no aparecerá a menos que lo rellenes. En Información de contacto se tiene el otro apartado importante del perfil. Ninguno de los datos es obligatorio, pero muchas personas utilizan Facebook como tarjeta de visita. En este sentido, poner cuentas de mensajería instantánea, correos electrónicos y teléfonos puede ser una forma válida para que los contactos o amigos puedan contactarse. La última sección, Formación y empleo, sirve para darle un tono más profesional al perfil sin que parezca un curriculum.

Ya se ha creado un perfil, agregar amigos, rellenado datos personales: ahora es cuando se forma parte de una red social. El paso siguiente consiste en interactuar con los demás. En la página principal se concentran las actividades de los contactos y amigos. En la columna izquierda se pueden activar filtros o acceder a aplicaciones, mientras que en la derecha se verá un resumen de eventos destacados y solicitudes. En el centro aparecen los elementos publicados por los contactos en su muro. La otra faceta de toda red social es dar una opinión acerca de lo que los demás comparten, ya sea aportando un comentario o compartiendo el pequeño trozo de información. Todos los elementos publicados por los amigos ofrecen atajos en su lado inferior. Aunque esté un poco oculto, Facebook ofrece un completo panel de configuración de privacidad que, cuando está bien configurado, se asegura un control minucioso de imagen pública (Paz, 2009).

Como señala Lawrence Lessig en su obra fundante *El código y otras leyes del ciberespacio*, Internet no es un lugar; sino muchos. Y cada uno de estos lugares tiene sus propias leyes naturales. Pero estas leyes no vienen dadas sino que se construyen. Por eso es que la configuración de un espacio, es decir, su arquitectura, favorece distintas prácticas comunicacionales y no otras. Lessig nos cuenta que, en los inicios, los espacios de participación web (mayormente foros y salas de chat) eran sólo textuales, al no existir la imagen ni el sonido; esta limitación, por ejemplo, favoreció a personas que en la comunicación offline se veían desfavorecidas, como los ciegos, los sordos, y los socialmente considerados “feos”.

La arquitectura de Facebook regula fuertemente los formatos de publicación: comentar sólo en texto, armar un álbum, compartir un enlace, una foto o publicar un video, son todas prácticas previamente tipificadas que restringen la forma de compartir contenidos, (López, et al, 2012).

Ley número 1. Homogeneización: todos usamos guardapolvos azules

En Facebook todos los perfiles son potencialmente iguales. Esta homogeneidad es natural de la interfaz que se manifiesta fuertemente a través de las siguientes leyes, sus características son:

No hay una personalización del espacio propio. Para todos está disponible el mismo Facebook; todas las páginas y perfiles lucen igual. Las medidas de las fotos, las ubicaciones, la diagramación, la tipografía, son las mismas para todos. No se puede reorganizar la estructura del perfil, ni controlar cómo otros lo ven. También hay una fuerte uniformización en la extensión de las publicaciones. Por ejemplo, si bien la extensión de los “posteos” de estado en el muro es ilimitada, se muestra para todos los casos sólo un máximo de caracteres. Esto hace que independientemente de la extensión, todos los comentarios luzcan de la misma forma y casi con un mismo peso.

No hay cuentas “premium”. Todos los usuarios tienen las mismas posibilidades y restricciones para publicar. Esta red, a diferencia de muchas otras, tiene una arquitectura de la participación que es horizontal para todos: no hay una jerarquía a priori entre los distintos perfiles. Todos tienen los mismos “permisos” para publicar. Ésta es una característica de Facebook, que no se da, por ejemplo, en otras comunidades como Taringa, Wikipedia, donde existe la posibilidad de moderar y ganar experiencia dentro de la comunidad, o como es el caso de LinkedIn, que permite contratar una cuenta con más acceso a información que las restantes. La única posibilidad de diferenciarse dentro de Facebook es a través de lo que se publica.

Ley número 2. Estandarización: moldes para publicar y participar

Desde los inicios de Facebook, la modalidad de publicar y agrupar la información está bien delimitada en compartimentos estancos y excluyentes. Fotos y álbumes, Videos, Texto en muro, Comentario, Enlace, y la tradicional Nota siguen siendo las opciones predeterminadas para publicar. Es una ley que el contenido es determinado previamente por el formato.

Escribir, sólo texto. La forma de escribir en Facebook está completamente regulada y alejada de la idea de “escribir para la web”, el tipo de escritura que popularizaron los blogs y que se caracteriza por utilizar todos los recursos del hipertexto, la existencia de negritas y subtítulos.

Ley número 3. Usar es participar: de escribir a accionar

Aceptar solicitudes de amistad, calificar con “Me gusta”/“Ya no me gusta”, “etiquetar” a otros, unirse a grupos por afinidad o simple curiosidad, hacerse fan de una página, son también formas de publicación tipificadas que se pueden traducir como “dar el visto bueno”, “adherir”, “sumarse”, “avaluar” o “apoyar” lo que dice o hace otro contacto. Facebook tiene sus propias formas de ordenar el murmullo; sin embargo, nos expresamos a través de prácticas tan estandarizadas como diversas. Las aplicaciones son un ejemplo de ello. Predominan un sinnúmero de encuestas que completamos con clics, y luego se publican rasgos y gustos personales.

Participar en Facebook implica un accionar corporal muy fuerte que asiente, aplaude, avala, suma y vota las publicaciones de los miembros de la comunidad. Más que una práctica letrada, se trata de una conversación oral y corporal distribuida que se establece a través de los 27 caracteres del teclado pero principalmente utilizando el mouse. Se trata de una comunicación que conserva los tiempos y códigos del habla en la mayor parte de las acciones. El lenguaje de Facebook es aquel que retomó la radio y la televisión

posterior al lanzamiento de los periódicos. Un código compartido que se configura como un nuevo esperanto a través del cual se expresan millones de personas provenientes de los más recónditos lugares del globo, con diferentes idiomas y culturas. Estas prácticas son realmente nuevas formas de publicación personal, no tanto en sí mismas, sino porque juntas permiten darle al usuario, vista, tacto, oído y un sentido de la expresión fragmentado pero pluridimensional que se unifica, además, porque todo sucede al interior de la plataforma.

Se trata de formas de publicación estandarizadas que rompen con los cánones de “publicación” y constituyen los cimientos de una forma de comunicación fragmentada, horizontal y dinámica. El último ejemplo de esta automatización de las publicaciones es la “biografía”, un nuevo formato para los perfiles de Facebook que permite construir la historia de esa persona dentro de la red, y para armarla no es necesario más que añadir una foto.

Ley número 4. Hablar el lenguaje offline: metáforas de la participación

Tal como analiza Carlos Scolari en *Hacer clic*, la fuerza metafórica del lenguaje es utilizada en los espacios virtuales para acercar los modelos mentales del usuario y la arquitectura de la plataforma. Un caso paradigmático en la historia de las metáforas de interacción por computadoras es el hito marcado por Apple en 1987, cuando utilizó la metáfora del “escritorio” para el lanzamiento del sistema operativo Macintosh. El modelo, que más de 20 años después sigue vigente con carpetas, papelera y bloc de notas, tal como lo afirmaba su eslogan (*For the rest of us*), abrió la computadora “al resto de nosotros”, permitiendo que muchas personas que no le veían ninguna utilidad a las computadoras, encontrarán allí un espacio de trabajo, producción y entretenimiento.

En Facebook, distinguimos metáforas de publicación (muro, comentar, me gusta) y metáforas de conexión (fulano quiere ser tu amigo, hacerse fan) que dan cuenta que en esta plataforma se cultiva un lenguaje que retoma con fuerza elementos de la

comunicación offline, con un anclaje fuerte en la vida cotidiana.

Es importante resaltar que como tema en cuanto a red social hay una gama extensa de ellos, y que aunque poco a poco se han ido haciendo de un papel importante para los distintos usuarios que cuentan con alguna cuenta, mencionando en especial a Facebook, no se puede hacer a un lado el hecho de que el impacto que se tiene en el exterior, ha sido de manera muy acelerado en los últimos años.

Por ello, este segundo capítulo refleja la historia y actualizaciones que Facebook ha tenido, para tener una idea de lo que esta investigación tiene como propósito más allá de sólo describir.

CAPÍTULO III. ADOLESCENCIA

3.1 Definición de Adolescencia.

La adolescencia está vinculada en los países occidentales a determinantes sociales como la escolarización obligatoria hasta los 16 años, mayor tiempo de formación profesional, lo que origina un mayor retraso para entrar en la vida laboral, dependencia económica de las figuras parentales, retraso en el establecimiento de lazos de pareja, segregación de los jóvenes, cambios en la estructura familiar, que contribuyen a la prolongación de la adolescencia haciéndola cada vez más problemática. Existe un problema de definición de esta etapa del desarrollo. Esta dificultad es mayor si el observador (profesional de la salud, educadores) no se introduce en la organización estructural de esta fase del desarrollo. En general, se entiende por adolescencia una etapa que abarca desde los finales de la infancia hasta la futura adultez, pero engloba todas las incertidumbres connotativas del crecimiento emocional y social del ser humano. La adolescencia puede tener cualquier duración y la intensidad de los procesos que en ella acontecen es variable en toda su duración, pudiendo alcanzar ésta hasta 10 años en nuestras sociedades occidentales contemporáneas. Pero hay que señalar que se trata de un proceso psicosocial vinculado a la pubertad; por ello se trata de un proceso que varía de persona a persona, de familia a familia de época histórica a época histórica, era, década o centuria en relación con la siguiente. Es una etapa sujeta a cambios y modificaciones, llena de dinamismo, mutable en sí misma (Pedreira y Martín, 2000).

Para acceder a la comprensión de la adolescencia se deben contemplar tres elementos fundamentales, descartar el mero acercamiento cronológico para describir la adolescencia; en segundo lugar, la relación ideal del yo/yo ideal en esa etapa evolutiva, para acceder a comprender los mecanismos del proceso de identidad del yo, y, por último, hay que tener en cuenta que tanto lo social como lo individual no son dos niveles que puedan superponerse, ya que son dos niveles lógicos de análisis diferentes que debe hacernos comprender que no es posible una relación lineal causa-efecto entre los

acontecimientos que pudieran suceder y la adolescencia como etapa que los desencadena, sin otro tipo de acercamiento y/o reflexión (Pedreira y Martin, 2000).

El término “adolescencia” se deriva del verbo latino “adolescere”, que significa “crecer”, “madurar” y “pubertad” es el período en el que una persona alcanza la madurez sexual y adquiere la capacidad reproductiva. También se utiliza la palabra “pubescencia” que significa volverse velludo o peludo, para denominar todo el periodo en el que se producen los cambios físicos relacionados con la madurez sexual. Con el término “juventud”, en la actualidad se hace referencia a la generación más joven, usualmente adolescente y el término “madurez” se aplica al momento vital en que una persona se convierte en adulto física, intelectual, emocional, social y moralmente, no alcanzando esta madurez de forma igual en todas las áreas, pues muchas personas pueden ser física o socialmente maduras pero no lo son intelectual o moralmente (Muñoz, 2000).

Existe un gran consenso entre diferentes investigadores de la psicología evolutiva en diferenciar entre los términos pubertad y adolescencia, separación difícil de establecer debido a los aspectos comunes que poseen pero que, precisamente gracias a ella, se ha podido estudiar la adolescencia no como un producto o un estado sino como un proceso, porque “no es lo mismo hablar de la adolescencia temprana, entre los 11 y los 14 años, aproximadamente, que del período entre los 15 y los 20 años. Resulta evidente que cada uno de estos amplios períodos, si bien poseen características en común, tienen también grandes diferencias” (Marchesi, Carretero y Palacios, 1997). Con el término pubertad se hace referencia a los cambios físicos que se producen en el organismo tanto de los chicos como de las chicas, teniendo como función principal, pero no la única, la completa maduración de los órganos sexuales y el desarrollo de la capacidad reproductiva. Por su parte la palabra adolescencia se aplica más al período de desarrollo posterior a la pubertad que tiene como eje central, además de completar el desarrollo físico, los cambios psicológicos que le conducirán a nuevas formas de verse y relacionarse consigo mismo y con el mundo que le rodea. En pocas palabras, se puede afirmar que la pubertad es fundamentalmente un movimiento de fuerzas biológicas y psicológicas hacia fuerza

del individuo y la adolescencia es un movimiento de fuerzas psicológicas y sociológicas hacia dentro del individuo, situación que hace más fácil, en teoría, aceptar a la primera como el límite inferior del periodo evolutivo “adolescencia” pero que dificulta establecer acuerdos sobre su límite superior, teniendo en cuenta la gran influencia sociocultural que marca grandes diferencias entre los adolescentes ya sea de un mismo país, de naciones diferentes o de momentos históricos, pues como afirmaba el profesor Pinillos “incluso en cuanto proceso biológico de maduración, la adolescencia dista de ser un proceso de secuencia fija; no solo son los años y el cuerpo, sino también lo que se hace con ellos en una sociedad determinada” (Pinillos, 1990).

La adolescencia, como periodo del desarrollo del ser humano abarca por lo general el periodo comprendido de los 11 a 20 años, en el cual el sujeto alcanza la madurez biológica y sexual; y se busca alcanzar la madurez emocional y social (Papalia, 2001); a su vez la persona asume responsabilidades en la sociedad y conductas propias del grupo que le rodea. Se refiere a un proceso de adaptación más complejo que el simple nivel biológico, e incluye niveles de tipo cognitivo, conductual, social y cultural.

En esta etapa de sus vidas, los adolescentes empiezan a tomar las riendas de su vida, lo que se va afianzando en la juventud, hasta llevar a una independencia total para la madurez. En todos aspectos se tiene que dar este proceso de independencia desde la adolescencia hasta la madurez, pero sobretodo uno es el más importante: “el emocional”. Conseguir conocer las emociones propias desde adolescente es lo que se conoce como autonomía emocional que se puede entender como: “la capacidad para pensar, sentir, tomar decisiones o actuar por sí mismo, es decir, con capacidad de autorregulación” (Bisquerra, 2008).

Para que un adolescente construya correctamente su proceso de autonomía emocional, es necesario que se desarrolle en un ambiente familiar lleno de amor, que le permita conocerse y conocer a los demás, alcanzando así un entendimiento de las emociones, tanto las suyas como las externas. Este vínculo que se genera dentro de la familia es el

que aporta mayor seguridad al adolescente, sobre este tema hablan algunos autores siendo uno de los más conocidos Erich Fromm (1991; citado en Bisquerra, 2008)), quien propone que “el amor es activo, da y tiene cuidado, conocimiento, responsabilidad y respeto por la otra persona, con la que, además, experimenta afectos intensos”.

Puede distinguirse un período inicial, o adolescencia temprana, en el que tienen lugar los rápidos cambios físicos, que apenas dan tiempo para que el joven se habitúe a ellos, donde los chicos/as empiezan a verse distanciados de sus padres y de su condición anterior de niños. En la adolescencia tardía, se ha producido ya la asimilación de esos cambios y empiezan a hacerse planes respecto a la vida futura, el/la joven se hace más independiente de la vida familiar, pasa mucho tiempo fuera de la casa, con los amigos, y saca partido de los cambios referentes a la vida social y al pensamiento. Algunos autores prefieren hablar de tres etapas y distinguir un período temprano, uno intermedio y uno tardío. (Delval, 2007).

Etapas de la Adolescencia

- Adolescencia temprana.

Adolescencia temprana. Inicia en la pubertad (entre los 10 y 12 años), se presentan los primeros cambios físicos, e inicia el proceso de maduración psicológica, pasando del pensamiento concreto al pensamiento abstracto, el adolescente trata de crear sus propios criterios, socialmente quiere dejar de relacionarse y de ser relacionado con los niños, pero aún no es aceptado por los adolescentes, desarrollando en él una desadaptación social, incluso dentro de la familia, lo cual constituye un factor importante, ya que puede causar alteraciones emocionales como depresión y ansiedad, que influyen en la conducta, contribuyendo al aislamiento. Estos cambios se denominan “crisis de entrada en la adolescencia”; agregado a lo anterior se presentan cambios en su medio: escuela, maestros, compañeros, sistema educativo, responsabilidades. La familia (la presencia del padre, madre o tutor) se convierte en un factor importante en cómo el adolescente

vive esta etapa ya que el apoyo y la autoridad le ayudarán a estructurar su personalidad y a superar la ansiedad que le provoca enfrentarse al cambio (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia, 2001; citado en Luzuriaga, 2013). Los procesos psíquicos de la adolescencia comienzan en general con la pubertad y los importantes cambios corporales que trae consigo. El desarrollo psicológico de esta etapa se caracteriza por la existencia de egocentrismo, el cual constituye una característica normal de niños y adolescentes, que disminuye progresivamente, dando paso a un punto de vista sociocéntrico (propio de la adultez) a medida que la persona madura.

En el ámbito del desarrollo social, se inicia la movilización hacia afuera de la familia. Aumenta el deseo de independencia del joven y disminuye su interés por las actividades familiares. El adolescente empieza a poner a prueba la autoridad, evidencia más resistencia a los límites, a la supervisión y a aceptar consejos o tolerar críticas de parte de los padres. Se muestra insolente ocasionalmente y adquiere más conciencia de que los padres no son perfectos. Todo ello causa cierta tensión con estos. Sin embargo, el joven continúa dependiendo de la familia como fuente de estructura y apoyo, entre otras cosas (Elkind, 1998; citado en Gaete, 2015).

En cuanto al desarrollo sexual, en esta fase se produce una acentuada preocupación por el cuerpo y los cambios puberales. Las rápidas transformaciones corporales llevan al adolescente a preocuparse en forma creciente por su imagen, a focalizarse en hallazgos físicos triviales, a hacerse repetidamente la pregunta ¿soy normal? y a necesitar reafirmación de su normalidad. Está inseguro respecto de su apariencia y atractivo, y compara frecuentemente su cuerpo con el de otros jóvenes y con los estereotipos culturales. En esta etapa aparece pudor o inquietud de ser visto desnudo y aumenta el interés en la anatomía y fisiología sexual, lo que incluye dudas y ansiedades acerca de la menstruación, las poluciones nocturnas, la masturbación, el tamaño de las mamas o el pene, entre otras cosas. La menarquia representa un hito para las mujeres, que puede acompañarse de confusión o vergüenza si no ha existido una preparación adecuada para enfrentarla. Por otra parte, se intensifican los impulsos de naturaleza sexual (que se

alivian frecuentemente a través de la masturbación) y aparecen las fantasías sexuales y los «sueños húmedos» (poluciones nocturnas). Hombres y mujeres exploran roles de género más diferenciados. Por último, respecto del desarrollo moral, en esta etapa se avanza desde el nivel preconventional al convencional (Kohlberg). En el primero, que es propio de la infancia, existe preocupación por las consecuencias externas, concretas para la persona. Las decisiones morales son principalmente egocéntricas, hedonistas, basadas en el interés propio, en el temor al castigo, en la anticipación de recompensas o en consideraciones materiales (Hornberger, 20016; citado en Gaete, 2015).

Adolescencia intermedia. Inicia entre los 14 y 15 años. En este periodo se consigue un cierto grado de adaptación y aceptación de sí mismo, se tiene un parcial conocimiento y percepción en cuanto a su potencial, la integración de su grupo le da cierta seguridad y satisfacciones al establecer amistades, empieza a adaptarse a otros adolescentes, integra grupos, lo que resuelve parcialmente el posible rechazo de los padres, por lo que deja de lado la admiración al rol paterno (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia, 2001; citado en Luzuriaga, 2013).

En cuanto al desarrollo psicológico, en esta etapa continúa aumentando el nuevo sentido de individualidad. Sin embargo, la autoimagen es muy dependiente de la opinión de terceros. El joven tiende al aislamiento y pasa más tiempo a solas, se incrementa el rango y la apertura de las emociones que experimenta, y adquiere la capacidad de examinar los sentimientos de los demás y de preocuparse por los otros. El egocentrismo es significativo, y durante décadas se le responsabilizó de generar en los adolescentes un sentimiento de invulnerabilidad que los predispone a conductas de riesgo, las cuales son frecuentes en esta etapa. Se plantea que esta sensación de omnipotencia les deterioraba el juicio y producía una falsa sensación de poder, que en situaciones críticas les acarrea consecuencias negativas, pues los llevaba a tener convicciones tales como a pesar de tener relaciones sexuales no protegidas o aunque consumieran drogas (Steinberg, 2008; citado en Gaete, 2015).

Respecto del desarrollo social, en esta fase el involucramiento del adolescente en la subcultura de pares es intenso (alcanza su máximo). No existe otra etapa en la que el grupo de pares sea más poderoso e influyente. El joven adopta la vestimenta, la conducta y los códigos y valores de su grupo de pares, en un intento de separarse más Desarrollo psicosocial del adolescente de la familia y encontrar su propia identidad. La presión de los pares puede influir tanto en forma positiva motivándolo a destacar en lo académico, deportivo, a postergar el inicio de relaciones sexuales, etc., como negativa, favoreciendo por ejemplo que se involucre en conductas de riesgo (Konrad, 2013; citado en Gaete, 2015).

En cuanto al desarrollo sexual, en la adolescencia media aumenta la aceptación del propio cuerpo y la comodidad con él. La mayoría de los adolescentes ha tenido ya gran parte de los cambios puberales y está menos preocupado de ellos. Sin embargo, los jóvenes dedican mucho tiempo a tratar de hacer su cuerpo más atractivo. Prueban su atractivo sexual experimentando con su aspecto (peinado, maquillaje, ropa, tatuajes y piercing pasan a ser muy importantes) y con su comportamiento (coqueteo). En este período se toma conciencia de la orientación sexual y aumenta el involucramiento en relaciones de pareja. Estas son habitualmente breves y utilitarias, predominando en ellas la exploración, la búsqueda, la descarga de impulsos sexuales y el egocentrismo.

Las relaciones de pareja pueden también comprender fantasías idealistas y románticas. Por último, en esta fase aumenta la experimentación de diversas conductas sexuales, incluyendo el inicio de relaciones coitales con cierta frecuencia. El nivel de desarrollo moral en la adolescencia media corresponde generalmente al convencional, en el cual funcionan también la mayoría de los adultos (Sanders, 2013; citado en Gaete, 2015).

- Adolescencia tardía

Adolescencia tardía. Inicia entre los 17 y 18 años. En esta etapa se disminuye la velocidad de crecimiento y empieza a recuperar la armonía en la proporción de los diferentes

segmentos corporales; estos cambios van dando seguridad y ayudan a superar su crisis de identidad, se empieza a tener más control de las emociones, tiene más independencia y autonomía. Existe también un cierto grado de ansiedad, al empezar a percibir las presiones de las responsabilidades, presentes y/o futuras, por iniciativa propia o por el sistema social familiar, para contribuir a la economía, aun cuando no alcanzan la plena madurez, ni tienen los elementos de experiencia para desempeñarlas (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia, 2001; citado en Luzuriaga, 2013).

Si bien el inicio de la adolescencia es claro, ya que se inicia con los cambios físicos y biológicos de la pubertad como la menarquía y la aparición de los caracteres sexuales secundarios, la edad final no está tan definida, ya que la adolescencia es un constructo social e histórico. La elección del intervalo etario depende mucho de los patrones culturales, sociales y económicos de cada cultura (Ampuero, S/A).

En el ámbito del desarrollo psicológico, en esta etapa la identidad se encuentra más firme en sus diversos aspectos. La autoimagen ya no está definida por los pares, sino que depende del propio adolescente. Los intereses son más estables y existe conciencia de los límites y las limitaciones personales. Se adquiere aptitud para tomar decisiones en forma independiente y para establecer límites, y se desarrolla habilidad de planificación futura. Existe gran interés en hacer planes para el futuro, la búsqueda de la vocación definitiva apremia más y las metas vocacionales se vuelven realistas. Idealmente el joven realizará una elección educacional y/o laboral que concilie sus intereses, capacidades y oportunidades. Avanza en el camino hacia la independencia financiera, la que logrará más temprano o más tarde, dependiendo de su realidad. Aumenta el control de impulsos, se puede postergar ya la gratificación y aparece la capacidad de comprometerse. En cuanto al desarrollo cognitivo, en la adolescencia tardía existe un pensamiento abstracto firmemente establecido. Si las experiencias educativas han sido adecuadas, se alcanza el pensamiento hipotético-deductivo propio del adulto. Aumenta la habilidad para predecir consecuencias y la capacidad de resolución de problemas (Radzik, 2008; citado en Gaete, 2015).

El desarrollo social en esta etapa se caracteriza por una disminución de la influencia del grupo de pares, cuyos valores se hacen menos importantes a medida que el adolescente se siente más cómodo con sus propios principios e identidad. Las amistades se hacen menos y más selectivas. Respecto del desarrollo sexual, en la adolescencia tardía se produce la aceptación de los cambios corporales y la imagen corporal. El joven ha completado ya su crecimiento y desarrollo puberal, los que no le preocupan a menos que exista alguna anormalidad. Acepta también su identidad sexual, con frecuencia inicia relaciones sexuales y aumenta su inclinación hacia relaciones de pareja más íntimas y estables, las que comprenden menos experimentación y explotación, estando más basadas en intereses y valores similares, en compartir, y en la comprensión, disfrute y cuidado mutuo. Por último, desde la perspectiva del desarrollo moral, en esta etapa la mayoría de los adolescentes funciona en el nivel convencional, alcanzando solo algunos el posconvencional. En este último y avanzado nivel, existe eminentemente preocupación por principios morales que la persona ha escogido por sí misma. El acercamiento a los problemas morales ya no se basa en necesidades egoístas o en la conformidad con los otros o con la estructura social, sino que depende de principios autónomos, universales, que conservan su validez incluso más allá de las leyes existentes (Muss, 1996; citado en Gaete, 2015).

Aspectos de un adolescente.

Se debe considerar que cuando hablamos de adolescentes podemos referirnos: a personas que viven en contextos socio-históricos fuertemente cambiantes en el tiempo y en el espacio; a seres humanos que han desarrollado las potencialidades de nuestra especie casi completamente; a sujetos capaces de una acción simbólica, en función de imágenes del mundo y de ellos mismos, ofrecidas por su cultura y también, obviamente a individuos que están construyendo, en relación con otros, una historia personal de vida con un significado y valor únicos. Se pueden sintetizar los principales eventos que caracterizan a la adolescencia, con relativa independencia de las influencias sociales, culturales y étnicas, en los siguientes puntos:

- a) Aspectos biológicos: Crecimiento corporal dado por aumento de peso, estatura y cambio de las formas y dimensiones corporales. Aumento de la masa y de la fuerza muscular, más marcadas en el varón. Aumento de la capacidad de transportación de oxígeno, incremento de los mecanismos amortiguadores de la sangre, maduración de los pulmones y el corazón, dando por resultado un mayor rendimiento y recuperación más rápida frente al ejercicio físico. Al incrementarse la velocidad del crecimiento se cambian las formas y dimensiones corporales, esto no ocurre de manera armónica, por lo que es común que se presenten trastornos como son: torpeza motora, incoordinación, fatiga, trastornos del sueño, esto puede ocasionar trastornos emocionales y conductuales de manera transitoria. Desarrollo sexual caracterizado por la maduración de los órganos sexuales, aparición de caracteres sexuales secundarios y se inicia la capacidad reproductiva. Es fundamental siempre considerar que la biología tiene un valor relativo en cuanto a predisposición, pero que debe tenerse en cuenta siempre la interrelación con los niveles psicosociales.
- b) En el aspecto cognoscitivo y moral, se accede a la capacidad para razonar en términos abstractos, es decir al período de operaciones formales. El adolescente puede comprender y manipular conceptos abstractos, reflexionar sobre opciones y razonar en términos hipotéticos. Sin embargo, no todos los y las adolescentes logran capacidad de abstracción, y los que lo hacen pueden mostrar una excesiva confianza en sus capacidades, lo que Elkind (1969) (citado por Ampuero S/A) llamó “egocentrismo de las operaciones formales”. Esto influye en cuatro características típicas del pensamiento adolescente (Morris y Maisto, 2001).
- **La audiencia Imaginaria**, que señala la tendencia del adolescente a sentir que es observado constantemente por otros, que la gente siempre está juzgando su apariencia y conducta. Esta sensación de estar permanentemente “en escena” podría ser la causa de su timidez, preocupación por su aspecto personal y su presunción.

- **La Fábula Personal**, señala un sentido irreal de la propia singularidad. Se sienten únicos y especiales y por ello, pueden sentir que nadie pasa por las cosas que les suceden y por lo tanto, nadie los puede comprender.
- **La Sensación de Invulnerabilidad**, también es característica de esta etapa. Los y las adolescentes tienden a pensar que nada negativo les sucederá a ellos sino a otros. Esto explica los grandes riesgos que pueden tomar sin plantearse las posibles consecuencias.
- **La Búsqueda de Sensaciones**, característica señalada por Coleman (1985) que describe la búsqueda de emociones y riesgos que se presenta durante la adolescencia.

El pensamiento formal le permite al adolescente pensar no sólo en su propia existencia, sino también en la de otras personas, resultándole difícil distinguir entre lo que los demás están pensando y sus propios pensamientos. De forma simultánea, no tiene en cuenta todas las contradicciones vitales, razón por la que su plan de vida suele resultar utópico, ingenuo y es motivo de confrontación de sus ideales con la realidad. Sin embargo, una importante proporción de jóvenes no alcanza el pensamiento formal.

Un aspecto más específico del desarrollo cognitivo es el desarrollo moral. Según Kohlberg (citado en Pedreira y Martin, 2000), en la adolescencia se adquiere el estadio postconvencional, que representará la aceptación personal de los principios morales. En los estadios previos, el niño acepta las normas y controla su conducta por el castigo, la obediencia a sus padres, y para ganarse la aprobación de los demás; en el estadio postconvencional lo hace sobre la base de la interiorización de principios éticos universales y es capaz de hacer excepciones si dos reglas socialmente aceptadas entran en conflicto.

c) Aspectos psicológicos: Búsqueda de sí mismos, de su identidad. Necesidad de

independencia Tendencia grupal. Evolución del pensamiento concreto al abstracto. Manifestaciones y conductas sexuales con desarrollo de la identidad sexual. Tendencia a contradicciones en las manifestaciones de su conducta y fluctuaciones del estado anímico. Relación especial que puede llegar a ser conflictiva con los padres. Actitud social reivindicativa. Los y las adolescentes se hacen más analíticos, formulan hipótesis, corrigen falsos preceptos, consideran alternativas y llegan a conclusiones propias. Tendencia a la elección de una ocupación y la necesidad de capacitación para su desempeño. Necesidad de formulación y respuesta para un proyecto de vida. Se constata que la mayoría de los autores coinciden en estos aspectos que fueron en su mayoría planteados por Aberastuy y Knobel en 1972.

Como se sabe en la adolescencia se establecen los ejes básicos para la constitución de la identidad juvenil y adulta. Ejes, que responden a su vez a los lineamientos generales de estructuración de la personalidad que se han ido delineando en la infancia. Por ello se hace necesario revisar los conceptos de socialización y constitución de la identidad.

- d) En cuanto al desarrollo socio emocional, las etapas de la vida están influenciadas por las relaciones que vive la persona en tiempos diferentes. En primer lugar, el ser humano desarrolla relaciones afectivas con su grupo más cercano, compuesto principalmente por su familia, y comprende la fase cronológica de la primera infancia. Luego del contacto con la familia, la persona se empieza a relacionar con un grupo más extenso de personas, por consecuencia sus relaciones afectivas se amplían del hogar, hacia un nuevo grupo compuesto por personas como cuidadores, maestros, amas de llaves y demás personas con las que el humano se vincula (Molina y Toledo, 2014).

El o la adolescente debe adquirir un sentido estable de sí mismo (Identidad) para lograr la transición de la dependencia de los padres a la autonomía. La pregunta central de esta etapa es ¿quién soy yo? Por otro lado, los pares o grupo de compañeros o amigos

adquieren mucha importancia durante este periodo. Los pares ofrecen al adolescente una red de apoyo social y emocional que le ayuda a alcanzar mayor independencia respecto a los adultos y encontrar una identidad personal (Morris y Maisto, 2001). Los adolescentes también se enfrentan continuamente a diversos problemas. Muchos quisieran recurrir a sus padres pero pueden pensar que no se les escuchará con simpatía o que darán la impresión de ser incapaces de solucionar sus problemas. En general, los y las adolescentes tienden a ser cautelosos a la hora de recurrir a sus padres, sobre todo al tratar temas como sexo, juego amoroso, parejas (Hurlock, 1994, citado por Ampuero S/A).

- e) Cambios sociales: La sociedad impone al adolescente un cambio de estatus, que incluye la necesidad de independencia y de buscar el porvenir fuera de la familia, unido a la necesidad de autonomía de los jóvenes con relación a sus padres, creando en el adolescente una lucha intrapsíquica y una ambivalencia respecto a la dependencia-independencia. La experiencia de separación crea en él la necesidad de intensos estados emocionales y de pertenencia al grupo de amigos. Progresivamente, el adolescente se va distanciando de sus padres e integrándose en el grupo de amigos, cuya constitución y relaciones van cambiando. En un principio, el grupo de amigos es del mismo sexo y centrado en la actividad más que en la interacción. Algo relevante es lo que acontece para evolucionar desde la dependencia a la autonomía, tanto en la toma de las decisiones como en las relaciones sociales, apareciendo la elección de modas, la pertenencia a grupos, la explosión de la identidad sexual y de la sexualidad en su conjunto. Subjetivamente, el/la adolescente establece un cambio hacia la autonomía, teniendo que ver, buena parte de la conflictividad familiar y social, con los límites reales de ese proceso de cambio. Aquí hay que considerar como elemento clave las capacidades personales y sociales de los propios adolescentes, por ejemplo, la integración social definitiva y su autonomía depende, en buena medida, de la posibilidad para acceder al mercado de trabajo y a poseer su propia casa y sostener un mínimo nivel de vida. En ocasiones, las capacidades personales se

poseen (por ejemplo, la información sexual) pero las posibilidades sociales no están totalmente adquiridas (por ejemplo, la posibilidad de acceder libremente a los servicios de planificación familiar o la de tener un lugar propio (Pedreira y Martin, 2000).

En la interacción grupal se crean unos elementos culturales compartidos por el grupo, con el que se identifican, cohesionan y que les ayuda a resolver sus problemas. Esta cultura adolescente la constituyen elementos como: la distribución territorial, la percepción del tiempo («eterna juventud»), la relativización de las creencias y valores, el lenguaje (jergas, tatuajes) y los rituales (bebida en común, ir de fiesta), los productos como el deporte, la música, la cultura estudiantil y del ocio y las marcas comerciales. De esta suerte, el grupo de amigos es señal de identidad, convirtiéndose durante mucho tiempo en algo más importante que la propia familia. Los estudios realizados muestran que el grupo de compañeros proporcionan el apoyo y el contexto para el aprendizaje de nuevas habilidades sociales (Pedreira y Martin, 2000).

- f) La identidad personal: La identidad es la base de la subjetividad; en la diferencia y en el contraste se va adquiriendo y consolidando la identidad. Pero en la adolescencia esta diferencia es vivida como algo amenazante. Por ello, el primer paso se establece con la identificación, sea con pares o con «ideas», por ello es fácilmente observable una forma de vestir, de hablar, de moverse o simplemente de estar y se buscan signos claros que permitan que esa identificación se realice desde el mundo externo. Una segunda característica está representada por un idealismo, en ocasiones ingenuo y simple, pero en otras ocasiones cargado de argumentos que ocasionan incomprensiones y bastantes problemas con el contexto familiar y social. El narcisismo en la adolescencia permite creerse el centro del mundo, una cierta intolerancia a otras opiniones y la confrontación como forma de relacionarse con todo lo que suponga Ley. Una cierta tendencia a aislarse y al cuidado por la imagen externa terminan por completar lo más llamativo de esta situación (Pedreira y Martin, 2000).

El sentido de identidad tiene dos aspectos: uno referente a la conciencia de sí mismo, en que ocupa un lugar destacado la autoestima, siendo la aceptación del propio cuerpo el eje organizador de esa autoestima. En segundo lugar, el ajuste a las demandas sociales, siendo importante el contexto familiar, el grupo de amigos, y el contexto sociocultural que define las expectativas del individuo y del grupo.

El cuerpo es el primer organizador de la identidad, por ello los cambios corporales conllevan una nueva imagen de sí mismo que otorga al cuerpo una identidad sexual y una identidad de género. La identidad sexual descubre la propia genitalidad y al otro como objeto sexual, y la identidad de género se inviste de un conjunto de rasgos y características socioculturales propias de lo masculino y lo femenino, que se denominan roles de género. La pérdida de este sentimiento de confianza y de seguridad en sí mismo lleva, según Erikson (citado en Pedreira y Martin, 2000) a un sentimiento de confusión o de difusión de la identidad, que es la imposibilidad de desarrollar y alcanzar un «sí mismo» cohesionado y autoconsciente. En la adolescencia cualquier sistema adquiere rápidamente un poder organizador sobre los rasgos de la propia personalidad, confiere identidad, de ahí que el paso al acto se pueda convertir en eje organizador de la personalidad. El paso al acto puede contribuir a asentar un sentimiento de identidad y a aumentar la confianza, pero cuando es repetitivo y se hace en detrimento de las capacidades de elaboración mental del adolescente, se convierte en patológico, obstaculizando el desarrollo de una personalidad adulta.

La identidad y personalidad que se forman durante la adolescencia, marcan al individuo en su adultez. Por eso, la sociedad y el núcleo familiar se convierten en pilares fundamentales sobre los que el individuo intentará apoyarse en esa etapa de cambio. A eso se debe que tengan roles tan importantes, dado que la influencia que tengan en el joven determinará en cierta forma su personalidad a futuro. Como punto importante de la adolescencia, se destaca lo expresado por Fierro: “La emancipación respecto a la familia, como elemento del proceso de adquisición de autonomía personal e independencia social, es quizá el rasgo más destacado de la nueva situación del adolescente”.

Actualmente, la sociedad proyecta muchas de sus propias falencias en la juventud, a la que se demoniza responsabilizándola de la delincuencia y adicciones a la drogas, entre otras problemáticas. Acerca de esto, Knobel afirma: “Es la sociedad la que recurre a un mecanismo esquizoide haciendo que una de sus propias partes en conflicto, como lo es la juventud, adquiera las características de todo lo malo y permita así la agresión del mundo del adulto, con singulares características sado-masoquistas” (Carrizo, 2012).

Tal como lo indica el psicólogo Alfredo Fierro (citado por Carrizo, 2012), se considera a la adolescencia como un momento propicio para la aparición de toda clase de trastornos conductuales o psíquicos. Por eso, suele verse al adolescente como potencialmente peligroso.

La pérdida de idealización que se tenía con respecto a la imagen de los padres, suele llevar a éstos a un desamparo que termina por hacerse tangible en una actitud autoritaria con respecto a los hijos, intentando imponer cierta cuota de respeto. En esto, tanto el joven como sus padres deben conseguir procesar que el niño se pierde para siempre, aunque intenten negarlo psicológicamente o mediante ciertas actitudes de la vida familiar o de la sociedad, por las que pretenden que nada ha cambiado. Litvinoff asegura: “Si el adolescente no confronta con sus padres, no crece, va a seguir siendo niño toda la vida, no habrá una progresión generacional”. Asimismo, el adolescente elige conscientemente qué tipo de adulto no quiere ser y cuál es su ideal, es decir, aquel que posee rasgos que el joven buscará alcanzar durante la formación de su personalidad (Aberastury y Nobel 1974, citado por Carrizo, 2012).

Sin embargo, los especialistas Knobel y Aberastury, insisten en que el cambio y la necesidad de aceptación no son únicamente del joven: No sólo el adolescente padece este largo proceso sino que los padres tienen dificultades para aceptar el crecimiento a consecuencia del sentimiento de rechazo que experimentan frente a la genitalidad y a la libre expresión de la personalidad que surge de ella.

Ante esto, los padres pueden reaccionar dándoles un exceso de libertad que es vivido por los hijos adolescentes como un abandono, lo que complica el proceso de los duelos. En esa línea, Aberastury puntualiza: “El adolescente provoca una verdadera revolución en su medio familiar y social y esto crea un problema generacional no siempre bien resuelto”.

El joven debe aceptar que ya no es un niño y que no será nombrado como tal, reduciendo esa denominación a un tono de burla o desvalorización hacia su persona. Trazando una analogía con respecto al tema de la lucha de clases, Aberastury explica que, en muchos casos, los padres utilizan la dependencia económica de sus hijos para generar poder sobre ellos. Según define esta autora, ésa presión no mejora la situación: “Crea un abismo y un resentimiento social entre las dos generaciones”.

Asimismo, se debe tener en cuenta que no todos los padres actúan de la misma manera ante la llegada de la adolescencia de sus hijos. Fierro indica: “Las diferencias entre familias constituyen precisamente uno de los problemas no pequeños que el adolescente ha de afrontar en la búsqueda de su independencia”.

Así, el individuo se encontrará con pares con el mismo nivel de autonomía que el recibido por él y con casos de adolescentes con niveles más flexibles de disciplina. Además, la independencia se va dando en forma progresiva y diferente entre varones y mujeres (Carrizo, 2012).

La adolescencia, que se inicia en el plano biológico, concluye en un nivel psicosocial. El fin de la adolescencia no tiene una fecha biológica precisa, sino más bien determinantes psicológicos y socioculturales. En realidad, no se deja totalmente la adolescencia hasta que no se vivencia una autonomía económica y psicológica, una independencia del ambiente parental y el establecimiento de un punto de vista sexual adulto. Al final, el/la adolescente se siente cómodo con su cuerpo, adquiere una identidad sexual y de género, junto con la capacidad de establecer relaciones íntimas y duraderas. El/la adolescente

aprende la utilización y modulación de la agresión. Con el desarrollo adolescente, se reorientan hacia otros fines socialmente más productivos (trabajo, formar una familia), reguladas por un sistema personal de valores morales. Se desarrolla una capacitación profesional y el compromiso en una ocupación laboral, que permiten la realización e independencia económica. El restablecimiento de los lazos familiares acontece tras la ambivalencia con respecto a la independencia de los padres, restableciéndose las relaciones de amistad con los padres y advirtiéndoles que pueden aprender de ellos. Los hermanos, a pesar de las rivalidades previas, vuelven a congeniar (Pedreira y Martín, 2000).

3.2 Relaciones Interpersonales de los Adolescentes.

Es durante la adolescencia cuando se fortalecen los procesos de socialización e interacción social, y es mediante la socialización que, según algunas teorías psicosociales, las personas aprenden e interiorizan elementos de su cultura, ya sea una cultura que favorezca la socialización amplia, que fomente el individualismo, la independencia y la expresión personal o una socialización restringida, que favorezca el colectivismo. Las personas adoptan para sí ciertas normas, valores, reglas de conducta, entre otros aspectos; asimismo, todas las acciones y comportamientos sociales e individuales son resultado de la experiencia personal, de tal manera que las personas aprenden y se apropian de su cultura interactuando en su entorno (Arnett, 2008; citado por Ochoa y Uribe, 2015). En la etapa de la adolescencia, este proceso de socialización propicia que las personas adolescentes comprendan y acepten algunas normas sociales a la vez que cuestionan las reglas existentes y tiendan a generar nuevas reglas de interacción en su entorno social; es decir, viven bajo roles sociales y han conformado una personalidad social (Ochoa y Uribe, 2015).

En el periodo de la adolescencia, las personas se preocupan más por cómo las perciben sus pares un tanto más que por cumplir con los parámetros y valores de las personas adultas (Berger, 2007; citado por Ochoa y Uribe, 2015). De hecho, para los y las

adolescentes toman más fuerza. En ocasiones se utilizan los conceptos de pares y amigos indiscriminadamente; sin embargo, el grupo de pares hace referencia a un grupo con el cual el/la adolescente convive y comparte ciertas características como la edad, contexto social, entre otras, pero que no necesariamente son su grupo de amigos. Sentido de la interacción social mediada por Facebook Estudios sobre las Culturas Contemporáneas valores como la sinceridad, la autenticidad, la espontaneidad y la lealtad, entre otros, los cuales ayudan al afianzamiento de la identidad. De ahí la importancia de la relación con pares y amigos(as), pues comparten valores y atraviesan por situaciones similares, lo cual les hace sentirse comprendidos(as), incluso en la adolescencia se da una importante separación de los padres, diversos estudios han constatado que no sólo se da esta separación sino que las relaciones con amistades se vuelven, en muchos sentidos, más importantes que las relaciones con los padres (Harris, 1999; citado en Jensen, 2008)

Algunas de las dificultades que presentan los y las adolescentes relacionadas a las Relaciones Interpersonales son: Problemas de habilidades sociales, timidez, soledad, ansiedad social, grupos de amigos conflictivos y presión grupal.

En cuanto a las relaciones con los padres, las principales dificultades son: Incomunicación, violencia familiar, peleas, discusiones, normas y control. Entre los temas más difíciles en la comunicación de adolescentes de ambos sexos con sus padres están la sexualidad, relaciones de pareja y problemas sentimentales. Respecto a las relaciones de pareja, se encuentran problemas sentimentales, desamor, rupturas afectivas, sensación de incompetencia afectiva, dificultad de comunicación, entre otras (Hurlock, 1994, citado por Ampuero S/A). Hurlock señala una serie de tareas evolutivas de la adolescencia:

- Establecer relaciones nuevas y más maduras con pares de ambos sexos.
- Lograr un papel social masculino o femenino.
- Aceptar la propia constitución física y emplear el cuerpo de manera adecuada.

- Alcanzar la independencia emocional respecto a los padres y otros adultos.
- Convencerse del valor de la independencia económica.
- Elegir una ocupación y prepararse para ella.
- Prepararse para la vida en pareja.
- Desarrollar capacidades y aptitudes intelectuales básicas para la vida cívica.
- Desear y lograr una conducta socialmente responsable.
- Adquirir un conjunto de valores y un sistema ético como guía para el comportamiento.

El cumplimiento adecuado de las tareas evolutivas propias de una edad posibilita el desempeño adecuado, de una tarea similar a una edad mayor. Por otro lado, el fracaso o dificultad en completar las tareas evolutivas trae malestar psicológico y dificultades en las tareas futuras (Hurlock, 1994; citado por Ampuero S/A).

3.3 Las Vulnerabilidades de los Adolescentes en los Tiempos Actuales.

El mundo en el que están creciendo ha cambiado demasiado en las últimas décadas para que las tradiciones de los mayores sean relevantes para su vida. En consecuencia, rechazan esas tradiciones y optan por los medios globales de la cultura juvenil que comparten con sus amigos y pares. Les parece que esos medios les muestran dónde se encuentra su futuro y comparten con sus pares el deseo de ver hacia delante, al mundo moldeado por la globalización, en lugar de mirar hacia atrás a sus tradiciones culturales (Jensen, 2008).

En ninguna época pasada se había dedicado tanta atención a los adolescentes como en la actualidad. Cada vez el mercado se inunda más con material especializado para adolescentes: libros, discos, ropa, juegos, alimentos, etc., como reconocimiento del poder adquisitivo que tienen estos “consumidores compulsivos” de todo aquello que los ayude a ser diferentes, especiales, únicos, a gustar a los demás, a ser más listos, más guapos, etc., explotando de esa forma sus necesidades psicológicas y prometiéndole el rápido

acceso a ese territorio prohibido y lleno de ventajas que es el mundo de los adultos. Tampoco nunca antes como ahora los padres, educadores y adultos en general se habían encontrado con una generación de jóvenes que disfrutara de tantos derechos y privilegios reconocidos en acuerdos internacionales y de tan pocas responsabilidades (Pérez y Rodríguez, 2008).

Quizá la vulnerabilidad más característica de la adolescencia es su relativa fragilidad ante lo que podemos denominar estrés psico-social, esto es, ante la presión derivada de contratiempos en sus relaciones personales o de las tensiones propias de éstas. Nos referimos a no encontrar su lugar en el grupo de pares, o tener que conformarse con un lugar no deseado, a los fracasos “amorosos”, a la ruptura de “amistades-de-toda-la-vida”, al enfrentamiento cotidiano con los padres, a las tensiones con los profesores o con los compañeros de la escuela, etc. Son especialmente importantes las dinámicas en el grupo de iguales, en el que se produce gran parte de la socialización en esta fase y en el que se van modelando los rasgos principales de la personalidad de chicos y chicas (Harris, 1999, citado por Pérez y Rodríguez, 2008) .El encontrarse, además, en una fase de importantes cambios biológicos, y de carácter, hace más problemático todavía el afrontar esas situaciones estresantes.

Los actuales adolescentes y jóvenes, mucho más que sus mayores, se han iniciado en nuevas tecnologías como el ordenador o Internet a la vez que las incorporan a su vida de ocio y relación social extralaboral o extraacadémica. Incluso, si se han iniciado por razones académicas, hay que tener en cuenta que para un estudiante, su vida en la escuela tiene, probablemente, un componente mucho mayor de vida de ocio y de relación social que para un trabajador en su empresa. Es decir, la iniciación en las NTICs ha debido de ser bastante distinta, por término medio, para los adolescentes actuales y para sus mayores (sus padres, sus maestros): más vivencial, en el primer caso, más técnico-instrumental en el segundo (Pérez y Rodríguez, 2008).

Uso inadecuado de internet

Junto con los teléfonos móviles, los ordenadores personales constituyen la tecnología de la información y la comunicación más revolucionaria en la vida de las personas, especialmente de los adolescentes, los usos del Internet como herramienta de búsqueda y almacenamiento de información. En este sentido, los ordenadores pueden ser un importante instrumento de aprendizaje y de entretenimiento. Dejando de lado, por ahora, las ingentes cantidades de información a las que se puede acceder, si se busca bien, en Internet, el ordenador personal puede convertirse en una ayuda para el aprendizaje escolar.

La red, su manejo y la interacción social que se posibilita a través de ella, es hoy una realidad para niños, adolescentes y adultos.

En ella se investiga, se desarrollan contenidos propios y se reciben los del “resto del mundo”, razones por las que es un medio de expresión e información que configura sistemas de valores. A través de ella e incluso de manera simultánea, se juega, se investiga, se recibe información innovadora, se conocen los acontecimientos importantes en todo el orbe, etc., por lo que constituye el medio más adecuado para estar a la vanguardia en cuanto a información se refiere. También, por su intermedio, se mantienen o consolidan amistades, se hacen nuevos amigos o se interactúa con extraños, pudiendo desarrollarse, con propios y ajenos, relaciones de confianza, por lo que colabora en la construcción de vidas y círculos sociales.

En el caso de niños y adolescentes, internet les permite, además, desafiar la autoridad, tener acceso a información que puede contravenir los límites familiares, establecer relaciones sustentadas en la secrecía y el anonimato, recibir opiniones y opinar contraviniendo la disciplina familiar, la búsqueda del bien común o cualquier otro principio, así como sustraerse del control paterno.

Para el caso de los desertores escolares, la pérdida de eficacia de la familia y la escuela, como tradicionales espacios de control y prevención, supone la existencia de mayores riesgos. Al contar con mayor tiempo disponible para actuar a través de internet y las redes sociales, estos adolescentes pueden incurrir en conductas de riesgo como el consumo de tóxicos, el establecimiento de relaciones atemorizantes o inseguras, etc. (SSP, 2011).

Consumismo

La moda, como factor que determina la identidad de los adolescentes y su pertenencia al grupo de pares, y la posesión de lo cotidiano –como factor de socialización– son motores que desarrollan actitudes consumistas de todo tipo en los adolescentes. Los introducen en una carrera de insatisfacción por querer alcanzar, de manera permanente, aquello que promete crear sensaciones de plenitud, pero a la vez es cambiante y reemplazable y, como consecuencia, inalcanzable.

El reproductor de música, el teléfono móvil, la computadora, la consola de videojuegos, son el entorno cotidiano de los adolescentes, que al incorporarse al afán de poseer y acumular, de manera permanente desean y solicitan “lo más funcional”, “la mejor tecnología”, “lo más innovador”, incorporándose con ello a una carrera que causa permanente insatisfacción y ansiedad por conseguir todo lo socialmente deseable lo antes posible.

En el caso de los adolescentes que han desertado de la escuela, estas características se suman al escaso autocontrol, a la poca motivación para el planteamiento y logro de objetivos, a la impulsividad y, muy probablemente, a la baja autoestima, que junto a la escasa capacidad crítica, los colocan en posición vulnerable frente al consumismo, (SSP, 2011).

El rol de Internet en la adolescencia

Uno de los mayores atractivos que generan estos entornos virtuales es el sentido de

libertad por medio del cual desaparecen las tensiones sociales y genera mayor posibilidad de socialización; pero también la capacidad de generar, procesar y compartir información de forma masiva (Cardozo, 2009).

Walther clasifica en tres categorías las relaciones personales con mediación de las computadoras: 1) Impersonales; implica la presencia de una computadora como factor de despersonalización; es decir, como un sentido de la interacción social mediada por Facebook que permite el anonimato total o parcial; 2) Interpersonales; Walther afirma que en ciertas circunstancias se da una verdadera comunicación interpersonal, parecida a la comunicación cara a cara; 3) Híperpersonales, el término se refiere a que la comunicación mediada por un computador puede propiciar las condiciones para que la comunicación surja con mayor fluidez: facilita la comunicación ya que no existe la ansiedad que con frecuencia se experimenta en la interacción cara a cara, además de otros obstáculos que impiden una comunicación interpersonal de calidad Walther, 2007; citado por Ochoa y Uribe, 2015).

Sea cual fuere la posición de los expertos, se podría creer que el efecto que las redes sociales ejerzan en lo jóvenes, dependerá en gran manera de la vulnerabilidad de cada joven, sus necesidades de relacionarse, su formación para ser críticos ante los contenidos a los que acceden o la guía que tengan al momento de encontrarse en una situación delicada en Internet. Para aquellos con relaciones interpersonales satisfactorias, Internet se utilizaba más para buscar información; para los que mantenían unas relaciones interpersonales insatisfactorias o cargadas de ansiedades, Internet se utilizaba como un medio alternativo de interacción social, y tales usuarios sentían una mayor afinidad por Internet. Este conjunto de resultados invierte la causalidad del estudio de Kraut y otros autores; en esta interpretación, Internet proporciona mayor libertad de expresión, unos requisitos menos visibles para la interacción social e interacciones personales menos estresantes. (Katz y Rice, 2005; citado por Molina y Toledo, 2014)

Los adolescentes se sienten especialmente atraídos por Internet debido a sus características de desarrollo (necesidad de tener conocimientos y vivencias y curiosidad adolescente):

- Obtienen respuesta de una amplia gama de preguntas
- Consiguen información rápida y actual
- Mantienen el contacto con contactos existentes y nuevos
- Se divierten

Con las nuevas tecnologías prosigue ese proceso de autoconstrucción, sólo que en ámbitos distintos de los tradicionales. En particular, los adolescentes han abrazado casi como propia Internet, la cual usan bastante más que los adultos, especialmente como nuevo espacio de conversación con los suyos, esto es con la familia y los amigos. Y, sobre todo, como nuevo espacio en el que pasar el rato y disfrutar de la compañía de sus iguales. Por cómo encajan con sus vidas de adolescentes los nuevos lugares de encuentro provistos por Internet, no es de extrañar que estén complementando, incluso sustituyendo, a los lugares tradicionales, mediante servicios como la mensajería instantánea, el chat, los foros o los blogs. Y tampoco extraña, por lo mismo, la enorme aceptación de los teléfonos móviles, convertidos, sobre todo, en terminales de envío y recepción de mensajes de texto (Pérez y Rodríguez, 2008)

La comunicación con los amigos es diferente en el mundo físico en comparación con aquella que se establece en las redes sociales, pues en esta última: podemos seleccionar con mayor facilidad con quién queremos hablar, ignorar aquellas conversaciones que nos incomodan o no nos interesan y realizar estas de manera diacrónica, en el momento en que nos resulte más adecuado y comenzando y terminando cuando creemos oportuno (Gandasegui 2011; citado en Bohórquez y Rodríguez, 2014).

En el mundo de la gran red que es el Internet, se pueden encontrar una infinidad de redes sociales, sin embargo, existen algunas que han causado un impacto masivo 20 llegando

a millones de personas y comunicando a casi todos los países del mundo. Esto debido a ciertas características propias de cada red social, que la hacen atractivas a las masas más jóvenes. Sin duda, en la actualidad, Facebook es la red social más utilizada a nivel global. Esta red, para abril de 2009 contaba con 200 millones de cuentas, de las cuales muchas ni siquiera están en actividad. El éxito rotundo de esta red social, es su gran interactividad que una a personas sin fronteras. Con Facebook “podemos subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa”.

De esta manera, el concepto de “amigo” puede variar en las redes sociales, refiriéndose a estos como “contactos” en plataformas virtuales como Facebook o Messenger y “seguidores” como es el caso de Twitter. La mayoría de las veces no existe como tal una amistad o un contacto físico fuera de las redes, lo que aumenta la posibilidad de crear una relación con personas que no son cercanas desligada de un tiempo y espacio determinados. Esto convierte a las redes en portales de información entre los usuarios con los cuales existen lazos débiles, es decir, se evidencia la ausencia de una conexión emocional, aunque sí existe intercambio de información (Douglas y McGarty, 2001; citados en Bohórquez y Rodríguez, 2014).

Las amistades construidas a través del chat, se basan en aspectos como la comunicación y la intimidad, y según el reporte la forma de comunicarse (abreviaciones, emoticones y demás signos) construye el concepto de “presencia” en un chat, y esta misma le da la forma a las emociones que se desean transmitir, con lo cual facilitan la construcción de confianza e intimidad. Por lo tanto, la comunicación facilita el conocimiento mutuo y la interactividad, lo cual permite un crecimiento en la intimidad. Una de las ventajas que presenta el chat para los jóvenes es que en este se eluden las inseguridades ante la interacción física, debido a que no hay posibilidad de transmitir los mensajes del lenguaje no verbal. Por esto, la comunicación con las personas que no se conocen se describe como “fría”, es decir, uso de pocas palabras y expresiones de afecto, mientras que la comunicación “más íntima” con los amigos cercanos, se deja para otros espacios que

faciliten la expresión de sentimientos, es decir, situaciones en donde haya una interacción física o facilidad a la hora de expresarse (Gordo, 2006).

Aspectos como la soledad, el anonimato y la falta de referentes físicos, considerados como desventajas, actuarían a favor de la expresión certera de las emociones y sentimientos. Algunos usuarios se sienten más cómodos y tranquilos al compartir información personal a través de un medio electrónico que al hacerlo a través de un contacto físico, sin embargo, también se ha encontrado que la despersonalización, la soledad y el anonimato, pueden convertirse en obstáculos a la hora de entablar una relación con otra persona (Gordo, 2006).

Sin embargo, los jóvenes son responsables en el uso de las redes sociales, los adultos creen que no, pero porque ellos no pueden comprender a la juventud y a donde ésta ha sido llevada por la tecnología, algo que no es negativo. La siguiente cita nos muestra claramente que los jóvenes son prudentes y responsables en el uso de las redes sociales. Aunque hay excepciones, y conviene educarlos para que sean responsables en sus actos. La gran mayoría de los jóvenes usan las redes sociales de una forma muy sensata. Por ejemplo no suelen admitir como amigos a desconocidos en Twenty. La mala fama que tienen las redes sociales entre los adultos puede considerarse una reacción provocada por el desconocimiento de una tecnología que no entienden. Tampoco ayuda ver en las noticias el perfil en las redes sociales de cada menor de 18 años que sufre o provoca una tragedia (García y Ramos, 2003; citado por Molina y Toledo, 2014). Sin embargo, y sobre esto debe centrarse la preocupación sobre el tema de las redes sociales, para una persona vulnerable puede tornarse un problema. Existen grupos de personas para las cuales las redes sociales se presentan como una alternativa para obviar su realidad, llegando a la adicción.

Esto es un problema en la adolescencia y juventud, y que las redes sociales pueden ofrecerse como un espacio en el cual muchachos que en la realidad no tienen mucho contacto con su familia o no tienen amigos, puedan fantasear una realidad virtual. En

resumen, un sujeto con una personalidad vulnerable, con una cohesión familiar débil y con unas relaciones sociales pobres corre un gran riesgo de hacerse adicto si cuenta con un hábito de recompensas inmediatas, tiene el objeto de la adicción a mano, se siente presionado por el grupo y está sometido a circunstancias de estrés (fracaso escolar, frustraciones afectivas o competitividad) o de vacío existencial (aislamiento social o falta de objetivos). De este modo, más que de perfil de adicto a las nuevas tecnologías, hay que hablar de persona propensa a sufrir adicciones. (Echeburúa y de Corral, 2012) Pero, sabiendo educar a los niños en el tema de redes sociales, no existe razón para preocuparse, y más bien, se debe mirar a estos mundos virtuales como herramientas que pueden ser utilizadas para diferentes fines.

Desde esta perspectiva, se pueden utilizar las redes sociales a nivel educativo, aprovechando el gran interés que tienen los estudiantes de todos los niveles. Para la educación, las redes sociales traen muchas ventajas como la “Explicación de las actividades que se realizan en clase para hacer partícipes a los padres de las actividades” o “Compartir recursos como enlaces relacionados con las materias que se estudian.” (De Haro, 2013), entre otras ventajas que nos brinda esta nueva tecnología.

En forma general, se observa que las ideas sobre la influencia de las redes sociales en los jóvenes son variadas y sigue siendo un tema polémico sobre el cual tendrán siempre la última palabra los propios usuarios jóvenes, quienes dependiendo de su experiencia personal sabrán determinar si estos nuevos medios, que los contactan con el mundo y permiten darse a conocer y expresarse, son buenos para su crecimiento social o solo compromete más su capacidad para relacionarse con los demás (Molina y Toledo, 2014). En este capítulo que habla de la adolescencia como etapa importante dentro del desarrollo del ser humano en donde atraviesan diversos cambios significativos, hacemos mención de los factores que influyen en esa transición y que es importante conocer al adolescente , así como también su relación con la tecnología que cada día se vuelve parte de su vida diaria.

CAPITULO IV. MÉTODO

4.1 Objetivo.

Describir el significado psicológico de Facebook en un grupo de adolescentes del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y De Servicios (CBTIS) No. 161 ubicado en San Pablo Autopan Toluca, México.

4.2 Planteamiento del Problema.

En los últimos años la tecnología se ha integrado en la vida cotidiana de las personas en todos los ámbitos de la vida, el internet se ha posicionado como una herramienta de comunicación que facilita el acceso a la información y el conocimiento, que rompe con la idea de estar en mismo espacio y donde los internautas puede ser cualquiera que tenga acceso a la red. Dentro del ciberespacio algo que ha cobrado relevancia son el uso de redes sociales ya que se han instaurado como una forma de interacción con los otros aun sin conocerse personalmente y poder pertenecer a grupos sociales que se conforman mediante los intereses y las necesidades.

En México en el 2014 según datos del INEGI el 44% de la población de seis años y más se declaró usuaria de internet, su acceso es predominante entre la población joven del país de entre los 12 a los 17 años siendo 80% usuaria a internet. No solo la cantidad de usuarios han aumentado, también el acceso a las redes sociales ya que el 46% de los usuarios lo hacen diariamente. Entonces se puede decir que la población joven se encuentra inmersa dentro del mundo de la red, entonces se vuelve importante tomar en cuenta la popularidad que los adolescentes encuentran en las redes sociales una nueva forma de interactuar con sus pares.

Es por ello que esta investigación se centró en el significado psicológico de facebook en la adolescencia, que se han convertido en moda y generado inquietud sobre los efectos,

tanto positivos como negativos, de estas nuevas formas de socialización, donde constantemente están compartiendo sus actividades, intereses, ideas y sentimientos. en este caso se considerar a la adolescencia como una etapa de cambios donde los adolescentes tienen una importante necesidad de sentirse aceptados, pertenecer a un grupo, de agradar a los demás o parecer más atractivo, también puede considerarse como un periodo crítico en el que las relaciones con otras personas pueden producir un efecto significativo sobre su autoestima, porque es una realidad que varios elementos se ponen en juego a la hora de socializar en las redes debido a la complejidad de la personalidad humana, sin embargo para el adolescente en este proceso continuo de su percepción real (cómo soy) e ideal (cómo quisiera ser) de sí mismos, también influye, de manera particular, la percepción de amigos y familiares. De aquí la relevancia de las interacciones sociales en el internet, sobre todo en facebook y todo lo que para los adolescentes implica esta popular red social.

El presente trabajo pretendió aportar información a la comunidad educativa universitaria, teniendo en cuenta que hay una mínima cantidad de investigaciones acerca del tema. Por lo que se requirió atender con la contribución de información significativa que permita explicar ciertos efectos relacionados al significado psicológico de facebook en la adolescencia. Teniendo en cuenta a responder como pregunta de investigación ¿Cuál es el significado psicológico de facebook en un grupo de adolescentes?

4.3 Tipo de Estudio.

La investigación fue de tipo descriptivo que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente, se trabaja sobre realidades de hecho (Tamayo y Tamayo, 2006).

4.4 Definición de Variable.

La variable de esta investigación es:

El significado psicológico de Facebook

Definición conceptual de la variable

Significado psicológico que de acuerdo a Szalay y Bryson (1973, citado por Valdez, 1991) es la unidad fundamental de la organización cognoscitiva y que está compuesta de elementos afectivos y de conocimientos, que crean un código subjetivo de reacción los cuales reflejan la imagen de universo que tiene la persona y su cultura subjetiva, acerca del concepto de facebook.

Definición operacional de la variable

e utilizó la técnica de redes semánticas, por los adolescentes considerados en la muestra, proporcionando palabras con las que definieron facebook.

4.5 Población.

La población que se consideró para la investigación fue de 168 jóvenes en un rango de edad de 15 a 19 años estudiantes del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y De Servicios (CBTIS) No. 161 ubicado en Ex Hacienda la Laguna S/N , Barrio de Jesús 2ª Sección de San Pablo Autopan Toluca, México.

4.6 Muestra

Se optó por un muestreo de tipo no probabilístico y una muestra de tipo intencional; eligiendo a un total de 166 sujetos de sexto semestre del turno matutino del CBTIS No.161 de los cuales 61 fueron hombres y 105 mujeres con un promedio de edad de 17

años.

4.7 Instrumento.

Como instrumento se usó la técnica de redes semánticas naturales (Figuroa, 1981; Valdez, 1998) que consiste en:

Consistió en definir una palabra estímulo con 10 palabras sueltas, que pueden ser verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, pronombre, entre otros, intentando no utilizar ninguna partícula gramatical (artículos o preposiciones).

Jerarquizar todas y cada una de las palabras que se dieron como definidoras, poniéndole el número 1 a la que se considera como la más importante, más relacionada, cercana, o que mejor define a la palabra estímulo; el número 2, a la que sigue en importancia; el 3 a la siguiente y así sucesivamente, hasta terminar de jerarquizar todas y cada una de las palabras dadas como definidoras.

Una vez que se reunió el número de cuestionarios, lo cual consistió en un total de 166 Ss (Sujetos), estos fueron vaciadas en tres hojas del programa de Excel para después haber obteniendo el Tamaño de la Red (TR), este valor consiste en el número total de palabras para definir el concepto Facebook , en el caso de esta investigación fueron 168 palabras arrojadas .El siguiente valor a obtener en el análisis de datos, es el Peso Semántico (PS) , que es la sumatoria de todos los valores asignados a cada palabra. Cuando se tiene ese valor se puede determinar el Núcleo de la Red (NR) lo constituye el grupo de definidoras con el peso semántico más alto, en forma jerarquizada, nos indica cuales son las definidoras necesarias para describir un concepto y cuáles son las complementarias.

Otro valor de las Redes semánticas es el valor G que representa la densidad de la red el cual se obtiene resaltándole al Peso Semántico más alto el siguiente Peso Semántico, y

este a su vez el tercero y así sucesivamente como se observa en la tabla número.

El último valor y para obtenerlo es la Distancia Semántica Cuantitativa (DSC) este valor se obtiene, de los elementos del núcleo de la red, asignando a la definidora con peso semas alto el 100% y produciendo y produciendo los siguientes valores a través de una regla de tres simple a partir de ese valor . Este valor también puede ser representado.

Ya que las redes semánticas son representaciones de variables que se interrelacionan entre sí, identificadas como grafos dichas redes “son las concepciones que las personas hacen de cualquier objeto de su entorno y a través del conocimiento de estos pensamientos, es posible saber los diferentes significados, que se manifiestan con el uso del lenguaje cotidiano, que tiene todo objeto social conocido”.

Cómo segundo instrumento se utilizó cuestionario de uso de motivos de red social, se realizó a partir de la elaboración de un cuestionario construido a partir de escalas nominales no excluyentes. La escala resultante se configura tomando como referencia las revisiones teóricas realizadas (motivos psicológicos y motivos sociales), las ideas de expertos en tecnologías de la información, y la información directa de jóvenes aportada previamente a través de entrevistas abiertas sobre los motivos de uso de las redes sociales. Inicialmente se recoge información básica general de la muestra del estudio: sexo, edad, nacionalidad, tipo de centro donde realizan los estudios, nivel educativo y curso.

Edad de comienzo de uso de la red social:	
Frecuencia de uso : <input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Algunos días a la semana <input type="checkbox"/> Algunos días al mes <input type="checkbox"/> Ocasionalmente	
¿Puedes conectarte a la red cuando quieras? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
MOTIVOS DE USO DE LA RED SOCIAL	
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	
Para hacer nuevos amigos	
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos...	
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	
Puedo ser más sincero/a con mis amigos que cuando estoy con ellos	
La rRed me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	
Las redes sociales no son sólo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	
Otros usos (Indicar cuál/cuáles):	

Los ítems del cuestionario fueron diseñados para recabar información sobre frecuencia de uso y motivos para conectarse a la red social. La versión inicial del cuestionario fue revisada por un panel de expertos (n=8), todos ellos investigadores especialistas en Tecnología Educativa. Esta revisión mejoró la propuesta de ítems, tanto en su contenido como en su redacción. Posteriormente, se hizo una versión electrónica del cuestionario para su cumplimentación vía Internet. Los centros educativos que participan en este estudio han dado el consentimiento para la participación de su alumnado. Los alumnos/as de la muestra fueron informados del estudio y fue solicitado su consentimiento para participar en el mismo (citado en Colàs, González y De Pablos, 2013).

4.8 Diseño de la Investigación.

El diseño de investigación que se utilizó fue no experimental, ya que no se pretendió intervenir de manera directa sobre alguna variable sino más bien observar a los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Hernández 1984).

Se siguieron los siguientes procedimientos:

- Elección del lugar de nuestra población.
- Correspondiente permiso a la Institución (CBTIS) No. 161 ubicado en Ex Hacienda la Laguna S/N, Barrio de Jesús 2ª Sección de San Pablo Autopan Toluca, México.
- Aplicación del instrumento bajo el uso de la técnica de redes semánticas y cuestionario de usos de motivo de la red social, dirigida a adolescentes de 15 a 19 años.
- Se realizó la base de datos en Excel con la información que se obtuvo de la aplicación del instrumento.
- Análisis y conclusiones correspondientes.

4.9 Captura de la Información.

Realizado bajo el uso de redes semánticas, recabando la información en una base de datos de tres hojas del programa de Excel para obtener las diez definidoras integrándose para observar y comparar cualitativamente las configuraciones de las redes semánticas.

4.10 Procesamiento de la Información.

Se utilizó estadística descriptiva para obtener frecuencias y porcentajes. Una vez obtenidas las palabras definidoras, se vaciaron en una hoja codificada.

RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos en esta fase de la investigación, al aplicar la técnica de redes semánticas, para dar respuesta al objetivo planteado el cual es describir el significado psicológico de Facebook en un grupo de adolescentes. Se exponen primero los resultados del cuestionario de motivo de uso de la red social y en segundo lugar las palabras definidoras que los adolescentes proporcionan con respecto al término Facebook.

En la Tabla 1 se muestran porcentajes de motivos de uso de la red social con cada uno de los indicadores usados en la investigación. El motivo con un mayor porcentaje de 85% es "Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos".

Tabla 1. *Porcentaje de motivos de uso de la red social.*

Indicador	%	
	Si	No
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	85	13
Para hacer nuevos amigos	42	56
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	8	90
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos	43	56
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	19	80
Puedo ser más sincero/ra con mis amigos que cuando estoy con ellos	16	81

La red me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	31	68
Las redes sociales no son solo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	12	87

En la tabla 2 se muestran los porcentaje de la distribución de hombres y mujeres por motivos de uso de la red para ingresar a Facebook. Del sexo masculino en el indicador “Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos”, lo representa un 80 % como motivo de uso de la red, mientras que para un 19% no lo es. Y para el sexo femenino un 94% considera también que es su principal motivo de uso de la red que difiere del 5% que dice que no.

Tabla 2. *Porcentaje de la distribución de hombres y mujeres por motivo de uso de la red.*

Indicador	%	
	Hombres	Mujeres
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	80	94
Para hacer nuevos amigos	45	40
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	6	9
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos	32	44
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis	22	17

amigos

Puedo ser más sincero/ra con mis amigos que cuando estoy con ellos	27	7
La red me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	40	25
Las redes sociales no son solo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	13	11

En la tabla 3 se muestran las diez definidoras ordenadas en cuanto a nivel de importancia según la muestra, al señalarlas como las más importantes y vinculadas al término Facebook.

Tabla 3. *Descriptoras de redes semánticas*

Núcleo de la Red	Peso Semántico	Valor G	Distancia Semántica Cuantitativa
Amigos	643		100%
Fotos	560	83	87.09
Like	439	121	68.27%
Comunicar	412	27	64.07%
Compartir	392	20	60.96%
Información	226	166	35.14%
Eventos	224	2	34.83%
Mensajes	220	4	34,21%
Entretenimiento	215	5	33.43%

En la **figura 1** cada línea representa la cercanía de las definidoras a la palabra Facebook. La línea más corta muestra las mayor cercanía y así sucesivamente, la línea más larga nos representa que tan alejada se encuentra de la palabra Facebook. Teniendo en cuenta que solo se están representando a las diez definidoras.

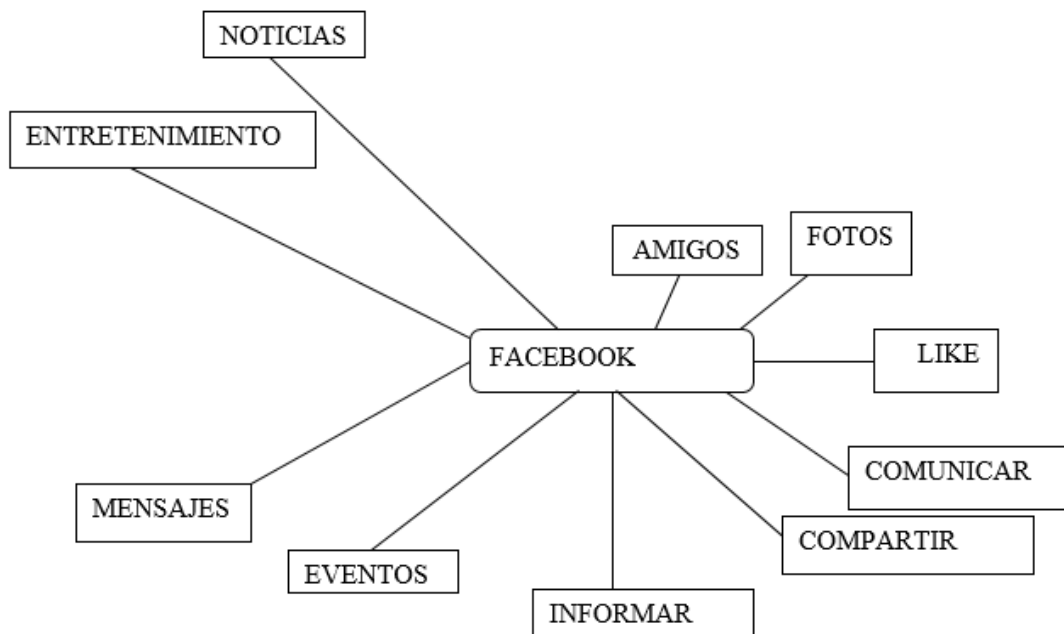


Figura 1 Representación gráfica de definidoras

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Mencionando sin dejar a un lado que los motivos de uso de la red en cuanto a la identificación que los sujetos tienen con estas, nos señalan que los porcentajes están inclinados a que los sujetos no consideran que estos sean del todo los motivos para hacer uso de la red, pues solo un indicador que es “Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos” sería el motivo más alto en porcentaje por el cual los adolescentes de nuestra población entran a Facebook. Considerando que del sexo masculino tiene un 80 % para el indicador ya mencionado está de acuerdo en que es su motivo de uso de la red, mientras que para un 19% no lo es. Y para el sexo femenino en adolescentes un 94% considera también que es su principal motivo de uso de la red que difiere del 5% que dice que no.

Para el indicador “Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos” resalta que un 44% de las mujeres ingresa por esa razón y los hombres con un 32%; en las mujeres genera mayor interés conocer la opinión que tienen de ella dentro de Facebook. Y para los indicadores “Puedo ser más sincero/ra con mis amigos que cuando estoy con ellos” un 27% de hombres lo hace por esta razón a diferencia de las mujeres con un 7 % y para el indicador “La red me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera” un 40% de hombres lo considera también como un motivo para ingresar a Facebook y de las mujeres solo un 25%; lo que le puede decirse que a los hombres genera mayor confianza para expresar lo que piensa o siente a través. Teniendo en cuenta que el promedio de edad de nuestra población se encuentra entre los 17 años.

Contemplando que para las redes semánticas, las definidoras obtenidas plantean que Facebook se encuentra constituido por los elementos: Amigos, cada usuario cuenta con un listado de amigos, donde se puede agregar a cualquier persona que esté registrada en este sitio, siempre y cuando ésta acepte la invitación. Los usuarios suele agregar familiares, amigos, compañeros de universidad o trabajo y, además, es un sitio ideal para

encontrar viejas amistades de la infancia, del secundario o de antiguos empleos, dado que además de contar con sugerencias de amigos; Fotos, es una de las características más destacadas de Facebook es la posibilidad de subir fotografías, tanto en forma individual como agrupadas en álbumes para ser compartidas con todos los amigos; Like, permite la posibilidad de expresar su aprobación mediante el botón “me gusta” que aparece debajo de cada frase, foto, video o link que postean los individuos; Comunicar, las personas utilizan las redes sociales para estar en contacto con su grupo de amigos, amigos que viven fuera y esto les permite la posibilidad de no perder la relación con ellos y seguir teniendo un contacto; Compartir, Facebook, un sitio donde comparten sus vivencias, suben fotos, escriben notas, opinan y hasta conocen gente; Información, dentro del perfil de Facebook se agrupa la mayor parte de información personal, como enlaces, cambios de estado, el muro, fotos, vídeos y otros elementos publicados; Eventos, es posible compartir acontecimientos (actividades, conferencias, encuentros de clubes de lectura, etc.) y hacérselos llegar a los usuarios; Mensajes, se puede hacer llegar mensajes privados a un contacto determinado; Entretenimiento, comunicación virtual tiene como objeto principal el intercambio de textos, enlaces, fotografías o imágenes en movimiento. Así, las herramientas nativas de Facebook son las necesarias para comenzar de inmediato a crear una comunidad de «amigos» basada en compartir estos objetos básicos. Las aplicaciones de Facebook, como juegos, los envíos de ciertos mensajes y otras actividades grupales, como último indicador Noticias que es el espacio donde se visualiza las actividades que los demás usuarios comparten.

De los motivos de uso de la red principalmente el de “para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos” ya que fue el más elevado, refleja una relación con las definidoras obtenidas en las redes semánticas como son principal y obviamente, Amigos , Compartir, Comunicar e Informar que en cierto caso si nos da a conocer algo el estudio, es el hecho de que los adolescentes se encuentran activos en la red social Facebook no para hacer amigos si no para estar en contacto con los que ya tienen compartiendo, Fotos, Like, Información, Eventos , Mensajes , Entretenimiento; aspectos que se muestran a través de esta red como un intercambio entre los adolescentes.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en el presente estudio para el significado psicológico de Facebook en adolescentes nos lleva a dar un recorrido por el crecimiento de una red social como lo es Facebook, que en los últimos años se ha vuelto de gran popularidad no solo en nuestro país, sino también en el mundo, ha tenido cambios considerables a lo largo de los años, la preferencia de esta red social entre las personas jóvenes es lo que ha causado mayor interés. Las generaciones más jóvenes que han crecido con la tecnología, la han llevado a su vida, a los diferentes ámbitos, por lo que en este siglo se ha convertido en un gran impacto. Lo mismo ha pasado con Facebook, de ser una red para universitarios con fines académicos pasó a ser para todo el mundo que tuviera a su alcance un dispositivo para acceder, ahora como un medio de interacción entre las personas. Un adolescente que se encuentra en una etapa de cambios propios, pero además en una era donde la tecnología, en específico Facebook ha modificado aspectos como la comunicación y la socialización entre las personas.

Facebook es una meta plataforma que engloba a otras, y que forma parte de una historia de redes sociales que ya lleva casi quince años de existencia (Boyd y Ellison, 2007), es uno de los portales más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar sus diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. Donde cada usuario tiene su propio perfil, que cuenta con un muro donde la persona puede agregar información relativa a su vida personal, académica y profesional, además de datos sobre sus gustos y preferencias (Carrizo, 2012).

El adolescente en el contexto de las nuevas tecnologías se encuentra frente a herramientas comunicacionales que facilitan la interacción con los vínculos, como la red social Facebook. Desde este espacio interactúa, crea su perfil personalizado, intercambia información, comparte fotos, vídeos, enviar mensajes, chatea. Walther (2007; citado por Ochoa y Uribe, 2015) clasifica en categorías las relaciones personales con mediación de

las computadoras: a) Impersonales; implica la presencia de una computadora como factor de despersonalización; es decir, como un sentido de la interacción social mediada por Facebook que permite el anonimato total o parcial; b) Interpersonales; Walther afirma que en ciertas circunstancias se da una verdadera comunicación interpersonal, parecida a la comunicación cara a cara; c) las relaciones híperpersonales, el término se refiere a que la comunicación mediada por un computador puede propiciar las condiciones para que la comunicación surja con mayor fluidez: facilita la comunicación ya que no existe la ansiedad que con frecuencia se experimenta en la interacción cara a cara, además de otros obstáculos que impiden una comunicación interpersonal de calidad. Aspectos como la despersonalización, que en algunos casos puede ser vista como algo favorable en quienes sus habilidades sociales no están fortalecidas y la ansiedad que se genera en los jóvenes dentro de la interacción con los otros, es posible se logre una mayor confianza a través de la computadora.

En etapa del ser humano se vuelve de importancia, los cambios que se efectúan en este periodo, entre ellos la formación de la identidad que es la base de la subjetividad; en la diferencia y en el contraste se va adquiriendo y consolidando la identidad. Pero en la adolescencia esta diferencia es vivida como algo amenazante. Por ello, el primer paso se establece con la identificación, sea con pares o con “ideas”, por ello es fácilmente observable una forma de vestir, de hablar, de moverse o simplemente de estar y se buscan signos claros que permitan que esa identificación se realice desde el mundo externo (Pedreira y Martin, 2000). Es decir el adolescente se encuentra en constante interacción con sus grupos de apoyo, en algunos casos se identifica con ellos y en otros casos rechaza cualquier semejanza, sin embargo estos aspectos hacen posible la formación de identidad. Ante esta situación se forma un mayor agrado por convivir con los pares, con los que tiene características similares como edad, contexto sociocultural y espacios en los cuales realizan actividades juntas. Se empiezan a preocupar por como son percibidos por ellos, van dejando a un lado los valores, deseos, que se tengan dentro de la familia. La comunicación con los padres se ve afectada por diversos factores entre ellos las normas y el control que es cuestionado por el adolescente.

Dentro de esta red social los adolescentes comparten mucho de sí mismos al mostrar quiénes son a través de sus preferencias, y a través de las fotos publicadas, también algo que resulta interesante es que los usuarios del Facebook se dedican más en la tarea de buscar personas con quienes han tenido un contacto dentro de su entorno que de navegar en la red social en busca de extraños, también se cubre un aspecto de entretenimiento a través de las diversas actividades que los lleva a ocupar su tiempo en algo que les agrada como lo es estar en línea. Otro aspecto que denota interés como el adolescente puede incluirse dentro de su grupo de amigos en Facebook que en la mayoría pueden ser personas afines, al interactuar con sus pares a través de sus publicaciones y la comunicación entre ellos puede estar ejerciendo un sentido de pertenencia con sus pares, el compartir fotos, videos, frases, música que serán aprobados o no por el resto del grupo, tan solo considerando los like que puedan recibir en las actualizaciones del perfil, es una forma de construir una imagen ante los demás que les permite integrarse y conocerse a sí mismo, es una construcción de la imagen donde el reconocimiento propio y la imagen constituida desde la mirada de otro juegan un papel importante para la identidad en esta etapa de consolidación de la personalidad como lo es la adolescencia.

La red semántica se utilizó ante la inquietud del término Facebook en adolescentes, ya que se desconoce el significado que los adolescentes le otorgan hoy en día a esta popular red social. Con respecto a lo que cada palabra significa. Como es sabido, los sistemas simbólicos usados por los individuos en la construcción del significado son sistemas profundamente enraizados en la cultura y su lenguaje, de forma tal que se constituyen en un conjunto comunal de herramientas especiales que convierte a quien los usa en un reflejo de su comunidad. En la vida de los seres humanos tiene gran trascendencia de qué forma significan su vida, las relaciones sociales con las personas que los rodean y el mundo en el que viven. Estos significados psicológicos son los que determinan en gran medida las conductas y acciones que el sujeto lleva a cabo en la vida diaria, así como la relación que tiene consigo mismo, con las personas y con el mundo (Moscovici 1984, citado por Salas, 2008). Las definidoras proporcionados por los

adolescentes fueron amigos, fotos, like, comunicar, compartir; información, eventos, mensajes, entretenimiento y noticias , son palabras usadas entre ellos, y que al igual representan significados psicológicos, en el caso de amigos, palabra usada para los contactos agregados en Facebook, pero lo importante es el hecho de que esos usuarios son personas con las cuales pueden haber interacciones profundas en las que logran expresar emociones ya que se disminuye la tensión de comunicarse cara a cara a través del contenido que se publica en la red, uno de los más destacados son las fotos que pueden ser de cualquier situación que el usuario considere mostrar en su muro, mostrando una proyección positiva de sí mismo, el like como representación de identificación y aprobación a las manifestaciones en Facebook; todo esto a través de la experiencia de compartir las diversas experiencias estando más conectados en esta red. Para los adolescentes Facebook representa libertad para expresar emociones y pensamientos, en cuanto a intereses, ideales y gustos personales, cuentan con esta herramienta, como un medio de interacción, donde el adolescente se muestra ante su grupo de amigos, forma vínculos de amistad, refuerza los que ya existen, va construyendo su identidad a través de la identificación y la aprobación de los otros

SUGERENCIAS

Como resultado de este trabajo de investigación se da la oportunidad de contar con nuevos conocimientos para el área de Psicología, se ofrece la obtención de resultados como fuente de prevención para sugerir la realización de investigaciones en otras unidades de aprendizaje relacionados al tema de Investigación.

Cabe señalar que la investigación podría ampliarse en cuanto a la muestra, así como a otras poblaciones que podrían ser nivel de educación básica y superior, que pudiera darnos una perspectiva de cómo la palabra Facebook pudiera cambiar de acuerdo al nivel educativo.

Información que también puede ser empleada como base para investigaciones de otros estados, considerando la técnica de redes semánticas y la popularidad de redes sociales como Facebook en adolescentes.

Asimismo que los resultados obtenidos sean utilizados en beneficio de la sociedad principalmente para el Estado de México y con ello a la realización de programas que atiendan al planteamiento del problema de esta investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Allan, H. (2008). Tesis-Medir el Significado: las Redes Semánticas como Método de Investigación Sociológica. Universidad de Chile Facultad de Ciencias Sociales Santiago de Chile. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2008/allan_v/sources/allan_v.pdf

Ampuero, A. (S/A). Dificultades en las Relaciones Interpersonales en adolescentes El caso del Teléfono ANAR. Programa Teléfono ANAR . Fundación ANAR. Recuperado de: http://www.anarperu.org/wp-content/uploads/2013/06/200501-200612_Relaciones_interpersonales_investigacion.pdf

Ausubel D., Novak J. y Hanesian H. (2009), Psicología Educativa. Un punto de vista cognoscitivo. Trillas, México.

Bartolomé, A. (2008). E-Learning 2.0 - Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior. Curso E-Learning 2.0. Recuperado de: <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>

Baumann, M. (2008). Facebook apps: deeper social networking. Information today, v. 25, n. 5, p. 1-46.

Bell, D. (1973). The coming of post-industrial society. New York: Basic Books.

Bisquerra, R. (2008). Educación para la ciudadanía y convivencia, El enfoque de la Educación Emocional. Madrid: Wolters Kluwer.

Bohórquez, C. y Rodríguez, D. (2014). Percepción de amistad en adolescentes: el papel de las redes sociales. Revista Colombiana de Psicología, 23(2), 325-338. doi:

10.15446/rcp.v23n2.37359. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/rcps/v23n2/v23n2a07.pdf>

Borgatti, S. (2002). Net draw: Network visualization software. Columbia: Analytic Technologies. Versión 0.6.

Bourne, E., Dominowsky y Loftus. (1979), Cognitive processes, New Jersey, Prentice Hall.

Boyd, D. y Ellison, B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. Recuperado de:
<http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitios-de-redes-sociales-definicionhistoria-y-ayuda-a-su-estudio-i/>

Burgueño, P. (2009). Clasificación de las redes. Recuperado de:
<http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

Cardozo, C. (2009). Historia del Concepto de Red social. Unidad de Investigación, Universidad de Santo Tomás. Recuperado de:
http://api.ning.com/files/XTj6PLCPPuFqdfb7UgUqoC3MJP2Gp8uETdvZtgGysgOtikjOSDtmFBx*D5*s9HLJlrxDDys-Q3WRdjAwQBay*fSCWgNomHy/Historiadelconceptoderedsocial.pdf

Carrizo M. (2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. El fenómeno de Facebook y su influencia. Universidad del Salvador. Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social. Buenos Aires. Recuperado de : <http://docplayer.es/5647202-Tesis-monografica-las-redes-sociales-como-factor-determinante-de-transgresion-en-la-comunicacion-entre-adolescentes.html>

Castañeda F. y López O. (1993). Ventajas y desventajas de las redes semánticas naturales en la evaluación de la estructuración del conocimiento. *Revista de psicología social*. 9, 61-81.

Castillo, A. (2013). Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el estudio universitario de alumnos de antiguo y nuevo ingreso de la universidad Francisco Gavidia, UFG, San Salvador.

Colàs, P., González, T. y De Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Revista Comunicar 40: Jóvenes interactivos* (Vol. 20 - 2013).

Delval, J. (2007), *El desarrollo humano*. Madrid, Editorial Siglo XX.

Echeburúa, E., y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista de sociodrogalcohol* 91-96. Recuperado de: <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>

Elgueta, A., Loreto, K. y Riffo, A. (2009). Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: el caso de la red UCSC Chile. *Última Década*, 31, 129-145.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2015). Estadísticas a propósito del día mundial del internet (17 de mayo). México. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf>

Figueroa G. (1981). Una aproximación al problema del significado: redes semánticas. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 8.

Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista Chilena de pediatría*; 86 (6): 436-443. Recuperado en:

<http://www.scielo.cl/pdf/rcp/v86n6/art10.pdf>

García, L. (2009). Redes sociales y adolescencia. Manual de alumno o alumna. Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos. Madrid, España. Recuperado de:

<http://www.educatolerancia.com/pdf/Redes%20Sociales%20y%20Adolescencia.%20La%20familia%20ante%20el%20uso%20de%20las%20Redes%20Sociales%20en%20Internet.%20Manual%20del%20alumno-a.pdf>

Gordo, A. (2006). Jóvenes y cultura Messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva. Madrid: Fundación de ayuda contra la drogadicción. Recuperado de:

<http://www.injuve.es/sites/default/files/culturamessenger.pdf>

Herrera M., Pacheco, M., Palomar J., y Zavala D. (2010). La Adicción a Facebook relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. Universidad Iberoamericana. Cd. de México. Psicología Iberoamericana (Enero-Junio, 2010), Vol. 18, No. 1, pp. 6-18 ISSN 1405-0943. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/html/1339/133915936002/>

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128 Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Jensen, J. (2008). Adolescencia y adultez emergente. Pearson Tercera Edición, 134-245 Recuperado de:

<http://www.dandros.com.mx/books/Adolescencia%20Y%20Adultez%20Emergente%20Un%20Enfoque%20Cultural%20-%20Jeffrey%20Jensen%20Arnett.pdf>

Kaplan, M. y Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and

opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68.

Krech, D., Crutchfield, S. y Ballachey, L. (1975). Individuo en sociedad. D.M. 42 p.

La Rosa, J. (1986) .Escala de locus de control y autoconcepto: Construcción y Validación. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México, Impresos Moya, México D.F.

López G. y Ciuffoli C. (2012). Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

Luzuriaga, J. (2013). "Diseño de un protocolo de intervención psicoterapéutica focalizado en la personalidad en adolescentes víctimas de violencia sexual". Universidad del Azuay. Ecuador.

Recuperado de:

<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3307/1/10081.PDF>

ManpowerGroup México, Caribe y Centroamérica, (2009). El Impacto de las Redes Sociales de Internet en el Mundo del Trabajo: México. Manpower Inc. (NYSE: MAN). Recuperado de:

https://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/El_Impacto_de_Red_Sociales_en_el_Mundo_del_Trabajo_Mexico.pdf

Marchesi, A., Carretero, M. y Palacios, J. (1997). Desarrollo Cognitivo y Social del Niño. Psicología evolutiva; T.2 ,7ª Ed.Editorial Alianza.

Molina, G. y Toledo, R. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato. Universidad Del Azuay. Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>

Morduchowicz, R., Marcon, A., Sylvestre, V., y Ballestrini, F. (2010). “Los adolescentes y las redes sociales”, Escuela y Medios. Ministerio de Educación de la Nación.

Morris, C. y Maisto, A. (2001). Psicología. México: Pearson Educación. Décima Edición.

Muñoz, F. (2000). Adolescencia y Agresividad. Facultad de Psicología. Universidad Complutense. Madrid. Recuperado de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/4/S4017401.pdf>

Owloo. (2014). Estadísticas de Facebook en México. Recuperado de: <http://www.owloo.com/facebook-stats/mexico>

Papalia D. (2001). Psicología del desarrollo. (11ª ED.). McGraw-Hill / Interamericana México.

Paz, M. (2009). Redes sociales. La gran oportunidad. México: IN FOTEC-CON ACYT

Pedreira, J. y Martín, L. (2000). Desarrollo psicosocial de la adolescencia: bases para una comprensión actualizada. Documentación Social 120. Recuperado de: <http://www.caritas.es/imagesrepository/CapitulosPublicaciones/570/04%20BASES%20P ARA%20UNA%20COMPRESI%C3%93N%20ACTUALIZADA%20DS0120.pdf>

Pérez, V. y Rodríguez, C. (2008). La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, Edita Fundación Vodafone España. Recuperado de: http://www.aspresearch.com/sites/default/files/pdf/libro%20adolescencia%20y%20tic_0.pdf

Pinillos, L. (1990). Motivación y Emoción. Madrid: Alambra.

Reyes, I. (1993). Las redes semánticas naturales, su conceptualización y su utilización en la construcción de instrumentos. Revista de Psicología Social y personalidad. 9 (1), 83-97.

Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. El profesional de la información septiembre-octubre, v. 18, n. 5, pp. 552-557.

Ruiz, M. y De Juanas, A. (2013), "Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia", ESE. Estudios sobre Educación, 25, pp. 95-113. Recuperado de: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/34734/1/7.%20Ruiz-Corbella%20y%20De%20Juanas.pdf>

Salas-Menotti, I. (2008). Significado psicológico de la violencia y la agresión en una muestra urbana colombiana Diversitas: Perspectivas en Psicología, vol. 4, núm. 2, pp. 331-343 Universidad Santo Tomás Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67940209>

Secretaría de Seguridad Pública. (2011). Deserción Escolar y Conducta de Riesgo en Adolescentes. Dirección General de Prevención del Delito y Participación Ciudadana, Gobierno Federal. Recuperado de: <http://www.ssp.gob.mx/portalWebApp/ShowBinary?nodeId=/BEA%20Repository/1214166//archivo>

Silva A. (2005). Perspectivas Teórico-Methodológicas en Representaciones Sociales. Editoriarial Universitária UFPB .Paraiba Brazil.

Szalay, L. y Bryson, J. (1973). Measurement of Psychocultural distance: a comparison of American blacks and whites. Journal of Personality and Social Psychology, 26(2), 166-177.

Urueña, A. (2011). Las redes sociales en Internet. Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. Recuperado de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Valdez, L. (1994). El autoconcepto del mexicano. Estudios de validación. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México, tesis doctoral inédita.

Valdez, L. (1998). Las redes semánticas, usos y aplicaciones en psicología social, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Villavicencio, N. (2015). "Adicción a facebook en adolescentes de quinto curso del colegio internacional rudolf steiner". Universidad Internacional Sek. Recuperado de: <http://7labs.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1100/1/ADICCI%C3%93N%20A%20FAC%20EBOOK%20EN%20ADOLESCENTES%20DE%20QUINTO.pptx.pdf>

Watts, D. (2003). Seis Grados de Separación. La ciencia de las redes en la era del acceso. Nueva York. Editorial Norton, Estados Unidos

Wiesenfeld, E. (1994), La psicología ambiental en el contexto de la comunidad. Psicología contemporánea, Vol. Y (2), pp. 40-49.

Zermeño, A. Arellano, A. y Ramírez, A. (2005). Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre la televisión, Internet y expectativas de vida, Revista de Estudios sobre culturas contemporáneas. 11 (022), pp. 305-334.

APÉNDICE

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CONDUCTA
LIC. EN PSICOLOGÍA

Sexo: _____ Edad: _____ Escolaridad: _____
 Religión: _____ Trabajas Actualmente: Si _____ No _____

Este cuestionario tiene la finalidad de describir el significado psicológico de Facebook en un grupo de adolescentes. Responde de la manera más acertada y honesta posible. Te agradecemos tu colaboración y disposición para contestar este cuestionario.

Marca con una **X** la respuesta que consideres este más de acuerdo a tu persona.

Edad de comienzo de uso de la red social:	
Frecuencia de uso : <input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Algunos días a la semana <input type="checkbox"/> Algunos días al mes <input type="checkbox"/> Ocasionalmente	
¿Puedes conectarte a la red cuando quieras? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
MOTIVOS DE USO DE LA RED SOCIAL	
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	
Para hacer nuevos amigos	
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos...	
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	
Puedo ser más sincero/a con mis amigos que cuando estoy con ellos	
La rRed me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	
Las redes sociales no son sólo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	
Otros usos (Indicar cuál/cuáles):	

Instrucciones: Por favor escriba sobre las líneas de la izquierda 10 palabras que usted asocie a la palabra **Facebook**.

En las líneas de la derecha por cada palabra que escriba, marque del 1 al 10 que tan importante es dicha palabra para definir Facebook, siendo 1 la más importante y 10 la de menor importancia.

_____ _____ _____ _____	_____ _____ _____ _____
----------------------------------	----------------------------------