

# UNIVERSIDAD DE SONORA

División de Ciencias Sociales

Posgrado Integral en Ciencias Sociales



Las redes sociales virtuales en relación con el autoconcepto de jóvenes  
de secundarias públicas en Sonora

**Tesis**

**Que para obtener el grado de:**

Maestra en Ciencias Sociales

**Presenta:**

Paola Guadalupe Gracia Olivas

**Directora:**

Dra. Mariel M. Montes Castillo

**Co Directora:**

Dra. Emilia Castillo Ochoa

**Lector-Asesor:**

Dr. Gustavo Adolfo León Duarte

Dra. Claudia Selene Tapia Ruelas

Hermosillo, Sonora, México.

Agosto, 2018.

# Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

## **Dedicatoria y agradecimientos**

*Esta tesis es producto de un pequeño sueño que fue germinando poco a poco, espero sea el comienzo de un camino que se cruce con el de muchos otros estudiantes, dedico estas páginas a todos aquellos que con pasión van dejando el alma en cada proyecto, a los que se despojan de su propio ego para darle vida a investigaciones pensadas en el beneficio social, porque sin esa inspiración nada de esto hubiese sido posible; y hablo de este proyecto como algo que para nada me pertenece, creo que solo somos un canal a la ciencia y la investigación.*

### *Gracias*

*a Dios*

*Por su dirección*

*A mis padres, hermanos y familia*

*Porque son mi apoyo en todo momento*

*A mi directora Dra. Mariel Montes Castillo*

*Por su gran apoyo, confianza y paciencia*

*A Dra. Emilia Castillo y Dr. Gustavo León*

*Por sus aportaciones y tiempo*

*A cada uno de mis maestros y compañeros*

*Porque han sido más inspiración de lo que creen*

## Índice

Dedicatoria y agradecimientos .....	3
<b>I INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
1.1 Antecedentes .....	9
1.1.1 Contextualización y problematización .....	9
1.1.2 Estudios previos sobre autoconcepto .....	17
1.2 Planteamiento del problema.....	21
1.2.1 Pregunta central .....	22
1.2.2 Preguntas específicas.....	22
1.3 Objetivo General.....	22
<b>II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>28</b>
2.1 Marco teórico interdisciplinar.....	28
2.1.2 Integración interdisciplinar .....	31
2.2 Desarrollo de la personalidad y autoconcepto en la adolescencia .....	33
2.3 Redes sociales de Internet en la adolescencia.....	39
<b>III METODOLOGÍA.....</b>	<b>55</b>
3.1 Paradigma de la investigación .....	55
3.2 Diseño de la investigación .....	58
3.3 Tipo de investigación.....	58
3.4 Descripción de los sujetos.....	59
3.5 Operacionalización de las variables.....	59
3.6 Universo y muestreo .....	60
3.7 Instrumentos.....	62
3.8 Procedimientos de aplicación .....	63
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Confiabilidad de las escalas .....	65
4.2 Correlación de Pearson .....	67
4.3 Perfil socio-académico.....	68
4.4 Autoconcepto .....	70
4.5 Redes sociales virtuales .....	73
4.5.1 Aceptación y uso de la tecnología.....	74
4.5.2 Privacidad.....	76

4.5.3 Frecuencia y motivaciones de uso.....	81
4.5.4 Perfil de usuario.....	96
4.5.5 Comparación social del adolescente en la red.....	103
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	106
5.1 Propuesta de mejora.....	116
Referencias .....	122
Anexos.....	131

## Índice de Figuras

Fig 1. Preferencias de servicios utilizados en Internet por jóvenes de México.....	12
Fig 2. Modelo contextual y de problematización del uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto de jóvenes en secundarias públicas en Sonora. ....	14
Fig 3. Factores que Influyen en la salud del adolescente .....	27
Fig 4. Modelo teórico interdisciplinario para el “Uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto del adolescente en Sonora .....	29
Fig 5. Modelo jerárquico y multidimensional de autoconcepto .....	39
Fig 6. Uso Virtual de la Red.....	48
Fig 7. Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología UTAUT2 .....	51
Fig 8. Modelo metodológico de Uso de redes sociales asociado al autoconcepto de jóvenes de secundaria pública en Sonora .....	56
Fig 9. Distribución de alumnos por sexo.....	68
Fig 10. Distribución de alumnos edad-sexo .....	68
Fig 11. Distribución de alumnos según grado escolar.....	69
Fig 12. Dimensiones de Autoconcepto según sexo .....	71
Fig 13. Autoconcepto y promedio escolar.....	73
Fig 14. Aceptación y uso de la tecnología según el sexo .....	75
Fig 15. Edad a la que comenzaste a utilizar redes sociales .....	76
Fig 16. Considero importante la autorización de un adulto para utilizar RS.....	77
Fig 17. Cuando comenzaste a utilizar RS tenías el permiso de.....	78
Fig 18. Con quien comparten claves de acceso .....	79

Fig 19. Quien puede ver tu perfil en RS .....	80
Fig 20. Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia por adolescentes .....	81
Fig 21. Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia por sexo.....	82
Fig 22. Frecuencia de uso Facebook .....	83
Fig 23. Motivaciones de uso Facebook .....	84
Fig 24. Frecuencia de uso Twitter .....	86
Fig 25. Motivaciones de uso Twitter .....	87
Fig 26. Frecuencia de uso Whatsapp .....	88
Fig 27. Motivaciones de uso Whatsapp.....	89
Fig 28. Frecuencia de uso Youtube .....	90
Fig 29. Motivaciones de uso Youtube .....	91
Fig 30. Frecuencia de uso Instagram .....	92
Fig 31. Motivaciones de uso Instagram.....	92
Fig 32. Frecuencia de uso Snapchat .....	93
Fig 33. Motivaciones de uso Snapchat .....	94
Fig 34. Frecuencia de uso Google+ .....	95
Fig 35. ¿Qué perfiles visitas con mayor frecuencia en redes sociales? .....	97
Fig 36. ¿Qué tan seguido revisas las notificaciones de tu perfil de usuario en RS? .....	98
Fig 37. ¿Qué tipo de material subes con mayor frecuencia a tu perfil en RS?.....	98
Fig 38. ¿Qué tipo de material subes con mayor frecuencia a tu perfil en RS?.....	99
Fig 39. ¿Qué es lo que menos te gusta mostrar en tu perfil de RS .....	100
Fig 40. ¿Editas tus fotos para subirlas a RS?.....	101
Fig 41. ¿Has utilizado un nombre de perfil falso en RS? .....	103
Fig 42. Resultados comparación social - Sexo .....	104
Fig 43. Propuesta de transformación de uso de redes sociales en relación al autoconcepto de jóvenes en secundaria .....	116

## Índice de Tablas

Tabla 1 Integración interdisciplinar.....	31
Tabla 2 Universo y Muestra de la población.....	61
Tabla 3 Muestra de alumnos en secundarias públicas de Hermosillo, Sonora.....	62
Tabla 4 Análisis de confiabilidad del instrumento .....	65
Tabla 5 Matriz de correlaciones .....	67
Tabla 6 Dimensiones de Autoconcepto según sexo .....	70
Tabla 7 Dimensiones de Autoconcepto según grado.....	72
Tabla 8 Frecuencia de uso Facebook y autoconcepto Global .....	85
Tabla 9 Tabla de contingencia Editas tus fotos * Frecuencia de uso Facebook.....	102

## I INTRODUCCIÓN

El presente estudio aborda “El uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto de jóvenes en secundarias de Sonora” mediante el cual se pretende conocer las prácticas de socialización a través de estos medios y su relación con el desarrollo de la personalidad del adolescente, así como la incidencia a nivel individual y social, para lo que se ha propuesto estudiar este fenómeno a partir de un enfoque cuantitativo, con el fin de conocer las principales características de los adolescentes contemporáneos en un entorno virtual de ocio y socialización, lo cual toma importancia dentro y fuera del aula, y resulta inevitable a la luz de una sociedad constantemente cambiante e inmersa en el mundo digital. Es esta razón la que impulsa el contraste de un tema como es el autoconcepto con el de redes sociales, y aunque pueden parecer constructos distantes entre sí, en realidad son elementos que se han vuelto objeto de estudio emergente y novedoso en diversos países, como es España, Australia y Estados Unidos.

Por lo tanto, se plantean constructos y variables que buscan respuestas específicas encaminadas a la juventud del estado de Sonora, se ha tomado como muestra a los jóvenes de entre 12 y 17 años que cursan educación secundaria pública. Este estudio permite conocer generalidades que lleven a la reflexión de los rasgos o tendencias según el perfil del adolescente objeto de estudio. Por lo tanto, la variable socio académica resulta clave en este estudio, pues ha permitido hacer contrastes con las variables de autoconcepto, aceptación y uso de la tecnología, frecuencia y motivos de uso, perfil de usuario y comparación social. Los antes mencionados son los constructos que cimentan la actual tesis, y se han tomado a partir de las necesidades de estudiar un fenómeno complejo a partir de la interdisciplinar y la pluralidad.

## **1.1 Antecedentes**

### **1.1.1 Contextualización y problematización**

#### **Jóvenes del siglo XXI y redes sociales de internet**

En las siguientes páginas podremos entender mejor el contexto del adolescente contemporáneo y cuáles son los factores que influyen en su desarrollo, siendo las redes sociales una nueva forma de socialización por medio de la tecnología, por lo tanto es necesario ubicar a la población objeto de estudio no solo en un espacio geográfico sino en un ciberespacio, en el no lugar, en una línea del tiempo, pues concebir a la juventud actual no es lo mismo que concebir al joven de hace cinco o diez años.

Para ello se han retomado ideas de diversos autores y varias organizaciones que se han encargado de estudiar y proteger los derechos del adolescente, pues son jóvenes menores de edad que atraviesan por cambios, que viven circunstancias adversas en un entorno cambiante.

De acuerdo con el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014) “Salud para los adolescentes del mundo, una segunda oportunidad en la segunda década”, la salud mental del adolescente es una prioridad pública en el mundo entero, en la que es necesaria la intervención, no solo de las instituciones de salud, sino que es importante la movilización y apoyo de otros sectores como lo son las escuelas y familia. Esto nos lleva a ver la necesidad de una educación y atención integral en el desarrollo del adolescente del siglo XXI. Según Morduchowicz (2013) estamos hablando de la generación de las pantallas, pues son jóvenes que han nacido inmersos no solamente en un mundo globalizado, sino que también son jóvenes sumamente visuales, pues pasan la mayor parte del tiempo interactuando

frente a un dispositivo. A pesar de las desigualdades económicas entre los países desarrollados y subdesarrollados, el fácil acceso a la tecnología se ha puesto también al alcance de aquellos países en desventaja económica (León, 2016). Por tanto, el uso de redes sociales se convierte en un vínculo constante entre jóvenes de toda nacionalidad, una ventana sin limitantes para la inclusión del joven contemporáneo, ya no hay barreras en la comunicación del adolescente, y esto puede resultar tanto una oportunidad como un riesgo, dependiendo del contexto en el que viva el joven.

El adolescente ha sido definido a través del tiempo a partir de cambios tanto físicos como psicológicos, y en las diversas culturas se ha buscado diferenciar socialmente esta transición de la niñez a la vida adulta. Según el Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2011) en su Resumen ejecutivo: *“Estado mundial de la infancia 2011-Resumen Ejecutivo: La adolescencia una época de Oportunidades.”* La adolescencia se divide en dos etapas, adolescencia temprana, de los 11 a los 14 años, y adolescencia tardía de los 15 a los 19.

La adolescencia temprana comienza a partir de una serie de cambios físicos aunados a una aceleración en el crecimiento, así como el desarrollo de órganos sexuales, y éstos cambios influyen también en algunos aspectos emocionales, pues los cambios que sufre un adolescente como individuo son también muy profundos, y es durante ésta etapa cuando las niñas y niños toman conciencia de su género, ajustando su apariencia y conductas a las normas de su entorno, y pueden sufrir acoso, intimidación, y sentirse confundidos en cuanto a su identidad. (UNICEF, 2011)

Además como mencionan Berger y Luckman (1996) años atrás los jóvenes solían recurrir al consejo de tíos, abuelos o personas bien intencionadas, sin embargo dentro de la

pérdida de sentido que se sigue experimentando, las fuentes de información ya no son las mismas, y cada vez se multiplican más, las nuevas “instituciones” productoras de sentido se transforman constantemente y los jóvenes reciben información de diversas fuentes, y aunque esto no es una novedad, si es importante para entender el contexto y la forma en que el joven actual busca respuestas.

Latinoamérica no es la excepción, y es importante situar el fenómeno en nuestro país, según datos de La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2015) la edad promedio de jóvenes de secundaria en México es de 11 a 17 años, que son 14, 168 mil alumnos (UNESCO. 2014), los cuales están distribuidos en secundarias públicas y privadas, mayormente en secundarias públicas, pero también es preciso tomar en cuenta a aquellos alumnos que no ingresaron o desertaron a su educación básica. El crecimiento en el manejo de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en México en escuelas secundarias ha ido en crecimiento durante los últimos años, lo que implica un ascenso en el uso de redes sociales por parte de los jóvenes, este hecho demanda una mayor preparación en cuanto a las competencias tecnológicas por parte de los profesores.

Además, es importante señalar que los estudios realizados por León, Caudillo, Moreno, y Contreras (2016), tal como podemos ver en la Figura No. 1, en 2015, nos muestran que el 92.5% de jóvenes en México utilizó Internet con el fin de acceder a redes sociales; de aquí que en éste estudio se ha considerado como un factor importante ésta preferencia de uso, que más que una herramienta, se ha convertido en parte fundamental de la vida y desarrollo social del joven actual.

## Preferencias de servicios utilizados en Internet por jóvenes de México

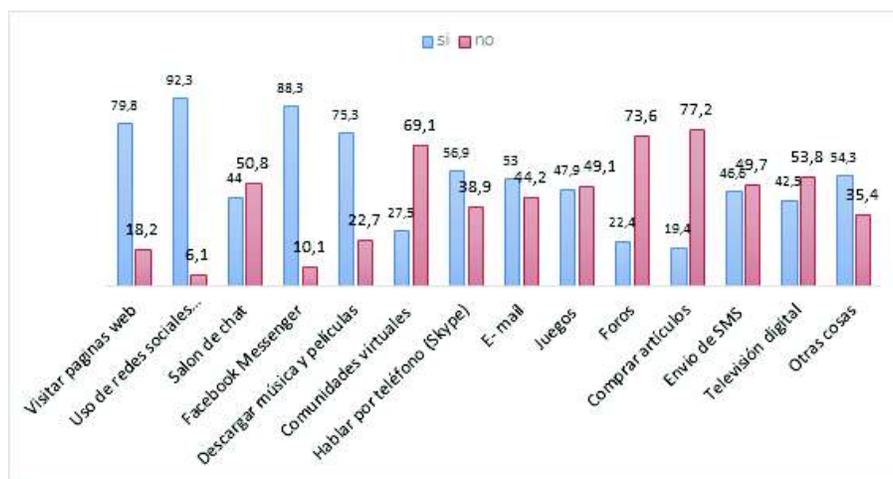


Figura 1. León Duarte, Caudillo Ruíz, Moreno Carrillo y Contreras Cázarez. (2015)

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015) el 11.7 % de la población Sonorense de entre 12 y 17 años utiliza teléfonos inteligentes, mientras que el 28.1% utiliza computadoras y conexión a Internet, un dato importante es que el mayor uso que se le da a éstos medios en Sonora, por la población de todas las edades, es el acceso a redes sociales, convirtiéndose Sonora en el estado de la república número uno en utilizar Internet para ésta actividad, junto con Nuevo León (INEGI, 2015). Esto abre interrogantes en cuanto a las motivaciones que impulsan esta actividad, es importante reconocer no solo los cuestionamientos en torno al uso técnico, sino también su influencia en la formación integral del adolescente,

Es importante enfatizar la relevancia que la propuesta curricular anual de la Secretaría de Educación Pública (2016) pone en el aprendizaje de valores y la orientación a una educación humanista, en ella se promueve el desarrollo individual del estudiante, así como la importancia de pertenecer a una sociedad, lo cual está indicado en el Artículo 3ro de nuestra Constitución, por lo que no se puede hablar de desarrollo solamente en el aspecto

académico del alumno, sino en todos los demás aspectos, así como lo es la importancia de la inclusión e igualdad. Como menciona la propuesta se debe tener la conciencia de que esta filosofía de educación vive constantes cambios culturales, productivos y tecnológicos. Por lo que el constante cambio en las tecnologías ha afectado no solo los procesos académicos, sino también los aspectos cognitivos, sociales y sociales del adolescente nativo digital.

El presente estudio se llevó a cabo en secundarias públicas del estado de Sonora, estado que forma parte de la zona Noroeste de México; para la selección de la muestra se tomó en cuenta que los alumnos de secundaria están distribuidos en 624 escuelas, las cuales se dividen en secundarias urbanas y rurales, así como telesecundarias, secundarias para migrantes y para trabajadores.

En la figura 2 se muestra el modelo contextual y de problematización, así como la influencia que la globalización tiene sobre el desarrollo del adolescente, y la importancia del sistema de educación en México en la aplicación de políticas públicas internacionales, destacando la importancia del autoconcepto como factor que influye a nivel individual en el desarrollo del adolescente, y las redes sociales como factor a nivel social.

*Modelo contextual y de problematización del uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto de jóvenes en secundarias públicas en Sonora.*

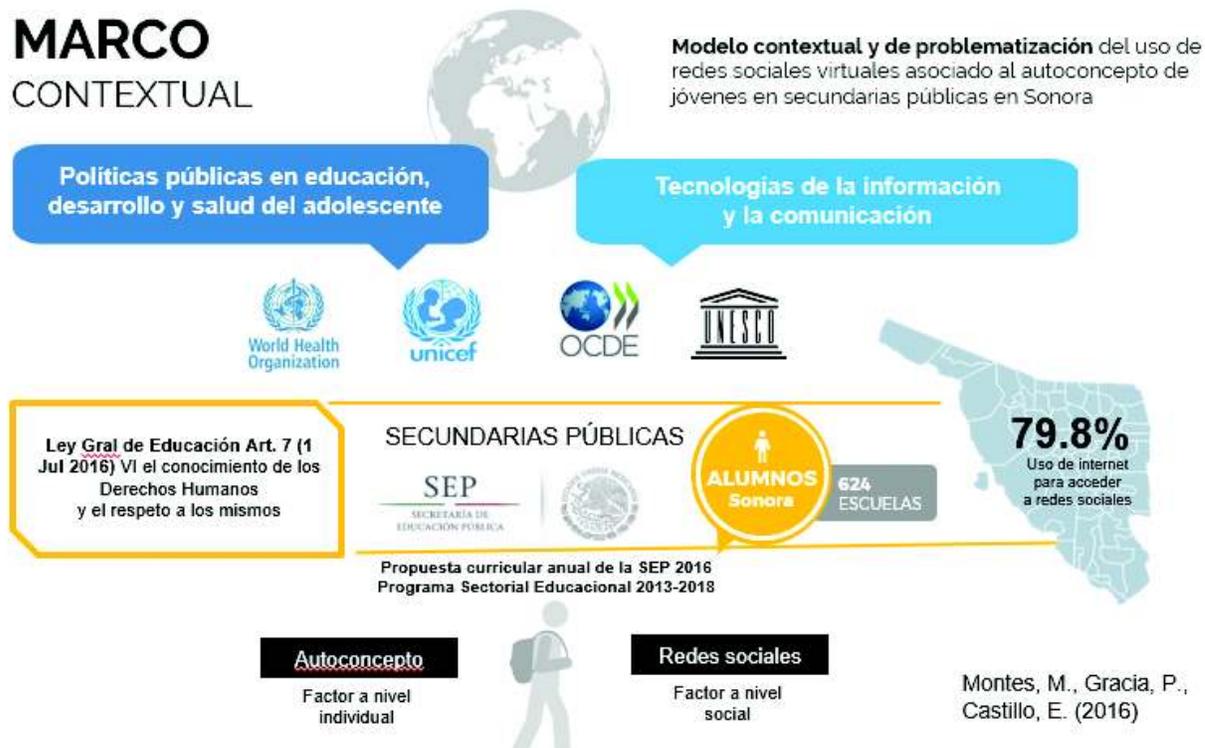


Figura 2. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2016)

Un boletín expuesto por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe y UNICEF (2004) abre paso para comprender lo que está sucediendo en el mundo, pero específicamente en Latinoamérica en cuanto a los derechos de los niños y las TIC, además plantea un decálogo realizado en España, el cual es un buen ejemplo a otros países del mundo.

Dicho decálogo, propuesto en 2004 promueve algunos derechos y deberes de los menores relacionados con las TIC:

1. Derecho a tener acceso a la información sin discriminación de ningún tipo.
2. Derecho a la libre expresión y asociación, siempre y cuando esto no ponga en riesgo su bienestar, desarrollo e integridad.

3. Derecho a dar su opinión cuando se apliquen normas sobre Internet.
4. Derecho a la protección contra la explotación, abusos y violencia
5. Derecho al desarrollo personal y a la educación en cuanto a TIC
6. Derecho a la intimidad, no proporcionar datos personales por Internet, y preservar su identidad.
7. Derecho al esparcimiento, ocio y diversión.
8. Padres y madres tendrán derecho y responsabilidad de orientar hacia el uso responsable de las TIC.
9. Los gobiernos deben comprometerse a cooperar con otros países para promover el buen desarrollo y romper con la brecha tecnológica.
10. Derecho a usar a su favor las TIC.

La propuesta de UNICEF, pone en perspectiva la necesidad de reflexionar sobre el papel de la escuela en proporcionar una guía para el uso seguro de Internet en los adolescentes, y desde esta perspectiva, es preciso cuestionarnos ¿Qué tanto se ha tomado en cuenta la influencia de los riesgos que van más allá de la inseguridad física o de violencia directa en los jóvenes a través de estos medios? Pues como menciona el documento de Unicef, en ocasiones los conocimientos tecnológicos de los niños superan al de sus padres o maestros, sin embargo, poco se ha estudiado o cuestionado la influencia de ciertos en el mal uso de redes sociales, lo cual puede inferir en la manera que el niño concibe su entorno, y sobre todo en cómo se percibe a sí mismo. (UNICEF, CEPAL; 2004)

A pesar de que muchas políticas públicas en educación han contribuido a equilibrar la brecha digital, en México se carece de programas que propongan como obligación del maestro el interesarse no solamente en el aspecto técnico de estos medios, sino también la

obligación de manifestar un mayor compromiso ético, que impulse la búsqueda de bienestar psicológico y emocional en el adolescente, el cual va estrechamente ligado al uso de la tecnología, como su día a día.

En Sonora, según el Programa Sectorial Educativo 2013-2018, desde 2012 se ha buscado fomentar la educación integral en el individuo, lo cual también ha sido una preocupación de la Organización Mundial de la Salud, por lo que propone el cuidado integral del adolescente, según el informe sectorial la tasa de deserción en Sonora para 2014-2015 fue de 4.8%, siendo en su mayoría hombres; la importancia de tomar en cuenta no solo el aspecto académico del joven, para su buen desempeño, es una prioridad que aunque se ha puesto en papel, realmente no se ha ejecutado una estrategia integral y definitiva.

Además en el Programa sectorial de Educación 2013-2018 se habla también de la calidad educativa, Sonora se encuentra debajo de la media nacional, en el informe se proponen algunas estrategias, dentro de éstas podemos hacer énfasis en la necesidad de planes pertinentes para que los jóvenes puedan avanzar exitosamente; así como la intención promover la incorporación de las TIC en el proceso de aprendizaje, a lo que solo se busca ampliar la dotación de equipos de cómputo, como apoyo didáctico, y propone capacitar a los docentes y padres de familia en este tema, también tiene como objetivo impulsar a las instituciones educativas para que incorporen a las TIC en sus procesos de aprendizaje, por lo que el uso de redes sociales también puede ser potenciado, y menos estigmatizado o puesto solamente en el plano extra escolar y como medio de entretenimiento, además que las capacitaciones deben ir encaminadas no solamente al aspecto técnico y básico del uso de las TIC, sino a todas las dimensiones que estos medios implican.

A partir de la premisa anterior es preciso citar a Castells (2000) quien afirma que a pesar de la influencia que los medios digitales tienen en la sociedad, éstos no dictan el rumbo de los procesos sociales ni viceversa, sino que se da una interacción compleja y recíproca en la que intervienen diversos factores, dicho esto es importante comprender que la posibilidad de potenciar el uso de Redes Sociales en la vida de los estudiantes de secundaria, resulta un proceso complejo y bidireccional.

### **1.1.2 Estudios previos sobre autoconcepto**

Como se mencionó anteriormente la investigación se enfoca en la importancia del desarrollo integral del adolescente a partir de diversos constructos tanto psicológicos, como sociales y sus incidencias en el rendimiento académico. Esencialmente retomaremos el autoconcepto que forma parte del desarrollo de la personalidad del adolescente, que según Snygg y Combs (1949) y Rogers (1951) éste es un componente central en la teoría de la personalidad y en la teoría del *counselling*, destacando también su importancia en el ámbito educativo.

Algunos autores enfatizan las habilidades sociales dentro de los principales indicadores de autoestima, que según Durá y Garaigordobil (2006) las habilidades sociales permiten interactuar satisfactoriamente en los contextos socioculturales generando conductas positivas, ya que el autoconcepto más que tener una estructura lineal como antes se creía, posee una estructura jerárquica y multidimensional (González, y Tourón; 1992).

Garaigordobil ha realizado varios estudios enfocados en aspectos psicológicos y de educación, tal es el caso de “Relaciones de autoconcepto y la autoestima con la sociabilidad, estabilidad emocional y responsabilidad en adolescentes de 14 a 17 años” en el cual se tomó una muestra de 322 jóvenes españoles, el estudio pone en evidencia diferencias a partir del

género, destacando las habilidades sociales de las chicas por encima de la de los chicos, así mismo para Vordach (2002) las chicas tienen más conductas pro sociales y a su vez tienen mayor desarrollo de síntomas ansioso depresivos en comparación con los varones. Los resultados también muestran que a mayor puntuación en autoconcepto y autoestima existe mayor nivel de inteligencia social e integración social (M Garaigordobil, 2006).

Un estudio realizado en España, por Sandra Costa y Carmen Taberero (2012) indaga en las posibles diferencias de género, rendimiento académico y autoconcepto en estudiantes de secundaria, situando el autoconcepto como un predictor de rendimiento escolar, la muestra fue de 406 estudiantes, se encontraron diferencias en cuanto a las asignaturas según el sexo, y no se mostraron diferencias en el autoconcepto global ni en sus respectivas facetas respecto al sexo, lo que en cierta manera se contrapone con otros estudios que si encuentran diferencias al respecto, un dato importante a considerar es que el autoconcepto físico y familiar fue determinante en el autoconcepto académico de los alumnos.

Por otra parte, Pierart y Pavés (2011) no encontraron diferencias entre género y rendimiento académico, sin embargo, se enfatiza que tanto la cultura como las concepciones respecto a género, tienden a depender de la zona geográfica en donde se encuentren los jóvenes, así como la relación entre autoconcepto y rendimiento académico dependerá tanto de estos factores como de la situación del sistema educativo en el que se desarrolle el joven. (Costa y Taberero, 2012)

Lo anterior coincide con Eskin (2003) que menciona que los estudios transculturales enfatizan las diferencias interculturales de los adolescentes, y pone como ejemplo que adolescentes turcos mostraron diferencias según el género, mientras que los adolescentes suecos no mostraron estas diferencias.

### **1.1.2 Antecedentes sobre redes sociales de Internet**

Las redes sociales de internet o redes sociales virtuales son un constructo relativamente nuevo que puede ser estudiado desde varias disciplinas, y que surge de las comunidades virtuales, para ello es importante comprender que las diferentes concepciones actuales sobre redes sociales tienen características que las relacionan, pero que a su vez invitan a la reflexión y discusión.

Para Wellman (1999) *“Los usuarios de Internet se unen a redes o grupos on-line sobre la base de intereses y valores compartidos, y como tienen intereses multidimensionales, lo mismo ocurre con las comunidades on-line a las que pertenecen.”*

(Castells, M; 1999) Por su parte Boyd y Ellison (2008) explican la evolución de las redes sociales, resaltando un período clave que abarca de 1997 al 2001 el cual se caracterizó por la creación de numerosas comunidades virtuales que fueron dando lugar a combinaciones diversas de perfiles de usuarios; es decir el período ya mencionado marca la línea divisora entre el internet como una herramienta y como un lugar donde surgen nuevas comunidades.

Un estudio australiano realizado en 2014 mostró que los adolescentes recurrían frecuentemente al uso de redes sociales denominadas SNS (Social Network Sites) en dicho estudio se buscó relacionar el uso de redes sociales con tres indicadores, autoconcepto, autoestima y depresión. El hallazgo encontrado a través de este estudio fue que el uso frecuente de redes sociales estaba ligado a un mayor autoconcepto social.

Según Australian Communications and Media Authority (ACMA) para 2009 el 80% de adolescentes de 12 a 13 años utilizaban redes sociales, y el 96% de los 14 a los 17 años; otros hallazgos puestos en referencia en la investigación (Steinfeld, Ellison, y Lampe, 2008)

afirmaron que el tiempo que los jóvenes visitaban su perfil en redes sociales había aumentado de 33 minutos al día a 54 minutos al día, un año después. (Neira, Corey, y Barber, 2014).

Corey J y Barber. coinciden con Huerta (2012) con el hecho de que la mayor parte de los contactos establecidos por los jóvenes en las redes sociales corresponden en su mayoría a compañeros o conocidos cercanos, y no precisamente a relacionarse con extraños. El estudio antes mencionado, llevado a cabo en México, forma parte de los últimos cuatro diagnósticos anuales, de entre 2012 y 2015; el cual mide los usos, habilidades comunicativas, competencias, mediación y la variable socialización. (León, Caudillo, Contreras, y Moreno, 2015)

Para la UNESCO (2014), la edad promedio de jóvenes en secundaria en el mundo es de entre 11 y 17 años, y son un número significativo de la población del mundo, de los cuales la mayoría utiliza Internet y redes sociales como principal medio de comunicación, convirtiéndose en una influencia pero a la vez un medio que ellos mismos construyen (Castells, 1999). Los jóvenes de esta nueva generación, que han sido denominados como *Nativos Digitales* por Prensky, ya no son solo receptores sino generadores de contenido, pues existe una gran diferencia comparando esto con las interacciones que los jóvenes tenían con medios de comunicación masivos en décadas pasadas, Castells en “La sociedad Red” señala que la relación entre el individuo y los medios de comunicación digitales se ha vuelto recíproca.

Como se mencionó anteriormente los jóvenes interactúan de una manera muy diferente a la de años atrás, así también lo mencionan Moya y Vázquez: *“En este sentido, Internet no solo ha posibilitado nuevas formas de circulación, producción y consumo de información en forma masiva, sino que también ha generalizado y permitido la comunicación entre los jóvenes a grandes distancias y casi simultáneamente”* (Moya y

Vázquez, 2010). Existen muchas investigaciones en torno a esta relación del adolescente con las redes sociales virtuales y su desarrollo, como lo es el artículo de la publicación “Comunicar: revista científica de comunicación y educación, “Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes”. La investigación de Bravo y Ramírez argumenta que el uso de redes sociales beneficia al joven en el aspecto de participación ciudadana, y que la mayoría de jóvenes utiliza redes sociales fuera del ámbito escolar. (Bravo y Ramírez, 2013).

## **1.2 Planteamiento del problema**

La presente investigación pretende describir la relación entre el uso de redes sociales virtuales y el desarrollo del autoconcepto en jóvenes de secundaria en Hermosillo, Sonora. Y como se ha mencionado anteriormente, partiremos del constructo de autoconcepto, el cual se pretende relacionar con el uso de redes sociales de Internet, ya que el uso de éstas se ha convertido en la principal forma de socialización y entretenimiento de los jóvenes hoy en día, y se ha vuelto parte de su día a día, generando sentido y transformando la visión que tienen de sí mismos y de los demás.

Para M. Garaigordobil el autoconcepto (2010) se divide en social, intelectual, físico y emocional. A partir de estas dimensiones es posible relacionar la socialización y el desarrollo de la personalidad a través de la variable redes sociales de Internet, tomando en cuenta también el perfil socio académico del alumno, por lo que es pertinente abordar el fenómeno desde diferentes teorías que faciliten su estudio, como lo son la teoría del desarrollo de la personalidad, la teoría de la comparación social, la teoría unificada del uso y aceptación de la tecnología.

De acuerdo al análisis y reflexiones anteriores, la presente investigación se plantea con las siguientes preguntas y objetivos.

### **1.2.1 Pregunta central**

¿Cómo influye el uso de redes sociales virtuales en la construcción de autoconcepto en jóvenes de secundaria en Sonora?

### **1.2.2 Preguntas específicas**

¿Cuál es la relación entre el perfil socio educativo de los adolescentes en secundarias públicas de Sonora y el uso de redes sociales de Internet?

¿Qué adjetivos definen el autoconcepto de jóvenes en secundarias públicas de México?

¿Cuáles son los indicadores de uso de redes sociales de Internet por adolescentes?

## **1.3 Objetivo General**

El objetivo central de esta investigación es identificar, describir la relación entre el uso de redes sociales de Internet en el desarrollo del autoconcepto de los jóvenes de secundaria pública en Sonora.

### **1.3.1 Objetivos Específicos**

Identificar y describir:

- El perfil socio educativo de los adolescentes en secundarias públicas de Sonora.

- Los adjetivos que definen el autoconcepto en jóvenes a partir del instrumento Listado de adjetivos para la evaluación del autoconcepto en adolescentes y adultos, LAEA. Garaigordobil, M. (2011).

Los indicadores de uso de redes sociales de Internet por adolescentes

#### **1.4 Justificación**

Muchas son las perspectivas que han surgido en torno al tema de los medios digitales dentro y fuera del aula en educación básica, sin embargo, en las siguientes páginas nos centraremos en las perspectivas que lejos de estigmatizar el uso de redes sociales lo impulsan, pero también cuestionan las prácticas actuales, y como éstas se relacionan con otros aspectos de la vida en el adolescente.

Para Miguel Requena (2013) la importancia de los estudios actuales sobre jóvenes y adolescentes radica en que, sus formas de vida y valores serán los que predominen en el mundo futuro; ya que serán ellos quienes tomen decisiones, sin embargo, no existe una visión uniforme al respecto, sino que existen adultos que no solamente no están interesados en las culturas juveniles, sino que las desaprueban sin antes buscar comprender las razones y cambios constantes en este grupo de la población. Enfatizando el conflicto entre generaciones, siendo el principal conflicto la diferencia en competencias tecnológicas entre nativos e inmigrantes digitales. En general se ha estigmatizado al joven como rebelde y problemático, y en cierta forma se ha puesto en una posición de antagonismo con el mundo adulto.

En este sentido es posible hablar de un viejo paradigma en el cual se veía al adolescente como un adulto incompleto: el paradigma tutelar contrapuesto al nuevo

paradigma de derecho el cual señala que la estructura familiar es heterogénea, por lo que no se puede asumir que los niños o adolescentes tengan las mismas necesidades y derechos que un adulto. Pudiendo considerar la falta de respeto hacia esta población como violencia cultural. Los derechos humanos se dan en la esfera política internacional, sin embargo, según el lugar en el que se encuentren, estos sujetos de derecho no son vistos como tal, pues algunos estados o individuos pueden llegar a obstaculizar el proceso.

En América Latina, este proceso de institucionalización de los derechos de la infancia se dio en un contexto de reforma de Estado a la par de la globalización económica. Siendo UNICEF una de las principales instituciones en traer a la luz la importancia de legitimar los derechos de los niños y adolescentes, sin embargo, esta legitimación en la que el niño es sujeto de derecho, no se ha llevado al sano cumplimiento, y se ha ido dejando en segundo plano tanto político como teórico. (Llobet, 2009)

La temática “Uso de redes sociales de Internet asociadas al autoconcepto de jóvenes en Sonora” a resultado a partir de las necesidades integrales que van de lo social, la salud a la educación de una nueva generación de adolescentes nacidos en el siglo XXI, que debido a la evolución acelerada de la tecnología han sufrido cambios en su forma de relacionarse con los demás y en la manera que forman su identidad (Morduchowicz, 2013), éstos adolescentes del nuevo siglo han sido denominados también como Nativos Digitales por Pernsky (2001), y como Generación Interactiva mencionada en León Duarte, ( 2016).

Para Aparici (2011), autor de *Conectados en el ciberespacio*, los niños y jóvenes juegan una doble moral impuesta por el sistema de educación, lo que nos lleva a la reflexión sobre esa doble moral en México y en Sonora, pues vemos como los alumnos toman una postura dentro del aula y otra fuera de ella, siendo fuera del aula donde tienen mayor libertad

para acceder a páginas de ocio, lo que Aparici llama Cultura popular y educación informal, pues vivimos en una época donde los jóvenes no solo aprenden en el aula, sino fuera de ella, y las redes sociales a pesar que han sido estigmatizadas desde la visión del viejo paradigma, sobre todo en los países menos desarrollados, surge el paradigma de participación, el cual impulsa la participación y colaboración del niño en el proceso, para que este deje de ser solo un espectador, es principalmente esta parte la que nos lleva a cuestionar el uso de estos medios, no solo desde una perspectiva de ocio sino como un posible canal de enseñanza, y de participación de los alumnos. (Aparici, 2011)

Años atrás Castells (2001) también se hace referencia al hecho de que algunos grupos oprimidos han tenido mayores posibilidades de expresarse abiertamente a través de estos medios; pienso que ésta es uno de los principales cambios que han surgido a partir de esta forma de comunicación a través de dispositivos. Según Colás, González y Pablos (2012) muchos son los estudios realizados a jóvenes y adolescentes enfocados en este tema, y los autores han tomado como justificación que las redes sociales se han vuelto un importante medio de expresión para la juventud.

Estas necesidades y transformaciones han llevado a investigadores de varios países y de diferentes disciplinas a buscar nuevas respuestas que respondan de forma interdisciplinar al surgimiento de estos fenómenos sociales complejos vinculados a la juventud, en la búsqueda de la ya mencionada legitimación de los derechos del niño y adolescente.

De acuerdo con la publicación de la OMS “Salud para los adolescentes del mundo “Una segunda oportunidad en la segunda década” (2014), la intervención adecuada durante la adolescencia permite corregir problemas que hayan surgido en los primeros 10 años de vida, además la salud mental también es un área de importancia para la OMS, pues

mundialmente el suicidio ocupa el tercer lugar, entre las causas de muertes en adolescentes, y la depresión la primera causa de morbilidad y discapacidad.

Según datos del INEGI (2014), en México el número de suicidios de adolescentes de entre 10 y 14 años es de 19.4% siendo esta edad la más alta en índices de suicidio según las estadísticas, teniendo más incidencia en mujeres que en hombres. Según la OMS la depresión está asociada a diversos problemas en el desarrollo del adolescente, y la deserción escolar según SEP (2015) es de 4% en el país, y en Sonora es del 4.2%. Este estudio se ha enfocado en una parte fundamental del desarrollo de la personalidad (autoconcepto) que influye directamente en la calidad de vida y problemas de salud mental, así como en la socialización (uso de redes sociales) como factor de influencia, a continuación, la figura 3 especifica estos factores que según la OMS son los más influyentes en la salud integral del adolescente, tomando en cuenta que la salud no solo incluye aspectos biológicos, sino emocionales y psicológicos.

## Factores que Influyen en la salud del adolescente

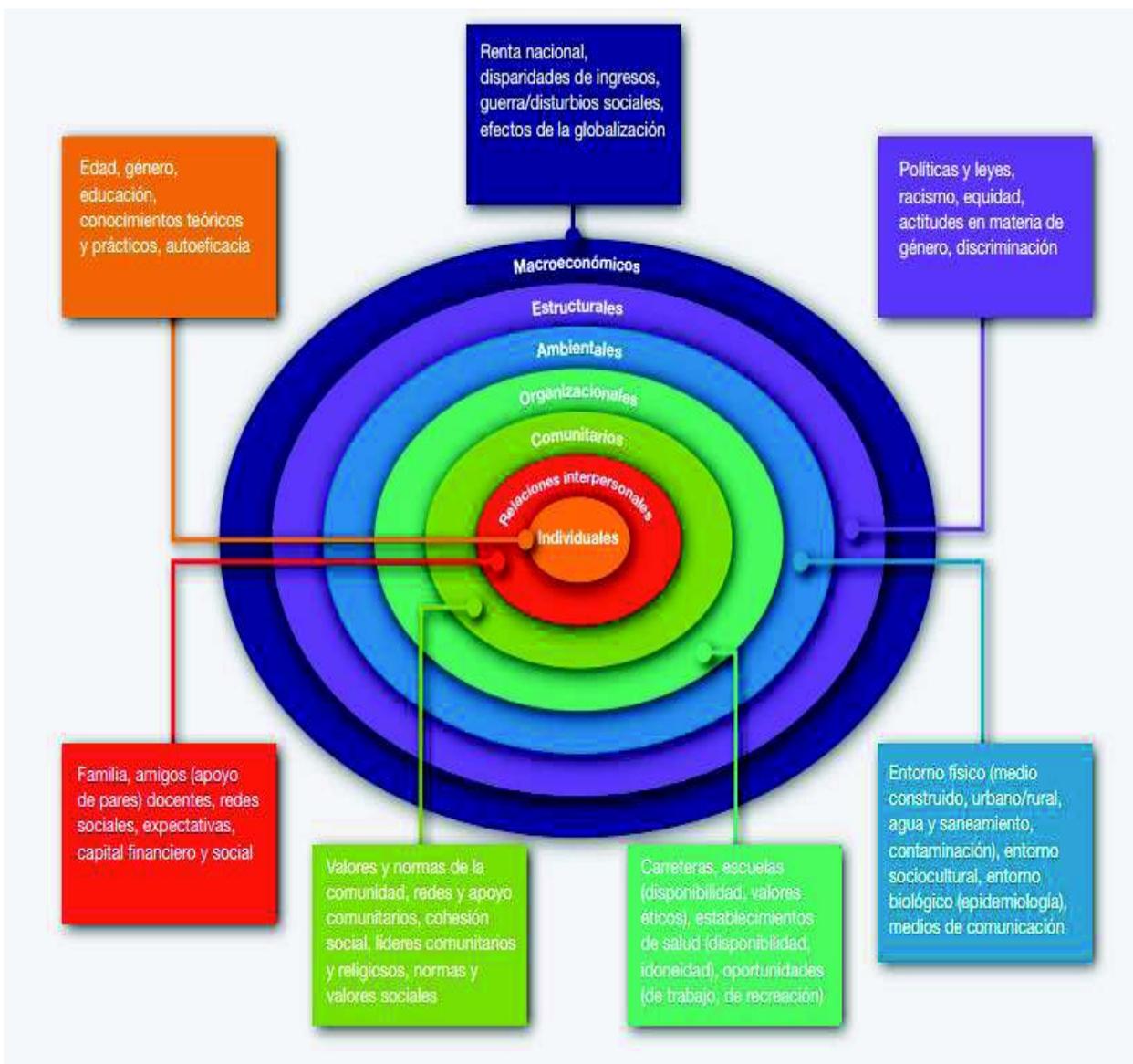


Figura 3. Resumen de la OMS, “Salud para los adolescentes del mundo” (2014)

La figura anterior sirve como base para describir la importancia en la relación entre autoconcepto y las nuevas formas de socializar de los jóvenes de Hermosillo Sonora, ya que según INEGI (2015), Sonora es el estado donde el uso de Internet es principalmente para acceder a redes sociales, y tomando en cuenta que la socialización forma parte importante en la estructura jerárquica del autoconcepto (González, y Tourón, 1992) lo que genera un proceso de sociabilidad como mencionan León y Castillo (2016).

## **II MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Marco teórico interdisciplinar**

El presente apartado tiene como objetivo poner en relieve los principales conceptos y teorías que forman parte del estudio interdesiciplinar de un fenómeno multidimensional y emergente.

La Figura No. 4 presenta la perspectiva interdisciplinar de estudio, que se ha integrado a partir de las necesidades percibidas, tomando como referencia los estudios previos que nos impulsan a seguir un camino que destaca la importancia en las prácticas que están teniendo los adolescentes en México, también se muestran las teorías que se han considerado pertinentes para el estudio del fenómeno.

*Modelo teórico interdisciplinario para el “Uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto del adolescente en Sonora”.*

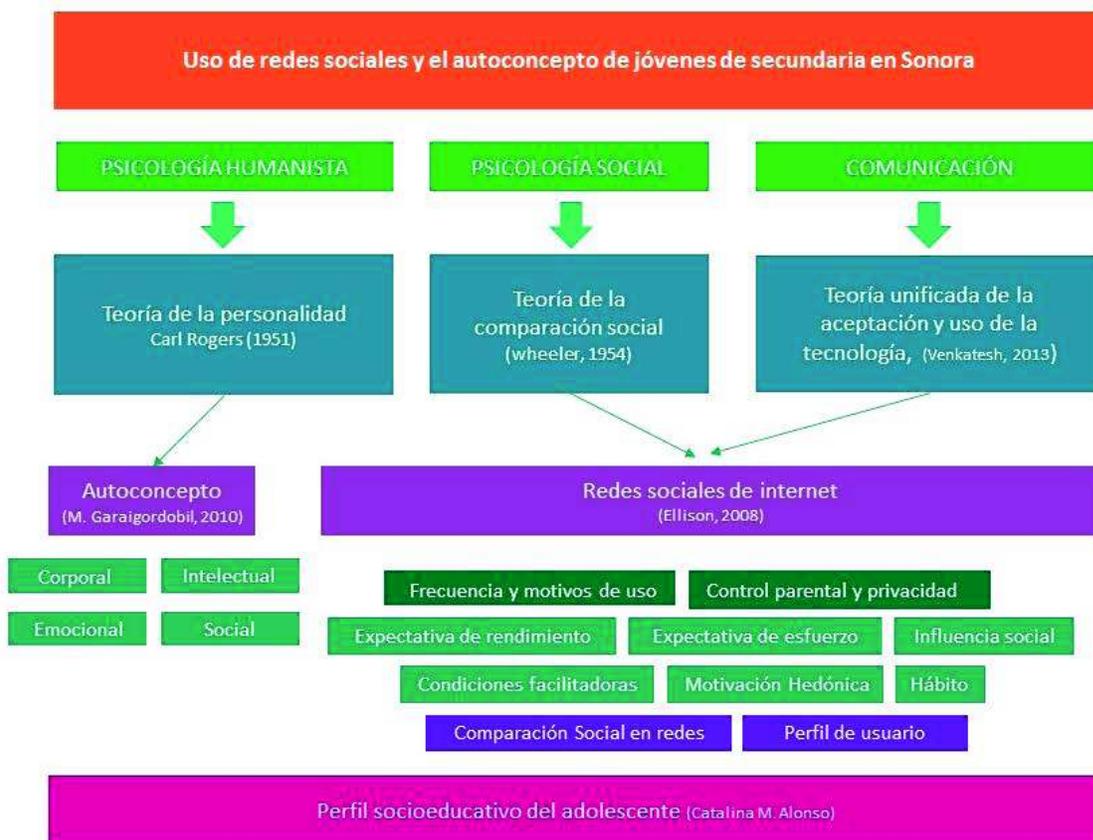


Figura 4. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2016)

La propuesta interdisciplinaria de esta investigación, pretende estudiar el fenómeno del uso de redes sociales en la juventud desde una perspectiva que nos permita acercarnos a soluciones para el bienestar social del adolescente, en esta investigación nos hemos centrado no en una, sino en varias disciplinas, pues como mencionan Hansson (1999) y Newell (2001) el principal argumento a favor de la interdisciplina en la investigación tiene que ver con la naturaleza de problemas complejos y específicos, y sobre todo en los fenómenos que conciernen a las ciencias sociales, tal es el caso de la presente investigación. Así a través del

enfoque interdisciplinar podemos penetrar en más de una disciplina, para fomentar la reflexividad y la responsabilidad discursiva (Romm 1998, citado en Payne, 1999).

El estudio del uso de las redes sociales virtuales y cómo estas se relacionan con el autoconcepto del adolescente, el cual está íntimamente ligado al autoestima, son los dos constructos principales a estudiar, por una parte el autoconcepto, abordado desde la **psicología humanista** y que ha sido llevado también al ámbito de la educación, como parte esencial del desarrollo integral del adolescente, por otro lado, las redes sociales virtuales que pueden ser retomadas desde la teoría de la comunicación, desde la sociología e incluso desde la antropología, apuntando hacia la etnografía digital. Sin embargo, para fines de éste estudio, se ha tomado la macro variable de redes sociales virtuales desde la teoría de la **comunicación y la psicología social**, con el interés de conocer el uso, consumo y hábitos de los adolescentes como usuarios, también es importante indagar sobre cómo influyen en la interacción con los demás, así como en la manera que se comparan con sus pares y con personajes públicos, y como esto contribuye a la percepción que tienen de ellos mismos (autoconcepto) y esto a su vez repercute en el desempeño escolar, la calidad y proyecto de vida, entre muchos otros factores individuales y de grupo.

Jean Cloutier da lugar a la teoría Emerec (Émetteur/ Rcepteur), refiriéndose a esos usuarios que son receptores y transmisores a la vez, fenómeno que ocurre claramente en las redes sociales, el autor nos impulsa a estudiar este proceso de manera holística, al ser un fenómeno emergente y cambiante, siendo el Emerec el centro del proceso comunicativo, la información procede de él y vuelve a él.

La selección de las disciplinas pertinentes alienta a la búsqueda de respuestas a temas de tecnología, socialización y juventud que gracias a la interdisciplina permiten producir

nuevos conocimientos con menor sesgo y mayor profundidad, en la búsqueda de nuevos constructos que se entrelazan a la luz de los temas antes mencionados.

La teoría de la personalidad, en específico el estudio del autoconcepto, así como el uso de redes sociales virtuales, están marcadas por la interacción directa o indirecta con otros seres humanos, además el estudio del adolescente es un campo que concierne a diversas disciplinas, tanto sociales como naturales, pues la búsqueda del bienestar de los jóvenes en desarrollo requiere de una atención integral; considero que los juicios sobre sí mismos y la concepción de su propia persona, son parte de un proceso tanto individual como grupal, que puede ser analizado desde diferentes visiones.

El autoconcepto ha sido retomado por diferentes áreas de la psicología y la sociología, puede ser considerado un constructo que influye y es influido por las interacciones de los jóvenes que indiscutiblemente forman parte de una o varias comunidades virtuales, la apropiación tecnológica nos da la pauta para comprender el comportamiento del joven como usuario y creador de contenido (Emerec), es así que podemos conocer su comportamiento frente a la tecnología. (Fernández, Salas, y Casarín, 2015).

### 2.1.2 Integración interdisciplinar

DISCIPLINA	MODELO TEÓRICO	CONSTRUCTO
Psicología	Psicología humanista Teoría de la personalidad Carl Rogers (1951)	<b>Autoconcepto</b> Social, emocional. Intelectual y físico (Maité Garaigordobil, 2006)
	Psicología social Teoría de la comparación social Wheeler (1991)	<b>Comparación social</b> Ascendente y Descendente

Comunicación/Psicología TIC	Teoría unificada de la aceptación de la tecnología. Venkatesh (2003)	<b>Aceptación y uso de Redes sociales Virtuales</b>
Sociología	Presentación de la persona Goffman (1971)	<b>Perfil de usuario Privacidad</b> (Boyd y Ellison, 2010)

Tabla 1. Integración interdisciplinar. Elaboración propia en base a datos de Rogers (1951), Wheeler (1991), Goffman (1971), Venkatesh (2003), Garaigordobil (2006), Boyd y Ellison (2010)

Yela (1971) aboga por la pluralidad en la psicología, si bien, la psicología social y la comunicación han sido influenciadas por otras corrientes, derivadas de diversas disciplinas, es inevitable considerar que todo aquello que estudia al ser humano, pudiera ser una ciencia simple, e inmutable. La psicología actual ha visto estos cambios, Frederic Munne (2008) argumenta que los psicólogos sociales tienen mayor flexibilidad para integrar diferentes teorías que podrían parecer menos combinables desde una visión más tradicional, cuanto más nos hemos acercado e indagado sobre las dimensiones y el tejido que envuelve el objeto de estudio más coincidimos con la idea de que no existe una teoría que pueda abordar todas las facetas de un fenómeno Deutsch y Krauss (1965), en este caso el de las Redes Sociales Virtuales y su influencia en el autoconcepto del adolescente, pues no solo incluyen procesos internos en los que el joven hace juicios valorativos sobre sí mismo, sino que en estos juicios influirán sus relaciones con otros y a su vez esas relaciones tendrán peso sobre su concepción de sí mismo y de los otros, como es el caso de la comparación social, se verán influidas por los procesos internos y externos, por otra parte las redes sociales pueden ser vistas como una herramienta o medio de comunicación desde la comunicación y como una comunidad virtual el estudio de la tecnología de la información y la comunicación. (Castells, 2000)

Por lo tanto, a la luz de la presente investigación se ha buscado describir la influencia recíproca que existe entre el uso que dan los adolescentes a las redes sociales, la manera en que se comparan con sus pares y con celebridades, y el autoconcepto en sus cuatro dimensiones propuestas por Garaigordobil (2006) y cómo esto se puede relacionar igualmente con el desempeño escolar y desarrollo individual del joven, mediante la aplicación de cuestionarios.

## **2.2 Desarrollo de la personalidad y autoconcepto en la adolescencia**

### **Aportación de la psicología humanista**

La psicología humanista concibe no solo la conducta del ser humano, sino al sujeto mismo como parte transformadora de su entorno, surge de la filosofía y de la ciencia fenomenológica, a partir de un contexto sociohistórico que se inclina en pro del desarrollo humano y nos permite entender el porqué es denominada como "una ciencia del hombre y para el hombre". (Smith, 1969)

Es entonces que se ha retomado la teoría de la personalidad de Carl Rogers como base epistemológica, la cual sostiene la importancia del individuo en la toma de decisiones dentro de su propia vida, contrario a otras corrientes, el humanismo sostiene que los factores externos como el medio ambiente o los biológicos, no son completamente determinantes en la vida de una persona. Rogers retoma la idea del self, y propone dos formas en las que se concibe el yo, el yo real y el yo ideal, el mismo atribuyó un papel mediador al autoconcepto y autoestima respecto a los logros académicos (Rogers, 1987) por lo que es importante tomar en cuenta la potenciación del autoconcepto como parte fundamental en los programas escolares (Cava y Musitu, 2000), lo que nos hace cuestionar las repercusiones de la ausencia

de medidas preventivas y de formación, no solo en el aula y en el hogar, sino en el entorno virtual, al que tanto jóvenes como adultos vivimos constantemente inmersos.

### **Autoconcepto del adolescente**

Es el autoconcepto uno de los principales constructos a estudiar en esta investigación, el cual según la literatura fue retomado tanto por Rogers como por otros estudiosos del humanismo. Fierro (1990) lo define como el “concepto de sí mismo”, es decir el autoconocimiento de toda clase de actividades y contenidos cognitivos, y que también incluye preceptos, imágenes, juicios, razonamientos y esquemas mnésicos.

Las principales características del autoconcepto según el modelo de Shavelson (1976) son:

- a) **Organizado**, A fin disminuir la complejidad y multiplicidad de las experiencias que un individuo genera a partir de sus percepciones, lo que genera categorías que se organizan estas experiencias y le dan significado y estructura al autoconcepto.
- b) **Multifacético**, Se divide en áreas que reflejan la categorización que adopta un individuo o grupo.
- c) **Jerárquico**, Las facetas del autoconcepto pueden dar lugar a una jerarquía en la cual el autoconcepto global se encuentra en la parte más alta de la jerarquía.
- d) **Estable**, El autoconcepto general tiene la característica de ser estable, sin embargo, conforme el autoconcepto se vuelve más negativo, se vuelve más dependiente de factores externos y se puede volver más inestable.
- e) **Experimental**, Conforme el joven se adquiere edad y experiencia, coordina e integra las partes de su autoconcepto el cual se vuelve más estructurado.

- f) **Valorativo**, A partir de la comparación nacida de las descripciones de sí mismos se concibe un “ideal” a partir de observaciones.
- g) **Diferenciable**, El autoconcepto tiene bastante diferenciación de otros constructos con los que se suele relacionar, por ejemplo, con el autoestima, pues posee sus propias características, y es influido por situaciones específicas. (Esnaola, Goñi, y Madariaga, 2008).

A pesar de ser un constructo desarrollado hace bastantes décadas, algunos autores han retomado la parte fundamental de éste. Un ejemplo es la autora M. Garaigordobil (2010) influenciada por González y Touron (1992), ha adoptado cuatro facetas del autoconcepto el cual se divide en, intelectual, físico, escolar y emocional. Además, podemos relacionar este constructo con la socialización y desarrollo de la personalidad a través de la variable redes sociales de Internet, pues al hablar de comunidades virtuales, hablamos de grupos en los que el joven se desarrolla, en los cuales va a repercutir el perfil socio académico del alumno. Así mismo González y Touron relacionan el autoconcepto con factores, que van desde el desempeño escolar, la conducta prosocial, la depresión y la ansiedad.

La importancia del autoconocimiento del adolescente radica en la posibilidad de tomar decisiones que lo llevarán a un proyecto de vida, gestándose en esta etapa no un perfil definitivo, pero si uno maduro, que tendrá como objetivo llegar a formar la identidad del individuo, ya que en esta etapa según Erickson se desarrolla el rol de género, y una posible identidad política y religiosa, así como la capacidad relacionarse con sus pares.

**Autoconcepto social**, Para Byrne y Shavelson, (1976) el autoconcepto social varía según el contexto y a su vez varía la autopercepción que la persona tiene de sí misma como ser social y en cuanto a sus habilidades sociales, en relación con pares, familia, padres, etc.

Existen otras concepciones que afirman que el autoconcepto se organiza de acuerdo con la evaluación de competencias, James y Cooley (1922) proponen un autoconcepto social que tiene relación directa con la autopercepción de la aceptación social; sin embargo, las nuevas propuestas diferencian la responsabilidad y la competencia social, (Fernández y Goñi, 2006; González y Goñi, 2005; Goñi y Fernández, 2007).

**Autoconcepto intelectual,** También denominado como autoconcepto académico ha tomado mucha fuerza en la investigación educativa, la cual se refiere al concepto que el alumno tiene de su propia competencia académica (Goñi y Fernández, 2008).

**Autoconcepto físico,** Desde principios de los años noventa se ha prestado especial atención al autoconcepto físico, el cual según Esnaloa, Goñi y Madariaga (2008) es a su vez multidimensional, siendo las más importantes, la habilidad física y deportiva y la apariencia física, igualmente Chase (1991) propone un modelo para medir el autoconcepto físico en jóvenes ya que estos resultados no coincidieron con los de personas mayores.

**Autoconcepto emocional,** A esta parte del autoconcepto no se le ha prestado tanta atención como a las otras dimensiones, el cual tiene que ver con la autopercepción de las emociones internas del sujeto, como se siente y valora como persona, como ser individual en relación a la regulación de sus emociones. (Esnaloa, Goñi y Madariaga; 2008)

Para Gergen, (1984) el autoconcepto tiene su origen en la comparación social, por lo tanto, propone que el autoconcepto dependerá del contexto social, las personas con las que el individuo se compara y de las interacciones. Tajfel (1981) propone que cierta parte del autoconcepto de un individuo se forma a partir de su identidad social, es decir de la pertenencia a ciertos grupos y la significación emocional y social que esto implica. Ya que

según Tajfel, el comportamiento del individuo varía en base a dos aspectos: el intergrupalo, pertenencia a diferentes grupos y el interpersonal, relaciones con otros individuos y características individuales.

Además, es importante señalar que esta sociabilidad y pertenencia a grupos ya no solo ocurre en el contexto físico, sino también en el ciberespacio, actualmente podemos ver que incluso el contacto entre los actores se ha sustituido, creando nuevas formas de relación a lo que se le ha denominado sociabilidad virtual (Cáceres, Ruiz y Brandle, 2009). Entonces, ¿De qué manera influyen estas nuevas formas de interacción y pertenencia en todas las dimensiones del autoconcepto? que desde mi punto de vista pueden resultar con muchas menos limitantes que aquellos vínculos de proximidad habituales.

Aunque el autoconcepto tiene importancia durante cualquier etapa, según Cardenal, (1999) éste toma más importancia durante la adolescencia. Por otra parte, Fierro propone un enfoque del desarrollo humano mediante el ciclo vital, retomando a Erickson (1980), y con ello los principales modelos evolutivos que hablan sobre identidad nos encaminan a comprender como se desarrolla el concepto de uno mismo.

L'Ecuyer (1985) señala seis etapas del desarrollo del autoconcepto, los cuales son: emergencia, aserción, expansión, diferenciación, madurez y longevidad. Para Erickson la adolescencia es un punto clave en cuanto al desarrollo de la identidad, y por tanto de la conformación del concepto de uno mismo, pues el elemento nuclear de la identidad viene a ser la autoconciencia de la propia identidad, la cual es de naturaleza psicosocial con elementos cognitivos, el individuo se juzga a sí mismo a la luz de valores sociales o modelos culturales que dominen a su alrededor, pues sin la aceptación y reconocimiento de los demás el adolescente no puede alcanzar un buen concepto de sí mismo. (Fierro, 1997)

Para Shavelson, Hubner y Stanton (1976) el autoconcepto es la percepción del individuo sobre sí mismo, y dichas percepciones son basadas a partir de las relaciones con otros y las repercusiones individuales sobre la propia conducta, (Luna, y Molero, 2013).

Según Garaigordobil y Durá (2006) las investigaciones del autoconcepto han ido aumentando su importancia a través del tiempo, y mencionan que la mayoría de los autores se refieren a éste constructo como un conjunto de conocimientos cognitivos de uno mismo. Para Cardenal y Fierro (2003) el autoconcepto es un conjunto de juicios descriptivos y canevaluativos acerca de uno mismo, pues a través de él se conoce la manera en que una persona se representa, conoce y valora a sí misma.

El pionero y precursor del autoconcepto fue William James (1890) y de su trabajo parten la mayoría de los estudios actuales, sin embargo, existe un punto de quiebre a partir de los años setenta con el trabajo de Shavelson, según el texto de González y Tourón este constructo ha pasado por diversas etapas, en el mundo de la psicología. Tal es el caso del ya mencionado modelo jerárquico de Shavelson, Hubner y Stanton (1976) y retomado por la autora Maité Garaigordobil (2008) que se muestra en la figura 3; las mayoría de autores contemporáneos han argumentado ésta característica jerárquica del autoconcepto, que, llevándolo al contexto del adolescente y las redes sociales, es posible encontrar hallazgos en cuanto a que dimensión del autoconcepto es la de mayor o menor puntaje en los adolescentes de Sonora, tomando en cuenta el perfil socioeducativo, para hacer comparaciones a partir de género, edad, grado, etc; además se han realizado adecuaciones en el modelo propuesto por Garaigordobil, en el cual se han sustituido adjetivos por otros con un mismo significado, pero más entendibles en el contexto estudiantil de la región.

### *Modelo jerárquico y multidimensional de autoconcepto*



Figura 5. Shavelson, Hubner y Stanton, 1976

## **2.3 Redes sociales de Internet en la adolescencia**

### **Aportes de la comunicación**

Martín Echeverría (2012) explica como el internet se ha transformado a un medio de comunicación pos-masivo, pues ya no se dirige a una “masa” indistinta y pasiva. Echeverría hace referencia a la hipótesis de Wolton, la cual se refiere a que los nuevos medios de comunicación, entre los que se encuentran las redes sociales, son parte de una respuesta a la individualización de las relaciones sociales, lo cual según Wolton (2000) tiende a fragmentar las comunidades, evocando de cierta medida a Castels, Wolton también tiene una visión en la cual cada quien desde su casa, se comunica con su comunidad de internet, teniendo la posibilidad de conectarse a partir de intereses muy específicos, sin embargo este teórico menciona la importancia de preservar el sentimiento de pertenencia colectiva que hace a la sociedad ser lo que ahora es.

Citado en Manuel Castells (2001) Barry Wellman defiende la importancia de las comunidades virtuales, y como es que éstas no se oponen a las comunidades físicas, sino que son otra forma de comunidad que han emergido a partir de las necesidades de la sociedad, pero también es Wellman destaca que las comunidades virtuales suelen ser a su vez

comunidades que también funcionan “offline” y que los grupos de personas que se interrelacionan entre sí son construidas por el individuo mismo, a partir de sus valores o intereses reales, y poco a poco éstas van sustituyendo las redes físicas.

Existe una característica importante a resaltar, dentro de estas comunidades virtuales, y es que, dentro de los *followers*, fans, amigos o contactos, existen lazos débiles, diferentes a los lazos fuertes que se construyen en la vida fuera de la red; los lazos débiles son aquellos que se construyen para obtener información y oportunidades entre personas con diferentes características sociales y que son más bien extraños, pero donde las barreras de tiempo y espacio desaparecen. (Manuel Castells, 2001)

Y a pesar de estos lazos débiles las comunidades virtuales son más fuertes de lo que se podría pensar, pues la comunicación online abre paso a una comunicación más desinhibida, con mayor sinceridad, sin embargo, la mortalidad de amistades online aumenta o son amistades que se quedan sólo en la red. Wellman considera que cuanto mayor comunicación online se aumentan los lazos sociales e incluso físicos, sin embargo, muy pocos de los ya mencionados lazos, son verdaderamente íntimos. Castells (2001) abre la interrogante de si las comunidades virtuales son comunidades reales, pues, aunque no son comunidades físicas, y no siguen las mismas reglas de comunicación que éstas, tampoco son irreales, sino que funcionan a nivel de una realidad diferente, y no son tampoco imitaciones de otras formas de vida, sino que se han creado dinámicas específicas para estas formas de interacción.

Son estas dinámicas diferentes las que influyen de manera específica en el desarrollo social y psicológico del adolescente, para Canclini (2012) las redes sociales son también herramientas, que pueden servir de plataforma para que jóvenes desarrollen diferentes

actividades, las nuevas generaciones crecen en un contexto diferente no sólo social sino económico y con posibilidades de desarrollar actividades por medio de internet, e incluso desde casa, y esto también coincide con Castells (2001) que menciona como la ciudad del futuro sería diferente, trabajando desde casa, y las ciudades ya no serían necesarias pues todo lo tendríamos al alcance de un click. Pienso que esta predicción de Castells se está volviendo una realidad, pues cada vez son más las actividades que se pueden realizar desde un ordenador o móvil.

Si bien es cierto que las redes sociales pueden cumplir funciones tanto sociales, como de herramientas, y mucho más también cabe destacar los riesgos que esto implica, sobre todo para una juventud desinformada o frente a modelos educativos que están en desarrollo. Y para ser específicos y retomando a García Canclini (2012) él menciona como la privacidad y la propiedad de los datos que viajan a través de la red, y según Canclini es una preocupación que se da en torno a la vida laboral en red, pero pienso que también es una preocupación del usuario individual que utiliza las redes sociales para fines personales. Y definitivamente coincido con Canclini en que la paradoja que gira en torno a la generalización de las redes sociales consiste en esa posibilidad democratizadora de éstas, pues facilitan la participación, el diálogo, la opinión; así como la creación de contenido, ya no somos sólo espectadores; sin embargo, al ser servicios que provienen de empresas privadas, es posible que se capitalice el conocimiento social producido en ellas, pues éstas empresas tienen acceso a datos personales de todos los usuarios. (Canclini; 2012)

### **Tecnologías de la información y la comunicación**

Es en 1970 que se construye un nuevo paradigma en torno a las tecnologías de la información, naciente en Estados Unidos a la par con la evolución de la cultura de la libertad,

al difundirse estas nuevas tecnologías alrededor del mundo, llegan a casi todas las culturas, dando lugar a un sinfín de aplicaciones y nuevos usos, se considera que a la par comienzan a surgir cambios en la vida del adolescente en el mundo, y en las formas de educación.

El principal uso que se le dió a Internet desde sus comienzos en los setenta es el de conectar a las personas a través de **redes**, pues precisamente Internet posee una arquitectura basada en redes, siendo así Internet el medio de comunicación que ha tenido un crecimiento mucho más acelerado que cualquier otro medio convencional, pues desde sus inicios los consumidores de los servicios de Internet se convirtieron también en creadores de contenido. (Castells; 2000)

Se puede considerar que esta posibilidad de generar contenido y personalizar tu espacio en la red fue lo que permitió ese crecimiento desmesurado, pues genera pertenencia e identidad en los usuarios, por tanto, toma relevancia en los adolescentes de entre 11 y 17 años que están en búsqueda constante de sentido e identidad.

El presente estudio se ha centrado en una de todas las fracciones que conforman el fenómeno de las TIC: el análisis de las redes sociales de Internet a partir del uso personal que los jóvenes le dan, pues éste medio se ha convertido en la principal forma de socialización de los jóvenes del siglo XXI como menciona Morduchowicz (2013). Para Ellison (2007) y Subrahmanyam (2008) las redes sociales son servicios basados en la web, que permite a las personas crear perfiles públicos o semi públicos en sistemas cerrados, a partir de los cuales se generan listas de otros usuarios con los cuales se pueden conectar, así como ver y compartir sus listas de contactos, y es así como se crea una red en el sistema.

Las principales características de los sitios de redes sociales en Internet es que son espacios que permiten responder a ciertas preguntas como, edad, género, lugar de residencia,

intereses y un apartado de “acerca de mí”, la mayoría brinda la posibilidad de presentarse a través de una foto de perfil, así como poder subir contenido multimedia. Sin embargo, cada sitio tiene sus características específicas en cuanto a las posibilidades brindadas al usuario; la mayoría de los sitios de socialización manejan amigos, fans, *followers*, contactos, etc. Igualmente, la mayoría de estas redes tiene la posibilidad de dejar mensajes públicos o privados en las páginas perfil de sus amigos. (Ellison, 2007)

Mayans menciona que la sociabilidad es inherente a Internet, y cuando hablamos de una red social, no es precisamente una red de ordenadores, sino una comunidad de usuarios que se conectan entre sí, por lo tanto, “el ciberespacio es sociedad y no puede ser otra cosa que sociedad” (Mayans, 2003).

La estructura social de las redes virtuales no resulta una copia exacta de las redes que cada uno forma en su vida social sin embargo existe un entrecruzamiento o superposición de las redes sociales directas y las virtuales, con esto se puede asegurar que la ciberconducta es parte de las líneas relacionales de nuestra vida, (Revista Psicología Educativa, Madrid. Rosario Ortega Ruiz e Izabela Zych, 2016) Sin embargo, los entornos virtuales también pueden ser espacios idóneos para fortalecer la amistad (Amiachi-Hamburger, Kingsbury y Schneider, 2013)

A partir de la importancia de estas relaciones en el ciberespacio, ha surgido el constructo **ciber-convivencia** (Ortega, Casas y del Rey, 2014) que respalda la existencia de relaciones positivas en la convivencia virtual, y que los maestros pueden contribuir al buen desarrollo de estos medios, siendo este constructo, desde mi perspectiva el que mayor peso tiene en el uso de redes sociales y el desarrollo del adolescente en el ámbito social.

En el proceso de comunicación a través de redes sociales Perry Barlow se refiere al ciber espacio como un lugar sin territorio, sin reglas materiales, y por tanto las redes sociales se vuelven esos espacios de libertad, a pesar de que algunos gobiernos han intentado acabar con esa libertad, podemos ver como los jóvenes se desarrollan de una forma en la vida diaria y de otra manera en estos medios en los que han nacido inmersos, a palabras de Barlow hacia los padres de jóvenes nativos digitales: “Os atemorizan vuestros propios hijos, ya que ellos son nativos en un mundo donde vosotros siempre sereis inmigrantes” (Barlow, 1996) y que por esto los padres contemporáneos “encomiendan a su propia burocracia las responsabilidades paternas”.

Sagrario Rubido Crespo, menciona como la web 2.0 permitió que las personas comenzaran a actuar como un medio de comunicación, a lo que se denomina “Medio Emirec” (Aquel que es receptor y transmisor a la vez). Utilizando las redes sociales para exhibirse públicamente, en un sentido narcisista se podría decir que la mayoría de las personas en las redes sociales se conectan para hablar de ellos mismos, directa o indirectamente, a diferencia de los mensajes instantáneos incluidos en la mayoría de medios, los cuales se utilizan principalmente para socializar, y como menciona Rubido Crespo, estas formas de exhibición han sido heredadas de los “Reality Show” mostrando cualidades reales o inventadas; y creando hasta una segunda o tercera vida, volviéndonos parte de una comunidad de ficción, lo que evoca a Baurdillard y el hiperrealismo. (Crespo, 2010)

**“Los Emirec ahora poseen los medios y se apropian de una parte del ciberespacio para auto promocionarse convirtiendo a la comunicación en un acto, muchas veces, narcisista.”** (Radiografía de una época I)

A la fecha, las principales investigaciones enfocadas en Redes sociales se han centrado en indagar respecto al capital social a partir de los seguidores o amigos en redes sociales, en la estructura de la red como una comunidad, las conexiones online y offline, el perfil de usuario, así como la privacidad, esta última la retomaremos a fin de conocer que es lo que los adolescentes tienden a compartir y ocultar en sus perfiles; además retomamos el constructo *Perfil de usuario* desde una perspectiva un tanto superficial, para abrir paso a futuras investigaciones que puedan profundizar más en este aspecto.

### **Perfil de usuario**

Se ha retomado de un modo un tanto superficial pero no por eso de menor importancia el perfil de usuario el cual para Boyd y Ellison (2007) tiene como base el interaccionismo simbólico, proveniente de la microsociología; pero es necesario afirmar que el concepto *perfil de usuario* ha sido retomado también por la comunicación.

Según Boyd y Ellison (2007) se divide en Perfiles falsos y perfiles reales, los principales indicadores para localizar un perfil falso o real es el uso de fotografías y nombres reales o ficticios, lo cual tiende a generar incertidumbre en cuanto a la autenticidad de la persona, el perfil de usuario tiene sus bases en la teoría de la presentación de la persona de Goffman (1967) la cual nos habla de que nos presentamos como actores con máscara, ante otros actores, y también está el público como parte de ésta interacción, el papel que un individuo interpreta se ve directamente influenciado por los papeles de los otros individuos, que a su vez constituyen el público.

Para Goffman, algunos elementos importantes que influyen en la percepción entre actores, y entre los actores y el público de esta interacción son el status socioeconómico, el

concepto de sí mismo, la actitud que tienen hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. Toda esta información contribuye a definir la situación, y que el actor pueda hacer saber a los demás lo que espera de ellos y así recibir una respuesta. Sin embargo, las creencias y actitudes reales del individuo pueden ser conocidas de forma indirecta, a través de ciertas señales involuntarias, o confesiones. (Goffman, 1967)

Sin embargo, para fines de este estudio no se ha profundizado en dicha teoría, sino que se tomaron los indicadores abordados por Boyd y Ellison que pueden llevarnos a resultados que nos proporcionen un panorama general sobre este aspecto, entre los cuales se encuentran: Tipo de perfil, Exposición de sí mismo en la red, Figuras de rol.

Según Kim y Lee (2011) la auto-presentación en las redes sociales donde los usuarios no son anónimos, sino que comúnmente tienen una relación *offline* con los otros usuarios, como lo es el caso de Facebook, existe mayor restricción en cuanto a la presentación, seleccionándose solo ciertos aspectos, por lo que la presentación del Perfil de Usuario, puede ser clasificada en dos tipos: positiva y honesta, lo que conecta bastante con el asunto de la comparación social, pues el usuario promedio en RS, buscará ser “socialmente deseado” en comparación con los demás miembros del grupo, lo que la autora argumenta es la posibilidad de que al presentarse de una manera positiva ante los demás, es una estrategia mediante la cual el sujeto a su vez se percibe positivamente a sí mismo.

Nancy Baym citada en Castells (2001) ha realizado estudios en cuanto a la relación de los contextos sociales de la interacción online y el significado de los intercambios online, y uno de sus hallazgos fue que la mayoría de los usuarios online se crean identidades basadas en sus identidades offline, sin embargo existen los usuarios que prefieren crear alter ego, o mantienen una vida paralela en línea, así como las crecientes prácticas sexuales o relaciones

amorosas virtuales han ido aumentando y siguen evolucionando, pues en un inicio eran simples conversaciones entre usuarios, a lo que constantemente se le han ido incorporando otros elementos como fotografías, videos, audio, video llamadas, entre otras. Castells (2001) menciona que el temor humano de contagio, agresión y me atrevería a agregar que, con temor a ser juzgados, o a perder más teniendo una relación en la vida real, la gente busca éstas opciones para expresar su sexualidad o necesidad de compañía, pues en una cultura donde la estimulación simbólica es avasalladora, ésta alternativa resulta bastante viable y “segura”.

### **Privacidad**

Boyd y Ellison (2007) también destacan la importancia de la privacidad dentro de las RS, sobre todo en el caso de los menores de edad, este concepto se ha retomado para conocer las prácticas que los jóvenes llevan a cabo en relación con los adultos que más influyen en ellos, Acquisti y Gross (2006) citados en Ellison (2007) argumentan que comúnmente los usuarios desean proteger la privacidad y sus acciones en las RS, sin embargo existe una paradoja en cuanto a la confianza que los adolescentes suelen tener en compartir su perfil públicamente, y que el sentirse familiarizados con la interfaz puede prestarse a confusión en cuanto a la verdadera importancia de la privacidad, ya que hay países en los que incluso se han proclamado derechos que giran en torno a esto. Sin embargo, es importante considerar el contexto político y de seguridad nacional, a la que se ven enfrentados los jóvenes mexicanos, para así comprender que significa para ellos esa privacidad y que implicaciones trae consigo esa concepción.

Acquisti y Gross (2013) explican como existe además de la privacidad, un comportamiento de divulgación en los usuarios de redes sociales, los cuales son la base para definir los factores “endógenos” que son los que provienen del mismo usuario, y los

exógenos, que tienen que ver con las motivaciones provenientes de la misma red, y ambos tienen la capacidad de influir en la privacidad y divulgación en línea.

### **Hábitos y uso de redes sociales**

En este modelo la autora Notley (2009) propone un conjunto de parámetros que influyen en la manera en que los jóvenes australianos utilizan las redes sociales, establece un modelo teórico que se basa en cuatro dimensiones, necesidades, intereses, competencias tecnológicas y relaciones, todas éstas giran en torno al uso de las redes, del cual se ha retomado intereses como motivos de uso, y la frecuencia de uso, para entender cuáles son las redes sociales específicas que más utilizan los jóvenes y cuáles son las motivaciones que los impulsan a utilizarlas, así como la frecuencia con que recurren a ellas, Notley apuesta por un aspecto que es muy importante, y aunque no se ha retomado como tal en esta investigación, es importante mencionarlo, tomando en cuenta el aspecto de participación e inclusión, como un elemento en prospectiva, para futuras investigaciones.

#### *Uso Virtual de la Red.*

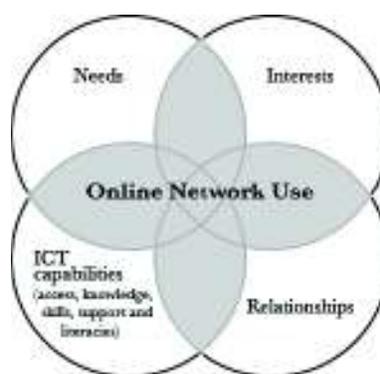


Figura 6. Notley (2009)

### **Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología UTAUT 2**

Desde la comunicación y la psicología, se ha abordado la **Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología UTAUT 2**, este modelo *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT 2) es de corte interdisciplinar y ha sido utilizado para estudiar el grado de aceptación y uso de las TIC, en diversos ámbitos, tanto profesionales como sociales, ha obtenido un alto grado de validez y confiabilidad, se centra principalmente en mostrar las conductas, percepciones y actitudes de las personas frente a la tecnología, a partir de interrelaciones entre las variables, los indicadores de ésta teoría son:

- A) Expectativa de esfuerzo**, se refiere al esfuerzo requerido para utilizar las redes sociales, la facilidad en la interacción y habilidades requeridas para usar estos medios.
- B) Expectativa de rendimiento**, Se refiere a la utilidad de las redes sociales en el contexto en el cual se desenvuelve el usuario, en este caso sería el rendimiento y utilidad de estas en el contexto escolar.
- C) Influencia social**, Se refiere a cómo influyen las personas más cercanas al usuario al momento de decidir utilizar la tecnología.
- D) Condiciones facilitadoras**, Se refiere a los factores que influyen y facilitan el uso de la tecnología, ya sean factores económicos o prácticos.
- E) Motivación hedónica**, esto se ha definido como el placer derivado del uso de la tecnología y tiene gran importancia en el uso de ésta y es un predictor en cuanto a la intención en el uso y consumo de tecnología según Heijden 2004.
- F) Hábito**, El hábito es un constructo que permite entender como un individuo convierte una práctica en una actividad diaria y automatizada por lo que es relevante distinguir la diferencia entre experiencia y habitó la experiencia sucede

en el instante, pero el hábito debe ser repetido varias veces en el tiempo para que sea considerado como tal Limay (2007) citado en Venkatesh (2012)

**G) Intención conductual,** Se refiere a la intención del usuario para continuar utilizando la tecnología en el futuro según frecuencia.

**H) Valor económico,** La importancia del precio tanto en mercadotecnia, como en la adaptación de la tecnología, conceptualiza las posibilidades y facilidad para obtener nuevos dispositivos y aplicaciones, un ejemplo de ello son los bajos precios en cuanto a tecnología en China, lo que facilita su obtención y consumo (Chan, 2008) citado en Venkatesh (2012)

La teoría de la aceptación y uso de la tecnología se ha ido adaptando al contexto actual desde 2003 incorporando constructos que permiten entender el comportamiento del usuario, a manera que se examinan la literatura pertinente que ha llevado a la expansión de dicho modelo, es aquí donde el carácter interdisciplinar de este modelo permite aplicar sus constructos a diferentes contextos y problemas complejos como lo es el uso de redes sociales virtuales. Los principales constructos incorporados a esta teoría han surgido a partir de una búsqueda amplia por parte de los autores, así como de probar variados modelos e integrarlos para llegar a una mejor comprensión del objeto de estudio.

Otros dos constructos muy importantes en esta teoría son el hábito y la experiencia. La experiencia ha sido conceptualizada a partir de la investigación como una oportunidad en la manera en qué se opera la tecnología de manera individual, ya que los resultados de cada micro variable tendrán una relación directa con la edad y el género, pues el usuario le da un valor diferente a cada factor, con esto podemos predecir que incluso el uso de cada red social, será influenciado por el nivel socioeconómico y las características académicas

de cada alumno, pues las principales redes sociales han sido creadas a fin de que el consumidor se incline hacia cierto tipo de canal.

En este punto la comunicación funge un papel importante al estudiar a la sociedad, y el contacto entre seres humanos (Luhmann,1993) por tanto la comunicación no existe de manera ajena a la sociedad, las redes sociales no son solo una herramienta de comunicación sino parte de una sociedad que se ha ido transformando, pues estudia principalmente las formas en que los seres humanos se relacionan. (Pasquali, 1990)

*Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología UTAUT2*

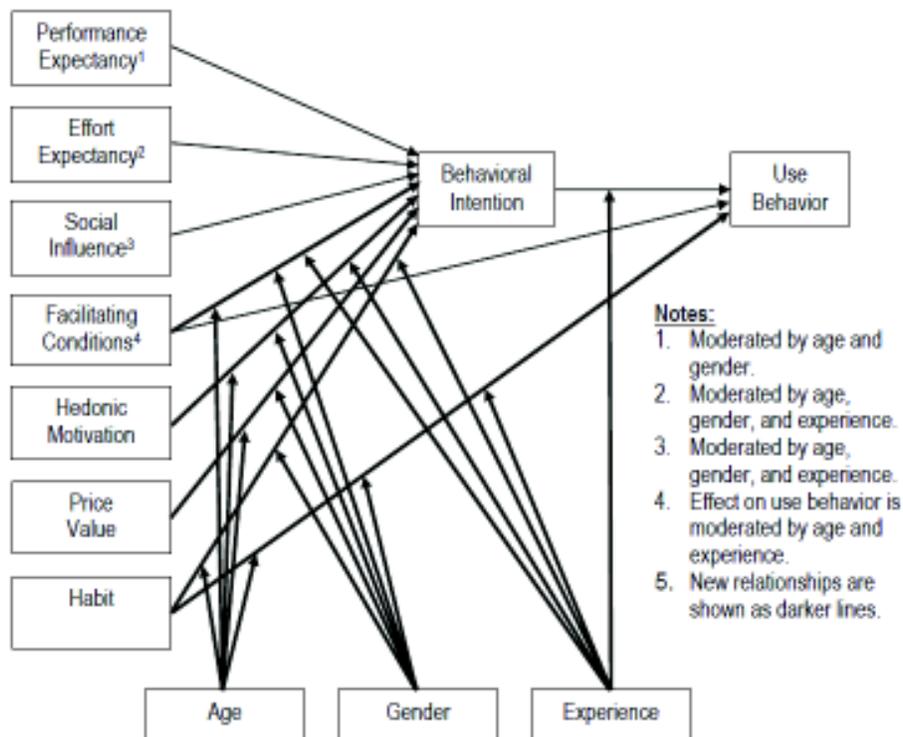


Figura 7. UTAUT2 Venkatesh (2012)

**Aporte desde la psicología social**

Además, desde la psicología social, se ha retomado la Comparación Social la cual en la actualidad ha sido dominada por el paradigma cognitivista (Markus y Zajon, 1985), pues

difícilmente se puede ver una práctica en la psicología social que no sea cognitiva, por otra parte, ha sido notable que las grandes teorías como las de Festinger, se siguen retomando en nuestros tiempos. Una de las principales características de la psicología social es que se estudia el conflicto entre individuo y sociedad, es decir lo externo e interno. (Moscovici,1984)

### **Comparación social del adolescente en la red**

El pionero sobre la comparación social fue Festinger (1954) sin embargo Wheeler (1991) propuso una versión más moderna y mejorada. La concepción de algunos estudiosos de la psicología social, señalan que la comparación es un elemento que destaca tanto a nivel individual como grupal, y existen dos tendencias en el momento de compararse, y es el hecho de compararse con personas que se consideren mejores o inferiores. (Suls y Wills, 1991; Wood, 1989)

Wheeler (1991) da bastante importancia a los roles desarrollados entre los individuos de un grupo., y esto influye en el auto mejoramiento y autoestima de los jóvenes, en la actualidad es posible referirnos a un fenómeno que ocurre con la comparación en redes sociales, ya que existe una tendencia a la comparación con pares y también con celebridades, por lo tanto, para estudiar este tipo de relaciones en las redes se tomó como base una escala que mide 11 adjetivos comparativos.

Según Gilbert, Price y Allan (1995) la comparación social puede darse a partir de diversos tipos de interacción, estos autores exploran este fenómeno a través de la historia; a partir de estas premisas se pueden reconocer dos formas que, aunque se contraponen tienen

bastante relevancia como constructos, intimidación o atractivo, lo que va a influir positiva o negativamente en la autoestima del individuo.

A pesar de que Festinger puede ser considerado como el principal percusor de la teoría de la comparación social, Wheler es quien hizo una síntesis y reducción de la teoría, a través de los años se ha comprobado que la comparación social es un fenómeno que ocurre en todas las esferas y en todo lugar donde surja una interacción social (Woods, 1989), en este caso, el uso de dispositivos móviles, tablets y computadoras con fines de comunicación, así como la necesidad de poseer un perfil de usuario o una cuenta en las diversas redes sociales, también son medios en los cuales se tiende a la comparación social, además la ubicuidad de la comunicación ha permitido que los puntos de comparación ya no sean solo personas del entorno cercano, o solamente celebridades, sino que se dispone de una gran cantidad de perfiles, de personajes con miles de seguidores en sus redes, que pueden parecer jóvenes comunes, pero que se han vuelto foco de atención y por lo tanto un punto de comparación para otros jóvenes.

Además, como mencionan Gilbert, Price y Allan (1995) estas comparaciones pueden surgir tanto individualmente como en grupo, y es muy dado en la actualidad observar, grupos de usuarios en redes sociales, los cuales se dividen según intereses, de igual forma surgen no solo grupos sino tribus urbanas que nacen en la web.

Apartir del fenómeno de redes sociales surge un vocabulario nuevo, que se vuelve una realidad en sí misma, una forma de concebir el momento presente, y también surgen otros fenómenos.

Como es el caso del fenómeno de la comparación social en la red, que como mencionan Shirley S. Ho, Edmund W. J. Lee, y Youqing Liao (2016) en su estudio, la comparación que los adolescentes hacen de sí mismos no sólo es con sus pares, sino también con las celebridades, en la búsqueda de un ideal principalmente físico. Predominando los contenidos que realzan la idealización del cuerpo femenino, por lo que en la mayoría de estudios realizados se considera relevante la diferencia entre los resultados entre hombres y mujeres. La exposición a imágenes manipuladas, o la posibilidad de manipular los propios autorretratos a través de aplicaciones, ha contribuido a que éste fenómeno de comparación social vaya en aumento. Y son las fotografías el principal medio mediante el cual se lleva a cabo la comparación.

Igualmente, García Canclini (2012) reflexiona acerca del protagonismo de la imagen en las redes, pues el autorretrato a diferencia de tiempos pasados donde se trataba de una actividad artística realizada por minorías y que provenía de la pintura, en la actualidad se ha convertido en una práctica masiva, y cotidiana, que según Agvitidou (2003) citado en García Canclini (2012), “es una forma de presentación y representación personal” y coincide bastante con esto, pues la mayoría de perfiles de usuario de las diversas redes sociales se basan en fotografías que representan la “carta de presentación” del usuario, por la cual pueden ser aceptados, o rechazados, incluidos o excluidos, como si se tratara de la realidad última, y como si excluyéramos la posibilidad de la manipulación de éstas imágenes o ignoráramos el contexto, pues la fotografía dentro de las redes sociales juega un papel irremplazable, que también es utilizado en prácticas sexuales contemporáneas dentro de las redes.

Y ésta búsqueda de un ideal en los diversos aspectos del individuo, ya sea social, emocional, familiar e incluso físico, da lugar a la generación de estereotipos, fantasías, y se

pierde la idea original de quienes somos por el simulacro de quienes debemos o queremos ser, Bourdrillard (1993) menciona que las masas son las que simulan tener aquello que no tienen, mientras que las mayorías silenciosas disimulan ser parte de la masa, con el fin de conservar cierta identidad, y desde mi punto de vista, Bourdrillard nos invita a reflexionar si la identidad es también un simulacro, una fantasía, y también abre el cuestionamiento a la pregunta si las sociedades modernas se encuentran en un proceso de socialización o desocialización.

### **III METODOLOGÍA**

#### **3.1 Paradigma de la investigación**

Para Kuhn (citado en Piergiorgio, 2007) un paradigma es una perspectiva teórica que tienen en común los científicos de determinada disciplina, un paradigma dirige la investigación a través de identificar los hechos más relevantes para llevar a cabo la investigación, lo que lleva a la elección de técnicas de investigación específicas.

En la figura 9, vemos que la metodología se ha dividido, la primera fase parte del paradigma eficientista racional, la segunda fase se propone a partir de un paradigma interaccionista simbólico, con el fin de profundizar en hallazgos resultantes de la primera fase, al final se pretende realizar una triangulación de la información, para generar una propuesta interdisciplinaria que contribuya en la mejora de la educación y el desarrollo del adolescente.

Centrando este apartado en la primera fase que será a partir del paradigma eficientista racional, con el método cuantitativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2006). De acuerdo

con Creswell (2013), Teddlie y Tashakkori (2012) citados en Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) los métodos mixtos son justificados a partir del uso de múltiples teorías, supuestos e ideas y al utilizar un pluralismo paradigmático; ya que la presente investigación es de carácter interdisciplinar, el uso de una técnica mixta sustenta el trabajo global, sin embargo, se ha dedicado este apartado a la primera fase del estudio.

*Modelo metodológico de Uso de redes sociales asociado al autoconcepto de jóvenes de secundaria pública en Sonora*



Figura 8. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2016)

El paradigma eficientista racional está basado en un planteamiento positivista, que entre el siglo XIX y XX y tiene como precursores a Comte y Durkheim. Éste enfoque es muy utilizado en el ámbito de la educación pues intenta estudiar los hechos desde una perspectiva

más objetiva y medible, con realidad objetiva se refiere a esa realidad que puede ser conocida en su totalidad de forma empírica, y que ve al sujeto como agente externo (Montes Castillo M. y Castillo Ochoa E., 2016), descartando la parte subjetiva de los individuos, el enfoque eficientista racional utiliza la estrategia cuantitativa principalmente. Gento Palacios, Samuel. (2012)

En la presente fase, se ha llevado a cabo una investigación de corte cuantitativo como ya hemos mencionado, se describen algunas de las características y fortalezas de la investigación cuantitativa, la cual está basada en un tratamiento matemático, y se manejan planteamientos acotados, se miden fenómenos, se utilizan estadísticas, y se prueban hipótesis y teorías; además bajo éste enfoque el proceso se da de forma secuencial y probatoria, y no se pueden saltar pasos, existe mayor rigurosidad que en la investigación cualitativa, las ideas se acotan conforme se desarrolla la investigación.

Por lo que se han construido variables a partir de las preguntas de investigación, y utilizaremos un modelo estadístico para conseguir entender la naturaleza objetiva del fenómeno, que alude al uso de redes sociales asociado al autoconcepto de adolescentes en Sonora. La investigación cuantitativa se fundamenta en las teorías utilizadas, mediante las cuales se pretende describir, predecir o explicar un fenómeno, realizándose a mayor número de casos que los manejados en el método cualitativo, se describe la relación entre variables, y es también ésta una característica fundamental de la investigación cuantitativa, que a su vez permite generar categorías de los perfiles más recurrentes de los estudiantes en cuanto al uso de redes sociales y el autoconcepto, lo que nos llevará a generar nuevos conocimientos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006)

### **3.2 Diseño de la investigación**

Cabe destacar la pertinencia de llevar a cabo un diseño de investigación no experimental, que según Hernández, Fernández y Baptista (2006) se dividen en transversales y longitudinales, Además el autor menciona que las investigaciones no experimentales son aquellas en las que se eligen los sujetos, sin necesidad de manipular ninguna variable, en el caso de este estudio al trabajar el autoconcepto, y al ser éste un constructo que conforma parte de la personalidad es imposible de manipular.

El presente estudio es una investigación de tipo transversal, pues la recolección de datos se llevó a cabo en un solo momento, y no se hicieron comparaciones en el tiempo como en el caso de las investigaciones de tipo longitudinal. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

### **3.3 Tipo de investigación**

Existen tres tipos de investigación, histórica, descriptiva y experimental. En ésta caso se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo, las investigaciones de tipo descriptivo tienen como fin ofrecer una representación fiel sobre el fenómeno en cuestión, es decir medir el fenómeno, a partir de la medición de variables o conceptos para así poder especificar las características del objeto de estudio; mediante la investigación descriptiva se analizan las variables de manera independiente, y aunque se pueden dar ciertos cruces con el fin de explicar mejor el fenómeno, no pretende explicar correlaciones entre ellas. (Grajales, 2000)

### 3.4 Descripción de los sujetos

Los participantes fueron adolescentes de entre 12 y 17 años pertenecientes a secundarias públicas del estado de Sonora, que tienen acceso a uso de internet, móviles o computadora, en cuanto a los criterios de inclusión y exclusión, los alumnos tienen que estar inscritos de primero a tercer grado de secundaria.

### 3.5 Operacionalización de las variables

Variable	Micro variable	Operacionalización de variables	
Uso de redes sociales virtuales asociado al autoconcepto	Perfil socioeducativo	Ésta variable se refiere a la información general, como género, edad, datos familiares, grado que cursa, y ayuda a conocer al sujeto de estudio y se puede relacionar con las otras dos variables.	
		Condiciones facilitadoras	Se refiere a las condiciones, ya sean económicas, de conocimiento o familiares que facilitan, el uso de la tecnología, en este caso las redes sociales,
	Uso de redes sociales virtuales	Expectativa de esfuerzo	Con esta variable se pretende medir el tiempo de uso, la frecuencia, tipo de red social que utiliza y acceso a redes sociales por parte del adolescente
		Expectativa de rendimiento	Indica cuáles son los motivos que impulsan al adolescente a utilizar determinada red social.
		Influencia social	Ésta variable se refiere a la influencia de pares, familia, o personas de influencia en cuanto al uso de nuevas redes sociales.
	Motivación Hedónica	Busca medir el tipo de relaciones que el adolescente construye en la red, la frecuencia, y como se relaciona con pares, así como otro tipo de relaciones en línea.	

---

Autoconcepto	Hábito	El hábito es un constructo que permite entender como un individuo convierte una práctica en una actividad diaria y automatizado
	Intención conductual	Se refiere a la intención del usuario para continuar utilizando la tecnología en el futuro según frecuencia.
	Comparación social	Se pretende medir cuánto y que tipo de comparación hace el adolescente en la red, a partir contenido, fotografías, perfil de usuario etc, ya sea entre pares, con celebridades o personas de influencia.
	Social	Mide la percepción que el adolescente tiene sobre sí mismo en cuanto a las relaciones con otros
	Intelectual	Se refiere al autoconcepto en relación al aprendizaje escolar, conocimiento, etc.
	Emocional	Ésta variable mide, como se considera a sí mismo el adolescente en el aspecto emocional
	Corporal	Se refiere a como se ve a sí mismo físicamente.

---

Tabla 2. Operacionalización de variables

### 3.6 Universo y muestreo

Una muestra es un subconjunto elegido a partir una población, que pretende obtener resultados que puedan ser aplicables a toda la población (Marradi, 2007), el autor hace hincapié en que una muestra es aleatoria cuando existe la probabilidad de que cualquiera de los miembros de una población sea parte de la muestra. En el caso de esta investigación se llevó a cabo encuesta por muestreo. Para Sampieri (2006) las muestras se dividen en probabilísticas y no probabilísticas, se utilizó una muestra probabilística, la cual fue de tipo estratificada, seleccionada al azar, pues se eligieron los municipios con mayor influencia social en la población, pero los alumnos y escuelas fueron seleccionados al azar, esto con el

objetivo hacer comparaciones entre la zona rural y urbana, para una primera fase se seleccionó la ciudad de Hermosillo, dejando para una segunda fase Guaymas, Empalme y Nogales. Pues como menciona Hernández, Fernández y Baptista, (2006) la muestra probabilística estratificada consiste en dividir a la población en segmentos y seleccionar una muestra por cada segmento a partir del universo. Para la segunda fase seleccionaremos los municipios de Caborca y Magdalena, el margen de error de la muestra es del 5%.

La muestra se tomó de las secundarias públicas de Sonora inscritas en el del sistema de educación básica de México, las cuales son un total de 624, se tomará una muestra representativa, por estratificación. Las secundarias públicas en México según la SEP se dividen en urbanas y rurales, que a su vez se dividen en secundarias generales, secundarias técnicas, secundarias para migrantes, secundarias comunitarias, telesecundarias y para trabajadores. La tabla 3 expresa las muestras definidas tanto para la primera fase como para la segunda, y cuántos instrumentos se contemplan aplicar.

### Universo y Muestra de la población

Municipio	Universo	Muestra	Margen de error
Primera fase			
Hermosillo	41, 347	361	
Segunda fase			
Guaymas	7,891	366	5%
Empalme	3,230	343	
Nogales	15, 217	375	

Tabla 3. Gracia, P., Montes, M., (2017)

## Muestra de alumnos en secundarias públicas de Hermosillo, Sonora

Escuela	Zona Escolar	Instrumentos aplicados
Juan Escutia	2	37
Alfredo Uruchurtu	2	44
Prof. Alejandro Sotelo Burruel	19	45
Prof. Carlos Espinoza Muñoz	5	38
Joaquín Enríquez Flores	10	52
Juan Ceballos Ayala	14	50
Eduardo Peña Ibarra	13	45
Arq. Gustavo F Aguilar Beltrán	7	50

Tabla 4. Montes, M., Gracia, P., (2017)

### 3.7 Instrumentos

El instrumento que se ha utilizado es el cuestionario por muestreo que según Corbetta (2007) es parte de un procedimiento estandarizado y que se dirige a los sujetos de estudio en las ciencias sociales, el cual permite estudiar las relaciones entre variables, para Hernández (2006) el cuestionario puede ser cerrado o abierto y auto administrado, personal, telefónico o vía internet, por su contexto, los cuestionarios utilizados se realizaron en papel en grupos escolares, y la escala de medición en la que están basados los instrumentos, son escala tipo Likert.

El instrumento fue compuesto por 3 modelos ya probados en otros contextos, como son, LAEA de Maite Garaigordobil (2011) el cual consta de 57 adjetivos positivos enfocados en el autoconcepto como parte de la personalidad, mediante el cual se pretende calificar las cuatro dimensiones del autoconcepto. La física que consta de 8 items, la social que contiene

18 ítems, la emocional de 22 ítems y la intelectual con 9 ítems, la escala va del 0 al 4 donde 0 = “nada”, 1 = poco, 2 = regular, 3= bastante y 4 = “mucho”. Está diseñado para medir el autoconcepto de adolescentes y adultos de entre 12 y 65 años. (Garaigordobil, 2011)

También se utilizó un híbrido a fin de medir los indicadores del uso de redes sociales, compuesto por el cuestionario de La Teoría de la aceptación y uso de la tecnología (Venkatesh, 2012) el cual consta de 35 reactivos, los cuales buscan medir los factores de expectativa de rendimiento (5 ítems), expectativa de esfuerzo (4 ítems), influencia social (3 ítems), condiciones facilitadoras (4 ítems), motivación hedónica (3 ítems), hábito (4 ítems) e intención conductual (3 ítems).

Una escala de frecuencia y motivaciones de uso de redes sociales, retomada de Colás y Pablos (2009) quienes proponen dos grandes variables para el estudio de redes sociales, las cuales son frecuencia y motivaciones, quienes a su vez retoman el apartado de motivaciones de Notley (2007) que a pesar de ser un instrumento cualitativo a sido utilizado y adaptado en investigación cuantitativa como es el caso de Chak y Leung (2004), Valkenburg y Peter (2007), Valkenburg, Peter y Schouten (2006) así mismo ha sido adaptado y retomado en la presente investigación.

### **3.8 Procedimientos de aplicación**

Para llevar a cabo el levantamiento de datos se tomaron como referencia los pasos que propone Hernández (2006)

1. Definir la forma idónea de recolectar los datos de acuerdo con el planteamiento del problema y las etapas previas de la investigación. En esta investigación de corte cuantitativo, se ha utilizado la encuesta, pues el principal interés

es entender el panorama general y la situación de los jóvenes en Sonora, en cuanto al uso de redes sociales y su relación con el desarrollo de la personalidad, en este caso el autoconcepto.

2. Seleccionar o elaborar uno o varios instrumentos o métodos para recolectar los datos requeridos. Se tomará un instrumento por transferencia, LAEA (Maité Garaigordobil, 2011) y se diseñará otro instrumento adaptando el instrumento de Venkatesh (2012), considerando agregar otras micro variables que nos lleven a indagar sobre el comportamiento social de los jóvenes en la red.

3. Aplicar los instrumentos o métodos. Los instrumentos se aplicarán con el apoyo de un equipo, llevando a cabo primeramente un piloteo, para asegurar una mejor adaptación del instrumento.

4. Obtener los datos.

5. Codificar los datos. Los datos obtenidos en las secundarias se van a capturar en Excel.

6. Archivar los datos y prepararlos para su análisis por computadora. Y se emigrarán a SPSS para su correcto análisis en el laboratorio Axus, del departamento de Comunicación y psicología de la Universidad de Sonora.

Para la selección de instrumentos se llevó a cabo una revisión de la literatura pertinente, y una adaptación de dos modelos en cuanto al uso de redes sociales que ha dado como resultado un instrumento híbrido que pretende responder a ciertas preguntas, sin embargo el instrumento LAEA de Maité Garaigordobil (2003) se mantuvo por transferencia, y el de redes sociales será puesto bajo un juicio de expertos en jóvenes y tecnologías, además se llevó a cabo una prueba piloto de ambos instrumentos.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Confiabilidad de las escalas

Esta investigación, ha sido resultado de la integración interdisciplinar de una serie de modelos y constructos que buscan responder al fenómeno de redes sociales como el entorno en el cual socializan y se desenvuelven los adolescentes contemporáneos, por lo tanto, a continuación, se verifica la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente  $\alpha$  alfa de Cronbach, para cada modelo utilizado. Ya que según Quero Virla (2001) dos de las principales cualidades que un instrumento debe cumplir son la confiabilidad y la validez, siendo la confiabilidad aquella estabilidad de una medida para saber que tanto error existe en el instrumento, por lo tanto, se considera que un instrumento confiable es aquel que carece relativamente de errores, en el caso del alfa  $\alpha$  esta nos encamina a una mayor homogeneidad interna Virla (2001).

#### Análisis de confiabilidad del instrumento

Escalas	N	Alfa
Perfil socio académico	361	.42
Autoconcepto	361	.96
Aceptación y uso de redes sociales	361	.91
Frecuencia y motivaciones de uso de redes sociales	361	.88
Comparación social	361	.93
Perfil de usuario	361	.66
Privacidad	361	.80
Total	361	.93

Tabla 5. Gracia, P., Montes, M., (2018)

En la tabla anterior (5) se presenta el coeficiente de Cronbach ( $\alpha$ ) resultante para cada una de las escalas, resultando el perfil socio académico como el más bajo con un 0,42; seguido del perfil de usuario con un 0,66; por otra parte, la privacidad resultó con un 0,80; la frecuencia y motivaciones de uso con 0,88; la aceptación y uso de redes sociales con un 0,91; seguido de la comparación social con un 0,93; y por último siendo el de mayor puntuación el autoconcepto con 0,96.

Según Cozby (2002) tiene que ver con la relación existente entre los ítems de cada una de ellas; considerando que el valor mínimo para el alfa de Cronbach es de 0,70 cuando la escala da un resultado menor a 0,70 es considerada poco confiable, considerando el 0,90 como la puntuación máxima, sin embargo, cuando el puntaje excede el 0,90 se considera que existe cierta redundancia en los ítems, por lo cual se recomienda eliminar algunos.

Oviedo y Arias (2005)

## 4.2 Correlación de Pearson

### Matriz de correlaciones

		Exp Rend	Exp Esf	Inf Soc	Cond Fac	Mot Hed	Háb	Int Cond	Aut Fis	Aut Soc	Aut Emoc	Aut Int	Comp Soc	Frec RS	Aut Glob
Exp rend	Corr de Pearson	1													
	Sig. (bilateral)														
	N	361													
Exp esf	Corr de Pearson	.086	1												
	Sig. (bilateral)	.103													
	N	361	361												
Inf Soc	Corr de Pearson	.595**	.084	1											
	Sig. (bilateral)	.000	.111												
	N	361	361	361											
Cond Fac	Corr de Pearson	.100	.772**	.192	1										
	Sig. (bilateral)	.058	.000	.000											
	N	361	361	361	361										
Mot Hed	Corr de Pearson	.118*	.720**	.160	.744**	1									
	Sig. (bilateral)	.026	.000	.002	.000										
	N	361	361	361	361	361									
Háb	Corr de Pearson	.429**	.311**	.530	.393**	.490**	1								
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000									
	N	361	361	361	361	361	361								
Int cond	Corr de Pearson	.277**	.549**	.395	.652**	.639**	.696	1							
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000								
	N	361	361	361	361	361	361	361							
Aut Fis	Corr de Pearson	-.028	-.024	.031	.055	-.011	.018	.005	1						
	Sig. (bilateral)	.599	.646	.556	.300	.832	.730	.929							
	N	361	361	361	361	361	361	361	361						
Aut Soc	Corr de Pearson	-.027	.020	-	.005	-.012	.018	.034	.563	1					
	Sig. (bilateral)	.608	.709	.603	.922	.817	.726	.516	.000						
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	361					
Aut Em	Corr de Pearson	-.010	.004	.002	-.013	-.031	.026	.001	.605	.855**	1				
	Sig. (bilateral)	.848	.946	.969	.805	.554	.620	.980	.000	.000					
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361				
Aut Int	Corr de Pearson	-.003	.053	.001	.038	.029	.020	.021	.503	.726**	.800**	1			
	Sig. (bilateral)	.959	.313	.992	.467	.582	.703	.693	.000	.000	.000				
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361			
Comp Soc	Corr de Pearson	.003	.098	.022	.102	.034	-	.044	-	.066	.075	.100	1		
	Sig. (bilateral)	.958	.062	.682	.053	.517	.708	.408	.730	.208	.153	.059			
	N	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360		
Frec uso RS	Corr de Pearson	.063	.100	-	.122*	.091	.081	.096	.033	.019	.028	.034	-.025	1	
	Sig. (bilateral)	.232	.059	.935	.021	.084	.124	.089	.526	.726	.594	.521	.643		
	N	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	359	360	
Aut Glob	Corr de Pearson	-.019	.016	.002	.026	-.006	.024	.018	.768	.899**	.935**	.876**	.065	.033	1
	Sig. (bilateral)	.717	.765	.967	.628	.905	.652	.739	.000	.000	.000	.000	.221	.532	
	N	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	360	360	361

Tabla 6. Gracia, P., Montes, M., (2018)

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

### 4.3 Perfil socio-académico

La muestra dio como resultado un total de 361 alumnos, de los cuales 169 fueron hombres lo cual equivale al 47.7% y 192 mujeres que son el 52.2% representado en la figura 9.

*Distribución de alumnos por sexo*

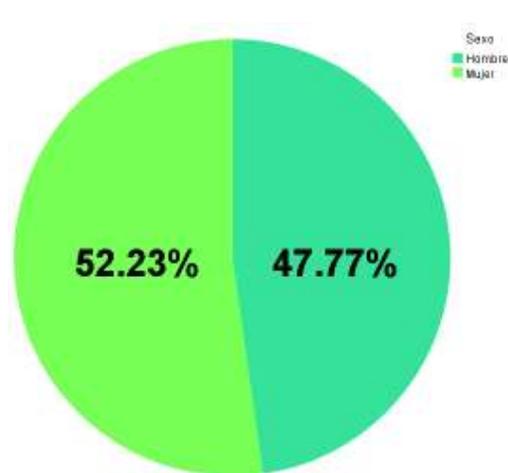


Figura 9. Gracia, P., Montes, M., (2018)

*Distribución de alumnos edad-sexo*

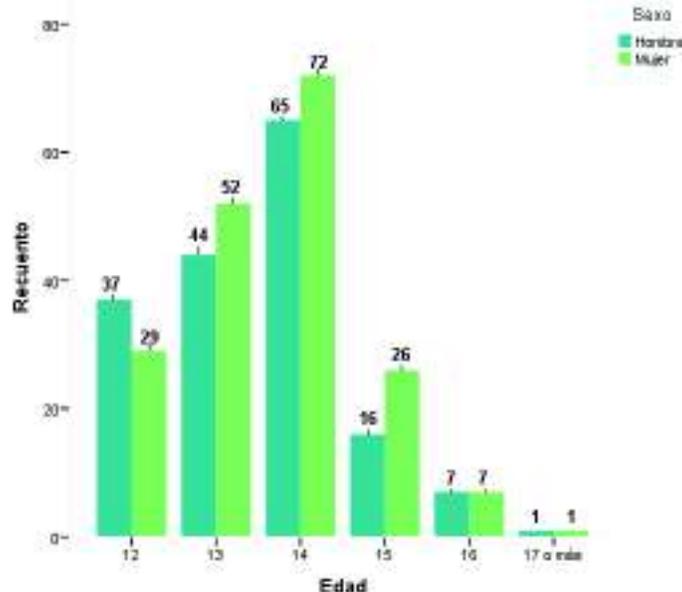


Figura 10. Gracia, P., Montes, M., (2018)

La distribución de los alumnos según edad y sexo fue la señalada en la figura 10, de los cuales la mayoría fueron mujeres y en cuanto a edades se encuentran distribuidos homogéneamente, sin embargo, los jóvenes de 12 años fueron en su mayoría hombres siendo el 10.4%, se pudo ver una mayor diferencia en los alumnos de 15 años los cuales fueron más mujeres que hombres, 20.2%, además de haber muy pocos alumnos tanto hombres como mujeres mayores de 15 años, 0.3%. Según el Instituto Nacional para la Evaluación de la

educación (INEE, 2016) el porcentaje de alumnos adscritos a secundarias para 2015 fue de 22.1% concentrándose mayormente entre los 12 y 14 años, con un porcentaje del 28% - 12 años, 30% -13 años y 27.9% - 14 años, habiendo un descenso de alumnos de 15 años a un 5%. Con lo cual se puede corroborar que son los hombres quienes disminuyen en número para tercer grado.

*Distribución de alumnos según grado escolar*

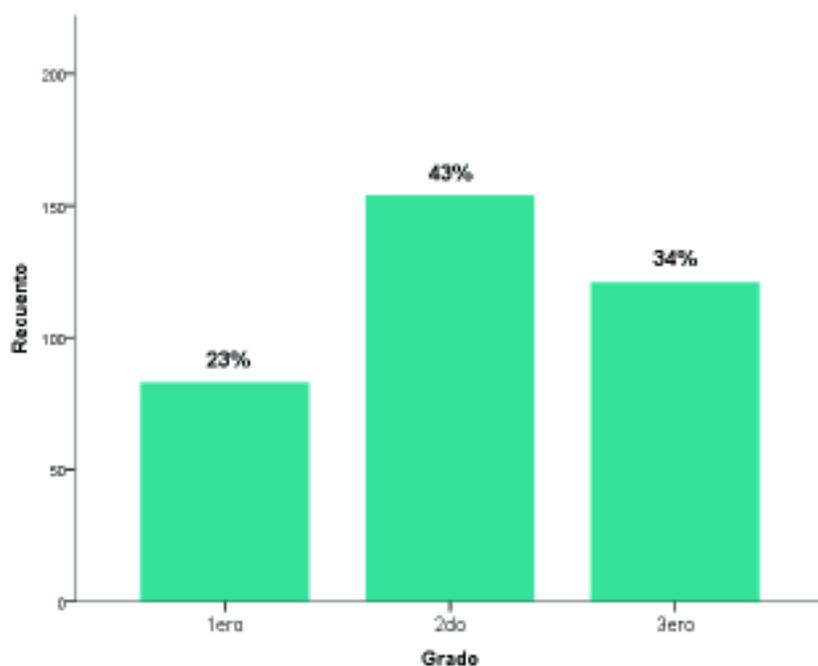


Figura 11. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2018)

Los alumnos mayormente encuestados fueron de segundo grado, conformando un 43% después de los de tercer grado quienes representaron el 34% y por último los de primer grado, con el 23%.

#### 4.4 Autoconcepto

Se utilizó el cuestionario LAEA (Listado de Adjetivos) el cual está compuesto por 57 adjetivos positivos, que miden las cuatro dimensiones de autoconcepto propuestos por Garaigordobil (2008). Mediante el cual se encontró que existe una diferencia en los resultados de autoconcepto entre hombres y mujeres, siendo más positivo el de los hombres que el de las mujeres, lo que según algunos autores tiene que ver con el contexto cultural. La puntuación máxima de esta prueba es de 228, considerando que el autoconcepto global se coloca en la parte alta de la jerarquía, además se puede calificar como positivo o negativo según el resultado de cada ítem. (Garaigordobil, 2011)

#### Dimensiones de Autoconcepto según sexo

Sexo		Aut Físico	Aut Social	Aut Emoc	Aut Int	Aut Global
Hombre	Media	<b>2.2412</b>	<b>2.6395</b>	<b>2.6074</b>	<b>2.5945</b>	<b>2.5207</b>
	N	171	171	171	171	171
Mujer	Media	1.9586	2.4936	2.5063	2.3939	<b>2.3381</b>
	N	187	187	187	187	187
Total	Media	2.0970	2.5695	2.5598	2.4900	2.4291
	N	361	361	361	361	361

Tabla 7. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2018)

### Dimensiones de Autoconcepto según sexo

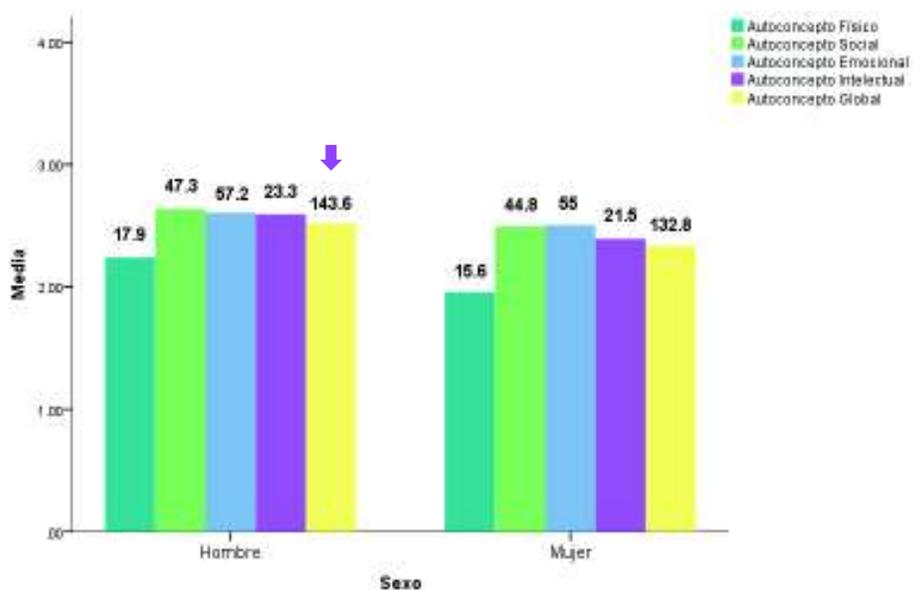


Fig 12. Gracia, P., Montes, M., Castillo, E. (2018)

La tabla 7 y la figura 10 hacen referencia a las dimensiones del autoconcepto de lo cual se llevó a cabo un análisis descriptivo de las dimensiones tanto en hombres como mujeres, dando como resultado un autoconcepto global más positivo en hombres con una puntuación de 143.6 en comparación con el de las mujeres que dio como resultado 132.8, y un autoconcepto general de la muestra de 138.5.

En cuanto a las dimensiones la media más alta en mujeres fue la referente al **autoconcepto emocional** con un puntaje de 55, y en hombres fue el autoconcepto **social** con un puntaje de 57.5, coincidiendo hombres y mujeres en la media más baja que fue el autoconcepto físico con un puntaje de 15.6 en mujeres y 17.5 en hombres. Costa y Taberner (2012) plantean una interrogante en torno a la relación entre tres variables que son, autoconcepto, género y rendimiento académico, pues existen opiniones contrapuestas en torno al tema, a lo que Cerrato, Sallent, Aznar, Pérez, y Carrasco (2011) mencionan que es posible que estas contradicciones se deban a la naturaleza de los instrumentos o escalas

empleadas, así como el contexto, sin embargo un hallazgo bastante recurrente en las investigaciones de Cerrato (2011) García y Fernández (2009) así como en Carrasco (2011) se inclina a un menor autoconcepto físico por parte de las chicas.

### Dimensiones de Autoconcepto según grado

Grado		Autoconcepto Físico	Autoconcepto Social	Autoconcepto Emocional	Autoconcepto Intelectual	Autoconcepto Global
1ero	Media	<b>2.2334</b>	<b>2.6010</b>	<b>2.5772</b>	<b>2.5596</b>	<b>2.4928</b>
	N	83	83	83	83	83
2do	Media	2.1193	2.5978	2.5702	<b>2.4264</b>	2.4284
	N	154	154	154	154	154
3ero	Media	<b>1.9669</b>	<b>2.5075</b>	<b>2.5327</b>	2.5170	<b>2.3810</b>
	N	121	121	121	121	121
Total	Media	2.0997	2.5724	2.5638	2.4941	2.4325
	N	360	360	360	360	360

Tabla 8. Gracia, P., Montes, M. (2018)

Tomando en cuenta el grado que estaban cursando los alumnos, los que dieron como resultado un mayor autoconcepto global fueron los de primer grado con un 141.9, seguido de los de segundo grado con una puntuación de 137.9 y por último los de tercer grado con 135.6, además incide el autoconcepto físico como el más bajo en alumnos de los tres grados.

Fernández, González y Contreras (2015) definen el autoconcepto físico como un elemento de la imagen corporal la cual está compuesta por un componente perceptivo, donde va implícito el autoconcepto, y un elemento conductual. Y señala que la adolescencia es una etapa en la cual existe un mayor índice de preocupación por el cuerpo, principalmente en mujeres. Además, Goñi, García y Fernández (2004) señalan una relación entre el autoconcepto físico, índice de masa corporal, práctica deportiva y satisfacción corporal.

### *Autoconcepto y promedio escolar*

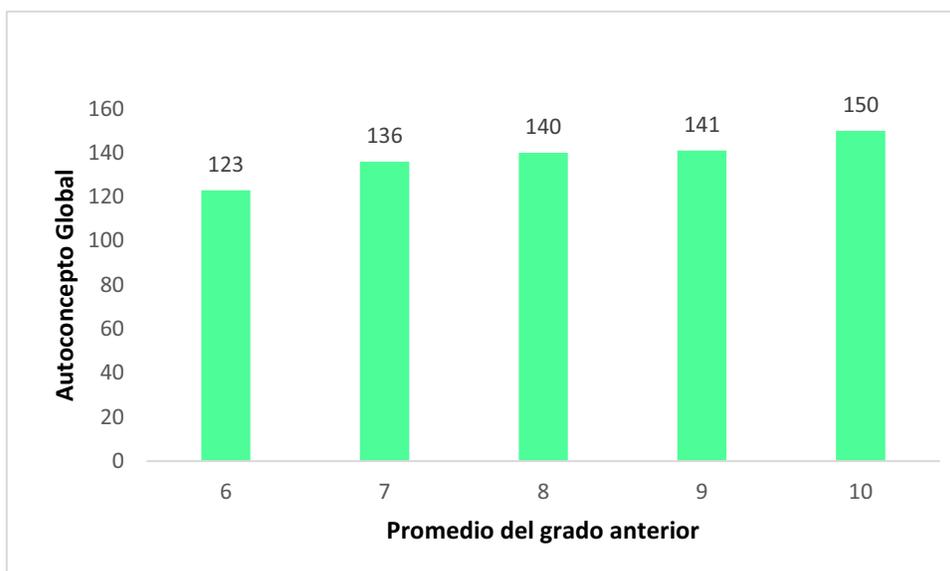


Fig. 13 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Es importante señalar que, durante la etapa escolar, el autoconcepto del niño el cual se encuentra en su segunda etapa depende casi en su totalidad de lo que los demás ven y le comunican, considerando a los docentes como figuras que influyen en el autoconcepto del propio estudiante (Arancibia, 1990). En la figura 13 podemos ver como conforme el promedio es mejor el alumno posee un autoconcepto más positivo, eso puede abrir camino a cuestionarnos si ese autoconcepto relacionado al promedio tiene más que ver con la manera en que profesores y padres de familia perciben al alumno según su calificación.

#### **4.5 Redes sociales virtuales**

Con el fin de medir el impacto de las redes sociales en varias dimensiones de la vida del adolescente, se han utilizado cinco escalas, conformando un híbrido de cuestionario, cuyos resultados se presentan a continuación.

#### 4.5.1 Aceptación y uso de la tecnología

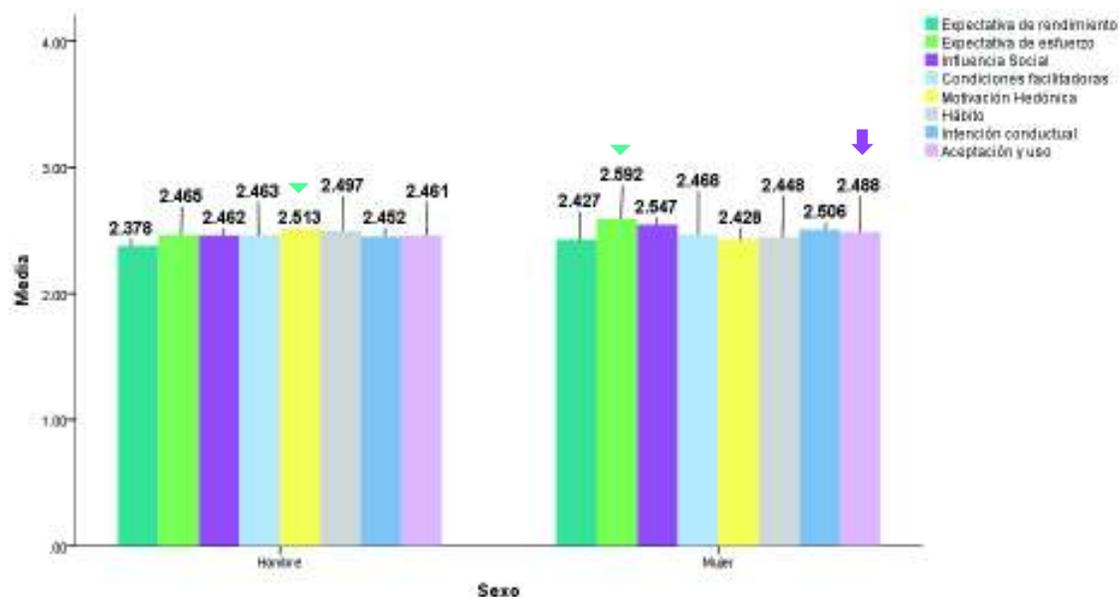
**Tabla estadística descriptiva de Aceptación y uso de la tecnología**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Ex rendimiento	361	.00	4.00	<b>2.40</b>	.72
Ex Esfuerzo	361	.00	4.00	<b>2.54</b>	1.03
Influencia Social	361	.00	4.00	2.51	.84
Cond Facilitadoras	361	.00	4.00	2.47	.96
Motivación Hedónica	361	.00	4.00	2.48	1.1
Hábito	361	.00	4.00	2.47	.87
Intención Conductual	361	.00	4.00	2.48	.93
Total	361				

Tabla 9. Gracia, P., Montes, M., (2017)

Se llevó a cabo el cuestionario de aceptación y uso de la tecnología para el cual la media en los resultados no fue tan diferente, sin embargo, la puntuación más alta, es decir el apartado con el que se identifican más los jóvenes es el de expectativa de esfuerzo teniendo una media de 2.54, siendo 4 la puntuación más alta. La expectativa de esfuerzo se refiere al grado de facilidad con la que un usuario se relaciona con cierta tecnología, en este caso los adolescentes con la interfaz de las redes sociales virtuales. (Venkatesh y Morris, 2003)

## Aceptación y uso de la tecnología según el sexo



.Fig. 14 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Además, Venkatesh hace énfasis de que en “Expectativa de esfuerzo” son más sobresalientes las mujeres lo cual coincide con los resultados de la figura 12, donde la puntuación mayor en mujeres fue en este constructo, con una media de 2.59. (Venkatesh y Morris, 2003) El factor con el que menos se identifican fue el de intención conductual.

A diferencia de los hombres, las mujeres tuvieron una puntuación más elevada en la escala completa, y la menor puntuación fue en “Expectativa de rendimiento”, coincidiendo con el factor más bajo en hombres. Sin embargo, para los chicos la puntuación más alta se situó en “Motivación Hedónica” con una media de 2.51.

El constructo de motivación hedónica se refiere al grado de placer o diversión percibido al utilizar cierta tecnología; la motivación hedónica es totalmente contraria a cualquier motivación que surja de la utilidad o productividad que tiene determinada tecnología, existe una nueva tendencia en el mercado de los videojuegos y redes sociales la cual se enfoca en llevar al usuario a una mayor inmersión y dedicación (Jegers, 2007), es

decir estos usuarios no buscan una recompensa tangible, sino que su satisfacción proviene de la propia experiencia de usuario (Venkatesh, 2005; Sweetser y Wyeth, 2005, Lowry, Gaskin, Twyman, Hammer, Roberts; 2012)

#### 4.5.2 Privacidad

Varios autores coinciden en cómo el usuario busca negociar la privacidad con el servicio (Red social) (Boyd y Ellison, 2011; Aquity y Gross, 2013) En el caso de Facebook, tanto la interfaz como la experiencia de usuario y las opciones de privacidad influyen bastante en las decisiones que el usuario toma. También Brandimarte y Acuisti (2012) señalan que es posible que de cualquier forma una mala dirección a los usuarios puede llevar a compartir sus datos con extraños, por lo que al final de cuentas la privacidad en línea resulta algo un tanto paradójico de lo que no siempre se tiene certeza.

#### *Edad a la que comenzaste a utilizar redes sociales*

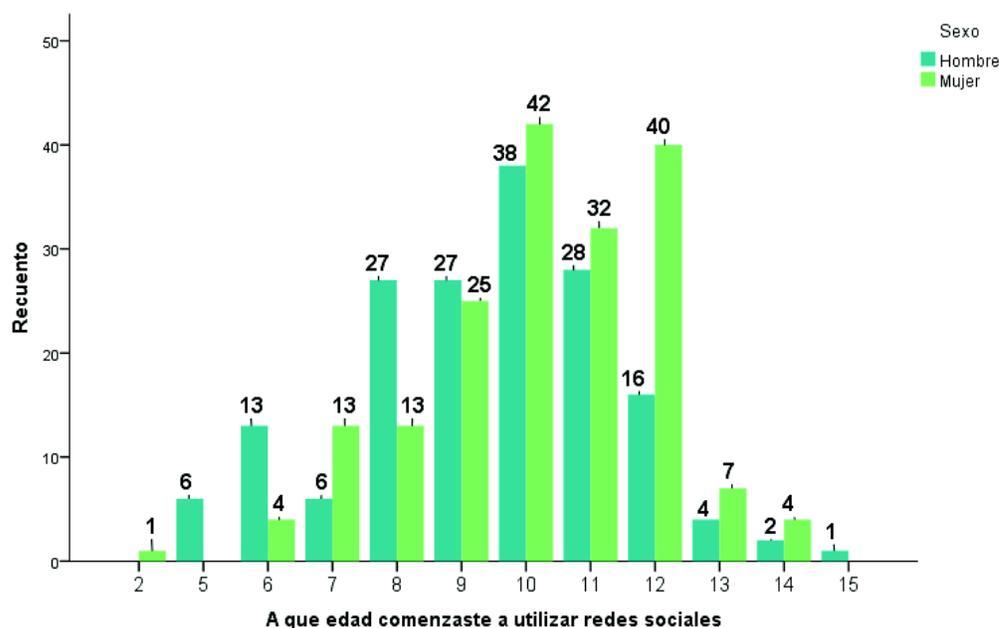


Fig. 15 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En la figura 15 se muestra la edad en la que los jóvenes encuestados comenzaron a utilizar redes sociales, la mayoría de los hombres (38) y mujeres (42) indicaron haber

comenzado a utilizar RS a la edad de 10 años, sin embargo, los hombres comienzan a utilizarlas a más temprana edad que las chicas, quienes se concentran también a la edad de 12 años.

*Considero importante la autorización de un adulto para utilizar RS*

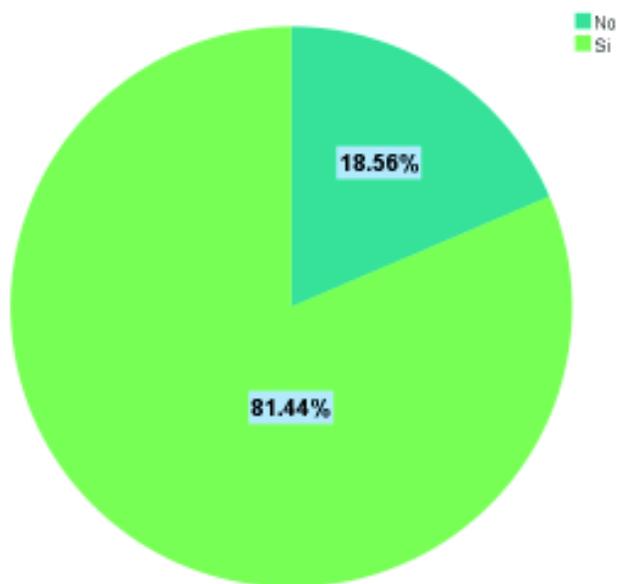


Fig. 16 Gracia, P., Montes, M., (2018)

La figura 16 indica la importancia que los adolescentes le dan a la autorización de un adulto para utilizar Redes Sociales, el 81.4% respondieron que si consideran importante la autorización de un adulto y el 18.5% respondieron que no les parece importante.

### Cuando comenzaste a utilizar RS tenías el permiso de

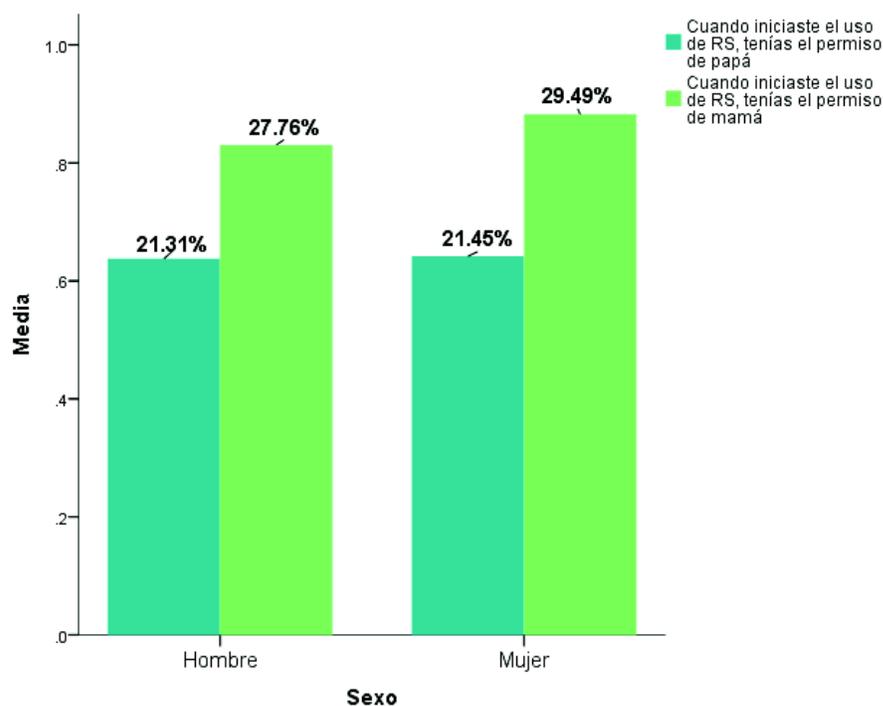


Fig. 17 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Otro indicador que busca explicar la privacidad se refiere al control parental, es decir a la autorización de los padres cuando el niño o adolescente comienza a usar las plataformas virtuales, la mayoría tanto de hombres (27.7%) como mujeres (29.5%) respondieron que al comenzar a utilizar redes sociales tuvieron permiso por parte de la madre, quedando en segundo lugar la autorización del padre 21.3% Hombres, y 21.45% Mujeres.

Por otra parte, se analizaron las diferencias en cuanto a sexo y la importancia que los jóvenes le dan a la autorización de un adulto para utilizar RS, siendo los hombres quienes más importancia le dan a este aspecto, mientras que las niñas tuvieron un porcentaje más bajo en la importancia de la aprobación de un adulto.

### Con quien comparten claves de acceso

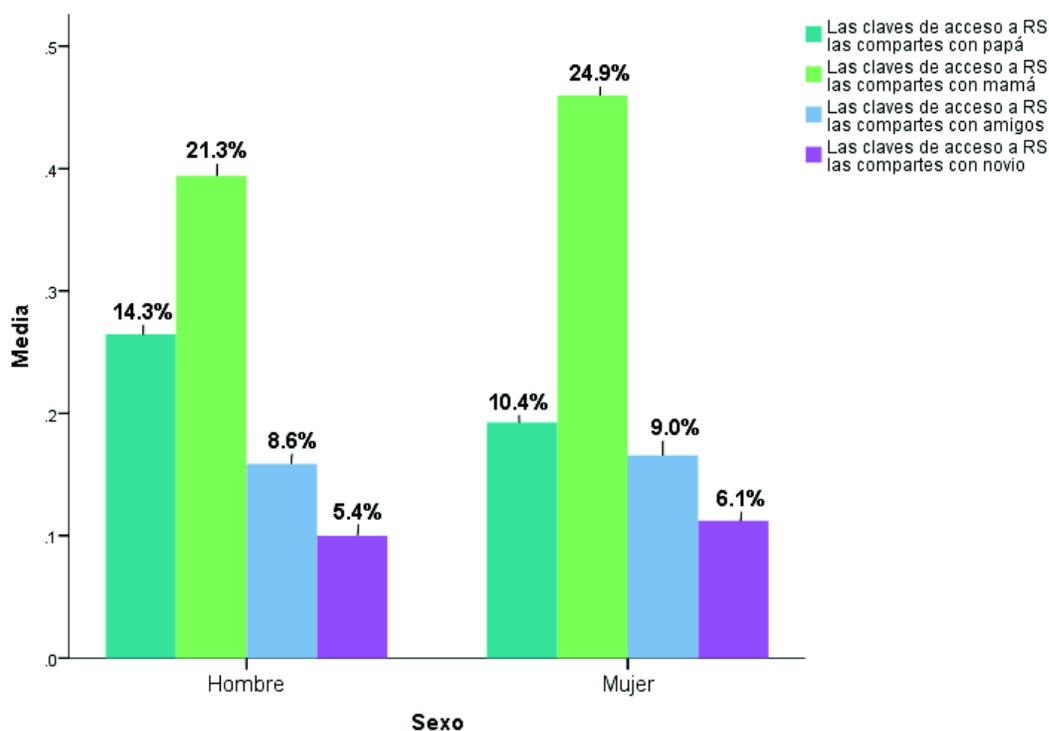


Fig. 18 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En la figura 18 se muestran los resultados respecto a con quien comparten sus claves de acceso los jóvenes de secundaria, y en ambos casos, tanto hombres (21.3%) como mujeres (24.9%) coincidieron en que mayormente comparten sus claves con la mamá, seguido de el padre (Hombres 14.3%, mujeres 10.4%) después con amigos (Hombres 8.6%, mujeres 9%) y finalmente con el novio o novia (Hombres 5.4%, Mujeres 6.1%)

Según datos cuantitativos de Acquisti y Gross (2013), los usuarios de Facebook, red social más utilizada en todo el mundo, han ido en una búsqueda de la privacidad ascendente, y cada vez comparten menos información con desconocidos, lo que corrobora que los usuarios son cada vez más autónomos y menos influenciados por el factor externo, sin embargo, se ha incrementado la información personal o detalles personales que se comparte con la lista de contactos.

Otro aspecto importante ya mencionado por algunos autores es si el perfil es privado o público, y como lo mencionan Boyd y Ellison (2013) las nuevas y múltiples posibilidades para configurar la privacidad del perfil trae consigo más posibilidades, la siguiente figura (19) muestra claramente que son una minoría aquellos jóvenes que mantienen su perfil abierto para todos, y que con quienes más comparten su perfil es con amigos y familia.

*Quien puede ver tu perfil en RS*

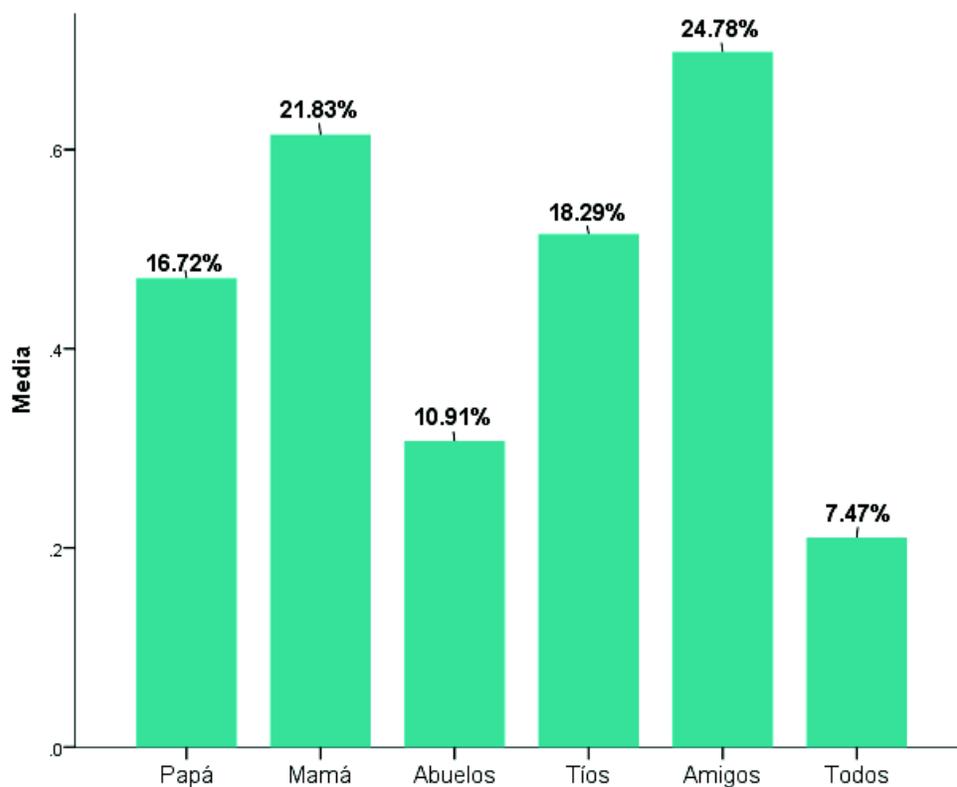


Fig. 19 Gracia, P., Montes, M., (2018)

### 4.5.3 Frecuencia y motivaciones de uso

Este apartado, arroja resultados referentes a la frecuencia con que los adolescentes utilizan las redes sociales y cuáles son las más usadas, así como las principales motivaciones que los lleva a decidir usar con más frecuencia una que la otra, definitivamente la red social más utilizada entre los jóvenes es Facebook, seguido de Youtube, después whatsapp, Instagram, Snapchat, Google plus y por último twitter.

*Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia por adolescentes*

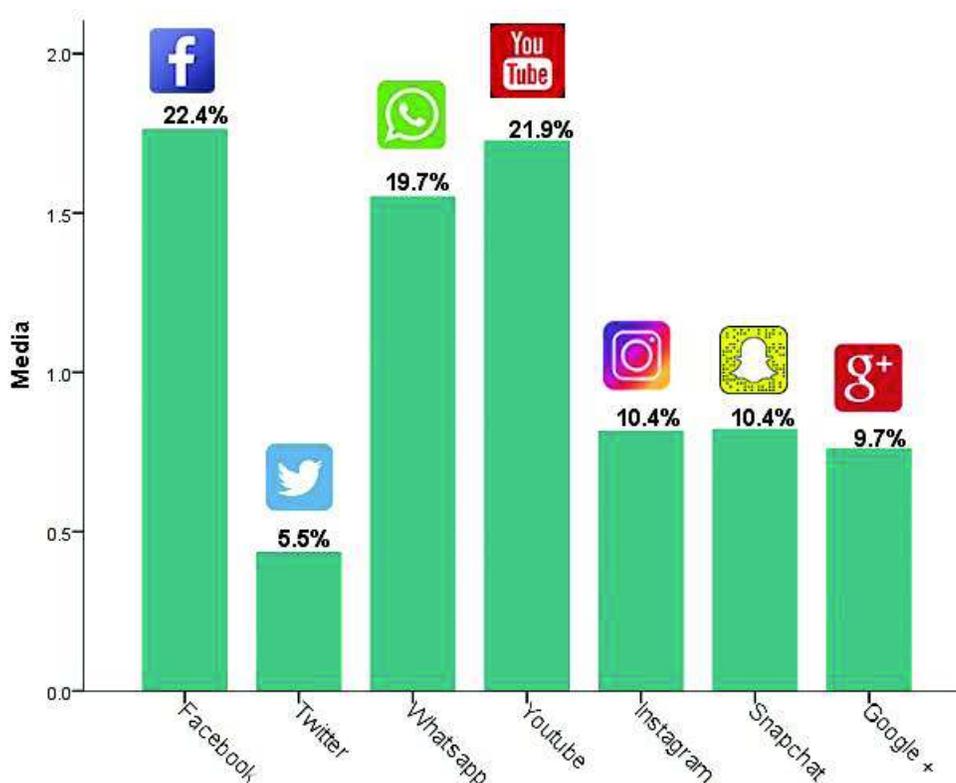


Fig. 20 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Es importante recordar que las redes sociales son lugares donde los jóvenes fortalecen lazos con aquellas personas que ya tienen cierta relación en la vida diaria, y no precisamente para conocer extraños, sin embargo, tanto la frecuencia como las motivaciones para cada una de las redes sociales varía según sus objetivos (Boyd y Ellison, 2007; Notley, 2009). El uso

de redes sociales ha sido visto desde dos perspectivas, la primera tiene que ver con el empoderamiento y la posibilidad de expresarse y participar que tiene el joven, la otra va más encaminada hacia los posibles riesgos que esto implica. (Notley, 2009)

Colás y Pablos (2013) proponen dos variables principales que son, Frecuencia y motivaciones; las cuales han sido analizadas en este apartado, tomando en cuenta dentro de las motivaciones tres de los indicadores propuestos por Notley (2009), además en este estudio se presentan tanto las frecuencias como motivaciones, de cada red social individualmente, dado que cada una posee características muy específicas.

*Redes sociales utilizadas con mayor frecuencia por sexo*

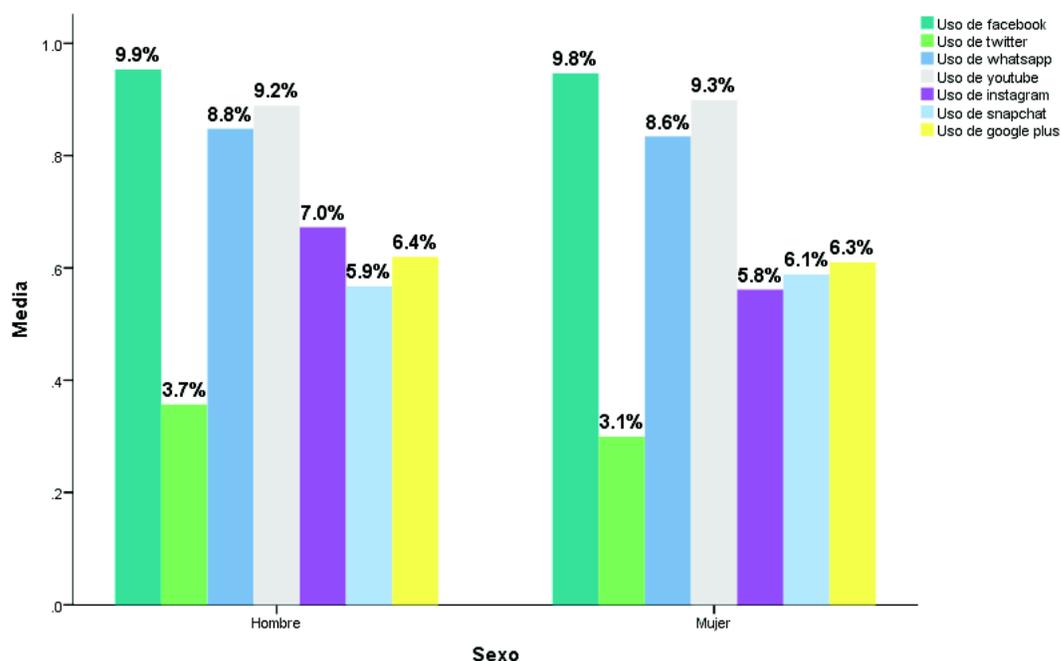


Fig. 21 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En cuanto al uso de RS por sexo, se muestran resultados bastante homogéneos, y por lo tanto las diferencias son muy pocas, donde podemos notar una leve diferencia mayor es en cuanto al uso de Instagram, el cual es utilizado mayormente por hombres 7% (Mujeres 5.8%), seguido por el uso de twitter el cual es también más utilizado por hombres 3.7% (Mujeres 3.1%).

#### *Frecuencia de uso Facebook*

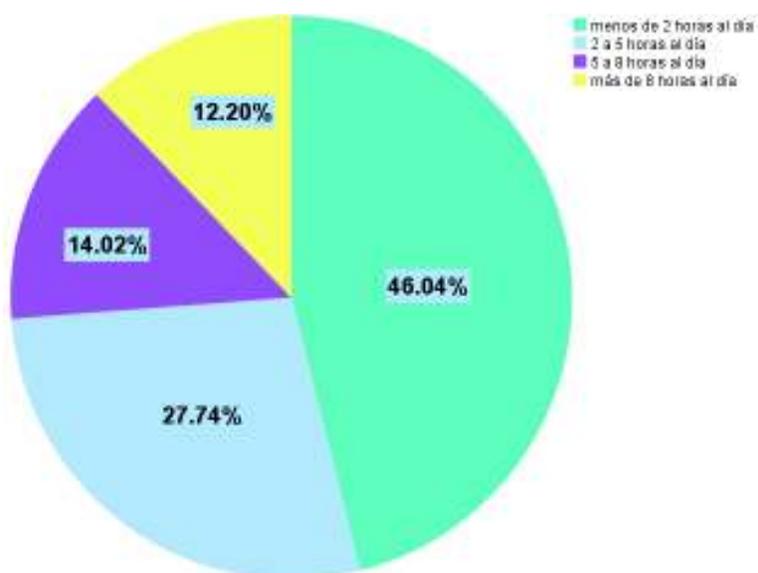


Fig. 22 Gracia, P., Montes, M., (2018)

La figura 21 indica la frecuencia de uso de Facebook, el 46% dice utilizar este menos de 2 horas al día, mientras que el 27.7% de 2 a 5 horas, el 14% de 5 a 8 horas al día y el 12% más de 8 horas al día.

### Motivaciones de uso Facebook

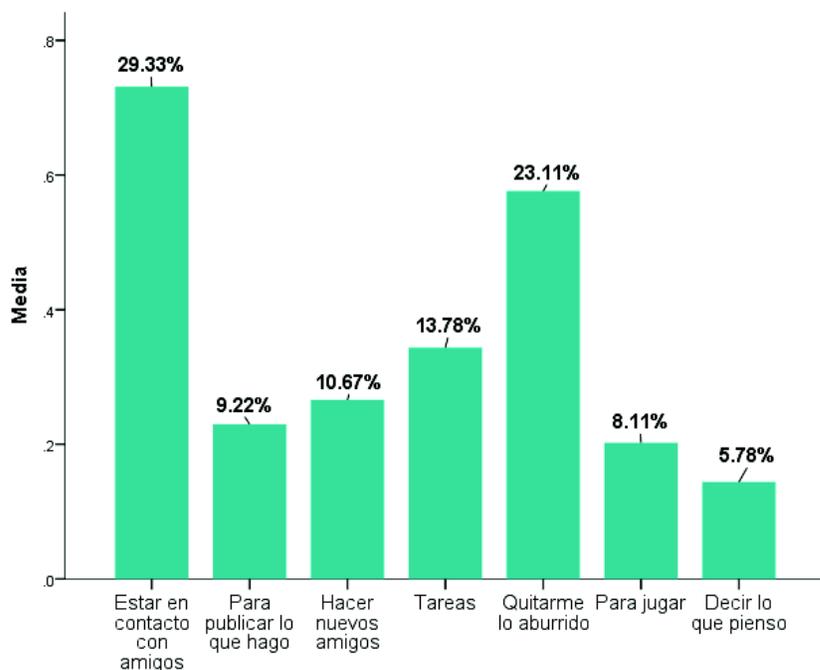


Fig. 23 Gracia, P., Montes, M., (2018)

La figura 22 muestra las motivaciones que impulsan a los adolescentes a utilizar con mayor frecuencia Facebook, la primera opción fue “Estar en contacto con amigos” 29.3% seguida de “Quitarme lo aburrido”, quedando en último lugar “Decir lo que pienso” 5.7%. Esto responde en primer lugar a la función de socialización, Podemos observar esta tendencia a mantener la comunicación con amigos como una tipificación *Funcional* de la forma de socializar del joven, ya que quienes tienen este perfil buscan fortalecer lazos ya existentes, siendo los chicos quienes muestran mayormente este perfil. (Cáceres, 2009)

Es importante tomar en cuenta que la realidad presente ya no es solo la del mundo analógico, sino que podemos concebir la tecnología como un entorno mediador de las interacciones sociales, donde los jóvenes nativos digitales viven constantemente conectados, y el vivir *on-line* es parte de la cotidianidad (Cáceres Brandle y Ruiz, 2013; Cáceres y Corral, 2014)

### Frecuencia de uso Facebook y autoconcepto Global

Frecuencia de uso Facebook	Autoconcepto global	N	Desv. típ.
Menos de 2 horas al día	160.8714	140	47.99248
De 2 a 5 horas al día	<b>150.0455</b>	88	53.64333
De 5 a 8 horas al día	<b>166.5128</b>	39	51.06903
8 horas o más al día	159.8421	38	50.76311
Total	157.4431	334	50.66330

Tabla 10. Gracia, P., Montes, M., (2018)

Aquellos alumnos con menor autoconcepto utilizan redes sociales de 2 a 5 horas diarias, mientras que los de mayor autoconcepto dijeron usar esta red social de 5 a 8 horas al día, lo que nos confirma que realmente la socialización que el joven tiene en línea tiene relación con un concepto de sí mismo más positivo y viceversa.

*Frecuencia de uso Twitter*

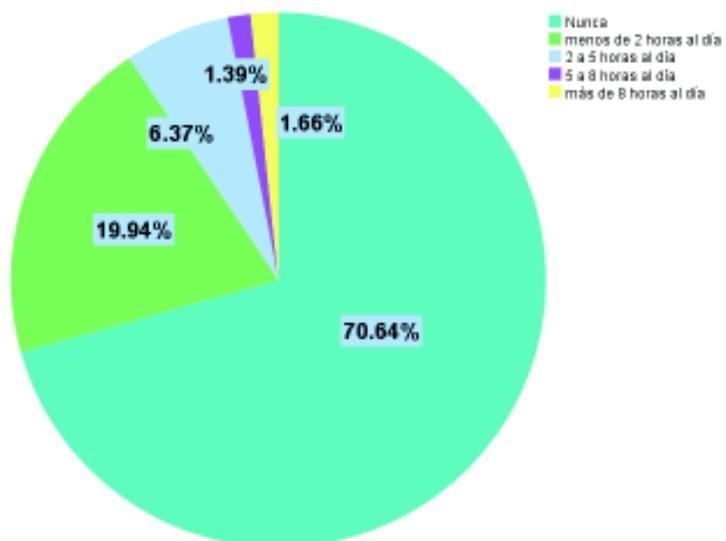


Fig. 24 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Twitter fue el menos utilizado entre los adolescentes, un 70.6% dijo nunca utilizarlo, mientras que el 19.9% menos de dos horas al día, 6.3% de 2 a 5 horas al día, 1.4% de 5 a 8 horas al día y el 1.6% más de 8 horas al día.

### Motivaciones de uso Twitter

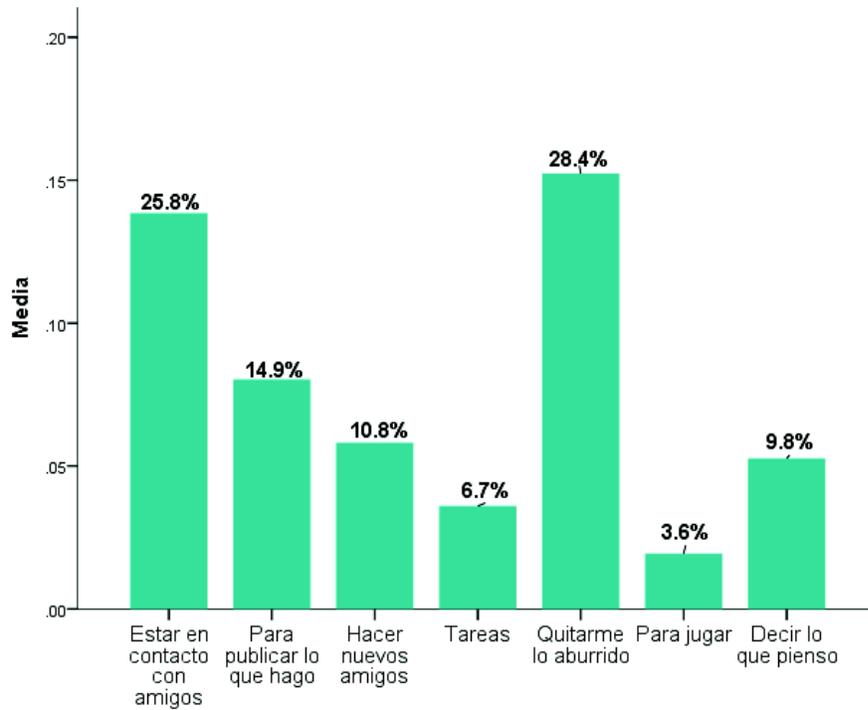


Fig. 25 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Entre las principales motivaciones para utilizar twitter se encuentra el “Quitarme lo aburrido” 28.4% seguido de “Estar en contacto con amigos” 25.8%, quedando en último lugar “Para jugar” 3.6%, y hacer tareas 6.7%

### *Frecuencia de uso Whatsapp*

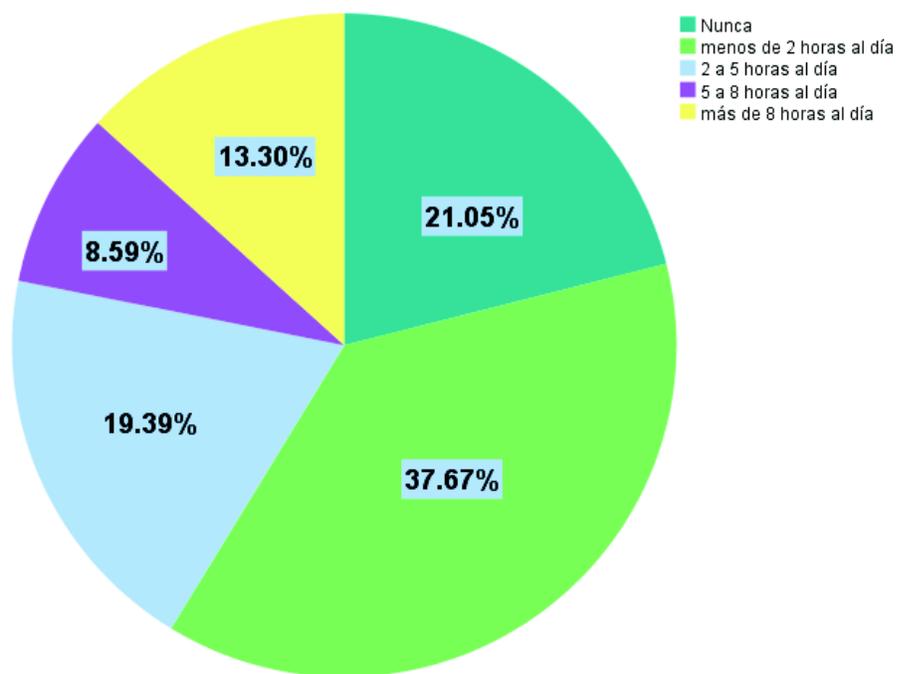


Fig. 26 Gracia, P., Montes, M., (2018)

De acuerdo a la figura 25, que se refiere al uso de whatsapp, el 21% dijeron no utilizarlo, el 36.6% utilizarlo menos de 2 horas al día, el 19.3% de 2 a 5 horas al día, el 13.3% más de 8 horas al día y el 8.5% de 5 a 8 horas al día.

### Motivaciones de uso Whatsapp

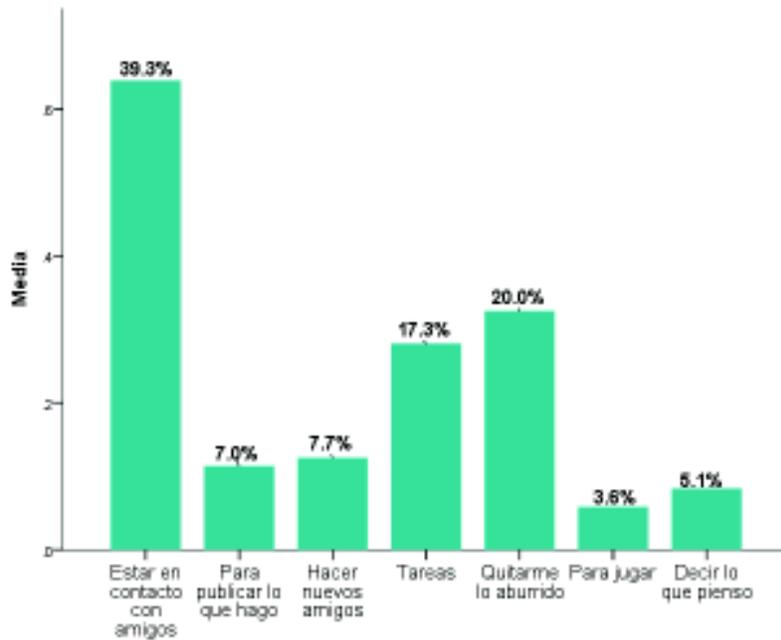


Fig. 27 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Los jóvenes respondieron que la mayor motivación para uso de whatsapp es estar en contacto con amigos 39.3%, “Quitarse lo aburrido” 20%, “Hacer tareas 17% y en orden descendiente 7.7% “Hacer nuevos amigos”, 7% “Publicar lo que hago”, 5.1% “Decir lo que pienso” y 3.6% “Para Jugar”.

### *Frecuencia de uso Youtube*

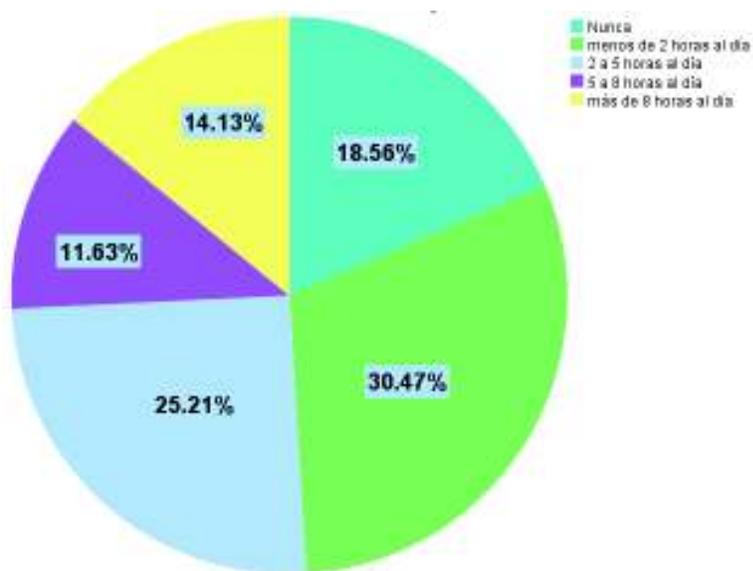


Fig. 28 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Youtube fue la segunda plataforma más utilizada por los estudiantes, el 18.5% respondió que “Nunca” la utilizaba, el 30.4% dijo que “Menos de 2 horas al día”, el 25.2% “De 2 a 5 horas al día”, el 11.6% dijo que lo utilizaba de 5 a 8 horas al día, y finalmente el 14% dijo que hacía uso de esta RS “Más de 8 horas al día”.

### Motivaciones de uso Youtube

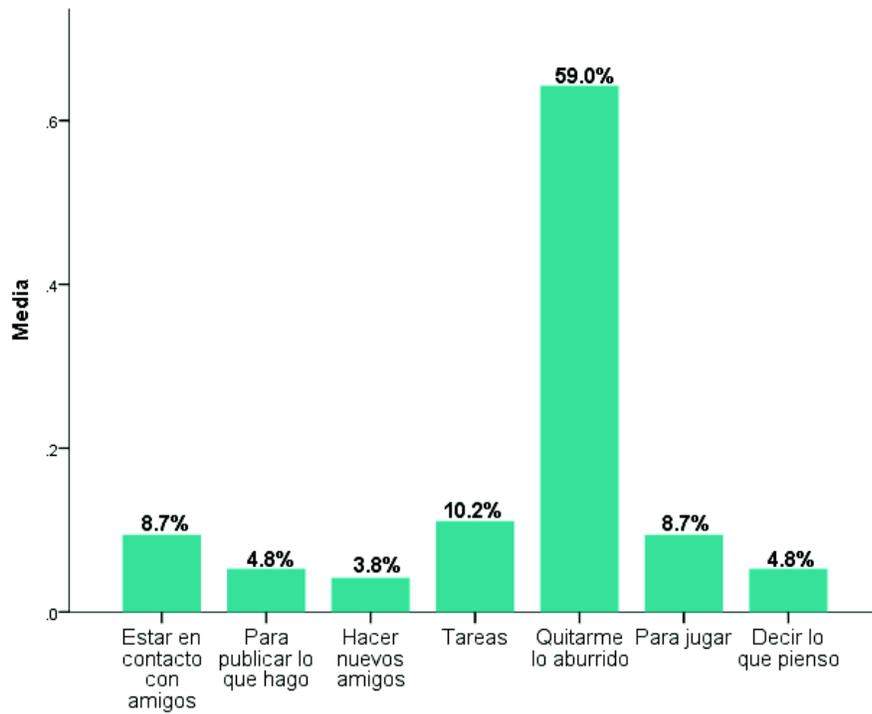


Fig. 29 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En cuanto a las motivaciones de uso para Youtube, un hallazgo importante es que la mayoría de adolescentes lo utiliza para “Quitarse lo aburrido” 59% y tomando en cuenta que son los hombres quienes más utilizan Youtube, resulta confirmatorio con el elemento de “Motivación Hedónica (Venkatesh, 2012) en el cual mencionabámos que son los hombres quienes tienden mayormente a buscar una gratificación inmediata en el uso de tecnología, y en este caso en el uso de la plataforma Youtube.

### Frecuencia de uso Instagram

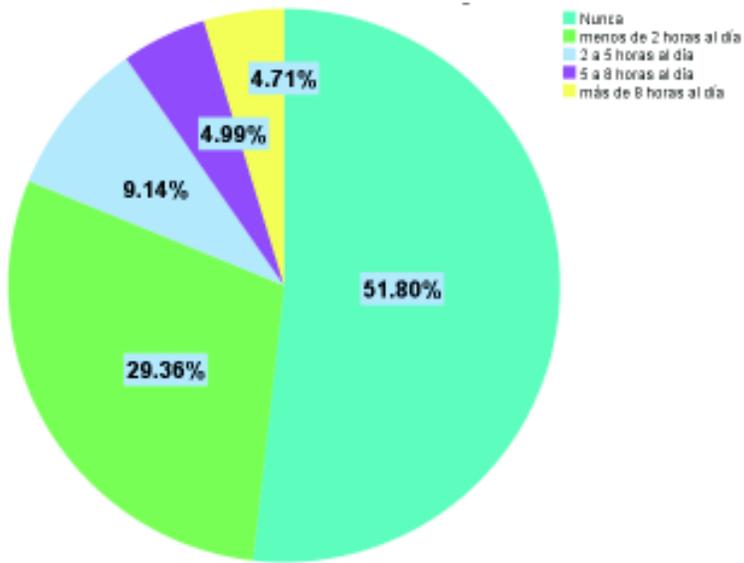


Fig. 30 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Otra de las RS más populares actualmente entre los jóvenes es Instagram, sin embargo, entre los estudiantes de secundaria no es precisamente la más utilizada, el 51-8% dijeron “Nunca” utilizar Instagram, el 29.3% dijo usarla menos de 2 horas al día, el 9.1% de 2 a 5 horas diarias, el 4-9% de 5 a 8 horas al día y el 4.7% más de 8 horas al día.

### Motivaciones de uso Instagram

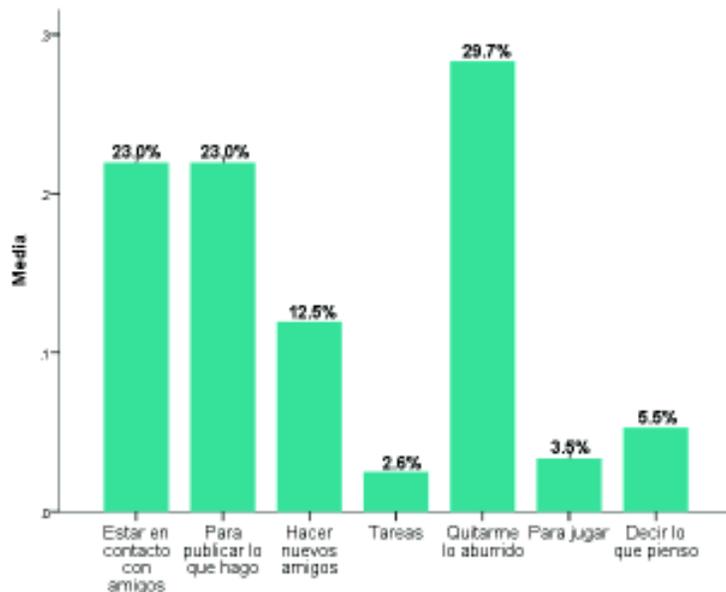


Fig. 31 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Las principales motivaciones fueron “Quitarme lo aburrido” 29.7%, seguido de “Estar en contacto con amigos” 23% y “Para publicar lo que hago” 23%, “Hacer nuevos amigos” 12.5%, “Decir lo que pienso” 5.5%, “Jugar” 3.5% y hacer tareas 2.6%.

*Frecuencia de uso Snapchat*

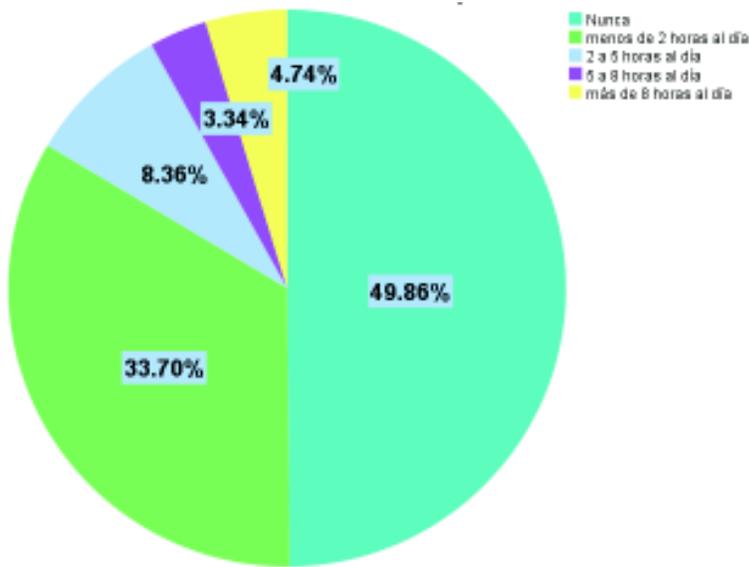


Fig. 32 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Snapchat es también otra de las redes sociales más populares entre los usuarios jóvenes, en este caso el 49.8% dice “Nunca” utilizar esta plataforma, y el 33.7% menciona que la utilizan menos de 2 horas al día, 8.3% “de 2 a 5 horas diarias”, 3.3% “de 5 a 8 horas al día”, y el 4.7% “Más de 8 horas al día”.

### Motivaciones de uso Snapchat

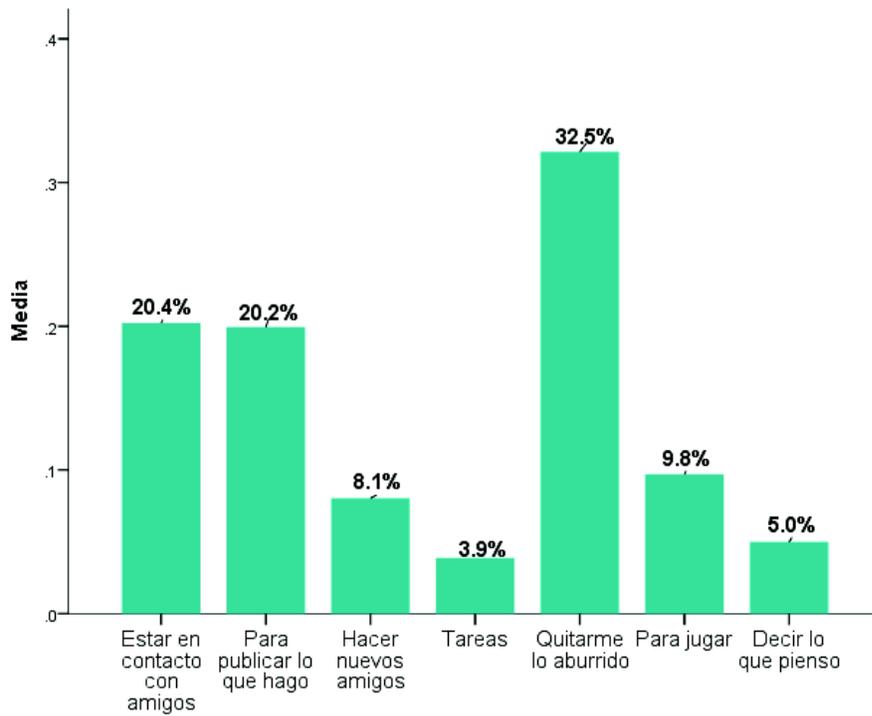


Fig. 33 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En cuanto a las motivaciones de uso de Snapchat, el principal es “Quitarme lo aburrido” 32.5%, 20.4% “Estar en contacto con amigos”, 20.2% “Para publicar lo que hago”, 9.8% “Para jugar”, 8.1% “Hacer nuevos amigos”, 5% “Decir lo que pienso”, 3.9% “Hacer tareas”.

*Frecuencia de uso Google+*

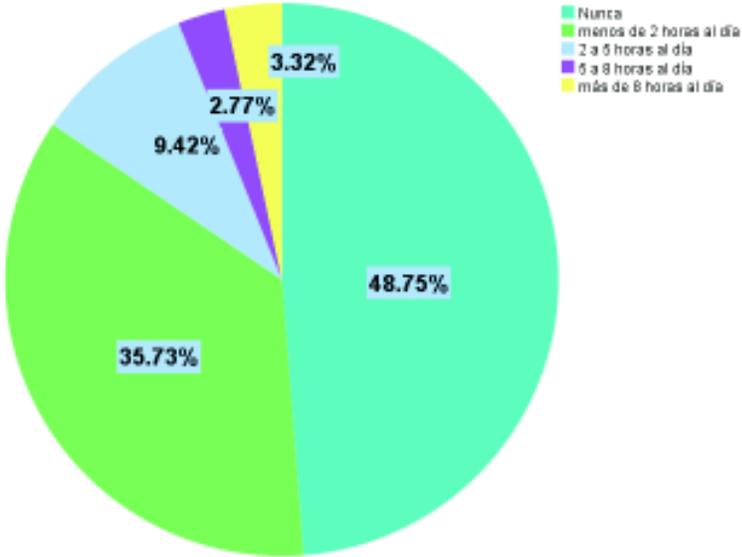


Fig. 34 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En cuanto al uso de Google + el 48.7% de los adolescentes respondieron “Nunca utilizar esta plataforma, el 35.7% “Menos de 2 horas al día”, el 9.4% “De 2 a 5 horas al día”, 2.7% de 5 a 8 horas al día, “Más de 8 horas al día” 3.3%.

*Motivaciones de uso Google+*

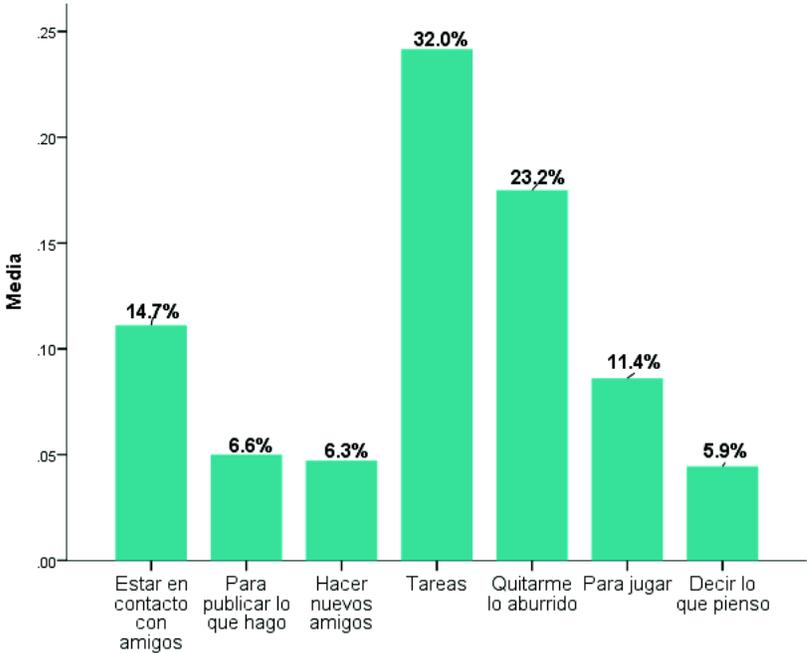


Fig. 34 Gracia, P., Montes, M., (2018)

La principal motivación en el uso de Google + resultó para “Tareas” 32%, “Quitarse lo aburrido” 23.2%, “Estar en contacto con amigos” 14.7%, “Para jugar” 11.4%, “Publicar lo que hago” 6.6%, “Hacer nuevos amigos” 6.3%, “Decir lo que pienso” 5.9%

#### **4.5.4 Perfil de usuario**

A continuación, se muestran los resultados para el apartado de perfil de usuario, el cual fue diseñado a fin de conocer las principales características del joven como usuario de redes sociales, tomando en cuenta que el perfil de usuario cuenta con algunas características como es mostrar una foto de perfil, y algunas cuentan con formas de personalizar el perfil, como en Facebook y Twitter es la foto de portada, dando a la interfaz una forma más personalizada, así como también es posible incluir entre las características la posibilidad de controlar quien puede acceder a tu perfil, es decir, la privacidad, así como la exhibición, que es lo que muestro en mi perfil, y finalmente una lista de amigos que son quienes comúnmente pueden tener acceso a aquellos perfiles que son privados. Boyd y Ellison (2007)

Para medir la variable perfil de usuario se tomaron los indicadores, Perfiles que el joven visita con mayor frecuencia, Frecuencia con la que revisa sus notificaciones, tipo de material que sube en su perfil, elementos que menos muestran en su perfil de RS, Edición de fotos de perfil, perfil real-perfil falso.

### ¿Qué perfiles visitas con mayor frecuencia en redes sociales?

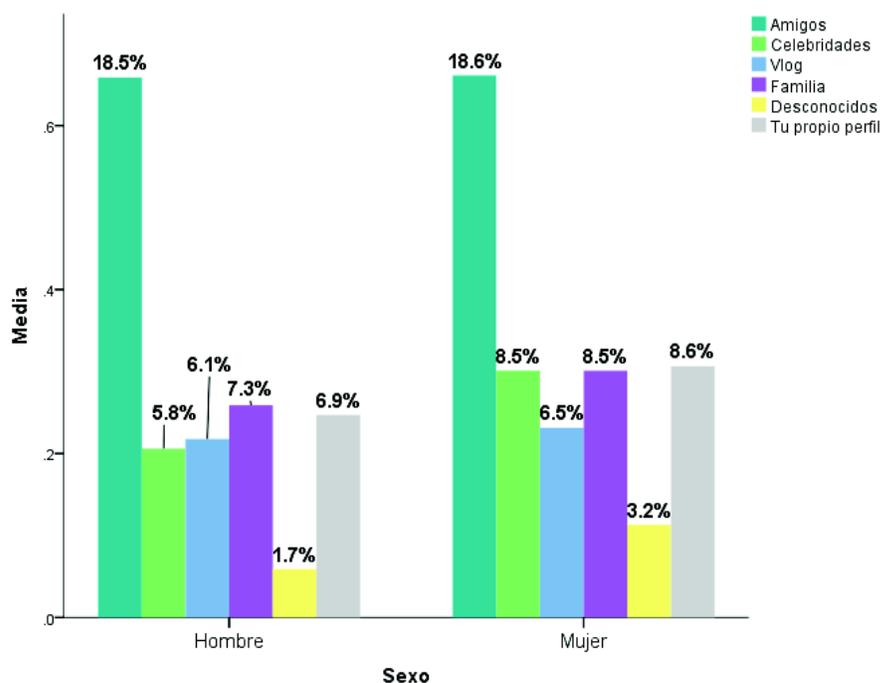


Fig. 36 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Los jóvenes coincidieron en que el perfil que visitan principalmente es el de sus amigos 18.5% tanto hombres como mujeres, en el caso de las chicas hubo una coincidencia en los perfiles que más visitan, Su propio perfil 8-6%, El de familia y celebridades 8.5%; Para los hombres pasó a tercer lugar su propio perfil 6.5%, el de celebridades 5.8% y familia 7.3%

Los jóvenes toman como punto de comparación negativa o positiva mayormente a sus pares y celebridades, por lo que estas tendencias de belleza idealizada, de imágenes manipuladas mostradas en la red puede llevar a los jóvenes a una inconformidad con su imagen corporal y por tanto un bajo autoconcepto físico (Lwin & Malik, 2012).

*¿Qué tan seguido revisas las notificaciones de tu perfil de usuario en RS?*

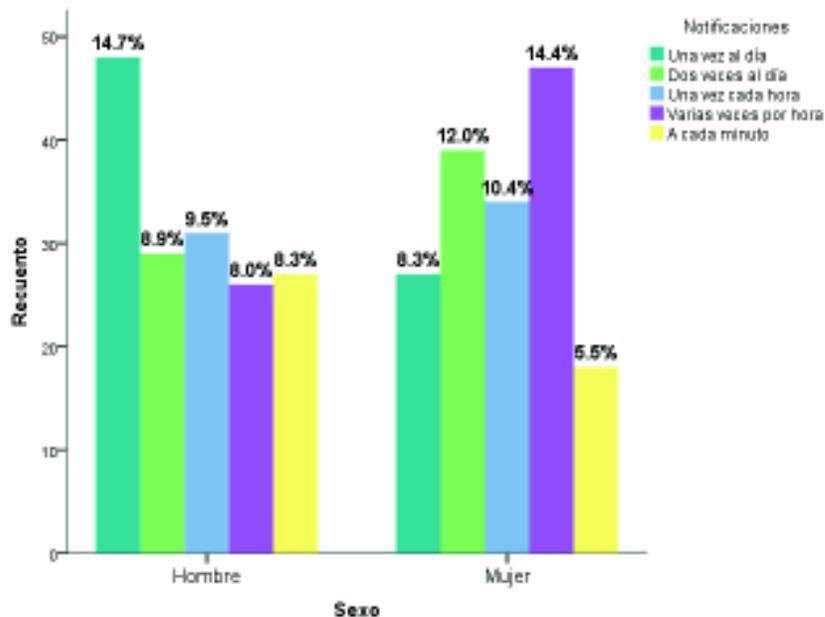


Fig. 37 Gracia, P., Montes, M., (2018)

En cuanto a la frecuencia con la que revisan sus notificaciones en RS, las mujeres mostraron una mayor preocupación respondiendo “Varias veces por hora” 14.4%, y los hombres mostraron un mayor desapego con un 14.7% “Una vez al día”, sin embargo, los hombres respondieron un 8.3% que lo hacían a cada minuto, mientras que las mujeres 5.5% respondieron lo mismo.

*¿Qué tipo de material subes con mayor frecuencia a tu perfil en RS?*

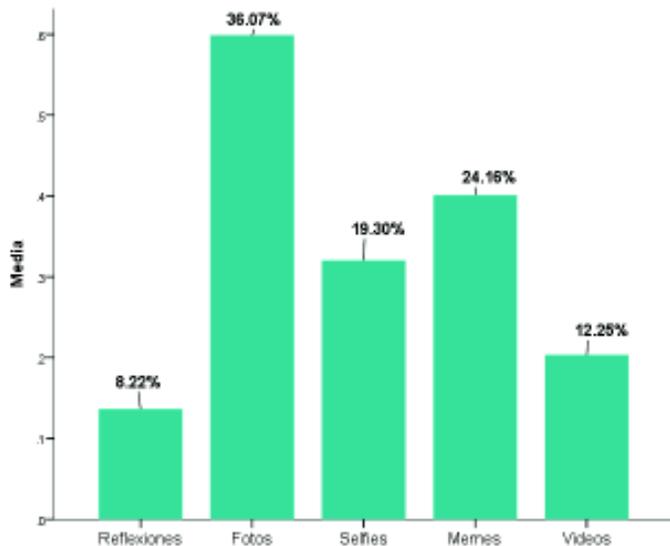


Fig. 38 Gracia, P., Montes, M., (2018)

¿Qué tipo de material subes con mayor frecuencia a tu perfil en RS?

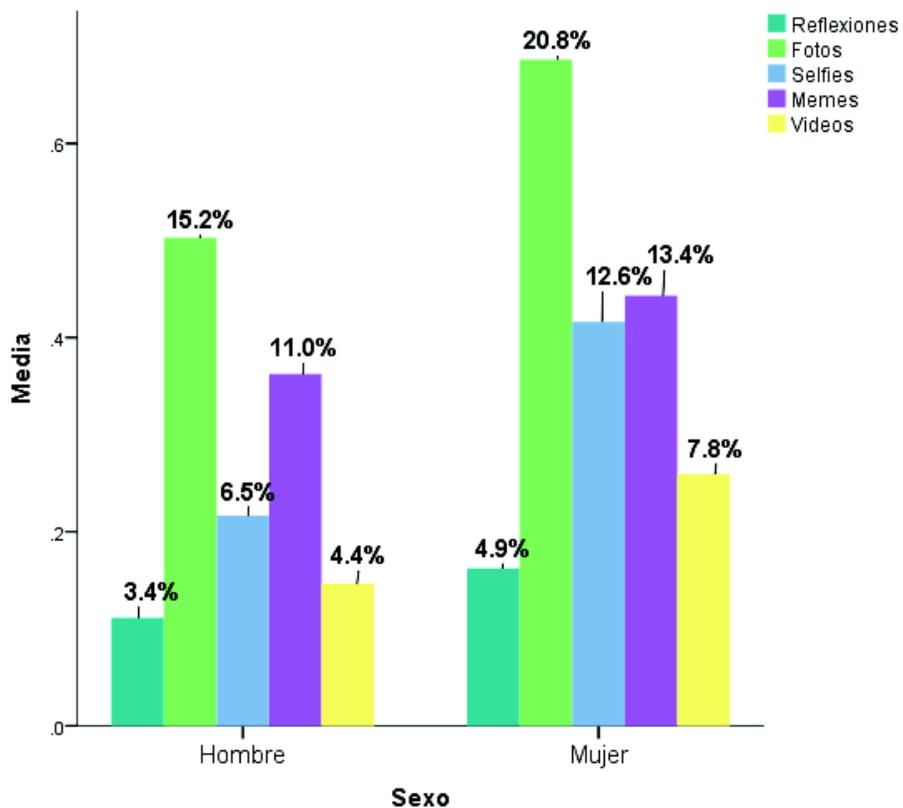


Fig. 38 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Tanto hombres como mujeres coincidieron que el material que suben con mayor frecuencia a RS fueron Fotos con un 36%, Memes 24%, *Selfies* 19.3%, Videos 12.3% y lo que menos dijeron compartir fueron reflexiones con un 8.2%. Sin embargo, las diferencias entre las respuestas de chicos y chicas, es que las mujeres suben con más frecuencia Fotos y *Selfies*.

*¿Qué es lo que menos te gusta mostrar en tu perfil de RS?*

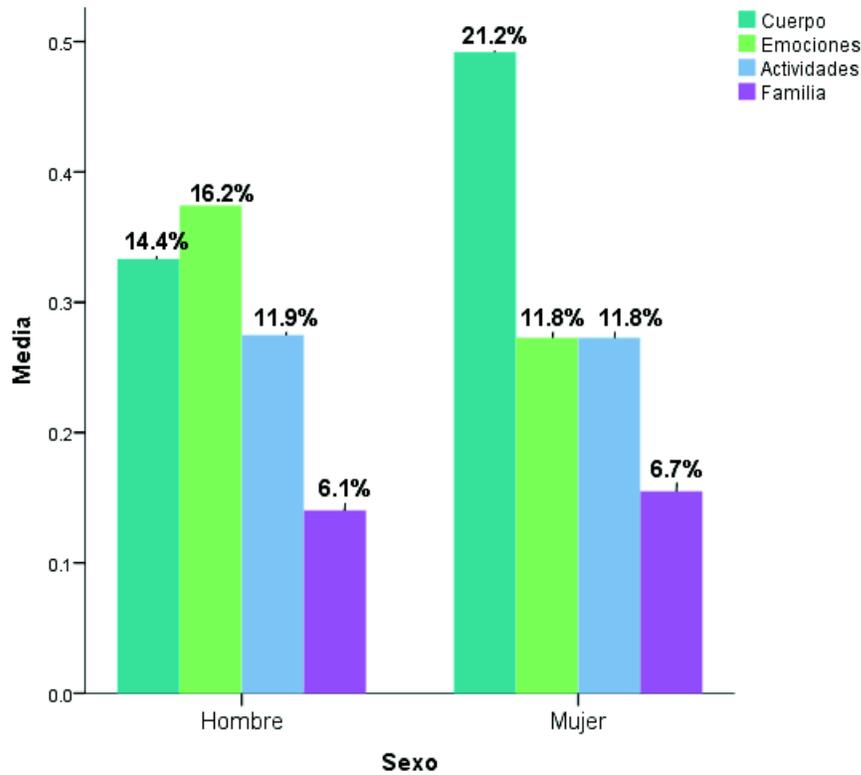


Fig. 40 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Los chicos tienden a mostrar menos sus emociones en redes sociales 16.2% seguido de su cuerpo 14.4%, mientras que las mujeres lo que menos les gusta mostrar es su cuerpo 21.2%, seguido de emociones y actividades con un 11.8%. Las chicas han mostrado una inconformidad mayor con su cuerpo, y esto se ve reflejado incluso en las redes sociales.

*¿Editas tus fotos para subirlas a RS?*

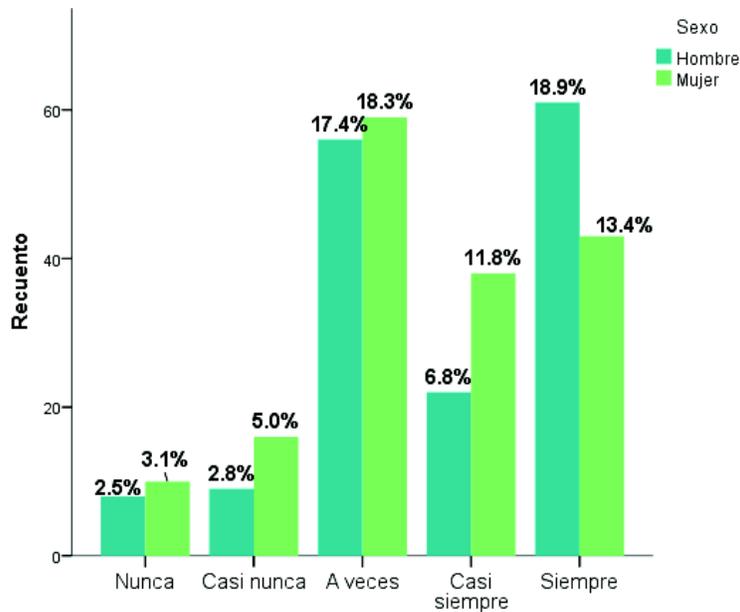


Fig. 40 Gracia, P., Montes, M., (2018)

Los chicos aceptan editar sus fotografías antes de subirlas a redes sociales “Siempre” en un 18.9%, mientras que las chicas un 13.4%, Hombres un 6.8% dijo que “Casi siempre” y mujeres un 11.8%, a la respuesta a veces las mujeres respondieron en un 18.3% y los hombres un 17.4%, Casi nunca fue un 5% para mujeres y 2.8% para los hombres; y la respuesta de “Nunca” obtuvo un 3.1% por parte de las chicas y un 2.5% por los hombres.

### Tabla de contingencia Editas tus fotos \* Frecuencia de uso Facebook

		Frecuencia de uso Facebook				Total
		Menos de 2 horas al día	De 2 a 5 horas al día	De 5 a 8 horas al día	8 horas o más al día	
Editas tus fotos	Nunca	5	6	1	2	15
	Casi nunca	8	6	2	2	23
	<b>A veces</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>107</b>
	Casi siempre	26	21	7	2	57
	Siempre	<b>42</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>98</b>
Total		140	88	39	38	336

Tabla 11. Gracia, P., Montes, M., (2018)

Los jóvenes que más editan sus fotos en redes sociales son aquellos que dicen utilizar Facebook menos de dos horas al día, sin embargo, quienes utilizan esta red social ocho horas o más son quienes menos editan sus fotografías, por lo que se puede decir que no son los jóvenes que usualmente utilizan más tiempo Facebook aquellos que se muestran preocupados por su imagen ante los demás en redes sociales.

*¿Has utilizado un nombre de perfil falso en RS?*

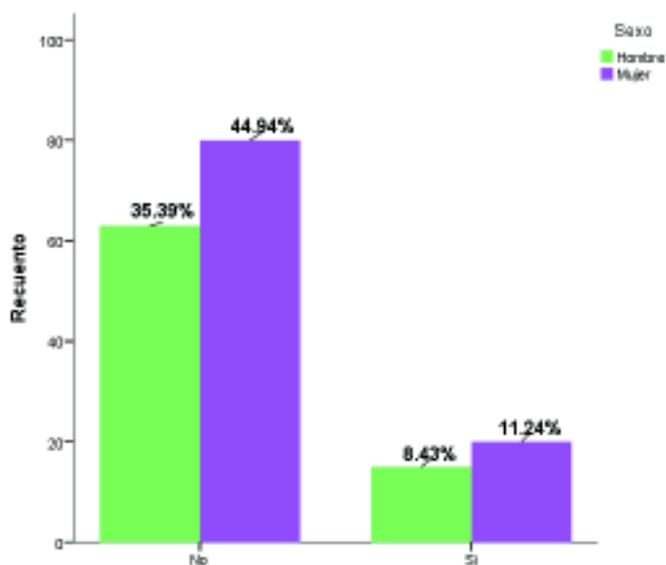


Fig. 42 Gracia, P., Montes, M., (2018)

#### 4.5.5 Comparación social del adolescente en la red

Son varios los estudios que se enfocan en Facebook, pues es la red social más utilizada, en este caso se plantea como la visualización de los eventos de la vida de los demás puede afectar el bienestar psicológico de aquellos usuarios que a partir de esto hacen una comparación negativa de sí mismo en relación a otros que aparentemente se encuentran en mejores condiciones, por lo tanto, el uso prolongado de Facebook está asociado a una mayor comparación social. (Jang, Park y Song, 2016).

Esto puede evocar varias reflexiones, pues sería preciso preguntarnos ¿Con quién se están comparando estos usuarios? Pues ya no nos comparamos solamente con personas de nuestro entorno físico, sino con aquellas ideas o perfiles contruidos y maquillados de nuestros amigos en redes sociales.

Gibbons y Buunk (1999) citados en Jang, Park y Song (2016) mencionan que además es posible que algunas características personales impulsan a unos más que a otros a compararse más frecuentemente. Y considero que en este caso es posible que entre en juego el autoconcepto, pues no me puedo comparar con el otro sin tener un juicio previo de si mismo. Tal como lo afirma Wills (1991) que la baja autoestima está ligada a una comparación descendente, sobre todo en situaciones de amenaza, ¿es entonces el hecho de que en redes sociales se muestra en su mayoría el lado positivo de la vida de otros lo que se convierte en una amenaza para aquellas personas con un previo bajo autoconcepto y baja autoestima? (Wheeler, Miyake, 1992)

*Resultados comparación social - Sexo*

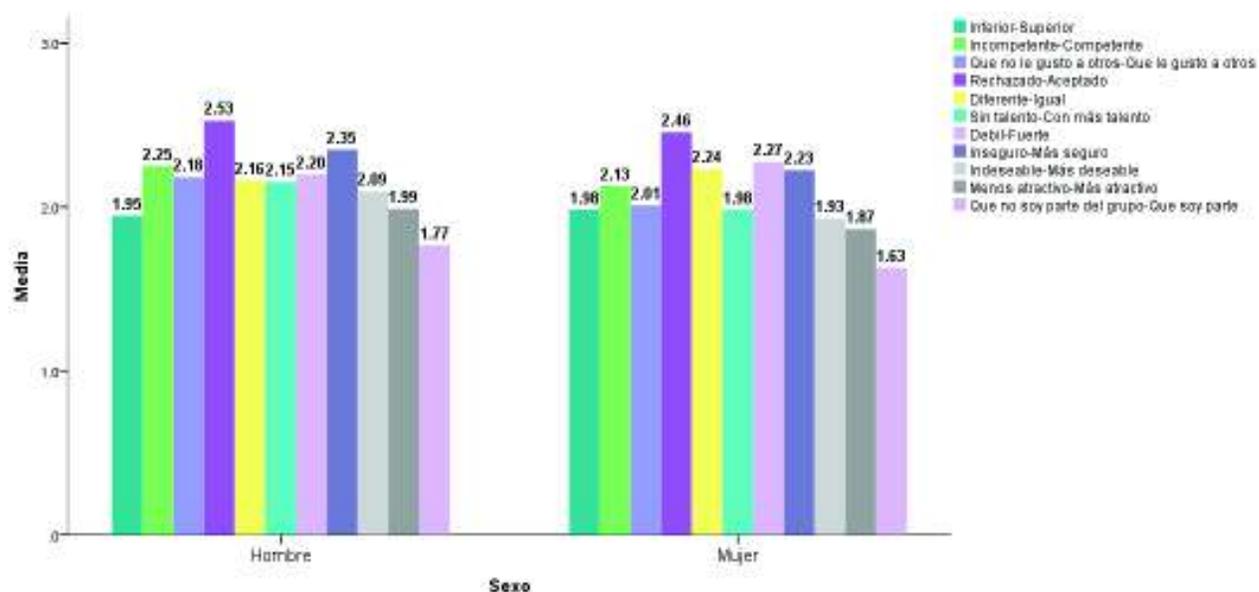


Fig. 43 Gracia, P., Montes, M., (2018)

De acuerdo a los resultados, aquellos alumnos con mayor frecuencia en uso de redes sociales mostraron una opinión neutral o indiferente en cuanto a la comparación social en red, en general las tendencias se muestran bastante heterogéneas, sin embargo la mayoría de alumnos muestran una comparación social positiva siendo aquellos que utilizan RS de dos a cinco horas al día quienes poseen una comparación más positiva, y los que utilizan RS más de ocho horas al día tienden a compararse de forma más negativa.

## V. CONCLUSIONES

Los principales hallazgos de esta investigación apuntan a la manera que el Uso de Redes Sociales Virtuales

en la actualidad influye en el autoconcepto del adolescente, tomando en cuenta que los jóvenes en edad secundaria acaban de pasar por la segunda etapa que acaba a los 12-13 años en donde los padres y profesores se encargan de construir el autoconcepto del joven, ya sea a partir de afirmaciones o lo contrario. (Arancibia, 1990) Por otra parte al entrar en la tercera etapa, que son los adolescentes a partir de los 13 años, se vuelve fundamental la autovaloración social (Haussler y Milicic, 1994). Por lo tanto, indiscutiblemente cualquier forma de socialización, como son Las Redes sociales Virtuales, formarán parte de ese entorno donde el adolescente fortalece su autoconcepto. La mayoría de los alumnos encuestados fueron mujeres en un 52%, y hombres en un 48%, distribuidos homogéneamente según las edades que van de los trece a los dieciséis años, sin embargo, la mayor concentración se encuentra entre los 12 y 14 años de edad. (INEE, 2016)

Se dividió el instrumento en dos grupos de subescalas, la primera consiste en una prueba para medir el autoconcepto LAEA (Maité Garaigordobil (2008) el cual se divide en cuatro dimensiones, autoconcepto global, social, emocional e intelectual; los resultados muestran que los chicos tuvieron un autoconcepto más positivo que las chicas con una puntuación global de 143.8, y las mujeres tuvieron un 132.8, Tomando en cuenta que la puntuación máxima para este examen es de 228, se puede ver que en ambos casos el autoconcepto global se sitúa por arriba de la media (114) lo que implica un autoconcepto positivo.

En las mujeres la media más alta fue el autoconcepto emocional, mientras que para los hombres fue el autoconcepto social, ambos coinciden en la media más baja que fue el autoconcepto físico, 15.6 para mujeres y 17.5 para hombres; Costa y Taberero (2012) plantean que existe un debate en cuanto a las diferencias de autoconcepto respecto a edad y género, claro está que si el autoconcepto se construye en la infancia a partir de lo que los demás nos dicen que somos, y en la adolescencia este concepto de nosotros mismos es fortalecido por la socialización, el autoconcepto según la edad tendrá una obvia variación (Coria, Pino y Toro, 2007).

En la presente investigación se muestra una diferencia en el autoconcepto según el grado académico, mostrando un autoconcepto más positivo los alumnos de primer grado, autoconcepto global de 141.9, y un autoconcepto global menos positivo los de tercer grado con una puntuación de 135.6; puede considerarse el autoconcepto físico como el que más se necesita trabajar en el adolescente, pues forma parte de la autoimagen corporal (Fernández, González y Contreras, 2015)

En cuanto a redes sociales, se adoptaron cuatro variables, que son Aceptación y uso de la tecnología, Motivaciones y frecuencia de uso, control parental, privacidad y comparación social; Mediante el cuestionario de aceptación y uso de la tecnología, y se consideró que el factor de expectativa de esfuerzo, con una media de 2.5, el cual tiene que ver la facilidad con la que un usuario se relaciona con Redes Sociales Virtuales, entre los hallazgos más destacados en esta escala se encuentra también que las mujeres tienen una mayor puntuación en “Expectativa de esfuerzo”, mientras que los hombres sobresalieron en el factor de “Motivación Hedónica” la cual se centra en la tendencia del usuario a buscar una satisfacción inmediata. (Media, 2.59) (Venkatesh y Morris, 2003; Venkatesh, 2012)

La privacidad tiene que ver con aquello que los usuarios muestran tanto públicamente como a los amigos, sin embargo, al hablar de los perfiles de usuario puede resultar un tanto contradictorio hablar de que exista total privacidad ya que las mismas empresas desarrolladoras de las plataformas de redes sociales, tienen acceso a la información del usuario Acuisti (2012). Para casos de este estudio se buscó responder varias preguntas referentes a la privacidad, comenzando por la edad en la que comenzaron a utilizar redes sociales, a lo cual la mayoría comenzó a los 10 años, sin embargo, un hallazgo importante a considerar es que los hombres comienzan a utilizar las redes sociales antes que las chicas.

La mayoría de jóvenes encuestados consideró importante la autorización de un adulto al utilizar RS, que fueron del 81.4% Por otra parte también se preguntó si tenían el permiso de sus padres al comenzar a utilizar RS, a lo cual la mayoría tanto de hombres como mujeres respondieron que tenían el permiso de la madre; siendo a su vez los chicos quienes dan mayor importancia al permiso previo a utilizar RS. Además, se hizo la pregunta ¿Con quién comparten claves de acceso a RS? Y la mayoría respondió que no las compartían con nadie, seguido de esto, la comparten con mamá, después con papá y finalmente con amigos, seguido de novio(a).

Los usuarios registraron compartir sus contenidos mayormente con amigos, y después con familiares, siendo la última opción aquellos que comparten su perfil con todos, incluyendo desconocidos; con esto se confirma lo que Acquisti y Gross (2013) mencionan en cuanto a que los usuarios cada vez comparten menos sus perfiles públicamente, pero contrastado a esto, los mismos usuarios han ido abriendo cada vez más los detalles que comparten con su lista de contactos; Boyd y Ellison (2013) apuntan también a mayores

posibilidades en cuanto a la configuración de la privacidad, puesto que existen herramientas que pueden llevar al usuario a segmentar lo que comparten con un público específico.

Las frecuencias de uso y motivaciones del mismo, sobre todo en adolescentes tiene una gran importancia e influencia del entorno tanto político como social en el cual discurren sus realidades (Boud y Ellison, 2007; Notley, 2009) en Hermosillo Sonora, donde fue tomada la muestra, la Red Social más utilizada fue Facebook, seguido de Youtube, después por Whatsapp, Instagram, Snapchat, Google Plus y por último Twitter. Para estos jóvenes la frecuencia de uso de Facebook más recurrente es menos de 2 horas al día en un 46%, Siendo la mayor motivación estar en contacto con amigos 29.3%, seguido de “Quitarme lo aburrido” 23.1%. Esto afirma una de las principales tendencias de los jóvenes Nativos digitales que es el fortalecer lazos con amigos ya existentes en su entorno, fomentando así la socialización, la cual se vuelve un elemento importante en el desarrollo del adolescente, pues como ya se ha mencionado antes, estamos hablando de una generación que vive conectada, y que es parte de su día a día. (Cáceres Brandle y Ruiz, 2013; Cáceres y Corral, 2014)

La segunda red social más utilizada fue Youtube, el 18% dijeron no utilizarla nunca, mientras que el 30% afirmaron utilizarla menos de 2 horas al día, el 25% dijo utilizarla de 2 a 5 horas al día y el 14 por ciento aseguró que la usaban más de 8 horas al día. El principal uso que le dan es “Quitarse lo aburrido” en un 59% que responde en gran medida a la Motivación Hedónica (Venkatesh, 2012) con esto se puede cuestionar que tanto el diseño de interfaz como de experiencia de usuario de esta plataforma, ha sido diseñado a fin de generar este tipo de motivación en las personas. Incluso podemos ver como Youtube ha ido sustituyendo en gran medida a la televisión convencional, fomentándolo el hecho de que en

Facebook se reproducen 500 videos de Youtube cada minuto y se comparten 700 en Twitter (Gallardo, 2013).

En el uso de twitter, un 70% respondió que no lo utilizan, mientras que un 19.9% afirmó usarlo menos de 2 horas al día, su principal motivo de uso es Quitarse lo aburrido (28.4%) seguido de “Estar en contacto con amigos”. La frecuencia de uso de Whatsapp responde a un 37.6% que lo utilizan menos de 2 horas al día, y un 21% respondieron que nunca lo usaban, el 13.3% dijo utilizarlo más de 8 horas al día. La principal razón de uso de Whatsapp fue “Estar en contacto con amigos” en un 39.3% seguido de quitarse lo aburrido en un 20%, y hacer tareas en un 17.3%. El 51.8% de los usuarios mencionaron no utilizar Instagram, mientras que el 29.3% dijo utilizarlo menos de 2 horas al día, mientras que sólo un 4.7% afirmó usarlo más de 8 horas al día. La principal motivación en cuanto al uso de Instagram Fue “Quitarse lo aburrido” seguido de “Estar en contacto con amigos” y “Publicar lo que hago” siendo esta una de las motivaciones que más variación tiene frente a las otras; es posible volver a partir de ese hallazgo al tema de la privacidad, y preguntarnos que elementos tienen aquellas redes sociales, y tipos de usuarios, para que un adolescente prefiera compartir en ella, sus actividades diarias.

Snapchat por su parte, resultó estar más arriba que Instagram en cuanto a la frecuencia de uso, siendo un 49.8 % de usuarios los que dijeron no utilizarlo nunca, mientras que el 33.7% afirmó usarla menos de 2 horas al día, y un 4.7% confirmó usarla más de 8 horas al día. La principal motivación para el uso de Snapchat es al igual que Youtube “Quitarse lo aburrido” 32.5%. Quedando en segundo lugar “Estar en contacto con amigos” y “Publicar lo que hago” 20%. Por último, se menciona que el uso de Google plus también ha ido en aumento, mostrando un 35.7% de usuarios que utilizan esta Red Social menos de 2 horas al

día, y un 48% dicen no utilizarla, mientras que el 3% hace referencia a más de 8 horas al día. La principal motivación mostrada para Google plus fue el de hacer tareas 32%, seguido de quitarse lo aburrido 23%.

Después de haber entendido las preferencias y frecuencias de uso del adolescente en Redes sociales, podemos ver que existen motivaciones algo variadas, según la Red Social, sin embargo, solo Google plus mostró una preferencia para llevar a cabo sus tareas, cuestión que podría ser un poco más explotada en otros sitios, la mayoría de Redes Sociales responde a una necesidad básica de socialización del adolescente y a la necesidad de entretenimiento o recreación.

El factor perfil de usuario se midió a partir de 6 indicadores, que buscan responder a los elementos de perfil falso o real y lo que el usuario prefiere mostrar de su perfil a su lista de contactos (Boyd y Ellison, 2007) Los perfiles que los jóvenes visitan con mayor frecuencia resultaron ser los de sus amigos, tanto en hombres (18.5%) como en mujeres (18.6%) seguido de esto para los hombres también es importante visitar el perfil de familia, aunque con una diferencia marcada, 7.3% pero para las mujeres visitar el perfil de la familia resulta de la misma importancia que visitar el perfil de celebridades 8.5%, este dato resulta imprescindible para confirmar quienes son aquellas personas con las que el joven se compara constantemente en Redes Sociales, por lo que esto abre la reflexión que hacen algunos autores sobre la comparación para-social que incluye pares y celebridades, lo cual puede llevar a una comparación negativa y a su vez a una insatisfacción de la imagen corporal, pues el adolescente se compara con estereotipos pocos realistas o alterados. (Lwin y Malik, 2012)

Por otra parte, las mujeres mostraron una mayor preocupación en cuanto a la frecuencia con la que revisan sus redes sociales (Varias veces por hora 14%) mientras que

los chicos denotaron un mayor desapego con un 14.7% “Una vez al día”, los materiales que suben con mayor frecuencia tanto hombres como mujeres a sus perfiles de RS son fotografías, seguidas de *memes*, siendo reflexiones lo que menos les gusta compartir, y las mujeres fueron quienes con más frecuencia compartieron *Selfies*. Sin embargo, lo que menos les gusta mostrar en Redes sociales, por parte de las chicas, fue su cuerpo 21.2%, y para los hombres sus emociones 16%. Los chicos aceptaron editar sus fotografías siempre antes de subirlas a RS en un 18%, mientras que las mujeres un 13.4%. La mayoría de jóvenes que editan sus fotos son aquellos que utilizan Facebook menos de dos horas al día, con esto se puede decir que no hay una coincidencia entre el exceso de uso de Facebook y la constante edición de fotos.

Frente a la crisis de sentido que constantemente atraviesa la sociedad, estas necesidades de crear nuevos tipos de comunidad van en aumento, tanto en cantidad como en complejidad, cada vez podemos ver más formas de socializar en red a través de todo tipo de aplicaciones móviles e incluso comunidades en 3D que simulan una realidad. Y precisamente han existido posturas contrapuestas en cuanto a la socialización por medio de la tecnología, y creo que como mencionan Berger y Luckman (1999) las comunidades que demuestran ser estables tienen la capacidad de dotar a sus miembros de sentido, entonces es posible preguntarnos ¿Qué tanta estabilidad han mostrado las principales páginas de interacción social, como Facebook, Twitter, Instagram; a sus miembros durante los últimos años?

Y como ocurre con las personas que viven una vida paralela en la red, que en el mundo físico, en el mundo real, se encuentran limitados por una mortalidad, Castells (2001) propone que a partir de éste fenómeno de comunidades virtuales, es posible reflexionar sobre la identidad humana en ésta época; y pienso que 15 años después, las reflexiones al respecto no

cesan, pues los sistemas y los tipos de relaciones por internet evolucionan constantemente, definitivamente las preguntas no se acaban, pero creo que como todo lo que se estudia en las ciencias sociales, y en donde el ser humano es el foco principal, es conveniente, buscar las oportunidades y los riesgos de éstos tipos de interacción, sobre todo cuando esta manera de relacionarse, no sólo se atribuye a los adultos, sino que menores de edad crecen en un entorno digital. Algunos críticos como Mark Slouka, han argumentado la deshumanización en las relaciones sociales que se ha producido a partir del uso de dispositivos, pues se piensa que se ha convertido en una forma de escape a la realidad.

El estar conectado es ahora un sinónimo de estar donde están todos, pero al mismo tiempo es un simulacro de espacio, pues nos encontramos en diversos sitios a la vez, con diferentes usos horarios, interactuando con tantas personas a la vez cómo es posible experimentar esa hiperrealidad a la que alude el autor dentro de un “hiperespacio sin atmósfera” Baudrillard (1993).

Los adolescentes se ven frente a miles de opciones en cuanto a medios de comunicación, generación de contenido, intercambio de contenido, creación de perfiles, consumo de productos culturales, generación de capital social, y la lista podría no terminar, pero como mencionan Zyszko Melosik y Tomasz Szkuldlarek (2009), “vivir entre opciones aparentemente infinitas permite la grata sensación de “ser libre de convertirse en alguien” sin embargo ésta posibilidad se puede ver alterada por interferencias o riesgos dentro de los mismos medios utilizados, y puede que ésta sensación de libertad, no sea más que un espejismo, y en realidad la infinidad de opciones, pudiera generar mayor incertidumbre en algunos contextos.

El lenguaje es un elemento imprescindible del desarrollo social del adolescente, y según Valero y Fernández (2001) el manejo de las nuevas tecnologías repercute fuertemente en el lenguaje de una generación y en su manera de comunicarse con el mundo. El autor menciona que estos medios “forman o deforman” al niño o adolescente, también señala que es importante que padres y docentes conozcan realmente los nuevos medios de comunicación, teniendo la capacidad y responsabilidad moral de guiar al joven en el desarrollo de un lenguaje apropiado y rico en literatura, contrarrestando a la tendencia de expresarse por medio de emoticonos o conversaciones cortas a través de mensajes instantáneos, los cuales vuelven inentendible los objetivos de la comunicación que se deseó lograr.

Todo adolescente debería comprender que aunque las redes sociales son un medio con infinidad de opciones, son al final ellos quienes deciden y ponen en práctica su juicio para darle un mejor sentido, e igualmente si son ellos quienes producen material tanto en blogs, youtube, instagram, es posible ir a otro nivel de calidad y riqueza tanto lingüística como de contenido; por lo que se requiere de personal capacitado integralmente en las escuelas, pues lo que ocurre en las redes sociales repercute el lenguaje y este a su vez el desarrollo social y la identidad del joven. (Valero y Fernández, 2001)

Estamos de acuerdo que las redes sociales son un medio de comunicación, y comunicarse implica pensar, y pensar dota a los jóvenes de conocimiento, volviéndolos más autónomos y críticos en cuanto a su realidad, pero en un mundo donde el adolescente es formado en gran medida por Facebook, ¿Cuál viene a ser su realidad?

Impulsar al joven a desarrollar sus capacidades socio-lingüísticas impactaría de manera positiva su entorno, tanto familiar, social y escolar, entornos que influyen igualmente

en aspectos individuales, como lo es la manera en que se conciben a sí mismos en ese mundo gobernado por redes sociales que en ocasiones pueden resultar desenfrenadas, pero inevitablemente el lugar donde los jóvenes del siglo XXI se están formando. Por lo que una intervención simplemente a nivel escolar resultaría escueta para resolver conflictos que surgen en todos los entornos tanto virtuales como físicos en los que el joven se desarrolla.

## 5.1 Propuesta de mejora

Para la propuesta de mejora del presente trabajo ha resultado de la reflexión que surge a partir del análisis de los principales hallazgos, los cuales son el bajo autoconcepto físico lo cual trae consigo algunas consecuencias como es una imagen corporal distorsionada y baja autoestima, otro hallazgo importante es el uso de redes sociales desmedido y con fines de ocio, lo que se traduce a una falta de participación ciudadana y social de jóvenes en educación básica, en la figura número 44 se proponen algunas medidas que invitan al cambio y transformación de este fenómeno desde el aula.

*Propuesta de transformación de uso de redes sociales en relación al autoconcepto de jóvenes en secundaria*

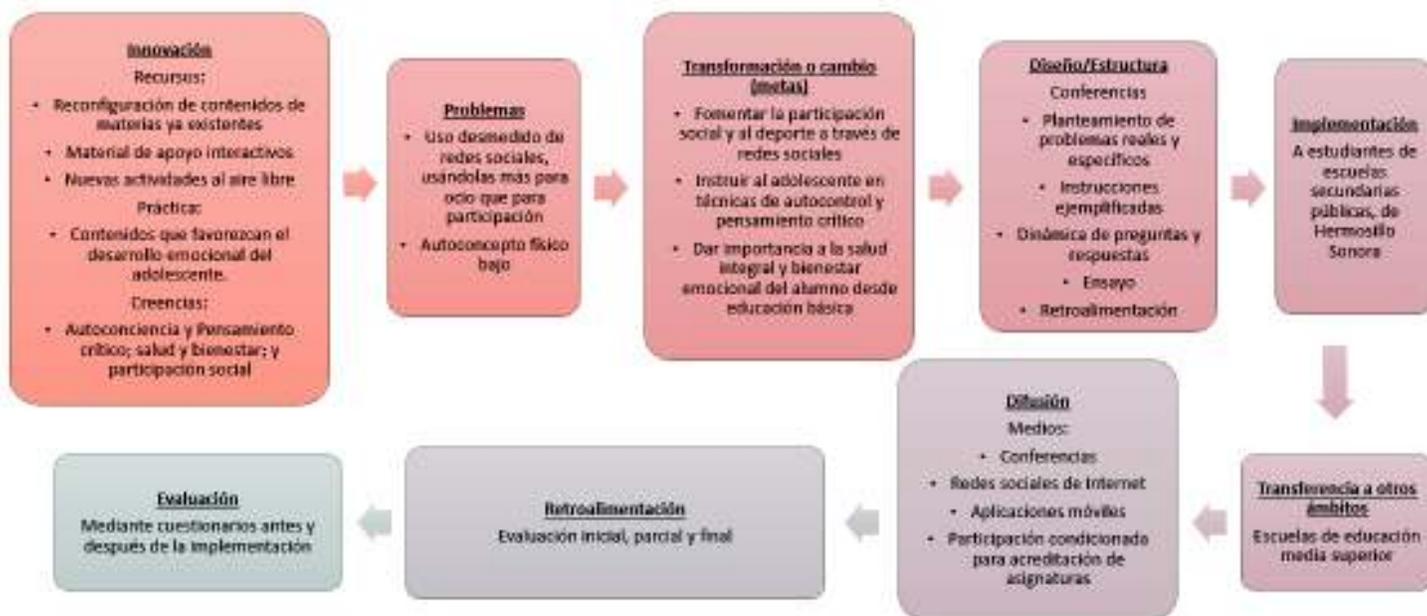


Fig. 44 Gracia, P., Montes, M., Castillo, E (2018)

Las siguientes líneas pretenden contrastar la propuesta de agenda en educación 2030 de UNESCO organización de las Naciones Unidas especializada en educación, de la cual se desprenden los Objetivos de Educación para Desarrollo Sostenible, con el nuevo modelo

educativo de México 2016 naciente de la reforma educativa, y así generar una discusión sobre las posibilidades futuras y los retos que giran en torno al aspecto socioemocional y de salud integral de los alumnos en educación básica.

La propuesta de UNESCO es parte de un movimiento mundial que busca erradicar la pobreza, tiene como objetivo específico “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante la vida para todos” (UNESCO, 2015) Conforme el desarrollo global y tecnológico va en aumento se presentan conflictos y desafíos cada vez más complejos, que necesitan ser abordados desde un nuevo paradigma, y México forma parte de ese mundo interconectado que necesita ser enfrentado con nuevas herramientas a lo que el nuevo modelo nombra como “Educación para la libertad y la creatividad” (SEP, 2017).. Esto promueve una formación interdisciplinar la cual es definida por Hansson B. (1999) como un medio de transformación de la ciencia que va de lo general y abstracto a lo específico y de mayor complejidad, pues la pluralidad del mundo en que vivimos requiere de la integración de disciplinas para el mejor entendimiento (Szostak, 2011). Son estas personas colaborativas y con la capacidad de manifestarse y buscar el cambio positivo a quienes Wals y Lenget (2016) llama “ciudadanos de sostenibilidad”.

Por lo que UNESCO propone algunas competencias necesarias para estos ciudadanos de sostenibilidad, los cuales van desde cognitivas, afectivas, volitivas y motivacionales, por lo tanto no se trata de implantar o memorizar algo, sino de impulsar a los alumnos y docentes a que desarrollen estas competencias, lo cual surge a partir de la experiencia y la reflexión (UNESCO, 2015 Y Winert, 2001) Estas competencias clave propuestas por UNESCO cuentan con ciertas características, entre las cuales hay una que considero clave, que son independientes del contexto, es decir que son aplicables en cualquier lugar del mundo y que

no reemplazan a las competencias específicas de cada lugar y contexto sino que las pueden complementar y ampliar (Rychen, 2003 y Weinert, 2001).

Una de estas competencias mencionadas por la UNESCO es la de **Pensamiento sistémico**, la cual consiste en reconocer y comprender las relaciones, para entender problemas o sistemas complejos, lo que responde a la crisis de sentido e incertidumbre en la que vivimos en un mundo lleno de opciones n nuevas y cambiantes (Berger y Luckman, 1997) por lo que considero esta competencia un paso muy importante a entender el mundo presente y futuro, y tiene como fin crear visiones para el futuro, aplicar el principio de precaución, evaluar las consecuencias de las acciones, y lidiar con los riesgos y cambios.

También se habla de la **Competencia normativa**, la cual se enfoca en reflexionar sobre normas y valores implicados en nuestras acciones, así como la **Competencia estratégica** que consiste en habilidades para desarrollar acciones que fomenten la sostenibilidad, **Competencia de colaboración** se refiere a las habilidades para aprender de forma colectiva lo que otros nos pueden aportar, **Competencia de pensamiento crítico**, se refiere a la habilidad para cuestionar y reflexionar las normas, prácticas y opiniones, **Competencia de autoconciencia** es la habilidad de reflexionar el rol de cada persona en la comunidad y sociedad tanto local como globalmente.

**Competencia integrada de resolución de problemas** tiene que ver con la capacidad de solucionar problemas de sostenibilidad desde diferentes ángulos, e integrando campos. (UNESCO, 2017)

Dentro de la gama de sugerencias presentados anteriormente, se encuentran dos que por su naturaleza se adecuan bastante a las dificultades que presenta la población estudiada

en el presente trabajo. Y que se puede traducir en el entrenamiento en adolescentes para elevar las competencias de Pensamiento crítico (serie de habilidades para cuestionar normas, prácticas y opiniones, así como para la para reflexionar de valores, percepciones y acciones propias) y autoconciencia (habilidades para la reflexión sobre el rol que cada uno tiene en su comunidad local y en la sociedad en general; evaluando constantemente acciones que uno mismo realiza, así como auto-motivándose a realizar nuevas acciones; así también se ejerce un manejo y dominio de sentimientos y deseos personales).

Un refuerzo que coadyuba a la generación de dichas competencias es la técnica de autocontrol, más en específico, la técnica procedente de la teoría constructivista (Panadero & Tapia, 2014). Primero que nada, hay que definir a esta técnica como un adecuado tratamiento de pensamientos auto-generados, acciones y emociones que se planifican y adaptan de manera ordenada para conseguir los objetivos planteados personalmente. Como se observa, se encamina al joven en la obtención de autoconciencia y pensamiento crítico, así como un potente impulsor para el cumplimiento de logros académicos, aumentando así su autoestima, tomando en cuenta que ello decrementaba en los jóvenes cuando obtienen bajas calificaciones.

La autorregulación constructivista, según Panadero y Tapia (2014), cuenta con procesos fundamentales vinculados con las teorías socio-cognitivas (procesos de control cognitivo y emocional) y fenomenológicas (la idea de que el alumno tiene como objetivo la creación de su identidad). Se conciben 4 ejes para la auto-regulación del aprendizaje en el adolescente: sensación de auto-competencia (¿Puedo auto-regularme?); agencialidad y control (¿Por qué me debería de auto-regular?); tareas académicas (¿Para que necesito hacer

esas tareas?); y por último, estrategias (procesamiento de la información, control de tiempo, motivación y emociones).

Dentro de los objetivos presentados por UNESCO uno de los que considero importante a reflexionar para mi tema de investigación es el que se refiere a “Salud y bienestar”, en el cual se busca que el alumno pueda reflexionar sobre temas de salud y bienestar de una manera crítica, pues se busca que comprenda desde diferentes perspectivas y dimensiones la salud no solo física sino también el bienestar social, dentro de lo cual se incluye su propio desarrollo como adolescente, así como la importancia de la salud mental y el bienestar emocional; dentro de lo que se puede incluir la interacción con pares y el desarrollo de autoconcepto en sus cuatro dimensiones, físico, social, emocional e intelectual (Garaigordobil, 2006) dentro de esta competencia se propone que el alumno conozca estrategias de prevención para su bienestar emocional y físico; así como que se busca que el alumno sea capaz de colaborar con otros y motivarlos a mejorar su salud; y un punto que me parece clave es la sugerencia de que el alumno “tiene la capacidad de idear una visión holística de una vida sana y bienestar, así como explicar los valores, creencias y actitudes relacionados”; esto tendría un gran impacto en la posibilidad de que los mismos jóvenes de secundaria comprenda la relación que existe entre algunos aspectos de su desarrollo emocional, afectivo, social y psicológico, con los medios utilizados para relacionarse con otros como lo son las Redes Sociales Virtuales; de esta manera podría tanto reconocer los riesgos como las oportunidades en cuanto a los medios utilizados y el impacto en su propia vida. (UNESCO, 2017)

Esto contrasta con la nueva reforma educativa en México, la cual mediante su carta “Fines de Educación en el siglo XXI” la cual propone mejorar la relación entre cada nivel

educativo, traducido en un planteamiento curricular que se interesa en el perfil de egreso como un sistema completo, que comprende desde educación básica hasta bachillerato. Enfocándose en aprendizajes clave, que contribuyan al desarrollo integral de los estudiantes, esto se puede complementar con lo ya mencionado con UNESCO, pues precisamente la Nueva reforma educativa, busca empoderar al alumno para que posea las competencias necesarias para resolver problemas no sólo en clases, sino en todos los aspectos que rodean su vida. (SEP, 2016)

Otro punto de mucha importancia, considerado en la nueva reforma es la Formación y desarrollo profesional docente, el cual concibe al docente como un profesional centrado en el aprendizaje de sus estudiantes, y que genera ambientes de aprendizaje incluyentes, y aquí es preciso hacer una pausa y recordar lo que menciona Coria, Pino y Toro (2007) en cuanto a la importancia del docente en la formación del autoconcepto en educación básica, pues es en la niñez cuando el autoconcepto comienza a desarrollarse a partir de lo que padres y profesores comunican al alumno sobre ellos mismos, por lo tanto se puede afirmar que el docente tiene un impacto no solo en el aspecto académico del alumno, sino también en su desarrollo personal y emocional. (SEP, 2016)

Por lo anterior podemos ver que las posibilidades enfocadas al alumno y docente, van en crecimiento y es posible adaptar tanto la curricula como la formación docente para alcanzar estas competencias, así también incluir reflexiones que integren tecnologías (Redes Sociales Virtuales) y aspectos emocionales del joven.

## Referencias

- Adán, J. C. M., & de Revenga, M. R. D. (2013). *El malestar de los jóvenes: contextos, raíces y experiencias*. Ediciones Díaz de Santos.
- Allan, S., & Gilbert, P. (1995). A social comparison scale: Psychometric properties and relationship to psychopathology. *Personality and Individual Differences, 19*(3), 293-299.
- Aparici, R. (2011). *Conectados en el ciberespacio* (No. 004.738. 52 302.4). e-libro, Corp.
- Arancibia, V., Maltés, S., & Álvarez, M. (1990). Test de autoconcepto académico. *Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile*.
- Baudrillard, J. (1993). *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida Argentina*. Fondo de Cultura.
- Berger, P. L., Luckmann, T., & Estruch, J. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós.
- Berger, P., Luckman T., (2008). *Modernidad, Pluralismo y Crisis de sentido*.
- Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*
- Brandimarte, L., Acquisti, A., and Loewenstein, G. (2012). Misplaced confidences: Privacy and the control paradox. *Social Psychological and Personality Science*.
- Cáceres, M. D., Ruiz San Román, J.A., & Brandle, G. (2009) Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en internet. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 14*

- Cardenal, V., & Fierro, A. (2003). Componentes y correlatos del autoconcepto en la escala de Piers-Harris. *Estudios de psicología*, 24(1), 101-111.
- Castells, M. (1999). La sociedad red. La era de la información: economía, sociedad y cultural. *Alianza Editorial, Madrid*.
- Castells, M., Redclift, M., Woodgate, G., Hannigan, J. A., Casey Gaspar, J., Acevedo, A. R., ... & Aguirre, L. (2000). *Information age: economy, society and culture. v. 3: End of millennium. La era de la información: economía, sociedad y cultura. v. 2: Fin de milenio* (No. 303.48 C348 2000 v. 3). Asociación de Mujeres Profesionales por la Democracia en el Desarrollo, Managua (Nicaragua).
- Castillo, M. M. M., Ochoa, E. C., Rodríguez, L. O., & Duarte, G. A. L. El Multiplismo Crítico aplicado a la investigación en Ciencias Sociales The Critic Multiplism applied to research in social sciences.
- CEPAL, N., & UNICEF. (2014). Derechos de la infancia en la era digital.
- Cervantes, V. H. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de Cronbach. *Avances en medición*, 3(1), 9-28.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of retailing*, 77(4), 511-535.
- Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T., & de Pablos-Pons, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20(40), 15-23.

- Costa, S., & Taberero, C. (2012). Rendimiento académico y autoconcepto en estudiantes de educación secundaria obligatoria según el género. *Revista Iberoamericana de Psicología y salud*, 3(2), 175-193.
- de México, I. P. E. (2013). Indicadores del sistema educativo nacional. *Educación Básica y Media Superior*. México: INEE.
- Denegri Coria, M., Opazo Pino, C., & Martínez Toro, G. (2007). Aprendizaje cooperativo y desarrollo del autoconcepto en estudiantes chilenos. *Revista de Pedagogía*, 28(81), 13-41.
- Educación para los Objetivos de Desarrollo Sostenible, UNESCO (2017)  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002524/252423s.pdf>
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). . Sociality through Social Network Sites.
- Esnaola, I., Goñi, A., & Madariaga, J. M. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de psicodidáctica*, 13(1), 179-194.
- Esnaola, I., Goñi, A., & Madariaga, J. M. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de psicodidáctica*, 13(1), 179-194.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*
- Fernández Collado, C., Hernández Sampieri, R., & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación.

- Fernández Morales, K., McAnally Salas, L., & Vallejo Casarín, A. (2015). Apropiación tecnológica: Una visión desde los modelos y las teorías que la explican. *Perspectiva Educativa*, 54(2), 109-125.
- Fernández-Bustos, J. G., González-Martí, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 47(1), 25-33.
- Fierro, A. (1990). Desarrollo de la personalidad en la adolescencia. *Desarrollo psicológico y educación I. Psicología evolutiva*. Madrid: Alianza.
- Fierro, A. (1997). La identidad personal. E. Martí, J. Onrubia, *Psicología del desarrollo: el mundo del adolescente*, 21-28
- Gallardo-Camacho, J. (2013). Análisis del fenómeno YouTube en España: Relación con los espectadores y con los generadores de contenidos tradicionales.
- Garalgordobil, M., & Durá, A. (2006). Relaciones de autoconcepto y la autoestima con sociabilidad, estabilidad emocional y responsabilidad en adolescentes de 14 a 17 años.
- García Galera, M. D. C., Hurtado, H., & Seco, J. A. (2013). La participación de los jóvenes en las redes sociales: Finalidad, oportunidades y gratificaciones. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (48), 0095-110.
- García, C. N, Cruces, F., & Castro P. M., C. (2012). Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales
- Gento Palacios, Samuel. (2012) *La investigación en el tratamiento educativo de la diversidad*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- Gilbert, P., Price, J., & Allan, S. (1995). Social comparison, social attractiveness and evolution: How might they be related?. *New Ideas in Psychology*, 13(2), 149-165.
- González Fernández, O. (2005). Estructura multidimensional del autoconcepto físico. *Revista de psicodidáctica*, 10(1).
- González, M. D. C., & Tourón, J. (1992). *Autoconcepto y rendimiento escolar: sus implicaciones en la motivación y en la autorregulación del aprendizaje*. Eunsa.
- Grandmontagne, A. G., de Azúa García, S. R., & Fernández, A. R. (2004). Deporte y autoconcepto físico en la preadolescencia. *Apunts. Educación física y deportes*, 3(77), 18-24.
- Hansson, B. (1999). Interdisciplinarity: For what purpose?. *Policy Sciences*, 32(4), 339-343.
- Ho, S. S., Lee, E. W., & Liao, Y. (2016). Social Network Sites, Friends, and Celebrities: The Roles of Social Comparison and Celebrity Involvement in Adolescents' Body Image Dissatisfaction. *Social Media+ Society*, 2(3), 2056305116664216.
- Jegers, K. (2007). Pervasive game flow: understanding player enjoyment in pervasive gaming. *Computers in Entertainment (CIE)*, 5(1), 9.
- Landazabal, M. G., Anabitarte, A. D., & Fernández, J. I. P. (2005). Síntomas psicopatológicos, problemas de conducta y autoconcepto-autoestima: Un estudio con adolescentes de 14 a 17 años. *Anuario de psicología clínica y de la salud, Annuary of Clinical and Health Psychology*, (1), 53-63.
- Landazabal, M. G., Anabitarte, A. D., & Fernández, J. I. P. (2005). Síntomas psicopatológicos, problemas de conducta y autoconcepto-autoestima: Un estudio con

- adolescentes de 14 a 17 años. *Anuario de psicología clínica y de la salud= Annuary of Clinical and Health Psychology*, (1), 53-63.
- León Duarte, G., Caudillo Ruíz, D., Moreno Carrillo, D., & Contreras Cázarez, R. (2016). Internet seguro y relaciones interactivas en jóvenes mexicanos. Hallazgos 2015. *Comunicação & Sociedade*, 38(1).
- Llobet, V. (2009). Las políticas sociales para la infancia y la adolescencia en Argentina y el paradigma internacional de derechos humanos. Políticas sociales en Latinoamérica, perspectivas comparadas, México: Porrúa-UAEM.
- Lowry, P. B., Gaskin, J., Twyman, N., Hammer, B., & Roberts, T. (2012). Taking ‘fun and games’ seriously: Proposing the hedonic-motivation system adoption model (HMSAM).
- Luna, N. C., & Molero, D. (2013). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, (10).
- Luna, N. C., & Molero, D. (2013). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, (10).
- Lwin, M. O., & Malik, S. (2012). The role of media exposure, peers, and family on body dissatisfaction amongst boys and girls in Singapore. *Journal of Children and Media*, 6(1), 69-82.
- Melosik, Z., y Szkudlarek, T. (2009). Cultura, identidad y educación: el parpadeo de significados. Impuls Publishing House.
- Modelo educativo para la educación obligatoria, Educar para la libertad y la creatividad, SEP (2017)

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/198738/Modelo\\_Educativo\\_para\\_la\\_Educacion\\_Obligatoria.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/198738/Modelo_Educativo_para_la_Educacion_Obligatoria.pdf)

Molero, D., Zagalaz-Sánchez, M. L., & Cachón-Zagalaz, J. (2013). Estudio comparativo del autoconcepto físico a lo largo del ciclo vital. *Revista de Psicología del Deporte*, 22(1).

Morduchowicz, R. (2013). Los adolescentes del siglo XXI. *Los consumos culturales en un mundo de pantallas*. Buenos Aires: FCE.

Moya, M., & Vázquez, J. (2010). De la Cultura a la Cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de antropología social*, (31), 75-96.

Newell, W. H. (2001). A theory of interdisciplinary studies. *Issues in integrative studies*, 19(1), 1-25.

Notley, T. (2009). Young people, online networks, and social inclusion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 1208-1227

Oviedo, H. C., & Arias, A. C. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(4), 572-580.

Panadero, E. & Tapia, J. (2014). Teorías de autorregulación educativa: Una comparación y reflexión teórica. *Psicología Educativa*. España: ELSEVIER

Panadero, E. & Tapia, J. (2014). Teorías de autorregulación educativa: Una comparación y reflexión teórica. *Psicología Educativa*. España: ELSEVIER

Piergiorgio, C. (2007). Metodología y Técnicas de Investigación Social. 2da. Edición, Mac Graw Hill. España.

POSMASIVA, P. P. L. C., SOCIAL, C. P. Y. V., NORMATIVA, U. E. E. Y., & PAÍS, Q.

Skk VIRTUALES Y NUEVAS FORMAS.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.

Repko, A. F., Newell, W. H., & Szostak, R. (2011). *Case studies in interdisciplinary research*. Sage Publications.

Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José Sebastián, M. C. (2008). La teoría de la identidad social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1).

SEP. Sistema para el Análisis de la Estadística Educativa. <http://www.planeacion.sep.gob.mx/estadistica/> (Consulta: 12 de abril de 2016).

Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of educational research*, 46(3), 407-441.

Snygg, D., & Combs, A. W. (1949). Individual behavior.

Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445.

Stutzman, F., Gross, R., & Acquisti, A. (2013). Silent listeners: The evolution of privacy and disclosure on facebook. *Journal of privacy and confidentiality*, 4(2), 2.

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of applied developmental psychology*, 29(6), 420-433.

Tamayo, L. T. (2006). Libro Metodología de la Investigación.

Unicef. (2011). *Estado mundial de la infancia 2011-Resumen Ejecutivo: La adolescencia una época de Oportunidades*. UNICEF.

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.

Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252.



**UNIVERSIDAD DE SONORA**  
POSGRADO INTEGRAL EN CIENCIAS SOCIALES

Lee cuidadosamente cada reactivo y marca con una X, las opciones correctas

**I. DATOS GENERALES**

1. Edad:  12 años  13 años  14 años  15 años  16 años  17 o más años

2. Sexo:  Masculino  Femenino

3. ¿En qué grado estás?  1º secundaria  2º secundaria  3º Secundaria

4. Promedio del grado anterior  5. Promedio del último bimestre

6. Calificación más baja estando en secundaria

7. ¿Trabaja tu papá? Si  No  En ocasiones

8. ¿Trabaja tu mamá? Si  No  En ocasiones

**II. CONTROL PARENTAL Y PRIVACIDAD**

10. ¿A qué edad comenzaste a utilizar redes sociales?

11. Cuando iniciaste el uso de redes sociales, tenías permiso de: (puedes marcar más de una)

Papá  Mamá  Abuelos  Tíos  Profesores  Otros

12. ¿Consideras que es importante la autorización de un adulto para usar redes sociales?

Si  No

¿Porqué?

---

---

---

13. Las claves de acceso a redes sociales las compartes con:

Papá  Mamá  Abuelos  Tíos  Amigos  Novio(a)  Otros \_\_\_\_\_

#### 14. Razones de tu respuesta anterior

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

#### 15. ¿Quién puede ver tu perfil en redes sociales?

Papá  Mamá  Abuelos  Tíos  Amigos  Desconocidos  Otros \_\_\_\_\_

#### 15. ¿Quién puede ver lo que publicas en tus redes sociales?

Papá  Mamá  Abuelos  Tíos  Amigos  Desconocidos  Otros \_\_\_\_\_

### III. ACEPTACIÓN Y USO DE REDES SOCIALES

De los siguientes enunciados, indica con una X que tan de acuerdo estás con cada uno de ellos

Expectativa de rendimiento	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
16. Encuentro las redes sociales útiles en mi vida diaria	23%	33%	32%	6%
17. El uso de redes sociales aumenta mis posibilidades de lograr cosas que son importantes para mí	9%	26%	49%	11%
18. El uso de redes sociales me ayuda a lograr cosas más rápidamente	21%	34%	34%	8%
19. El uso de redes sociales aumenta mi rendimiento escolar	6%	19%	38%	36%
20. El uso de redes sociales aumenta mi productividad	7%	11%	41%	34%
Expectativa de esfuerzo				
21. Aprender a usar las nuevas redes sociales es fácil para mí	45%			
22. Mi interacción con las redes sociales es clara y comprensible	28%			
23. Encuentro las redes sociales fáciles de usar				
24. Es fácil para mí ser hábil en el uso de redes sociales				
Influencia social				

**25. Las personas que son importantes para mí piensan que debo usar redes sociales**

**26. Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debo usar redes sociales**

**27. Personas cuyas opiniones valoro, prefieren que utilice redes sociales**

#### Condiciones facilitadoras

**28. Tengo los recursos necesarios para usar redes sociales**

**29. Tengo el conocimiento necesario para utilizar redes sociales**

**30. Las redes sociales son compatibles con otra tecnología que utilizo**

**31. Puedo obtener ayuda de otros cuando tengo algún problema con redes sociales**

#### Motivación Hedónica

**32. Usar redes sociales es divertido**

**33. El uso de redes sociales es agradable**

**34. El uso de redes sociales me entretiene mucho**

#### Hábito

**35. El uso de redes sociales se ha convertido en un hábito para mí**

**36. Soy adicto al uso de redes sociales**

**37. Debo usar redes sociales**

**38. El uso de redes sociales se ha convertido en algo natural para mí**

#### Intención conductual

**39. Tengo la intención de seguir usando redes sociales en el futuro**

**40. Siempre intentaré usar redes sociales en mi vida diaria**

**41. Planeo seguir usando frecuentemente redes sociales**

## V. AUTOCONCEPTO

Lee cuidadosamente los siguientes adjetivos, y valora cómo te defines o describes en una escala de 0 a 4, donde nada sería 0, y mucho sería 4, marca con una X la casilla correspondiente

### SOY UNA PERSONA

	NADA	POCO	REGULAR	BASTANTE	MUCHO
1. Guapo (a), atractivo (a)	0	1	2	3	4
2. Fuerte físicamente	0	1	2	3	4
3. Ágil físicamente	0	1	2	3	4
4. Sano (a)	0	1	2	3	4
5. Deportista	0	1	2	3	4
6. Elegante	0	1	2	3	4
7. Seductor (a)	0	1	2	3	4
8. Limpio (a)	0	1	2	3	4
9. Confiado (a)	0	1	2	3	4
10. Cooperativo (a)	0	1	2	3	4
11. Cariñoso (a), afectuoso (a)	0	1	2	3	4
12. Generoso (a)	0	1	2	3	4
13. Sincero (a), franco (a)	0	1	2	3	4
14. Tolerante	0	1	2	3	4
15. Sociable, comunicativo (a)	0	1	2	3	4
16. Compasivo (a), comprensivo (a)	0	1	2	3	4
17. Solidario (a)	0	1	2	3	4
18. Leal, fiel	0	1	2	3	4

SOY UNA PERSONA

	NADA	POCO	REGULAR	BASTANTE	MUCHO
19. Amigoso (a), simpático (a)	0	1	2	3	4
20. Servicial	0	1	2	3	4
21. Educado (a)	0	1	2	3	4
22. Apreciado (a) por los demás	0	1	2	3	4
23. Confiable, digno (a) de confianza	0	1	2	3	4
24. Cordial, cortés	0	1	2	3	4
25. Optimista	0	1	2	3	4
26. Pacífico (a), no agresivo (a)	0	1	2	3	4
27. Alegre, divertido (a)	0	1	2	3	4
28. Tranquilo (a), relajado (a)	0	1	2	3	4
29. Valiente	0	1	2	3	4
30. Seguro (a) de sí mismo	0	1	2	3	4

31. Bueno (a)	0	1	2	3	4
32. Feliz	0	1	2	3	4
33. Expresivo (a) emocionalmente	0	1	2	3	4
34. Sensible, sentimental	0	1	2	3	4
35. Activo (a), dinámico (a)	0	1	2	3	4
36. Responsable	0	1	2	3	4
37. Decidido (a)	0	1	2	3	4
38. Reflexivo (a)	0	1	2	3	4

SOY UNA PERSONA

	NADA	POCO	REGULAR	BASTANTE	MUCHO
39. Con sentido del humor	0	1	2	3	4
40. Constante, perseverante, tenaz	0	1	2	3	4
41. Independiente	0	1	2	3	4
42. Estable, equilibrado (a)	0	1	2	3	4

43. <b>Maduro (a), fuerte emocionalmente</b>	0	1	2	3	4
44. <b>Admirable, elogiabile</b>	0	1	2	3	4
45. <b>Satisfecho (a) consigo mismo (a)</b>	0	1	2	3	4
46. <b>Flexible</b>	0	1	2	3	4
47. <b>Racional</b>	0	1	2	3	4
48. <b>Honrado (a), honesto (a), moral</b>	0	1	2	3	4
49. <b>Inteligente, listo (a)</b>	0	1	2	3	4
50. <b>Creativo (a), imaginativo (a), original</b>	0	1	2	3	4
51. <b>Curioso (a), con amplios intereses</b>	0	1	2	3	4
52. <b>Observador (a)</b>	0	1	2	3	4
53. <b>Organizado (a)</b>	0	1	2	3	4
54. <b>Con buena memoria</b>	0	1	2	3	4
55. <b>Mentalmente rápido (a)</b>	0	1	2	3	4
56. <b>Capaz, competente en el trabajo</b>	0	1	2	3	4

57. Trabajador (a), estudioso (a)

0 1 2 3 4

En relación con las personas que sigo en redes sociales, yo me siento:

A. INFERIOR

B. SUPERIOR

C. INCOMPETENTE

D. COMPETENTE

E. QUE NO LE GUSTO A OTROS

F. QUE LE GUSTO A OTROS

G. RECHAZADO (A)

H. ACEPTADO (A)

I. DIFERENTE

J. IGUAL

K. SIN TALENTO

L. CON MÁS TALENTO

M. DEBIL

N. FUERTE

O. INSEGURO (A)

P. MÁS SEGURO (A)

Q. INDESEABLE

R. MÁS DESEABLE

S. MENOS ATRACTIVO

T. MÁS ATRACTIVO

U. QUE SOY PARTE DEL GRUPO

V. QUE NO SOY PARTE DEL GRUPO

#### VI. COMPARACIÓN SOCIAL

Lee el siguiente enunciado y marca con una X, el adjetivo con el que te sientas más identificado

1. ¿Qué perfiles o páginas en redes sociales visitas con más frecuencia?

Amigos  Celebridades  Vloggers  Familiares  Desconocidos  Tu propio perfil

Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tan seguido revisas tus notificaciones en redes sociales?

Una vez al día  Dos veces al día  Una vez cada hora  Varias veces por hora  A cada minuto

2. ¿Qué tipo de material subes a redes sociales?

Reflexiones  Fotos con amigos  Selfies individuales  Memes  Videos

Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Qué es lo que no te gusta mostrar en redes sociales?

Mi cuerpo  Mis emociones  Mis actividades  Mi familia  Otros \_\_\_\_\_

2. ¿Editas tus fotos antes de subirlas a redes sociales?

Siempre  Casi siempre  A veces  Casi nunca  Nunca

2. ¿Has utilizado nombres falsos o de celebridades en lugar del tuyo en Redes Sociales?

Si  No  ¿Porqué? \_\_\_\_\_

2. ¿Has utilizado fotos de perfil de de algo o alguien que no seas tu en Redes Sociales?

Si  No  ¿De qué/quien?¿Porqué? \_\_\_\_\_

14. Menciona 5 famosos que más sigas en redes sociales

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_