



Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario
Biblioteca Oscar Garat
Facultad De Ciencias De La Comunicación

EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES

María Rocío Alcántara
Facundo Martín Juan

Cita sugerida del Trabajo Final:

Alcántara, María Rocío; Juan, Facundo Martín. (2020). "El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).
Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons [Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)





UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO FINAL

“El uso de las **redes sociales** y su incidencia en la **autoestima** de los **adolescentes**”

Director: Enrique Virdo Kolbe

Autores:

Alcántara, María Rocío

Mat.: 34188464

Juan, Facundo Martín

Mat.: 33964457

INDICE

Índice.....	1
Abstract.....	3
Tema.....	3
Introducción.....	4
Objetivos.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Marco teórico.....	7
Adolescencia: Historia y conceptos importantes.....	7
Autoestima: Aportes fundamentales.....	12
Redes sociales: Un espacio dónde comunicarnos.....	17
Adolescencia – Autoestima – Redes sociales.....	21
Abordaje metodológico.....	24
Metodología.....	24
Instrumento.....	25
Resultados.....	26
Análisis de los resultados.....	41
Importancia de las redes sociales.....	41
¿Una imagen vale más que mil palabras?.....	42

Diversidad en la comunidad virtual.....	43
¿Quiénes somos en las redes sociales?.....	44
En busca de una imagen ideal.....	47
La importancia de la mirada del otro.....	49
¿Qué son las redes sociales para los adolescentes?.....	51
Adolescencias y redes sociales.....	52
Conclusiones.....	54
Bibliografía.....	56
Anexos.....	62

ABSTRACT

El presente trabajo tuvo como objetivo la búsqueda de una posible incidencia de la Redes Sociales en la autoestima de los adolescentes y el posterior análisis de los hallazgos. Se partió de una encuesta de elaboración propia con un diseño no experimental, transversal y descriptivo para el relevamiento de información de tipo exploratorio, no definitivo, a partir de un muestreo por accesibilidad de 221 adolescentes de entre 12 y 17 años, de un colegio de Córdoba Capital y un colegio de Villa Carlos Paz. Respecto a los resultados, fue posible reunir la evidencia necesaria para afirmar que las redes sociales podrían tener diversos efectos sobre la autoestima de los adolescentes. Dadas las características de la muestra, las conclusiones no son definitivas y por tanto no es posible generalizar los resultados a toda la población. No obstante, se pretende generar las condiciones necesarias para un primer acercamiento en vistas a futuras líneas de investigación.

PALABRAS CLAVES

Adolescencia – Redes Sociales – Autoestima

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes.

INTRODUCCIÓN

Si existe una expresión que puede definimos, es “Estamos conectados”. Todos, por una u otra razón, nos encontramos inmersos en el mundo que internet nos ofrece. Dicho mundo rige nuestro día a día, mediatiza nuestra relación con los otros y con la realidad en sí misma, en tanto se constituye en una fuente de comunicación, conocimiento, interacción y entretenimiento.

En los inicios de internet los usuarios eran de carácter pasivo, es decir, se limitaban a consumir el contenido que se hallaba en línea. No obstante, con el surgimiento de la llamada “Web 2.0”, las personas pudieron comenzar a participar activamente en la creación de dichos contenidos. Un buen ejemplo de esto son las redes sociales.

Estas redes funcionan como una plataforma que permite a los usuarios subir y compartir diferentes contenidos, suponen un lugar de encuentro entre sus usuarios, permitiendo compartir información, expresar sentimientos/pensamientos y comunicarse con otros, entre otras cosas, caracterizándose por ser portadoras de una lógica propia de inmediatez.

Se trata de un fenómeno que ha trascendido barreras que se pensaban inquebrantables y se ha instaurado en nuestra sociedad modificando, para siempre, la manera en que nos comunicarnos. Desde niños pequeños hasta adultos mayores cuentan hoy con acceso a las redes mediante diversos tipos de dispositivos electrónicos que les permiten mantenerse “en línea” casi de manera constante.

Considerando que se trata entonces de personas en constante interacción entre ellas y, a su vez, con el contexto, se hace evidente la relevancia del estudio de las redes sociales y su incidencia en la sociedad, desde el ámbito de la comunicación.

Hablar de Redes Sociales desde este enfoque, no supone el estudio de las mismas como soporte tecnológico en sí, sino de cómo las mismas inciden en las relaciones humanas y en la vida anímica de las personas, lo cual motiva este trabajo de investigación.

Al explorar en los usuarios más “conectados”, podríamos pensar en los adolescentes, dado que, si bien el uso de las redes sociales no se circunscribe sólo a ellos, podrían ser la población que más las utiliza, según el reporte de “We Are Social and Hootsuite sobre

tendencias digitales” (2018). En éste sentido, cabe preguntarnos por la incidencia de dichas redes en la vida anímica de los adolescentes.

La adolescencia es una etapa caracterizada, entre otras cosas, por la preocupación por la imagen corporal y el grado de “popularidad” u aceptación entre pares. Como mencionábamos anteriormente, además de mantenernos conectados, informados y entretenidos, las redes sociales nos permiten comunicar y comunicarnos de una manera diferente. Se trata de plataformas que ofrecen las herramientas necesarias para la construcción selectiva de una identidad en línea, un perfil, eligiendo qué es lo que queremos mostrar y de qué manera queremos hacerlo. De esta forma, es posible pensar que este contexto puede dar lugar a expectativas, estereotipos o comparaciones que entren en conflicto con el modo en que cada adolescente se percibe a sí mismo.

En línea con lo antedicho, siendo conscientes de la fuerte presencia que tienen las redes sociales en la cotidianeidad de nuestra sociedad, nos resulta interesante poder analizar este fenómeno; qué usos se les da, cuál es el rol que ocupan e indagar los efectos del uso de las redes sociales sobre el autoestima de los adolescentes.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Describir el rol e influencia de las redes sociales en la construcción de la autoestima en la adolescencia.

Objetivos específicos:

- Establecer el marco teórico que de sustento a las nociones de los conceptos de adolescencia, autoestima y redes sociales.
- Analizar el modo en que los adolescentes interaccionan a través de redes sociales.
- Interpretar qué lugar tienen las redes sociales en la elaboración de los procesos de autoestima que se atraviesan en la adolescencia.

MARCO TEÓRICO

ADOLESCENCIA: HISTORIA Y CONCEPTOS IMPORTANTES

Uno de los usuarios más importantes de las Redes Sociales en la actualidad, son los adolescentes. Y dado que la motivación de nuestro trabajo radica en conocer las incidencias del uso de estas redes en su vida anímica, resulta relevante comenzar por definir conceptualmente la adolescencia, así como caracterizarla y describir el contexto en el que se desarrolla.

El concepto de adolescencia, tal y como lo conocemos en la actualidad, no ha existido siempre. Históricamente, la adolescencia como constructo aparece a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, período en el cual se buscaba combatir el trabajo infantil y a la vez promover su permanencia dentro del sistema educativo (Risueño, 2002). Más tarde, durante el siglo XX, se constituye como campo de estudio, dentro de la psicología evolutiva bajo la influencia del psicólogo norteamericano Stanley Hall. Para Hall, la adolescencia representa un momento crítico en el desarrollo humano, un período de “tormenta y estrés”, caracterizado por tensiones, sufrimiento psicológico y tendencias contradictorias (Palacios y Oliva, 1990).

Como veremos, el concepto de adolescencia se nos revelará como una construcción social, dado que en su definición misma se entrelazan intensas transformaciones biológicas junto a elementos culturales que varían a lo largo del tiempo y de una sociedad a otra. Diferentes autores han dedicado parte de su estudio a este periodo del desarrollo humano. Haremos a continuación un breve recorrido.

Desde una perspectiva biológica, la adolescencia se corresponde con la pubertad, definida ésta por el conjunto de cambios físicos que a lo largo de la segunda década de la vida transforman el cuerpo infantil en un cuerpo adulto con capacidad de reproducción. Desde ésta perspectiva, se suelen diferenciar términos tales como: crecimiento, maduración y desarrollo.

El término crecimiento representa el aumento de un organismo vivo en aspectos cuantitativos como peso o talla. La maduración supone cambios cualitativos en la organización anatómica y fisiológica que afectan a las capacidades de acción y

reacción. Se puede decir por lo tanto, que la maduración es la actualización de lo virtual, de lo posible, que si bien dependen de factores innatos y endógenos es imposible sin la interacción con el medio, donde la presencia del otro cobra relevante importancia. Y por último el desarrollo, suele abarcar la totalidad de los fenómenos implicados en los cambios. Incluye los aspectos cualitativos y cuantitativos (crecimiento y maduración) siempre en relación a un intercambio con el medio social como fuente de los estímulos necesarios para completar ambos. (Bozalla & Naiman, 2013, p.3)

Estos tres conceptos se encuentran entrelazados y forman parte del constante aprendizaje que el niño adquiere a través de los estímulos que recibe del contexto que lo rodea.

Ahora bien, las nociones descritas giran en torno a la capacidad de cambio necesaria para todo proceso de desarrollo, por lo tanto, en este sentido, podríamos pensar que junto a la idea de determinación asociada a los aspectos biológicos, existe otra cara, inherente también a la biología, relacionada con aquellos aspectos indeterminados que dependen de la experiencia, en tanto que permiten ser moldeados y posibilitan la diferencia. En lo humano, este aspecto refiere siempre al encuentro con un otro, y es justamente eso lo que hace que cada persona sea singular e irrepetible. “Un niño nace con la herencia genética, la cual se modifica con la experiencia” (Bozalla & Naiman, 2013, p.4). Entendemos, a propósito de esto, que no se trata sólo del advenimiento de un cuerpo diferente.

Desde un enfoque sociológico, Havighurst (1972) considera que la adolescencia está marcada por las necesidades del joven y las demandas sociales. En su trabajo, sugiere que existen una serie de “tareas evolutivas” que deben afrontarse durante los años de la adolescencia. Entre estas tareas podemos destacar la aceptación de un nuevo cuerpo, resultado de los cambios puberales; la consolidación del rol de género, el establecimiento de relaciones maduras con pares de ambos sexos, la independencia emocional de los padres, la preparación para la carrera profesional y la vida de pareja/familia, y la adquisición de una serie de valores que sirvan de guía de comportamiento (Palacios y Oliva, 1990).

En línea con lo expuesto, Aberastury (1973) define la adolescencia como un momento crucial de la vida del hombre y decisiva para su desprendimiento, un período de contradicciones, confuso, ambivalente y doloroso. Agrega: “No creo que se pueda hablar

de una crisis de la juventud, sino de una forma de crisis de los jóvenes dentro de una sociedad en crisis” (Aberastury, 1973, p.39). Sitúa, así mismo, una serie de procesos dados en esta etapa: el duelo por el cuerpo infantil, el duelo por el rol y la identidad y también el duelo por la autoridad de los padres. Además, plantean que la adolescencia normal surge como producto de los movimientos propios de esta etapa, a nivel individual y en un contexto de interacción del sujeto con su medio; es decir, que se tratará de una etapa vital ligada al contexto sociocultural, histórico y económico (Aberastury y Knobel, 1970).

La Organización Mundial de la Salud (OMS), por su parte, define la adolescencia como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más importantes en la vida del ser humano, que se caracteriza por un ritmo acelerado de cambios condicionados por diversos procesos biológicos, siendo el comienzo de la pubertad lo que marcará el pasaje de la niñez a la adolescencia (OMS, 2014). Señalan, a su vez, que dichos cambios biológicos en torno a la sexualidad y el crecimiento y desarrollo corporal que aparecen en éste momento, surgen paralelamente cambios psicosociales que hacen de este período una etapa decisiva en el camino hacia la edad adulta.

En ésta línea, plantean tres áreas del desarrollo del adolescente estrechamente vinculadas entre sí y con diferentes ritmos de variación. A saber:

Área de desarrollo físico, que implica aquellos cambios propios de la pubertad, el desarrollo sexual y el desarrollo cerebral.

Área de desarrollo psicológico, que incluye el desarrollo cognitivo, que se verán reflejado en la manera de pensar, y el desarrollo afectivo en torno a sentimientos negativos o positivos relacionados con experiencias e ideas y que constituye la base de la salud mental.

Por último, el Área de desarrollo social, vinculada a las relaciones familiares, entre pares y el resto de las personas.

Otros autores que han trabajado sobre el concepto de adolescencia son Pineda y Aliño (2002). Para ellos, la adolescencia cronológicamente se inicia por los cambios puberales,

caracterizada por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales; muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones. Afirman que no se trata solamente de un período de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social en donde surgen diferentes cambios a considerar (Pineda y Aliño, 2002).

- Crecimiento corporal determinado por variaciones de peso y estatura.
- Aumento de la masa y la fuerza muscular.
- La velocidad de crecimiento, los cambios en la forma y dimensiones cuerpo traen aparejada en ocasiones torpeza motora, incoordinación, fatiga y trastornos del sueño que pueden generar trastornos emocionales y conductuales de manera transitoria.
- El desarrollo sexual, caracterizado por la maduración de los órganos sexuales, la aparición de los caracteres sexuales secundarios y el inicio de la capacidad reproductiva.
- Aspectos psicosociales integrados en una serie de características y comportamientos que, en mayor o menor medida, están presentes durante esta etapa. A saber:
 - Búsqueda de sí mismos y de su identidad. Necesidad de independencia
 - Tendencia grupal.
 - Evolución del pensamiento concreto al abstracto.
 - Las necesidades intelectuales y la capacidad de utilizar el conocimiento alcanzan su máxima eficiencia.
 - Manifestaciones y conductas sexuales con desarrollo de la identidad sexual.
 - Contradicciones en las manifestaciones de su conducta y constantes fluctuaciones de su estado anímico.
 - Relaciones conflictivas con los padres que oscilan entre la dependencia y la necesidad de separación de los mismos.
 - Actitud social reivindicativa: en este período, los jóvenes se hacen más analíticos, comienzan a pensar en términos simbólicos, formular hipótesis, corregir falsos preceptos, considerar alternativas y llegar a conclusiones propias.
 - Se elabora una escala de valores en correspondencia con su imagen del mundo.
 - La elección de una ocupación y la necesidad de adiestramiento y capacitación para su desempeño.

- Necesidad de formulación y respuesta para un proyecto de vida.

Como se ha descripto, la adolescencia ha sido considerada por diferentes autores que han enfatizado determinadas características desde su marco teórico. Algunos de ellos, han puesto el foco en el carácter transitorio de la adolescencia. Palacios y Oliva (1990), entienden por adolescencia a la etapa que se extiende desde los 12-13 años hasta aproximadamente el final de la segunda década de la vida y afirman:

Se trata de una etapa de transición en la que no se es niño pero aún no se tiene el status de adulto, en línea con lo que Erickson (1968) denominó una “moratoria social”; un compás de espera que la sociedad da a sus miembro jóvenes mientras se preparan para ejercer los roles adultos. (Palacios y Oliva, 1990, p.434)

En la misma línea, Lillo Espinosa (2002) la define como una fase de transición entre un estadio, el infantil, para culminar en el adulto. Se trata, para este autor, de una etapa de elaboración de la identidad definitiva de cada sujeto que se plasmará en su individuación adulta (Lillo Espinosa, 2002).

Otros, en cambio, han resaltado la importancia de éste período para la construcción de la identidad. En ésta línea, Krauskopof (1999) sostiene que en la adolescencia se replantea la definición personal y social del ser humano a través de una segunda individuación que moviliza procesos de exploración, diferenciación del medio familiar, búsqueda de pertenencia y sentido de vida. Barrionuevo (2011), por su parte, plantea que el adolescente es atravesado por una “conmoción estructural” cuyas implicancias, entre otras, se relacionan con el replanteamiento del sentimiento de sí, de su identidad, dejando atrás los lazos identificatorios de la infancia que serán sustituidos por el advenimiento de nuevas identificaciones asentadas en el grupo de pares.

En síntesis, podemos decir que la adolescencia se trata de un proceso del desarrollo humano que surge entre la salida de la infancia y la entrada en la adultez. Proceso que estará caracterizado por cambios físicos y psicosociales manifiestos, determinados por su cultura y contexto. Así mismo, y a raíz de dichos cambios, el/la adolescente se irá despojando de la capa protectora familiar que lo ha contenido en la niñez, asomándose a un mundo cada vez más adulto que le demandará construir, ante la mirada de sus pares y con una autoestima vulnerable, una nueva identidad.

AUTOESTIMA: APORTES FUNDAMENTALES

El concepto de Autoestima ha sido estudiado dentro del campo de la psicología por diversos autores. Sin embargo, también se utiliza en la cotidianidad para referirse, de un modo general, al valor que una persona se da a sí misma.

Ahora bien, dado que será un concepto a analizar en este trabajo, profundizaremos sobre este constructo con la ayuda de algunos autores.

A partir de una primera definición podríamos entender la Autoestima como el valor que nos asignamos a nosotros mismos, y que se relaciona con la aceptación de nuestros aspectos positivos y negativos. Está relacionada con la autoimagen, que se entiende como el concepto que se tiene de uno mismo, y con la autoaceptación, relacionada con el reconocimiento propio de las cualidades y los defectos (*Significado de Autoestima*, 2019).

Según el diccionario de psicología de Consuegra Anaya (2011), la Autoestima hace referencia a la “Autoimagen o autoevaluación positiva, que surge cuando se compara el sí mismo real con el sí mismo ideal. A partir de esto, la persona se juzga a sí misma de acuerdo con los estándares y expectativas sociales que ha incorporado a su autoconcepto” (p.32).

Encontramos, por otro lado, que se reconoce como un indicador del desarrollo personal fundado en la valoración, positiva, negativa o neutra, que cada persona hace de sus características cognitivas, físicas y psicológicas. Dicha valoración se construye sobre la base de la opinión que cada persona tiene sobre sí misma, a partir de los atributos que le otorgan las características mencionadas. Esta opinión es confirmada por cada individuo a partir de la percepción de cómo y cuánto es valorado por quienes lo rodean y, particularmente, todo aquel que es relevante para él en su vida cotidiana (como se cita en Peradotto, Vargas y Valdivia, 2005). Intervendrían entonces cuestiones sociales y, por supuesto, culturales que darían pie a comparaciones que involucran valores fundamentales adquiridos durante el proceso de socialización. De esta manera, podríamos pensar que lo que determinaría la diferencia entre niveles de Autoestima altos o bajos, estaría estrechamente ligado a la distancia entre el concepto/imagen que tenemos de nosotros mismos, respecto de aquel concepto/imagen que nos gustaría ser/tener.

Branden (1989), por su parte, hace hincapié en la importancia que tiene la Autoestima en la medida en que afecta diversos aspectos de la vida de las personas. Según éste autor, la misma se constituye a partir de dos componentes, a saber: un sentimiento de capacidad personal y un sentimiento de valía personal, estableciendo en éste punto que: “Refleja el juicio implícito que cada uno hace de su habilidad para enfrentar los desafíos de la vida y de su derecho a ser feliz” (p.1). De ésta manera, la Autoestima se constituye como el componente evaluativo del concepto de sí mismo, lo cual involucra quién y qué pensamos que somos, nuestras características, cualidades y defectos.

Así mismo, el mismo autor considera que: “La búsqueda por la autoconfianza y el autorespeto fracasa en la medida en que “ese anhelo por “algo más” existirá siempre” (Branden, 1989, p.3). Dado que las personas tienden a orientar dicha búsqueda hacia los demás en lugar de focalizarla hacia el mismo. Sin embargo, considera que, si bien es sencillo alejarse del concepto positivo de uno mismo, la Autoestima es una cuestión de grados en tanto y en cuanto no existe una persona que carezca absolutamente de ella o que no pueda desarrollarla, dado que siempre está la posibilidad de cultivarla (Branden, 1989).

En torno al concepto de Autoestima, también surgen nociones como la de Autoconcepto. Al respecto, Páramo (2008) plantea que, al igual que la noción de identidad, el autoconcepto no es algo que permanece estable e invariable en el tiempo, sino que se encuentra sujeto a modificaciones en la medida en que se constituye en el marco de la interacción con los otros, la cultura y el contexto. Considerando esto, las personas se hallarían a merced de diferentes estándares evaluativos, de acuerdo a las diversas situaciones sociales en las que se encuentren.

Siguiendo esta línea de pensamiento, si entendemos el concepto de Autoestima como la valoración que la persona hace de diferentes aspectos de sí misma, y que el grado o nivel de Autoestima desarrollado está ligado a las relaciones sociales, la cultura y el contexto; es posible pensar que la Autoestima, por tanto, refleja una actitud general o global hacia uno mismo (Rosenberg, Schooler, Schoenbach, Rosenberg, 1995), pero el autoconcepto podría variar de acuerdo a los diferentes ámbitos en los cuales nos encontremos inmersos. De esta forma, una persona podría tener un buen concepto de sí misma a nivel académico, y no así a nivel social, o viceversa.

Otra de las nociones en torno al concepto de Autoestima, es la de Self (Banaji y Prentice 1994). Las autoras establecen que en las investigaciones sobre el Self se han detectado dos conjuntos: Auto-conocimiento y Auto-acrecentamiento. El primero, haría referencia a la necesidad de obtener evidencia precisa y certera de los rasgos y habilidades de uno mismo, destacándose fundamentalmente el deseo por obtener aquella evidencia que permita confirmar las autoevaluaciones. El segundo, en cambio, referiría al deseo de un feedback positivo respecto a uno mismo. Esto estaría asociado por un lado a impulsos de autoprotección desencadenados por experiencias amenazantes o negativas y por el otro al impulso continuo a tener un sentido positivo de sí mismo. Aquí, la comparación social parece ejercer un rol clave. Al respecto, las autoras destacan que estudios realizados han revelado que un acrecentamiento del Self puede estar asociado a “comparaciones descendentes” (Banaji y Prentice, 1994). Es decir, que el bienestar subjetivo de algunas personas podría asociarse a comparaciones respecto de personas menos afortunadas. La motivación de este comportamiento podría estar asociada a una baja autoestima, feedback negativo o enfermedad.

Al mismo tiempo, las autoras agregan un nuevo conjunto denominado Auto-mejoría. El mismo haría referencia al deseo por acercarse a lo que uno considera que debería ser o a lo que a uno le gustaría ser. Estos tres conjuntos: Auto-Conocimiento, Auto-Acrecentamiento y Auto-Mejoría dan cuenta de cómo los diferentes contextos de interacción social pueden generar una amplia variedad de comportamientos (Banaji y Prentice, 1994).

En cuanto al Autoestima, las mismas autoras retoman los aportes teóricos de Baumeister, Tice y Hutton (1989), y Baumgardner (1990) para indicar que se trata de un importante predictor de cómo las personas tienden a presentarse. Baumeister, et al. (1989) establecen que las personas con un autoestima alta tienden a aceptar riesgos, focalizando en sus características excepcionalmente buenas, atrayendo hacía sí mismos la atención. Mientras que las personas con baja autoestima harían lo contrario. En contraposición, Baumgardner (1990), explica que las personas con baja autoestima en ocasiones tienden a comprometerse en formas públicas que le permitan acrecentar su autoestima, en la medida en que requieren del apoyo social y la afirmación que les puedan proveer los demás.

Por su parte, Coopersmith, (1999) define la Autoestima como la evaluación que hace el sujeto respecto de sí, y que está relacionada significativamente con la satisfacción

personal y el funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la Autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo.

Para este autor, las personas desarrollarían un autoconcepto de acuerdo a cuatro bases (Coopersmith, 1990):

- 1) Al significado que se dé a la forma en que son amados o considerados, y al grado de aprobación que recibieron de personas significativas.
- 2) La competencia o idoneidad para llevar a cabo tareas que se consideren importantes.
- 3) La adhesión a las normas de ética y de moral.
- 4) Y por último, el grado de influencia que las personas tendrían hacia sí mismas y hacia los demás.

Otros de los autores que definieron el concepto de Autoestima fueron Haeussler y Milicic (1996), explicando que se trata de ser capaz de aceptarse y valorarse positivamente, considerando su desarrollo como un proceso que parte del conocimiento de sí mismo a través de la autoevaluación; cuanto más profundo sea este conocimiento, mejor se tendrá una imagen real de lo que se es, permitiendo mejorar así habilidades para el desarrollo personal.

A su vez, consideran cinco dimensiones o áreas asociadas a la Autoestima: la física, afectiva, social, académica y ética.

La Dimensión Física haría referencia al hecho de sentirse atractivo/a físicamente, en aceptar y sentir satisfacción por el propio cuerpo tal cual es, sin dejar de lado el interés por la propia apariencia y autocuidado.

La Dimensión Afectiva se relacionaría con el hecho de sentirse aceptado y querido por los demás, así como la autoaceptación, reconociendo las características personales tanto positivas como negativas.

La Dimensión Social abordaría el sentimiento de pertenencia hacia el grupo de referencia, comunidad, etc.; así como la capacidad de establecer relaciones sociales con personas del sexo opuesto. Comprende también acciones que permiten sentir agrado y disfrute al momento de enfrentar diversas situaciones sociales.

La Dimensión académica haría referencia a la autovaloración de las capacidades cognitivas y los sentimientos que se generan al respecto, como por ejemplo sentirse inteligente, creativo, etc; así como a la percepción que se tiene al momento de enfrentar actividades en el entorno académico.

Finalmente, la Dimensión ética, que bordearía el proceso de interiorización de valores y normas sociales y los sentimientos que los mismos generarían; como por ejemplo, sentirse una buena o mala persona, sentirse una persona responsable o no, entre otros.

Por su parte, Cortés de Aragón (1999,) considera que la Autoestima se expresa a través de 3 componentes fundamentales.

Componente Cognoscitivo. En donde se considerarían todos los conceptos referidos a la representación mental que las personas tengan sobre sí mismos; es decir, los conceptos, ideas, conocimientos, percepciones, creencias y opiniones sobre sí mismo. Abarcando de este modo al autoconocimiento, autoconcepto, autocomprensión, autoimagen y autopercepción.

Componente Emocional – evaluativo. En donde se encontrarían los sentimientos y emociones referidos a sí mismo, los cuales determinan gran parte de la Autoestima, y en la medida en que sean interiorizados correctamente, permitirán a cada individuo gestionar su propio crecimiento personal, dentro de ellos se tendría la autoaceptación, autoevaluación, autovaloración y autoaprecio.

Componente Conductual. La Autoestima no solo implicaría el componente cognitivo y emocional, sino que también se hace observable a través de las conductas y comportamientos realizados.

En suma, la Autoestima, implicaría un proceso de autoevaluación continua que abarcaría diversos componentes o factores del ser humano, tales como rasgos físicos, mentales, sociales, espirituales, emocionales y conductuales.

REDES SOCIALES: UN ESPACIO DONDE COMUNICARNOS

El mundo, nuestro mundo, cambia constantemente, y las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) no sólo no son una excepción, sino que sus avances han configurado nuevos modos de comunicarnos. El surgimiento de la “web 2.0” sentó las bases para un nuevo escenario en lo que respecta a la tecnología, suscitando la posibilidad de compartir con otros usuarios y ofreciendo a través de múltiples operaciones, la oportunidad de intervenir contenidos de manera activa. Es a partir de ese nuevo contexto que los usuarios lograron posicionarse desde un lugar activo, como productores de contenido y no como mero receptores del mismo (Zalazar, 2008). En palabras de Pellegrino (2017), en el contexto de estas plataformas los usuarios pueden volverse protagonistas en la medida en que adoptan un rol dual, siendo tanto consumidores como productores de contenido, peleando así por la atención de la audiencia. Un ejemplo de ello, son las Redes Sociales.

Hoy en día, las Redes Sociales conforman una de las principales fuentes de comunicación, funcionan como una plataforma que permite a los usuarios subir y compartir diversos tipos de contenidos con gran predominio del material audiovisual. Rodríguez y Fernández (2014), definen a las Redes Sociales como comunidades virtuales que funcionan como una plataforma de comunicaciones y formas de interacción social, definidas por el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones.

Según Caldevilla Dominguez (2010), estas plataformas se erigen como una “reunión de personas” que pueden ser conocidas o desconocidas entre sí, pero que interactúan, redefiniendo y retroalimentando al grupo en cuestión, a la vez que les permiten: construir amistades, entretener, conocer gente nueva y compartir. Así mismo, las Redes Sociales se caracterizan por permitir a los usuarios conectarse y comunicarse desde cualquier dispositivo que posea conectividad a internet, construyendo un perfil público o semipúblico y creando listas de “amigos” y “seguidores” con quienes compartir información personal así como también diversos tipos de contenido. Es decir, permiten a los usuarios mostrar su perfil, subir fotos, contar experiencias personales, chatear con sus amigos y compartir e intercambiar contenidos de todo tipo: información, opiniones, comentarios, fotos y videos (Tomeo, 2014). Las Redes Sociales se han convertido en muy

poco tiempo en un auténtico fenómeno social. Han revolucionado las formas de comunicación a lo largo de todo el mundo convirtiéndose en plataformas que permiten expresarse y comunicarse con facilidad, gratuidad e inmediatez (Martín, 2016).

Estamos conectados. “La interacción social ha dejado de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la red” (Solano, 2013, p.24). Y si bien la comunicación cara a cara sigue teniendo un peso fundamental para la interacción social, la comunicación por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación es cada vez más frecuente. El mundo virtual nos resulta más simple, más rápido, más efectivo y hasta casi más natural (Clairá, 2013). ¿Qué significa entonces estar “Conectados”? Estar conectados implica esencialmente estar visible. La visibilidad garantiza la inclusión en un mundo cuya representación se ha desplazado de lo palpable a lo comunicable (Winocur 2012).

Entre estas plataformas que surgieron con el fin de “conectarnos”, podemos ubicar a Facebook, Instagram, Youtube y Tik Tok, entre otras.

Facebook surgió el 4 de febrero de 2004, y en febrero del 2007 llegó a ser la plataforma de estas características con más usuarios registrados de todo el mundo. Se creó originalmente para los estudiantes universitarios de los Estados Unidos, pero actualmente está abierto a cualquier persona que disponga de dirección de correo electrónico. Los usuarios se pueden organizar por grupos y unirse a redes concretas en relación a su situación académica o zona geográfica (Axelsson, 2008).

Instagram, por su parte, fue pensada originalmente como una aplicación. Es una red social que permite compartir una imagen o una serie de imágenes desde el teléfono móvil, otorgándoles, a su vez, un formato de fotografía instantánea. Esta plataforma permite generar contenido en un formato visual y sencillo, por ello es valorada por los usuarios como elemento para compartir la creación gráfica personal (Marcelino y Taboada, 2014). Si bien es posible conectarnos a estas plataformas a través de una página web, tanto ésta como otras Redes Sociales similares han visto fortalecida su popularidad en los últimos años, en una era donde prolifera el uso de dispositivos móviles con cámaras de fotos integradas y teléfonos smartphome (Marcelino y Taboada, 2014).

YouTube, es otra de las plataformas más famosas en los tiempos que corren. En 2005, cuando Steve Chen y Chad Hurley lo fundaron, lo definieron como un sitio para "mirar y

compartir videos”. Pero con el paso de los años se ha ido transformando de una biblioteca de contenidos audiovisuales a una Red Social en la que cualquier usuario no sólo es capaz de compartir contenido en formato de video, sino que puede ser propietario de diferentes “canales” para diversos fines, en los que la interacción ya no sólo se circunscribe al mero hecho de “mirar un video” sino que posibilita un intercambio con participación activa de comentarios, ideas y opiniones. Hoy, en YouTube podemos encontrar canales en vivo, programas de televisión, películas, series, videoclips musicales, recetas de cocina, resúmenes periodísticos, clases grabadas y hasta un canal exclusivo para niños. Reguillo (2012), al respecto, señala que uno de sus descubrimientos más relevantes en el uso de las redes sociales, blogs, YouTube y otros sitios, fue la altísima interacción que posibilitan. En lo que toca a las culturas musicales vinculadas al uso y frecuentación de YouTube, el concepto “share” cobra una relevancia central, en la medida en que es a partir de este criterio como se arman las cadenas de repertorios significativos (Reguillo, 2012).

Otra de las redes sociales con gran popularidad es Tik Tok. Proviene de una aplicación china: “Sacudir la música”, nacida en el año 2016 y en el año 2017 se expandió internacionalmente bajo el nombre TikTok. (Palao y Baeza, 2020). Digital Trends, (como se cita en Ballesteros, 2020) se ha referido a TikTok como la red social más popular del momento, ya que en el primer trimestre de 2020 fue la aplicación más descargada en App Store y Google Play. Calculan que hay 800 millones de usuarios activos en el mundo, lo que coloca a esta red social en el séptimo puesto, sólo por detrás de Facebook, YouTube, Whatsapp, Messenger, WeChat e Instagram; y por delante de sitios como Twitter, LinkedIn, Pinterest o Snapchat. Esta novedosa red social permite a los usuarios crear, editar y publicar vídeos cortos de hasta un minuto de duración. Se trata de vídeos creativos, videoselfies haciendo playback y sincronizando los labios con canciones conocidas (lipsync), y los denominados hashtagchallenges (Ballesteros, 2020).

A su vez, resulta importante destacar que a partir de los avances en materia de tecnología, se han propiciado las condiciones para que dichas redes sociales, ahora en formato de aplicación móvil, estén al alcance de la mano de manera constante; a un sólo click.

Ahora bien, de acuerdo a lo expuesto por Turkle (2012), el hecho de que la tecnología esté al alcance de nuestra mano no solo modifica lo que hacemos y cómo nos comunicamos, sino también lo que somos. Estas plataformas de interacción en línea,

además de brindarnos un espacio de intercambio, permiten a las personas presentarse tal como quieren ser, pudiendo borrar, editar o retocar todo lo que consideren necesario. En este sentido, a partir del surgimiento de las Redes Sociales, emergen también nuevas identidades, de un usuario múltiple, con múltiples perfiles según el contexto en el que esté inserto, incluyendo como parte del contexto a la comunidad virtual con la que ese usuario interactúa. En esta línea, Turkle (1997) plantea la idea de las diferentes ventanas en un ordenador que pueden entenderse como una metáfora para pensar en el yo como un sistema múltiple, distribuido. El yo no interpreta diferentes papeles en diferentes escenarios en momentos diferentes, sino que la práctica vital de las ventanas es la de un yo descentrado que existe en múltiples mundos e interpreta múltiples papeles al mismo tiempo. Y es a partir de figurar dentro de este espacio que el sujeto efectivamente existe. Comparte y luego existe (Turkle, 2012).

ADOLESCENCIA – AUTOESTIMA – REDES SOCIALES

Hoy en día los dispositivos tecnológicos ocupan un espacio significativo en la vida de muchos individuos, especialmente en los adolescentes, dado que al haber nacido en la era digital, no conocen su vida sin internet, sin computadora, y sin el teléfono móvil (Junquera, 2015). El término Red Social va vinculado a la integración de las tecnologías, tecnologías que acompañan a los adolescentes en cada momento ya que éstos se han convertido en los principales actores/consumidores de esta oportunidad surgida en el seno de Internet (Salguero y Otero, 2014). A propósito de esto, hemos encontrado que la mayor incidencia del uso de las redes sociales se da entre los jóvenes de 14 a 24 años (*Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*, 2018).

Al respecto, Bernete (2010), se preguntó qué sentido tiene para los adolescentes establecer contactos mediante las Redes Sociales, y afirma: “Los jóvenes y adolescentes se unen a las redes porque allí es donde están sus amigos (...)” (p.110).

Reig (2013), establece tres formas en la que los adolescentes participan en las Redes Sociales:

Hangin out (perder el tiempo): Se trata de una forma de socialización tradicional pero adaptada a los tiempos. Equivale a lo que antes era hablar por teléfono o chatear con el antiguo programa Messenger. Responde a la necesidad de los adolescentes de pasar el mayor tiempo posible con los iguales, cuando no se da la interacción cara a cara. Se trata de una función meramente lúdica.

Messing around (darle vueltas): Es una forma de implicación algo mayor que la anterior. Implica exploración y participación más activa y constructiva. Puede ir desde buscar información, compartir imágenes o videos, etc.

Geeking out (experto): Responde al nivel avanzado de utilización de la red. La implicación puede darse mediante la creación de blogs, perfiles o comunidades especializadas en una temática. Implica reinención, aprendizaje y creatividad (Reig, 2013, como se cita en Martin, 2016).

Con la llegada de la adolescencia, chicos y chicas comienzan a pasar más tiempo con sus pares y será en el marco de esas relaciones que los adolescentes encontrarán un nuevo espacio de autoevaluación a partir de las devoluciones que vaya recibiendo y las comparaciones que inevitablemente surgirán (Naranjo y Gonzalez, 2012). Este hecho, sumado a que cuando hablamos de adolescencia, nos referimos a un período en el que se hace frente a importantes cambios en el desarrollo físico, emocional y personal, es posible esperar que sus niveles de autoestima experimenten cambios y fluctuaciones. Pertenecer a una red social en determinadas edades es una necesidad para poder estar en contacto con la sociedad y el entorno que nos rodea, pero se convierte en una realidad que puede constituir riesgos para una generación que se encuentra en período de crecimiento, de establecimiento de escala de valores y de formación de su personalidad (Salguero y Otero, 2014).

Según García & Rodríguez (2014) los adolescentes necesitan definirse, diferenciarse de los demás, pero también sentirse incluidos socialmente. Internet posibilita satisfacer estas necesidades, convirtiéndose en el principal espacio de interacción social, dando oportunidad de expresar ideas y problemas en foros, blogs o Redes Sociales. Así, los sujetos se pueden sentir sustentados emocionalmente por otros usuarios generando comprensión recíproca. Pero esta facilidad no está exenta de riesgos y saber identificarlos no es tarea sencilla para un adolescente que se encuentra en pleno proceso de su desarrollo madurativo (Fernández, 2018).

Muchos son los factores que entran en juego en el binomio Adolescencia - Red Social. En ocasiones, se desvirtúa la importancia de la palabra amigo o se pierde la noción entre la vida real y la virtual, dado que en esta última suelen mostrarse como les gustaría ser en realidad y no como quienes en verdad son (Salguero y Otero, 2014). Un ejemplo de ellos son los diferentes perfiles. Los adolescentes depositan una gran confianza en las pantallas, personalizándolas, lo que las convierte en una vía de expresión de su propia individualidad, muy importante en esta etapa de la vida, ya que el adolescente está en una constante búsqueda de su propia identidad (Salguero y Otero, 2014).

De esta forma, las Redes Sociales, como las publicidades y revistas en su momento, nos muestran estándares imposibles de éxito y belleza. La diferencia, radica en que esta vez los portadores de esos ideales no serán sólo celebridades y modelos, sino que vendrán representados por nuestros compañeros y amigos (Jacobson, s.f).

Con las redes sociales, los adolescentes pueden editar sus vidas, y las publicaciones resultantes se leen como las imágenes más destacadas de una película, mostrando solo los mejores y más envidiables momentos, mientras se ocultan los esfuerzos, las dificultades y los aspectos meramente ordinarios de la vida cotidiana. (Jacobson, s.f)

Al respecto, Wick (como se cita en Jacobson, s.f.), afirma que para los adolescentes, el peso combinado de la vulnerabilidad, la necesidad de validación y el deseo de compararse con sus amigos, forma lo que ella describe como una “tormenta perfecta de baja autoestima”. Por todo lo expuesto, cabe entonces preguntarnos por el impacto, el rol y la incidencia de las redes sociales en la vida anímica de los adolescentes.

ABORDAJE METODOLÓGICO

Metodología

En relación a la metodología utilizada, se ha adoptado un enfoque cuantitativo. En este sentido, se ha optado por un relevamiento de información de tipo exploratorio, no definitivo. Así mismo, se hace uso de un diseño no experimental, transversal y descriptivo en la medida en que se pretende observar un fenómeno tal y como se da en su contexto natural, con el objetivo de indagar sobre su incidencia, recolectando datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014).

El estudio se centra en las propias definiciones de los participantes, sus visiones, y por tanto se analizarán desde esa perspectiva: la de la percepción lega de un grupo de adolescentes sobre sus actividades en relación a las redes sociales. Con el fin de establecer el acercamiento al grupo en cuestión, se decidió realizar un trabajo de campo de único contacto, mediante la aplicación de una encuesta. Las encuestas son útiles para reunir datos a fin de describir los fenómenos y sus condiciones de existencia, encontrar regularidades, determinar las relaciones entre las distintas variables y dimensiones en estudio, e inclusive llegar a la formulación hipotética de relaciones causales, que pueden ser insumo de una próxima investigación (Bravin y Pievi, 2008).

El estudio se concretó a partir de un muestreo por accesibilidad de 221 adolescentes escolarizados de entre 12 y 17 años, de ambos sexos, residentes de la ciudad de Córdoba. Dicho tipo de muestreo es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad para el investigador. Al tratarse de una muestra poblacional relativamente pequeña el análisis de los resultados no podrá generalizarse a la totalidad de la población, por lo que no se esbozarán proposiciones concluyentes acerca del uso que le dan los adolescentes a las redes sociales, sino que se plantearán una serie de relaciones que puedan guiar nuestro análisis y que den cuenta de la incidencia que podrían tener dichas plataformas en la autoestima de los adolescentes, tal como se ha mencionado. Se espera con este trabajo aumentar el grado de familiaridad en relación al tema, generando las condiciones necesarias para un primer acercamiento en vistas a futuras líneas de investigación.

Instrumento

El instrumento utilizado para recolectar los datos fue un cuestionario de elaboración propia, semi estructurado, integrado por preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple.

Dado que se trató de un instrumento autoadministrado por los propios adolescentes, en una muestra por accesibilidad, voluntaria, y de alumnos de colegios secundarios, resultó prudente que el número de preguntas del cuestionario no demandara un tiempo prolongado de respuesta.

Así mismo, el instrumento diseñado, luego de solicitar a los directivos los permisos correspondientes, fue difundido por medio de la plataforma en línea Google Forms, de manera anónima y on line en un colegio de la Ciudad de Córdoba y un colegio de la Ciudad de Carlos Paz. De esta manera, en relación a la confiabilidad de los datos obtenidos, garantizando el anonimato, se puede inferir que los participantes responderán con mejor disposición a la sinceridad (Bravin y Pievi, 2008).

Luego se procedió al análisis de los resultados estableciendo un diálogo entre la información obtenida y el material bibliográfico de investigaciones previas en relación a la temática.

Resultados

Gráfico n°1

Edad

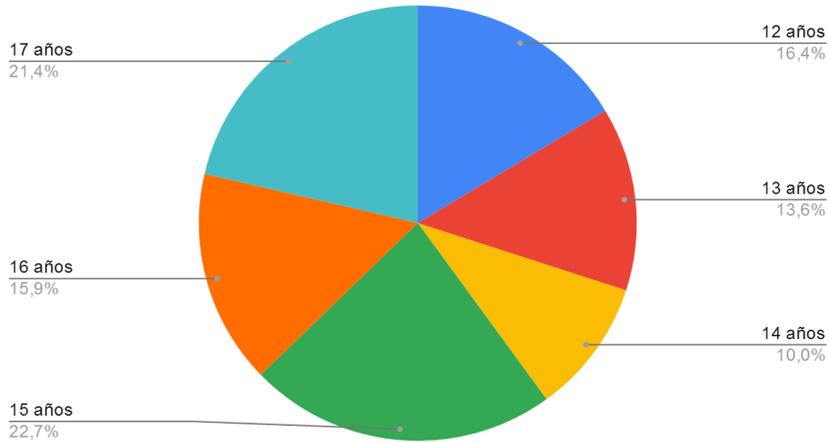
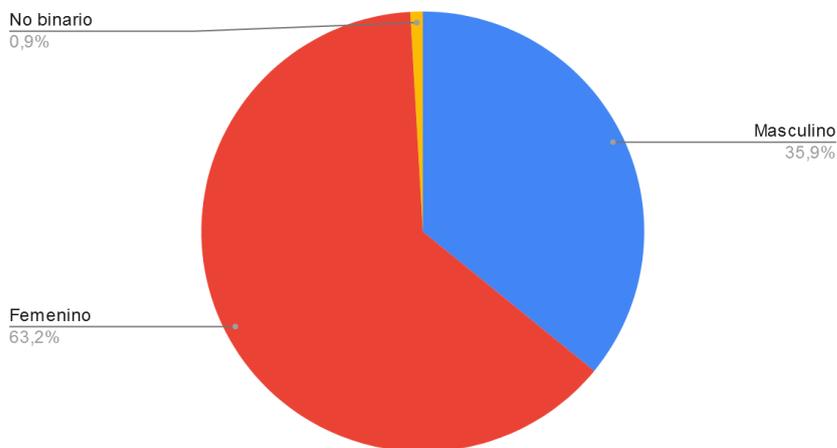


Gráfico n°2

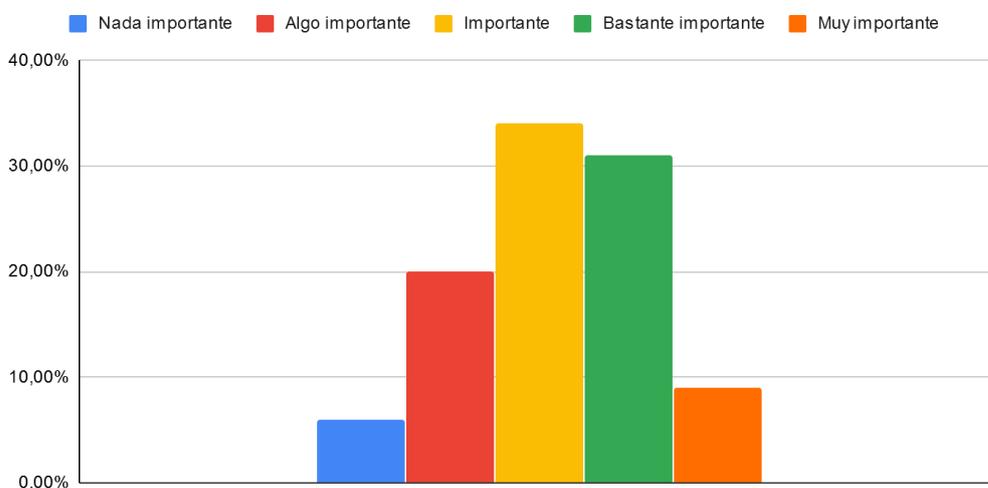
Género



Con el fin de abordar los objetivos propuestos, se realizó una encuesta de elaboración propia a una muestra de 221 adolescentes de entre 12 y 17 años de ambos sexos, de los colegios “San José” y “Dante Alighieri”, de la ciudad de Córdoba y Carlos Paz, respectivamente.

Gráfico n°3

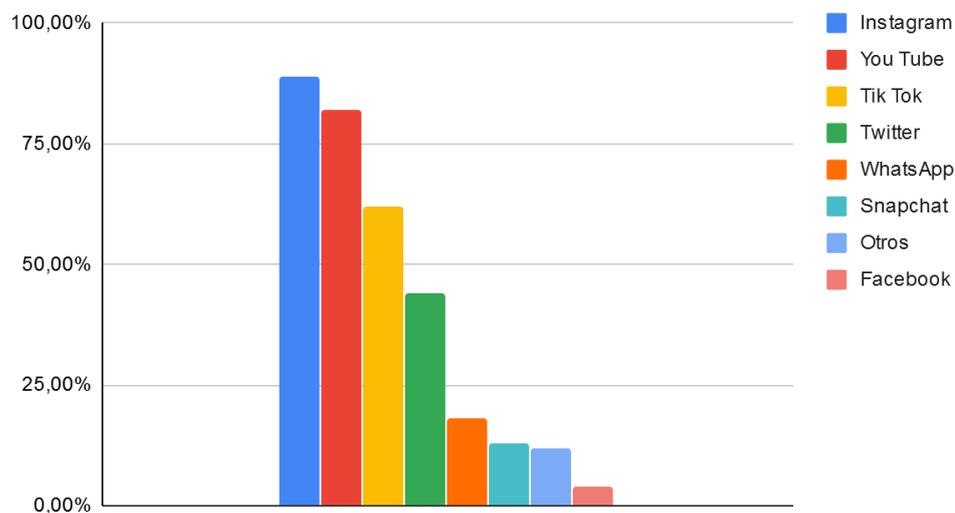
¿Qué tan importantes creés que son las Redes Sociales en tu vida?



A fin de analizar la incidencia que pudieran tener las redes sociales sobre la autoestima de los adolescentes, resultó primordial comenzar por establecer el lugar que ocupan en su vida. A partir de los resultados obtenidos, es posible observar que los adolescentes de la muestra les adjudicaron distintos niveles de importancia, los cuáles se corresponden con diversas causas o motivaciones para su uso. Como se observa, partiendo de una escala de 5 puntos, siendo los extremos “Nada importante” y “Muy importante”, la mayor parte de las respuestas se concentran en un nivel intermedio de importancia (33,9%) y (31,2%), camino hacia el extremo de mayor importancia (8,6%). Camino al polo opuesto, los datos arrojaron un 20%, y un 5,9 % en el extremo de menor importancia.

Gráfico n°4

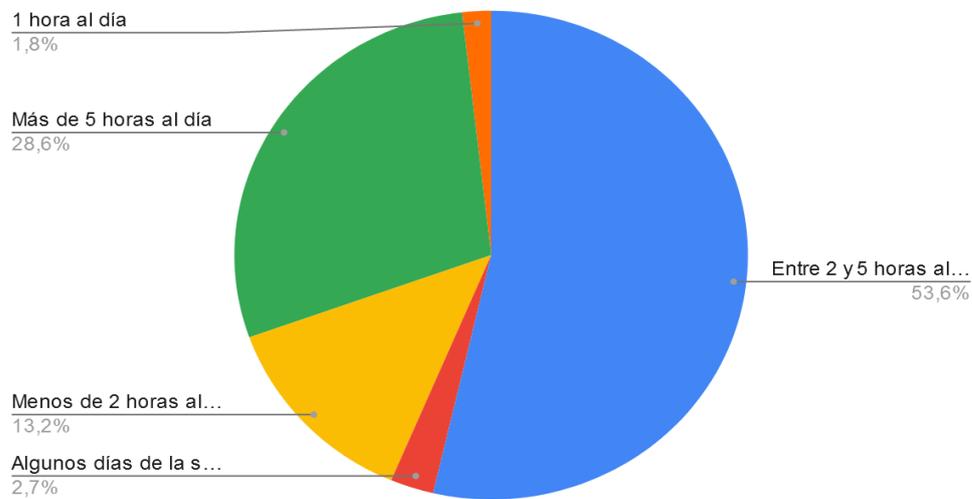
¿Cuáles son las Redes Sociales que usás cotidianamente?



A su vez, se encontró que las redes sociales más utilizadas son Instagram (89,1%), YouTube (81,9%) y TikTok (62,4%). Dichos valores responden a que los participantes indicaron utilizar varias redes sociales al mismo tiempo; es decir, que quien tiene una cuenta de Instagram, es posible que también tenga una en Tik Tok o siga a algún youtuber. Solo el 3,6% de los encuestados manifestó que utiliza Facebook.

Gráfico n°5

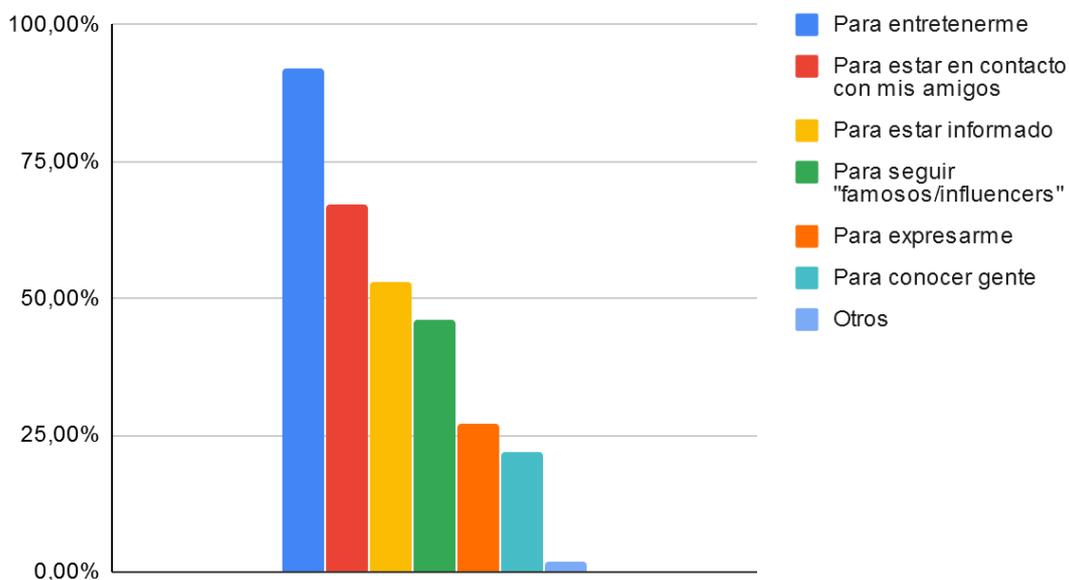
¿Cuánto tiempo estimás que estás en estas Redes Sociales?



Al indagar sobre el tiempo que los participantes estimaban que utilizaban las redes sociales, como se observa en el gráfico n° 5, los resultados arrojaron que la mayor parte de los participantes (53,6%) manifestó estar entre 2 y 5 horas diarias, un porcentaje menor (28,6%) más de 5 horas diarias, en menor medida (13,2%) menos de 2 horas al día y solo un 2,7%, algunos días de la semana.

Gráfico n°6

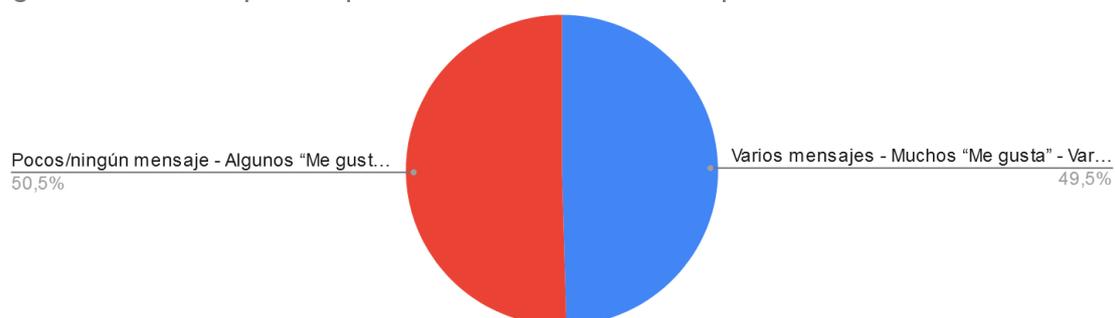
¿Para qué utilizás estas Redes Sociales?



Al mismo tiempo, se les preguntó a los participantes de la muestra para qué utilizaban las redes sociales. Como es posible observar en el gráfico n° 6, la mayoría de ellos (91,4%) respondió que durante ese tiempo utilizaban las redes sociales para entretenerse. Al mismo tiempo, gran parte de ellos (67,4%) indicó que las utilizaba para estar en contacto con sus amigos o para conocer gente (22,2%). Por otro lado, muchos (53,4%) indicaron que utilizaban las redes para estar informados y otros (45,7%) manifestaron utilizarlas para seguir famosos/influencers. Finalmente, un porcentaje menor (26,7%) respondió en torno a la posibilidad de expresarse.

Gráfico n°7

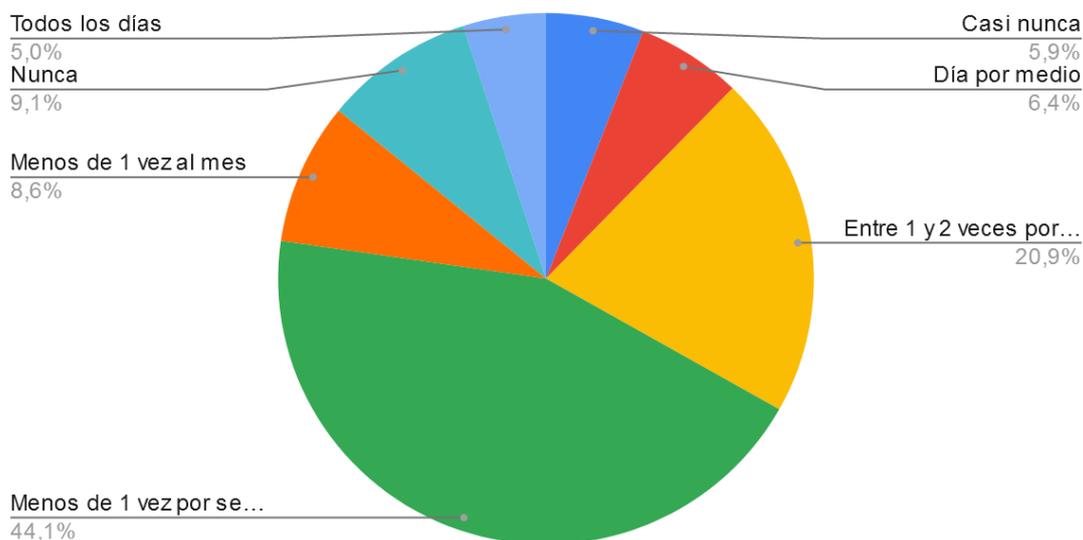
¿Cuál de estos tipos de perfil en Redes Sociales aspirás tener?



Por otra parte, a fin de analizar el tipo de perfil al que aspiran los adolescentes en las redes sociales, se les presentó dos perfiles diferentes, con características propias de las plataformas en cuestión. Un 49,5% de los participantes manifestó aspirar a un perfil con pocos/ningún mensaje; pocos "me gusta" y algunas solicitudes de amistad; mientras que, con una diferencia mayor apenas perceptible, un 50,5% manifestó aspirar a un perfil con muchos "likes", solicitudes de amistad o seguidores y varios mensajes.

Gráfico n°8

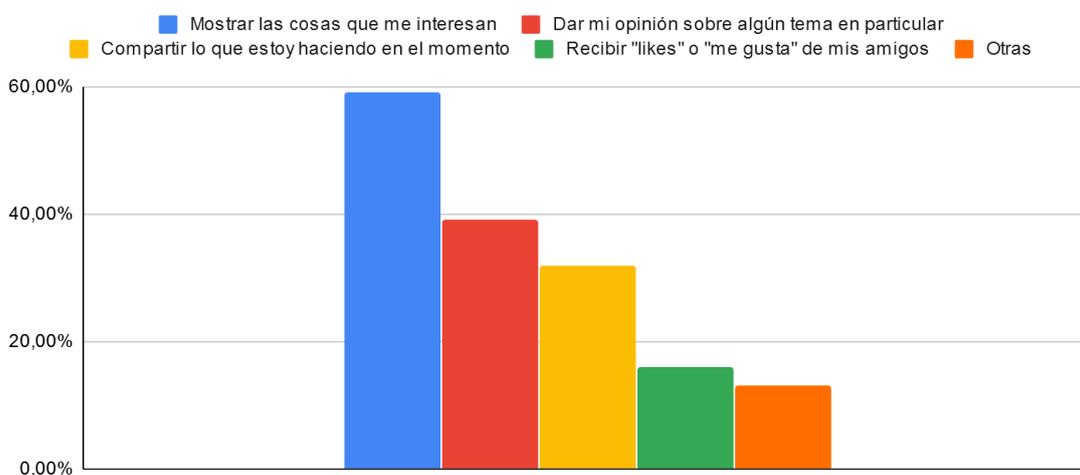
¿Con qué frecuencia publicás contenidos en estas Redes Sociales?



Respecto a la publicación de contenidos, se indagó en varios niveles. En relación a la frecuencia con la que publicaban contenido, se encontró que la mayor parte de los participantes de la muestra (44,1%) manifestó publicar contenido menos de una vez por semana. En menor medida (20,9%) entre 1 y 2 veces por semana y sólo el 5% indicó que lo hacía todos los días o día por medio 6,4%. Así mismo, se registraron respuestas por fuera de las opciones, cuyos porcentajes fueron: Menos de una vez al mes 8,6%, casi nunca 5,9% y nunca 9,1%.

Gráfico n°9

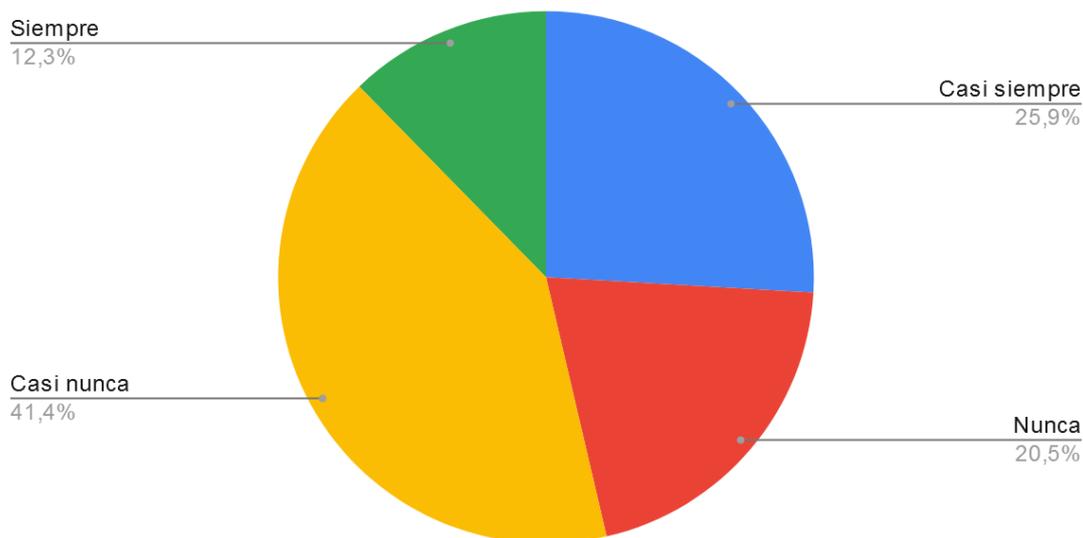
¿Qué te motiva a publicar contenidos en estas Redes Sociales?



En relación a las razones que los motivaban a realizar publicaciones, a partir de una serie de 4 afirmaciones que se brindaron como opción múltiple de respuesta, los resultados se distribuyeron de la siguiente manera: El mayor porcentaje de los participantes (59,3%) manifestó que publicaba para mostrar las cosas que les interesaban, mientras que “Dar mi opinión sobre algún tema en particular” fue la segunda opción más elegida (38,5%). Con un porcentaje un poco menor (32,1%), la siguiente opción elegida fue “Compartir lo que estoy haciendo en el momento” y finalmente, con un porcentaje aún más bajo (15,8%), pero no menos considerable, hubo quienes manifestaron publicar contenido para recibir “likes” o “me gusta” de sus amigos y seguidores. Al mismo tiempo, como “Otras” motivaciones, indicado en el gráfico en color naranja y con el menor porcentaje, surgieron respuestas como “Por puro ocio”, “Para divertirme”, “Por aburrimiento”, entre otras.

Gráfico n°10

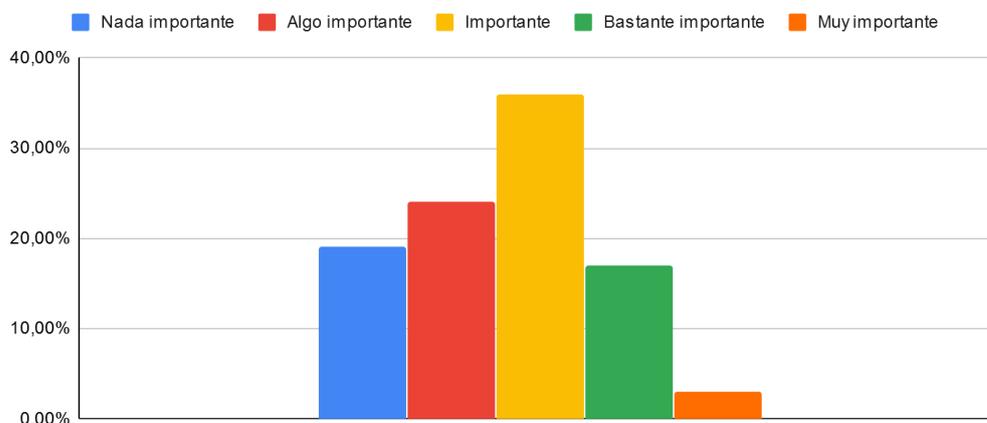
¿Editás tus fotos/videos antes de subirlas/os a estas Redes Sociales?



En la misma línea, se les preguntó si editaban el contenido que compartían. Como se observa en el gráfico n° 10, Partiendo de una escala de 4 puntos que se divide en “Nunca”, “Casi nunca”, “Casi siempre” y “Siempre”, los resultados obtenidos arrojaron que una menor proporción del total de la muestra (38,2%) respondió que siempre (12,3%) y casi siempre (25,9%) editan las fotos y videos que publican. En contraposición, la mayoría de los participantes (61,9%) indicó que nunca (20,5%) y casi nunca (41,4%) editaba el contenido que publicaba.

Gráfico n°11

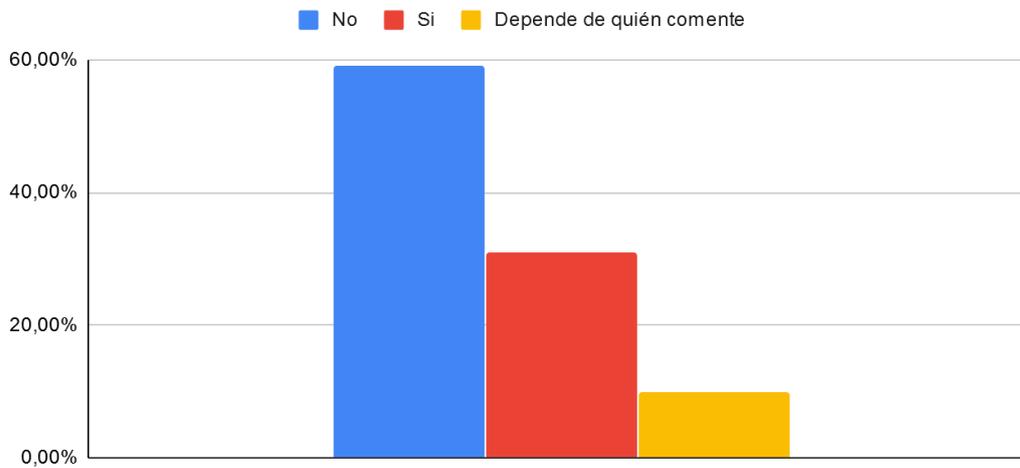
¿Qué nivel de importancia le das a las reacciones que reciben tus publicaciones? (respuestas, "me gusta", comentarios, etc.)



Por otro lado, se indagó sobre el nivel de importancia que le adjudicaban a la reacción que recibían sus publicaciones. Como se muestra en el gráfico n° 11, partiendo de una escala de 5 puntos, siendo los extremos “Nada importante” y “Muy importante”, la mayor parte de las respuestas se concentraron en un nivel intermedio (36,2%), mientras que en los niveles siguientes a cada lado se hallaron, en mayor medida (24,4%) respuestas en torno a lo que podríamos ubicar “Algo de importancia” y en menor medida (17,2%), respuestas que apuntan a niveles de “Bastante importancia”. Atentos a las respuestas en los extremos, hemos encontrado que un mayor porcentaje (19%) se ubicó en el extremo “Nada importante” y sólo 3,2% de la muestra puntuó en el extremo “Muy importante”.

Gráfico n°12

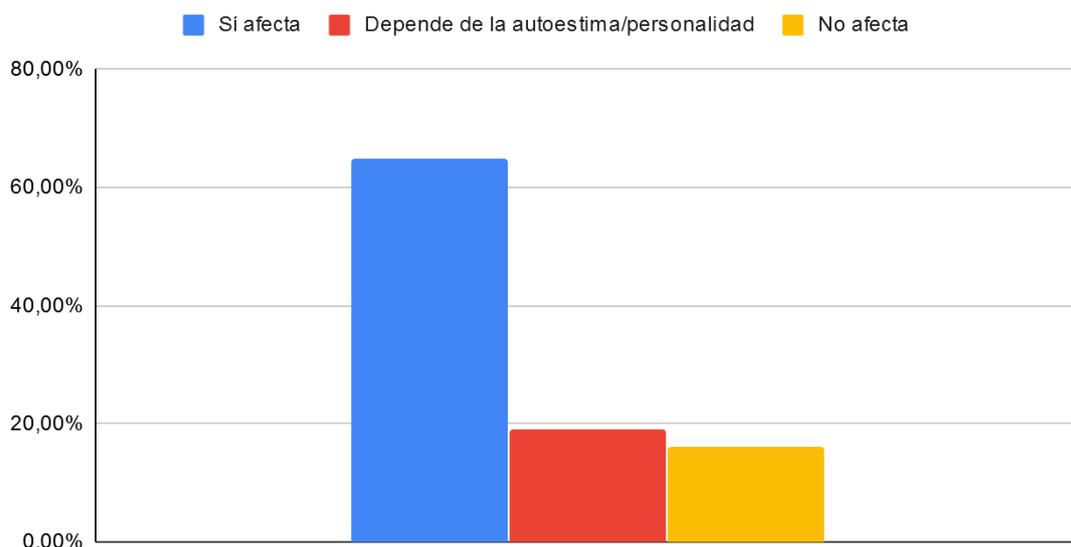
¿Te interesa lo que tus contactos en estas Redes Sociales puedan pensar de vos?



Con el objetivo de investigar acerca de la importancia general que tiene para los adolescentes lo que sus contactos en las redes sociales puedan pensar, se les preguntó de manera directa si les interesaba dicha opinión. Al respecto, como se puede observar en el gráfico n° 12, los datos arrojaron que una parte mayoritaria de los participantes (59,2%) manifestó que no le interesaba esa opinión, mientras que a un 31,6%, sí le interesaba. Así mismo, el 9,2% de los encuestados manifestó que depende de quién comente, si es un familiar o amigo, puede llegar a interesarle el comentario.

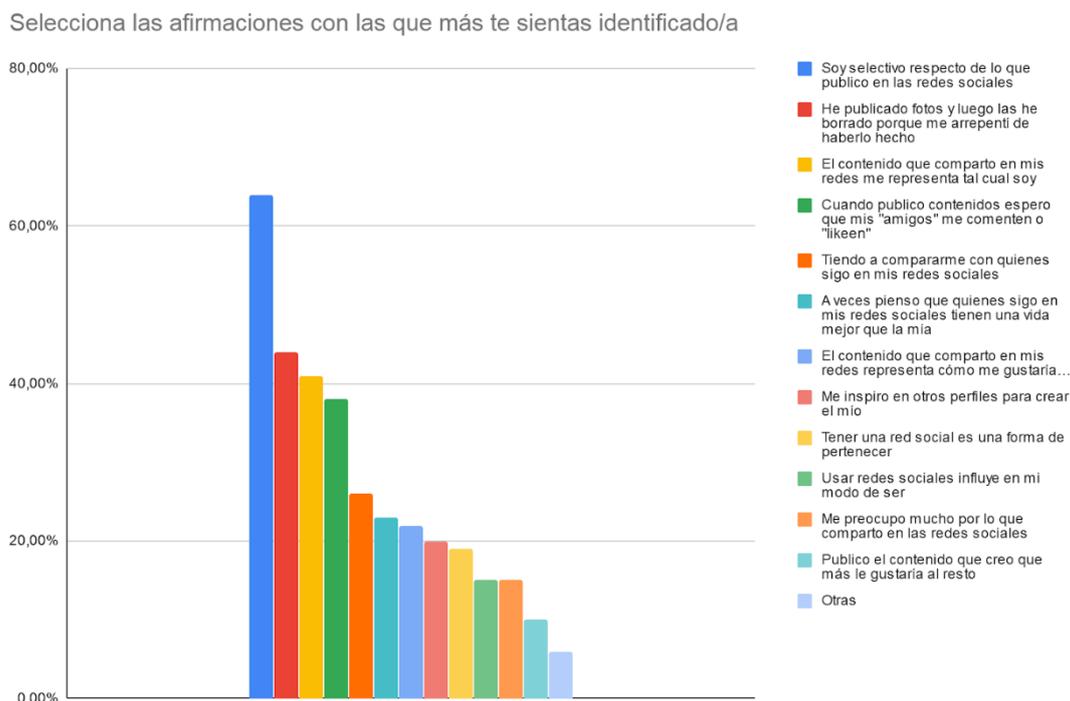
Gráfico n°13

¿Creés que el hecho de que una publicación que una persona realiza no tenga likes o comentarios podría afectar a esta persona?



Así mismo, se les preguntó a los participantes de la muestra en qué medida creían que podrían afectar a los demás las reacciones (comentarios y “likes”), o la ausencia de ellas en las publicaciones. Los datos arrojaron que la mayoría de los participantes (64,8%) considera que la ausencia de reacción podría afectar negativamente a quienes realizan dichas publicaciones, o bien, que este hecho depende en gran medida de la autoestima de esa persona (19,2%). En contraposición, algunos participantes (16%) indicaron que las reacciones o la ausencia de ellas no afectan o no deberían afectar dado que sólo debería importar la publicación en sí misma.

Gráfico n°14



A su vez, como se muestra en el gráfico n° 14, se les presentó a los adolescentes de la muestra una serie de afirmaciones que se vinculan con ciertos comportamientos, sensaciones o pensamientos en torno al uso de las redes sociales y se les pidió que señalen aquellas con las que más se identificaban. En este punto, el 63,8% de la muestra refirió ser selectivo/a respecto de lo que publican. Al mismo tiempo, el 43,9% indicó que ha publicado fotos y luego las han borrado porque se arrepintieron de haberlo hecho y el 40,7% de los participantes respondió que el contenido que comparten los representa tal cual son. Por su parte, el 38% de los participantes refirió que cuando publican contenido esperan que sus “amigos” comenten o “likeen”. El 25,8% indicó que tienden a compararse con quienes siguen en las redes sociales. El 22,6% asumió considerar que quienes siguen tienen una vida mejor que la suya y el 22,2% que el contenido que comparten representa cómo les gustaría que los vean. Así mismo, el 20,4% manifestó que se inspira en otros perfiles para crear el suyo y el 19% que tener una Red Social es una forma de pertenecer. Por último, el 14,9% de los participantes confirmó que utilizar Redes Sociales influye en su modo de ser.

Finalmente, luego de extraer los resultados arrojados en cada punto de la encuesta realizada y con la intención de conocer si existía una relación entre la edad de los participantes y el nivel de incidencia que pudieran tener las redes sociales en diferentes períodos de la de adolescencia, se analizaron las respuestas de los participantes a preguntas que se consideraron apropiadas para dicho fin. A continuación, se exponen los gráficos correspondientes.

Gráfico n°15

¿Qué tan importantes creés que son las Redes Sociales en tu vida?

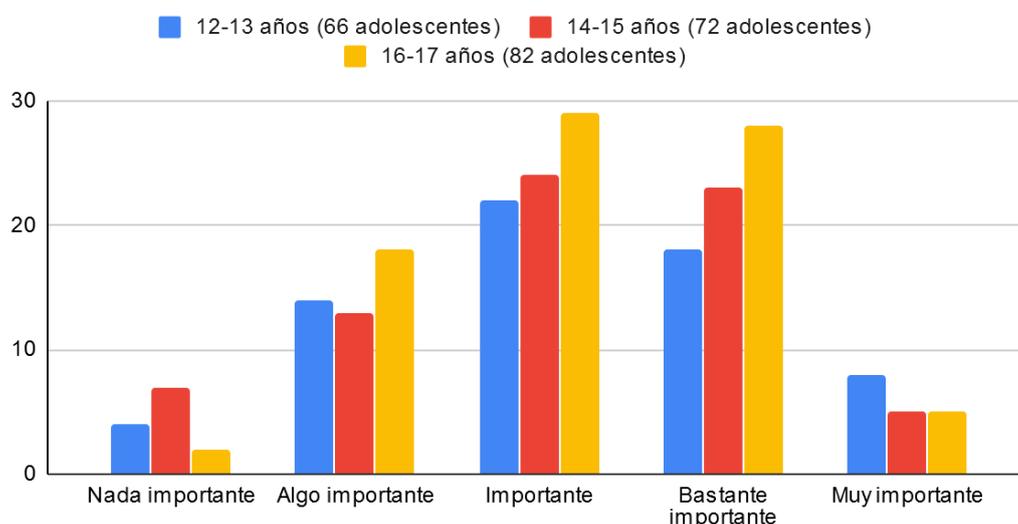


Gráfico n°16

¿Qué nivel de importancia le das a las reacciones que reciben tus publicaciones? (respuestas, "me gusta", comentarios, etc.)

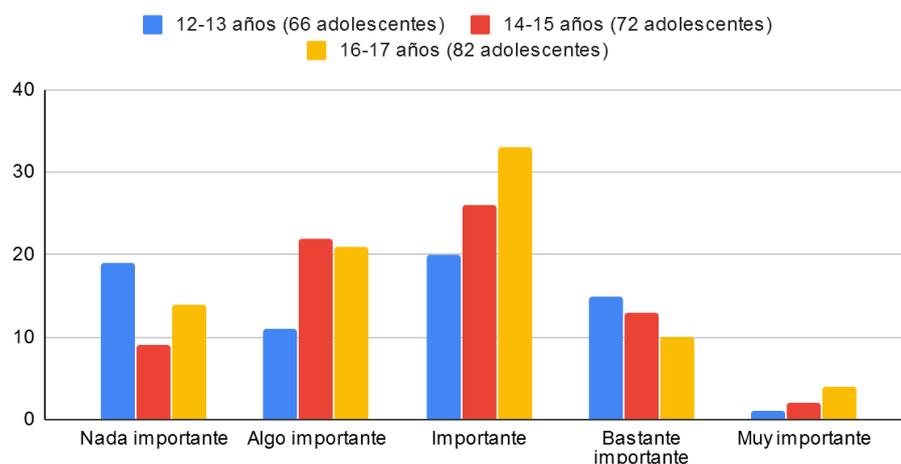
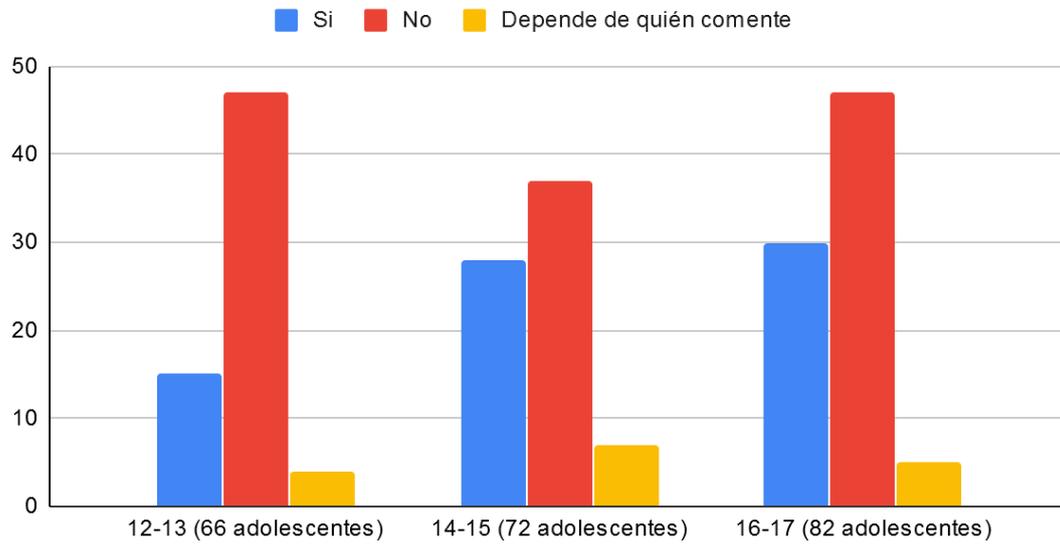


Gráfico n°17

¿Te interesa lo que tus contactos en estas Redes Sociales puedan pensar de vos?



ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La importancia de las Redes Sociales

El paulatino crecimiento y desarrollo en torno a las TIC, la posibilidad de interacción ofrecida al usuario, sumada a la posibilidad de una participación activa dentro de una comunidad virtual, definió el pasaje de un modelo expositivo, estático, unidireccional, hacia plataformas que tienen como elemento central a las mismas personas.

Las redes sociales han propiciado una modalidad diferente de interacción e intercambio entre los seres humanos, con el contexto y, a su vez, con nosotros mismos. Estas plataformas nos permiten mostrarnos exactamente como queremos y, gracias a la opción de agregar un filtro/efecto, editar y borrar, nos brindan una mayor flexibilidad a la hora de representarnos. De esta manera, nos vemos ante la posibilidad de crear una identidad que difiere de la real en algunos -sino varios- aspectos; más dependiente del entorno con el que se interactúa, que de esencias o características propias.

Ahora bien, entendiendo que, como hemos mencionado, uno de los usuarios más importantes de las redes sociales en la actualidad son los adolescentes -chicas y chicos en pleno atravesamiento de un período fundamental del desarrollo, en el cual irán construyendo su identidad a la vez que enfrentarán cambios a nivel personal, físico y emocional-, no es extraño pensar que tanto el uso, como el rol que ocupan estas plataformas en su vida diaria, suponen un impacto que podría traducirse en incidencias subjetivas en torno a su vida anímica.

Por tal motivo, a los fines de abordar los objetivos propuestos en el presente trabajo, hemos indagado, a través de una encuesta realizada a un grupo de adolescentes, la importancia que tienen en su vida las redes sociales [Gráfico n°3]. En líneas generales, encontramos que estas plataformas tienen, para la mayor parte de ellos, un nivel de importancia considerable que podría surgir del hecho de que se trata de personas que han nacido, por decirlo de alguna manera, en una era digital. Por tal razón, como afirman Salguero y Otero (2014), se han convertido en los principales actores/consumidores de estas plataformas.

¿Una imagen vale más que mil palabras?

Hemos mencionado que con el avance de las TIC, surgieron diferentes formas de comunicarnos y relacionarnos; las Redes Sociales son un buen ejemplo de esta modalidad de socialización y la evidencia muestra que definitivamente nos encontramos ante un cambio en el cual toma preponderancia la imagen, ya sea a través de una foto o de un video, por sobre la voz de un llamado telefónico, un mensaje de texto y el encuentro presencial en una reunión de amigos. Y, si es que la reunión tuvo lugar, hay una foto en redes que lo acredita. Entonces, ¿la imagen cobra relevancia en detrimento de la palabra a la hora de comunicarnos?

A propósito de esto, encontramos que las redes sociales más utilizadas por quienes participaron de la encuesta son Instagram, YouTube y TikTok, confirmando la preferencia por el contenido audiovisual [Gráfico n°4]. En este punto, nos parece importante resaltar el interés que ha suscitado Tik Tok en los adolescentes encuestados. En esta red social, los jóvenes pueden plantearse desafíos que tienen como finalidad que se animen a participar y realizar su propia versión de un video musical o videoselfie, incentivando en ellos la creatividad a la vez que producen contenido novedoso. Según Digital Trends (como se cita en Ballesteros, 2020) esto permite que un usuario medio pueda ganar cientos y miles de comentarios y likes si hace un buen vídeo. Además, aclaran que, a diferencia de otras redes como Twitter, Facebook o Instagram, donde el usuario puede compartir publicaciones de otros usuarios, en TikTok no hay otra forma de alimentar el “feed” si uno mismo no crea el contenido. Dichas características, que despiertan el interés de tantos adolescentes, cobran relevancia para nuestro trabajo en tanto la gratificación instantánea que produce el alcance de los videos generando, como plantea Anderson (como se cita en Ballesteros, 2020), el efecto ilusorio de convertirse en celebridad durante unos minutos, sería un factor que podría incidir en la vida anímica de los adolescentes reforzando positivamente su autoestima.

Por otra parte, y contrario a lo que suponíamos, Facebook resultó ser una de las plataformas menos utilizadas. Respecto a esto, podríamos pensar que los adolescentes, atentos al surgimiento de nuevas redes, le adjudicarían mayor relevancia a las plataformas recientes, donde encuentran contenido que no han visto antes y que generan un espacio de encuentro con nuevas personas, en detrimento de aquellas que ya conocen y han

utilizado durante mucho tiempo, en las cuales encuentran familiares y no contenido novedoso.

Diversidad en la comunidad virtual

Hoy en día, nuestra vida social tiene lugar en dos esferas diferentes: La virtual (online), a través de los vínculos que se generan en el ciberespacio, y la real (off line), en el mundo de sus relaciones cara a cara. Los adolescentes entran y salen de ambos universos permanentemente, sin necesidad de distinguir sus fronteras de manera explícita. En este sentido, las Redes Sociales no anulan su vida social, sino que por el contrario, les ofrecen canales alternativos que se complementan con los tradicionales espacios de encuentro (la escuela, los bares, las fiestas, el club, etc.). De esta manera, el chat, el blog y las redes sociales amplían los espacios y los tiempos para estar en contacto con amigos y familiares (Morduchowicz, 2012).

Cuando hablamos de perfiles, de Youtubers, de influencers y seguidos/seguidores, en torno a la posibilidad de ampliar los espacios y los tiempos en los que los adolescentes pueden estar “conectados”, no se hace referencia a un uso esporádico de estas plataformas, si no que se trata de un uso prolongado y sostenido de las mismas. Los resultados de la encuesta realizada, arrojan que la mayor parte de los participantes destina de 2 a 5 horas diarias al uso de las redes sociales [Gráfico n°5]. De este modo, es posible pesquisar una participación activa por parte de los participantes dentro de estas plataformas.

Nos preguntamos entonces ¿por qué son tan importantes estas plataformas en la vida diaria de los adolescentes? ¿Para qué son utilizadas?

Fue Bernete (2010), quien orientó la respuesta a esta pregunta al afirmar que los jóvenes y adolescentes se unen a las redes porque allí es donde están sus amigos.

Explicamos que las redes sociales generan un espacio de comunicación diferente, a partir del cual los adolescentes pueden compartir gustos, intereses y hobbies, permitiéndoles establecer nuevos lazos de amistad y comenzar a salir del mundo familiar para explorar un mundo nuevo con sus pares. Desde esta perspectiva, la era de Internet junto con las

Redes Sociales nos ofrecen nuevas posibilidades para relacionarnos, comunicarnos y pertenecer a este mundo globalizado. De acuerdo con Farrés (2011):

“En la era de la instantaneidad, simultaneidad y multifuncionalidad, los más jóvenes encuentran en la tecnología un espacio “habitable”, además de útil. Niños y adolescentes conciben al ciberespacio como un lugar donde estar, crecer, jugar, conectarse con amigos, estudiar, entre tantos otros múltiples y a la vez, singulares usos. En cierta forma podemos decir que los nativos digitales han naturalizado la realidad virtual como parte de su realidad cotidiana” (p.72).

En línea con lo expuesto, los resultados de la encuesta realizada arrojan que la mayoría de los participantes utilizan las redes sociales como entretenimiento, al mismo tiempo que gran parte de ellos las utiliza para estar en contacto con sus amigos o para conocer gente [Gráfico n°6]. Y si bien registramos valores en torno a la posibilidad de expresarse, en líneas generales, las respuestas apuntaban a la posibilidad de compartir en sociedad, en concordancia con Morduchowicz (2013), quien afirmó que aunque el uso de la computadora es individual, privado y solitario, la principal función es, efectivamente social. El chat y las redes sociales son los medios más frecuentes para este propósito.

Como vemos, resulta complejo pensar la adolescencia aislada de lo social, sin la presencia de un grupo de amigos con el que interactuar y que los represente. En la actualidad, el concepto de amistad se asocia rápidamente con las tecnologías; internet ha sentado las bases para nuevas formas de socialización de la mano de las Redes Sociales, sin la necesidad de presencia física. Estas plataformas han cambiado sustancialmente la naturaleza del diálogo, siendo la interacción simultánea a través de diferentes pantallas, la inmediatez y el dinamismo, algunas de las características más importantes.

¿Quiénes somos en las Redes Sociales?

Internet y las Redes Sociales están cada vez más al alcance de nuestras manos y los adolescentes, familiarizados con su uso y las últimas novedades en torno al tema, interactúan en ellas a diario. Al hablar de “Perfiles”, se hace referencia a lo que podríamos ubicar como la carta de presentación que cada uno tiene en las diferentes plataformas y a través de los cuales es posible hacerse una idea general sobre cada usuario. Algunos

perfiles, pueden erigirse como sinónimos de “popularidad” o “tendencia” de acuerdo a la cantidad de likes de una determinada página o publicación, las solicitudes de amistad o los seguidores que tienen en sus redes

Por tal motivo, consideramos de suma importancia indagar a qué perfiles apuntaban los adolescentes y, de acuerdo con los datos obtenidos, los resultados fueron casi por completo equitativos [Gráfico n°7]. A fin de analizar los resultados, podríamos pensar que una distribución así de pareja, daría cuenta de la participación activa de un grupo de adolescentes con iniciativa para publicar contenido, generar nuevos vínculos y ampliar las fronteras de socialización en búsqueda de popularidad; frente a un grupo de participación más pasiva, con tendencia a sostener los lazos existentes y con una conducta que se inclina hacia el entretenimiento a partir de la observación del contenido publicado por otros. En éste punto y en relación a los niveles de autoestima puestos en juego, podríamos entonces coincidir con Jimenez, Leal, Martínez y Pérez (2008), quienes afirman que: “La popularidad entre los iguales adquiere un significado especial para la mayoría de los chicos y chicas, por lo que la competencia social, el ser valorado y aceptado por los amigos y compañeros, será un indicador fiable del nivel global de autoestima” (p.14).

Hicimos hincapié en que las redes sociales posibilitan espacios de interacción entre los adolescentes; cabe, entonces, preguntarnos de qué manera lo hacen.

Se encontró que, a través de las diferentes publicaciones, los adolescentes que participaron de la encuesta intentan expresarse, plasmar en el ciberespacio aquello que les interesa y compartir con el mundo lo que piensan, lo que les gusta. Sin embargo, a propósito de esto, los datos arrojaron que la mayor parte de los participantes manifestó publicar contenido menos de una vez por semana y en menor medida una o dos veces por semana [Gráfico n°8]. Dichos valores, se condicen con lo que han manifestado acerca de los usos que les dan a las Redes Sociales, y podría dar cuenta del rol dual que mencionaba Pellegrino (2017), adoptado por los adolescentes en las redes sociales. Es decir, si bien se trata de una interacción activa en torno al tiempo que pasan en las redes y la posibilidad de reaccionar con likes y comentarios a las publicaciones que encuentran, estaríamos frente a una participación más pasiva, en tanto pareciera cobrar relevancia el seguimiento de aquello que otros publican.

Así mismo, entendemos que con cada foto, post o video que los adolescentes publican en las redes sociales, se construye un poco de la propia identidad y se comparte contenido que servirá a otros para conformar la suya, en tanto que podrán identificarse con determinada persona u ideal, reforzando aspectos de su autoestima. De esta forma, encontrarse en las imágenes de otros, ver lo que es “tendencia”, identificarse con determinado grupo o acercarse de alguna manera a aquellos referentes -ideales en apariencia, cualidades o modos de pensar- parecieran ser elementos claves para fortalecer la autoestima. Esta idea, coincide con lo expuesto por García y Rodríguez (2014), al mencionar que los adolescentes necesitan definirse, diferenciarse de los demás, pero también sentirse incluidos socialmente y que las redes sociales les sirven a este propósito, haciendo posible que puedan sentirse sustentados emocionalmente, generando comprensión recíproca.

Así mismo, la posibilidad de acceder a internet desde una variedad de dispositivos, nos permite estar comunicados, “conectados”, en todo momento y lugar, pudiendo compartir contenido sin ninguna restricción, donde quiera que nos encontremos. En este sentido, hemos indagado por medio de la encuesta realizada qué es lo que motiva a los adolescentes a publicar contenido en las redes sociales y compartir parte de su cotidianidad [Gráfico n°9].

Encontramos que las redes sociales cobran una fuerte presencia en la vida cotidiana de los adolescentes, generando las condiciones necesarias para que estos puedan compartir las cosas que más les interesan con su amigos/seguidores y dar una opinión al respecto. Además, se encontraron respuestas en torno a la motivación por recibir likes y comentarios de sus publicaciones, lo que apoyaría la teoría de la necesidad de sentirse socialmente incluidos y sustentados emocionalmente que mencionaban García y Rodríguez (2014). De esta manera, con cada publicación, posibilitan la interacción y el intercambio con otros, constituyendo un nexo que mediatiza las relaciones entre ellos y con el mundo, conectando todas las dimensiones de la experiencia personal (Castells 2014).

En busca de una imagen ideal

Otro dato que consideramos relevante investigar, fue si editaban el contenido que compartían en las redes sociales [Gráfico n°10]. En líneas generales, se encontró que la mayor parte de los participantes manifestó que nunca o casi nunca lo hacían. Sin embargo, el porcentaje de participantes que respondió que siempre o casi siempre lo hacía, no fue mucho menor que el anterior. Al inquirir sobre las razones para editar el contenido, se encontró que, en líneas generales, estaban motivadas para mejorar y embellecer aquello que compartían, con el objetivo de que fueran “más estéticas”. Así mismo, aparecieron respuestas que giraban en torno a la posibilidad de corregir/eliminar/tapar defectos e imperfecciones, a nivel físico o pictórico, en pos de que resultaran más interesantes o atractivas.

Como se expuso, uno de los factores que mayor impacto presenta en la autoestima durante la adolescencia, es el aspecto físico. Las redes sociales, como medio de comunicación, contribuyen a la construcción de determinado ideal de belleza, el cual se presenta como sinónimo de éxito, felicidad y salud (Rutzstein, 2002; Jacobson, s.f). En la adolescencia, como hemos mencionado, la imagen corporal cobra mayor relevancia y, ya sea porque biológicamente se produce una iniciación sexual, por la independencia de los padres y el consecuente distanciamiento de sus opiniones o por el acercamiento a los grupos de pares y la consecuente dependencia de los nuevos lazos sociales, en esta etapa se habilita la posibilidad de que otra persona, diferente de los padres, pueda ver y evaluar el propio cuerpo. En éste sentido, la presión por seguir determinados estándares estéticos del grupo de pares y que circula por medio de las redes sociales, podría promover el desarrollo de una baja autoestima producto de la insatisfacción con la propia imagen corporal. En la misma línea, cabe destacar que, si bien en contadas ocasiones, aparecieron entre las respuestas algunas expresiones tales como: “Porque no me siento linda ni bien conmigo misma”, “Por vergüenza”, “Para sentirme más segura” y “Para que a las personas les guste más el contenido”. Estas respuestas, darían cuenta tanto de la presencia de los estándares de belleza y éxito de los que hablábamos, como de la búsqueda y necesidad de aceptación por parte del entorno en las redes sociales.

Por otro lado, analizando las respuestas obtenidas en el grupo de participantes que indicó que nunca y casi nunca editaba el contenido que publicaba, encontramos que algunos adolescentes afirmaban que elegían no editarlas porque pretendían mostrarse más reales

evitando, de alguna manera, “engañar” al modificar su imagen corporal. Así mismo, en otros casos, manifestaban que, si lo hacían, era sólo con la intención de mejorar la calidad de la foto o video. En este punto, nos parece relevante destacar que consideramos, a partir de las respuestas obtenidas, que este grupo de participantes homologó el concepto de “edición” con el acto mismo de modificar directamente el aspecto físico, respondiendo a partir de esa reflexión.

Teniendo en cuenta el carácter inherentemente social de las Redes Sociales y la importancia que tienen para los adolescentes la mirada del grupo de pares, cabe preguntarnos en qué medida las diversas opiniones del entorno social con el que se vinculan, podrían afectar su autoestima. En este punto, a partir de los resultados obtenidos, es posible observar que, si bien un porcentaje de ellos manifestó que dichas opiniones no eran de importancia, la mayoría de los participantes de la muestra adjudicaron a las reacciones que obtienen sobre sus publicaciones, niveles de importancia considerable [Gráfico n°11]. A partir de lo expuesto, entendemos que, al realizar una publicación de cualquier tipo, se genera en los adolescentes una cierta expectativa en torno al feedback que recibirán por parte de sus amigos y seguidores, en tanto audiencia, que podría dotarlos de popularidad, reforzando su seguridad y con ello, su autoestima.

En la misma línea, entendiendo que cuando hablamos de autoestima, nos referimos a que cada persona se juzga a sí misma de acuerdo con los estándares y expectativas sociales que ha incorporado a su autoconcepto y que muchos de estos estándares sociales se reflejan en las Redes Sociales (Consuegra A. 2001), consideramos relevante preguntar directamente a los adolescentes de la muestra, en qué medida les interesaba lo que sus contacto en esas redes, pudieran pensar de ellos [Gráfico n°12].

Contrario a lo que esperábamos, más de la mitad de los adolescentes encuestados manifestó que no les interesaba esa opinión, mientras que a más de un 30% de ellos, sí le interesaba.

En torno a las respuestas positivas, surgieron argumentos tales como:

- *“Si, creo que porque quiero buscar aprobación”*
- *“Si porque hay veces que publico cosas que se pueden malinterpretar y muchas veces tuve problemas (burlas, críticas, etc)”*

- *“Si porque así está la sociedad hoy en día, todos te clasifican por algo que aparentas”*
- *“Si, solo a veces, porque no tengo la suficiente seguridad como para que no me interese”*
- *“Si, porque soy una persona insegura de mi misma y no me llego a amar lo suficiente como para ignorar lo que piensan o dicen los demás de mí”.*

Así mismo, encontramos que varios de los encuestados manifestaron que depende de quién comente. Es decir, que si se trata de un familiar o amigo, podría llegar a interesarle el comentario. Dentro de éste último grupo, se hallaron participantes que manifestaron cuidarse a la hora de publicar contenido para evitar comentarios que pudieran llegar a afectarles.

La importancia de la mirada del otro

Tal como lo plantea Krauskopof (1999), la adolescencia se trata de un período en el cual prima la búsqueda de pertenencia y sentido de la vida. Los adolescentes dejan atrás viejos lazos identificadorios para sustituirlos por nuevas identificaciones asentadas en el grupo de pares (Barrionuevo, 2011). A partir de los resultados obtenidos, es posible pesquisar una cierta incidencia de las opiniones de los amigos/contactos de las redes sociales, sobre la autoestima de los adolescentes. Esta incidencia, se ve claramente reflejada en aquellos casos que manifestaron ser cuidadosos del contenido que publican por temor a las respuestas que podrían obtener. Así, es posible entrever de qué manera los vínculos virtuales que en la actualidad los adolescentes tejen en las Redes Sociales, podrían incidir en los procesos identitarios propios de esta etapa, afectando tanto positiva como negativamente su imagen y autoconcepto, partes fundamentales del desarrollo del autoestima.

A su vez, hemos indagado en qué medida creían que podrían afectar a los demás las reacciones (comentarios y “likes”), o la ausencia de ellas en las publicaciones [Gráfico n°13]. Consideramos a este punto de gran relevancia para nuestro trabajo, dado que los comentarios (*) de los participantes, aludieron a la incidencia de las Redes Sociales en la vida anímica:

(*)

- *“Si, por que en las redes uno necesita la aprobación de las otras personas que se reflejan en si te dan likes o no”*
- *“Si, porque afecta al autoestima”*
- *“Depende la persona, pero creo que sí afecta a cómo nos vemos. Todos buscamos de alguna forma u otra pertenecer o ser incluidos en algo, muchas veces buscamos esta aceptación a través de las redes sociales”*
- *“En el día de hoy sí, ya que casi todas las personas lo que buscan es recibir esa aceptación por parte del otro”*
- *“Si, para satisfacer una necesidad de aceptación”*
- *“Sí, porque hay personas que solo buscan la aceptación de los demás antes que la propia, y al no conseguirla pueden llegar a sentirse mal”.*

Recordamos que la autoestima se desarrolla en el marco de las interacciones sociales a lo largo de todo el ciclo vital, siendo la infancia, adolescencia y juventud las etapas de mayor relevancia para su formación (Craig & Baucum, 1992; Rice & Vestal, 2001), y que se define como una actitud positiva o negativa hacia el sí mismo a partir del conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia sí mismo y los otros en un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias (Rosenberg, 1965).

Atentos a los resultados obtenidos en éste punto, las reacciones recibidas parecieran tener un impacto en la manera en que gran parte de los adolescentes se perciben a sí mismos, de modo tal que las autoevaluaciones en torno al grado de popularidad, aceptación y pertenencia a un grupo, podrían verse empobrecidas ante la ausencia de feedback por parte de sus contactos/amigos/seguidores.

En contraposición a lo expuesto, un porcentaje de los adolescentes encuestados indicó que las reacciones o la ausencia de ellas no afectan o no deberían afectar a las personas, dado que sólo debería importar la publicación en sí misma y, como mencionaron algunos de ellos: “Los likes/comentarios no definen a la persona” (Adolescente encuestado, 2020, anexo).

¿Qué son las Redes Sociales para los adolescentes?

Así mismo, se les presentó a los adolescentes de la muestra una serie de afirmaciones que se vinculan con ciertos comportamientos, sensaciones o pensamientos en torno al uso de las redes sociales y se les pidió que señalen aquellas con las que más se identificaban [Gráfico n°14].

En líneas generales, estas afirmaciones permiten reflexionar sobre el modo en que los participantes se hallan implicados en el uso de las redes sociales. Valores altos en la selectividad a la hora de publicar contenido podrían vincularse al carácter flexible de las Redes Sociales que mencionamos al principio, en tanto que posibilitan a sus usuarios presentarse tal como quieren ser, dando lugar a retocar todo aquello que consideren necesario (Turkle 2012). En este sentido, la segunda afirmación más elegida podría respaldar dicha teoría, aunque cabe destacar que los motivos para borrar una publicación podrían ser muchos y diversos.

Otra de las afirmaciones con mayor índice de recurrencia entre los participantes de la muestra hace referencia a que cuando publican contenido, esperan que sus “amigos” comenten o “likeen”. En relación a este punto, se podría pensar la actividad en las redes sociales como un modo de mostrarse al mundo; un mundo constituido por contactos que realizan un juicio de valor sobre el contenido que se comparte. Y en este sentido, una publicación no sería un mero acto expresivo, sino que denotaría a su vez una búsqueda activa de determinada respuesta o reacción que brinde seguridad en sí mismo. En relación a esto, Branden (1989), establece que la búsqueda de autoconfianza y autorespeto, tiende a fracasar en la medida en que las personas orientan dicha búsqueda hacia los demás en lugar de focalizarse en sí mismos. De esta manera, las Redes Sociales se erigirían como un espacio en el que los adolescentes desempeñan esta búsqueda exponiéndose a distintos estándares evaluativos.

Por otro lado, de acuerdo a lo indicado por algunos de los participantes en las afirmaciones “Tiendo a compararme con quienes sigo en la redes” y “A veces pienso que quienes sigo tienen una vida mejor que la mía” resulta interesante pensar el papel que juega la comparación social, en el contexto de estas plataformas. En un estudio realizado por Chou y Edge (2012), los autores hallaron que los usuarios frecuentes de las redes sociales son más vulnerables a una percepción distorsionada, atribuyendo el contenido

positivo a la personalidad de los otros usuarios y no a factores situacionales, estando esto a su vez estrechamente relacionado con el hecho de tener como contactos mayoritariamente a desconocidos. En este sentido, podríamos pensar que si se establecieran conexiones más profundas entre contactos/amigos/seguidores, se tendría no sólo más información, sino que ésta estaría despojada de ideales, acercándose más a la realidad. Así mismo, en relación a esta tendencia hacia la comparación, considerando los aportes de Banaji y Prentice (1994), en términos de estrategias de autoacrecentamiento, es decir, en relación a personas que se hallan en una posición menos afortunada que la propia, compararse con personas que se hallan en una mejor posición podría ser contraproducente. En este punto, podríamos decir que la ratificación de ciertos ideales y estereotipos, así como la imposibilidad de alcanzar determinados estándares, podrían acarrear sentimientos de inseguridad a partir de una comparación social negativa, que propiciaría niveles bajos de autoestima.

A partir de lo expuesto, entendemos que la autoestima es uno de los pilares fundamentales sobre el que se construye la personalidad desde la infancia, y uno de los más potentes predictores del grado de ajuste psicológico durante la adolescencia y la adultez (DuBois, Bull, Sherman, y Roberts, 1998). Sin embargo, como mencionamos anteriormente, no se trata de un rasgo estático ni estable en el tiempo, sino más bien un índice dinámico y sujeto a cambios (Baldwin y Hoffmann, 2002), que se ve influido por las experiencias a las que las personas nos vemos expuestas.

Adolescencias y Redes Sociales

Si bien los estudios que han analizado el concepto de autoestima durante la adolescencia no han aportado datos concluyentes, algunas investigaciones coinciden en el hallazgo de una disminución en la autoestima durante la adolescencia inicial, que tiende a recuperarse a lo largo de la adolescencia media y tardía (Rosenberg, 1986). Probablemente, de los tres periodos en los que la mayoría de los autores segmentan la adolescencia (Havighurst, 1972; Steinberg, 2002), la etapa inicial sería la que implicaría mayores elaboraciones, tales como aceptar los cambios físicos asociados a la pubertad, el alejamiento de los padres, las nuevas relaciones con los pares y el pasaje de primaria a secundaria, entre otras cosas. A propósito de esto, con el objetivo de analizar si había una incidencia mayor

de las redes sociales sobre la autoestima de los participantes en algún período de la adolescencia en particular, se procedió a realizar una comparación de las respuestas obtenidas a determinadas preguntas, reuniendo a los jóvenes de la muestra en tres grupos: 12 y 13 años, 14 y 15 años y finalmente 16 y 17 años.

Atentos a las respuestas obtenidas respecto a la importancia que tienen las redes sociales en su vida y las reacciones de sus amigos/seguidores a sus publicaciones, no se encontraron diferencias significativas en ninguno de los grupos. Los resultados en este punto indicaron que los tres grupos etarios le adjudican un nivel de importancia considerable a las redes sociales, mientras que manifestaron no estar tan atentos a las reacciones que reciben sus publicaciones.

Ahora bien, al analizar las respuestas obtenidas en la pregunta “¿Te interesa lo que tus contactos en estas redes puedan pensar de vos?”, se encontró que mientras que en el grupo de adolescentes de entre 12 y 13 años la mayoría de las respuestas fueron negativas, conforme aumentaba la edad de los siguientes grupos (14-15 y 16-17 años), las respuestas positivas también lo hacían. Este hecho, confirmaría las hipótesis de los estudios mencionados y de alguna manera daría cuenta de la importancia que van tomando los lazos sociales y entre pares durante la adolescencia media y tardía. Con la llegada de la adolescencia, chicos y chicas comenzarán a pasar más tiempo con sus pares, y será en el marco de esas relaciones, atravesadas actualmente por las redes sociales, donde se generará un nuevo espacio de autoevaluación en torno a las devoluciones que vayan recibiendo y las comparaciones que inevitablemente surgirán. A propósito de esto, Coleman y Hendry (2003) sugieren que durante la adolescencia se experimenta una mayor necesidad de aceptación por parte del grupo de amigos el cual suministra al adolescente un marco de referencia para la comparación, le da retroalimentación y lo capacita para experimentar diferentes formas de amistad e intimidad.

CONCLUSIONES

En conclusión, a partir de los resultados obtenidos, es posible reunir la evidencia necesaria para afirmar que las redes sociales podrían tener diversos efectos sobre la autoestima de los adolescentes. Como hemos observado, los adolescentes están atravesados por las Redes Sociales. ¿Podríamos concebir actualmente a la adolescencia por fuera de las redes sociales? En ellas se entretienen, se expresan, se contactan con sus amistades, comparten sus gustos y hobbies; publican parte de su vida y siguen la cotidianidad de amigos, familiares y referentes. Así mismo, funcionan en la actualidad como una especie de enciclopedia de estatus, belleza, posición y comparaciones. En este sentido, las redes sociales se establecen como uno de los contextos más importantes en la búsqueda y desarrollo de la identidad; proceso que, entendemos, no se llevará a cabo sin fluctuaciones en los niveles de autoestima, en la medida en que los adolescentes puedan acercarse a aquello que desean ser, alejarse de lo que no desean y encontrar un punto de equilibrio entre aquello que creen ser y lo que realmente les gustaría. Ahora bien, ¿qué impacto podría tener sobre la autoestima de los adolescentes, en plena construcción de su identidad, que el contenido que circula en las redes sociales, que de cierta forma les sirve de referencia, sea lo socialmente legitimado? ¿No estaríamos frente a un panorama donde la multiplicidad de configuraciones identitarias fuera cada vez más estrecha y limitada?

A su vez, las características propias de las redes sociales y la posibilidad de estar conectados a ellas constantemente a través de múltiples dispositivos tecnológicos, hace que los adolescentes adopten un doble rol: el de consumidores y el de creadores de contenido. Como creadores de dicho contenido, podrán presentarse ante el mundo, no sólo como lo que son, sino también como lo que quieren ser; ofreciendo una imagen que podrá ser sometida a juicios de valor por parte de quienes los siguen. Los datos obtenidos en este punto, invitan a considerar que la importancia otorgada a la pregunta por el cómo los verá el resto, parece ser un elemento clave a la hora de pensar en los efectos de las reacciones que puedan tener sus amigos/seguidores, sobre la autoestima de estos adolescentes. ¿Podrían las reacciones negativas o las opiniones de amigos/seguidores realmente angustiar y generar sufrimiento a los adolescentes? Hemos observado que cuanto mayor sea la importancia que se le adjudica a la mirada del otro, mayor será el impacto que las respuestas tengan sobre la evaluación y valoración que los adolescentes hagan de ellos mismos, y por ende, en su autoestima. En este punto, es el feedback recibido frente a una publicación, aquello que les permite cuantificar en likes, dislikes,

vistos, reproducciones y comentarios, la valoración hecha por la audiencia que posee cada usuario, y que podría incidir tanto positiva como negativamente en su vida anímica.

Cabe destacar, también, la mirada crítica expuesta por los jóvenes en torno a cierta dependencia de las redes sociales que registran en sus pares. Si bien un gran número de ellos afirma que es algo que no vivencian en primera persona, logran reconocerlo como un fenómeno que se halla presente y puede afectar a otros, aunque consideran que no debería ser de esa manera. En este sentido, las respuestas a varios de los puntos que se indagaron, giraron en torno a la firme intención de mostrarse reales, de aceptarse, de valorar el contenido de las publicaciones en sí mismas y no esperar que las reacciones de los demás los definan. Resultó llamativo que se mostraran advertidos de manera explícita del peligro inminente que porta la dependencia de las redes sociales. Consideramos que esta posición, podría estar relacionada con un cambio de paradigma, que se erige cada vez con más fuerza en la actualidad, y que fomenta la aceptación de los rasgos físicos propios dejando de lado los rígidos, y a veces nocivos, estándares estéticos establecidos.

En función de lo expuesto y entendiendo que la autoestima se constituye en el marco de la interacción con otros y con el medio, las redes sociales entonces propiciarán las condiciones para una digitalización de aquellos procesos por medio de los cuales los adolescentes desarrollan una actitud positiva o negativa hacia sí mismos. Ahora bien, ¿podríamos pensar entonces que las redes son en la actualidad la principal fuente de autoestima de los adolescentes? Entendemos que el nivel de incidencia en la autoestima, dependerá del grado de implicancia que los adolescentes tengan en dicha plataformas. En este sentido, es importante resaltar que no hablamos entonces de la nocividad o carga negativa de las redes sociales en sí mismas, sino de un fenómeno que es inherente al uso que cada joven haga de ellas.

El presente trabajo, pretende abordar una temática actual, cuyo estudio, consideramos, resulta enriquecedor para entender esta modalidad de comunicación y conocer de qué manera incide en la vida anímica de los adolescentes. Así mismo, supone una aproximación a futuras líneas de investigación que podrían profundizar sobre las diferentes redes sociales, comparando rangos etarios entre sí, en muestras poblacionales más grandes y de diferentes regiones de nuestro país; aspectos que no han sido abordados en este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Aberastury, A. y Knobel, M. (1970-1973) *La adolescencia normal*. Un enfoque psicoanalítico Edit. Paidós, Bs.As. 1989, 15ª reimpression.

Autoestima. En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/autoestima/> Consultado: 19 de julio de 2020

Axelsson, Anna-Stina (2008). *Libraries, social community sites and Facebook*. Scandinavian public library quarterly, v. 41, n. 2. http://www.splq.info/issues/vol41_2/08.htm. Extraído de: Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. Biblioteca Les Voltes de Sant Vicenç dels Horts. Texto n° 24, 2010.

Baldwin, S.A., Hoffmann, J.P. (2002). *The Dynamics of Self-Esteem: A Growth-Curve Analysis*. *Journal of Youth and Adolescence*. (Pp101–113). <https://doi.org/10.1023/A:1014065825598>

Ballesta Pagán, J.F., Lozano Martinez, J., Cerezo Maiquez, M. C., & Soriano Ayala, E. (2014) *Internet, Redes Sociales y Adolescencia: Un estudio en Centros de Educación Secundaria de la Región de Murcia*. Universidad de Murcia. Encarnación Soriano Ayala. Universidad de Almería, Universidad de Murcia. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2015.i16.05>

Banaji, M. R., & Prentice, D. A. (1994). *The self in social contexts*. Annual review of psychology, pp. 45(1), 297-332.

Barrionuevo, J. (2011). *Adolescencia y Juventud. Consideraciones desde el Psicoanálisis*. Bs. As. Eudeba.

Barrionuevo, J. (2015). *Adolescencia y tecnologías de la información y la comunicación*. Buenos Aires: Facultad de Psicología, UBA.

Ballesteros, C. (2020). *La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente Tik Tok*. Revista Española de Comunicación en Salud, 171-185. Recuperado de: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5459>

Baumeister, R. F., Tice, D. M., y Hutton, D. G. (1989). *Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem*. Journal of Personality, 57(3), 547–579. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb02384.x>

Baumgardner, A. H., Kaufman, C. M., & Cranford, J. A. (1990). *To be noticed favorably: Links between private self and public self*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, (pp. 16(4), 705–716). <https://doi.org/10.1177/0146167290164011>.

Bernete, F. (2009). *Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes*. Revista de estudios de juventud pp. 88, 97-114.

- Bozzalla, L., & Naiman F. (2013). *Acerca del recién nacido: desarrollo y subjetividad*. Buenos Aires, Argentina. UBA, Facultad de Psicología. Dpto de Publicaciones.
- Branden, N., & Wolfson, L. (1989). *Cómo mejorar su autoestima*. Paidós. Recuperado de: http://incoin.edu.mx/assets/como-mejorar-suautoestima_nathaniel-branden2.pdf
- Caldevilla Dominguez, D. (2010). *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*. Documentación De Las Ciencias De La Información, 33, 45 - 68. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>
- Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. En Cambio: 19 ensayos clave acerca de cómo Internet está cambiando nuestras vidas, 19, 127-149. Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-lasociedad-una-perspectiva-global/>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). *They are happier and having better lives than I am: the impact of using Facebook on perceptions of others' lives*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. doi: 10.1089/cyber.2011.0324.
- Clairá, A. (2013). *¿Conectados o comunicados?* Revista CN N° 541. Consultado 02/07/20, disponible en www.ciudadnueva.org.ar/revista/541/socieda/conectados-ocomunicados.
- Consuegra Anaya, N (2011). *Diccionario de Psicología*. Bogotá, Colombia. Ecoe Ediciones. 2ª Edición.
- Coopersmith, S. (1990). *Inventario de Autoestima*. Palo Alto. California: Consulting Psychologists. Extraído de: *Relación entre adicción a Redes Sociales y Autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. 2016. Lima, Perú.
- Coopersmith, S. (1999). *Escala de autoestima niños y adultos*. ACP. Extraído de: *Relación entre adicción a Redes Sociales y Autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. 2016. Lima, Perú.
- Cortez de Aragón, L. (1999). *Autoestima. Comprensión y Práctica*. San Pablo. Extraído de *Relación entre adicción a Redes Sociales y Autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. 2016. Lima, Perú.
- Craig, G. J., & Baucum, D. (1992). *Human development*. New Jersey. Prentice Hall.
- DuBois, D. L., Bull, C. A., Sherman, M. D., & Roberts, M. (1998). Self-esteem and adjustment in early adolescence: A social-contextual perspective. *Journal of Youth and Adolescence*, 27(5), 557–583. <https://doi.org/10.1023/A:1022831006887>
- Farrés, M., Ferreira dos Santos, S., Veloso, V. (2011): *Adolescentes en la Red, algunos aportes Psicoanalíticos*. Buenos Aires.

Fernández Zalazar, D. (2008). *Del entretenimiento al conocimiento*. (pp. 29-37). Berazategui, Argentina: Engranajes de la Cultura.

Fernández, A. (2018). *Uso y abuso de las TIC y repetición de curso en adolescentes*. Santa Clara, España. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 2, supl. 1, 2018. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores.

García, V. y Rodríguez, M. (2014). *La construcción de la identidad adolescente en internet*. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 7, núm. 1, 2014, pp. 569-577. Badajoz, España. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores.

Haeussler, I. y Milicic, N. (1996). *Confiar en uno mismo*. Chile: Dolmen.

Havighurst, R. J. (1972). *Developmental tasks and education*. New York. Extraído de *Evolución y determinantes de la autoestima en los años adolescentes*. Anuario de Psicología 2004, vol. 35, no 3,331-346, 2004, Facultad de Psicología. Universidad de Barcelona. España.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>

Jacobson, R. (s.f). *Las redes sociales y la baja autoestima*. Nueva York, Estados Unidos. ©2020 Child Mind Institute, Inc., a tax-exempt charitable organization (tax identification number 80-0478843) under Section 501(c)(3) of the Internal Revenue Code. All rights reserved. Recuperado de: <https://childmind.org/article/las-redes-sociales-y-la-baja-autoestima/>

Jiménez, I., Leal, F., Martínez, M., y Pérez, R. (2008). *Guía de atención al adolescente*. Jaen. © Grupo de Estudio del Adolescente (GreAdol-SAMFYC). Recuperado de: <https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/4%20Guia%20de%20atencion%20al%20adolescente%20Andalucia.pdf>

Junquera, C. (2015). *Desconectados del entorno y conectados a la red: tan cerca pero tan lejos*. Argentina. KubernÉtica ©2006 – 2016.

Krauskopof, D., (1999). *El desarrollo psicológico en la adolescencia: las transformaciones en una época de cambios*. San José de Costa Rica: Adolescencia y salud vol.1 n.2 San José.

Lillo Espinosa, J., (2002). *Crecimiento y comportamiento en la adolescencia*. Barcelona, España: Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría.

Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes. (2020). © 2020 FAROS - Hospital Sant Joan de Déu Barcelona, España. Recuperado de: <https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/riesgos-redes-sociales-salud-mental-adolescentes>

Marcelino Mercedes, G. V. y De la Morena Taboada, M. (2014). *Redes sociales basadas en imágenes como herramienta de comunicación museística*. Museos y centros de arte

Moderno y Contemporáneo de España en Pinterest e Instagram, *AdComunica*, 8. 139-167. doi: 10.6035/2174-0992.2014.8.9.

Marcelino, M. Georgino, V. (2015). *Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración*. Revista de comunicación y tecnologías emergentes, vol. 13, núm. 2, pp. 48-72 Asociación científica, ICONO 14 Madrid, España.

Martín, M. (2016). *Cambios psicosociales en los adolescentes actuales. Incidencia del uso de las redes sociales*. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Psicología. Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación

Martín, M. (2016). *Problemas y retos en las redes sociales*. En M. Martín, *Enredados* (pp. 51-59). Madrid: San Pablo.

Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: Fondo De Cultura Económica

Morduchowicz, R. (2013). *Los adolescentes del siglo XXI*. Buenos Aires: Fondo De Cultura Económica.

Naranjo, C. y González, A. (2012). *Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención*. Universidad de Almería Almería, España. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, vol. 12, núm. 3, 2012, pp. 389-403.

Neri, C y Fernandez Zalazar, D (2008) *Telarañas de conocimiento Educando en tiempos de la Web 2.0*. Buenos Aires, Argentina. Libros & Bytes

Oliva Delgado, A., y Palacios González, J. (1990) *La Adolescencia y su significado evolutivo*. Desarrollo psicológico y educación.

Organización Mundial de la Salud. (2014). *Desarrollo en la adolescencia*. Recuperado de: https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/

Páramo, P. (2008). *La construcción psicosocial de la identidad y del self*. Revista Latinoamericana de Psicología, 40 (3), 539-550.

Paramo, M de los A., Leo, M., Cortés, M. J. y Morresi, G. (2015). Influencia del bienestar psicológico en la vulnerabilidad a conductas adictivas en adolescentes. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, vol. XXIV, núm. 2., pp. 167-178. Fundación Aiglé Buenos Aires, Argentina.

Pellegrino, M. (2017). *Entretenimiento, cultura y doble clic*. En Fernández Zalazar, D. (2008), *Del entretenimiento al conocimiento*, (pp. 29-37). Berazategui, Argentina: Engranajes de la Cultura.

Peradotto, P., Vargas, J. & Valdivia, R. (2005). *Autoestima y refuerzo en estudiantes de 5º básico de una escuela de alto riesgo*. Revista anales de psicología, 21 (1), 102- 115. Extraído de La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana* (Enero-Junio, 2010), Vol. 18, No. 1, pp. 6-18 ISSN 1405-0943. Ciudad de México.

- Pineda Pérez, S. y Aliño Santiago, M. (2002). *El concepto de la adolescencia*. Capítulo 1 15-23. Recuperado de <https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/pdf/adolescencia/Capitulo%20I.pdf>.
- Reguillo, R. 2012. *Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa*. Guadalajara. Comunicación y sociedad, no.18.
- Reig D. y Vílchez L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Pp 212. Madrid, España. Fundación Telefónica y Fundación Encuentros.
- Rice, F., y Vestal, L. (2001). *Human development: A life-span approach*. Prentice Hall, New Jersey.
- Risueño (2002). *Extraído de Nociones y espacio de Juventud*. Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. Última década. N°21. 83-104.
- Rodríguez, A. Fernández, A. (2014). *Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental de los adolescentes colombianos*. Acta Colombiana de Psicología, vol. 17, núm. 1, 2014, pp. 131-140. Bogotá, Colombia. Universidad Católica de Colombia.
- Rosenberg M (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). *Global self-esteem and specific self-esteem: Different concepts, different outcomes*. American Sociological Review, 60(1), 141–156. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/2096350>.
- Rutzstein, G. (2002). *Trastornos alimentarios. La cultura de la delgadez*. Buenos aires. Encrucijadas-UBA, pp. 16, 76, 85. Revista de la Universidad de Buenos Aires.
- Salguero F. y Otero, I. 2014 *Estudio sobre las Redes Sociales y su implicación en la adolescencia*. Universidad Complutense de Madrid (ucm). Universidad Camilo José. Cela (ucjc). Universidad de Extremadura (uex). Ediciones Universidad de Salamanca Enseñanza & Teaching, 32, 1-2014, pp. 43-57. Recuperado de: <https://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/et20143214357>
- Steinberg, L. (2002). *Clinical adolescent psychology: What it is, and what it needs to be*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. (Pp.124–128). <https://doi.org/10.1037/0022-006X.70.1.124>
- Tomeo, F. (2014). *La sociedad de la información*. En *Redes sociales y tecnologías 2.0* (pp.1-70). Buenos Aires: Astrea.
- Turkle, S. (1997) *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Buenos Aires, Argentina. Paidós
- Turkle, S. (2012). *Connected, but alone?*. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together
- We are Social y Hootsuite (2018). *Global digital report*. Recuperado de <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Winocur, R. (2012). *La intimidad de los jóvenes en las redes sociales. Transformaciones en el espacio público y privado*. TELOS: cuadernos de comunicación e innovación. Disponible en http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012042611530001&activo=6.do

ANEXOS

Encuesta Sobre Uso de Redes Sociales

La presente encuesta se encuentra enmarcada en la realización de una tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba.

La misma es completamente anónima.

Te pido que contestes a las preguntas con la mayor sinceridad posible, no hay respuestas correctas o incorrectas.

¡Muchas gracias por participar!

**Obligatorio*

1. Edad *
2. Género *
3. Lugar de residencia *
4. ¿Cuáles son las Redes Sociales que usás cotidianamente? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Tik Tok
- Snapchat
- You Tube
- Otro:

5. ¿Cuánto tiempo estimás que estás en estas Redes Sociales? *

Marca solo una respuesta.

- Más de 5 horas al día
- Entre 2 y 5 horas al día
- Menos de 2 horas al día
- Algunos días de la semana
- Otro:

6. ¿Para qué utilizás estas Redes Sociales? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Para conocer gente
- Para expresarme
- Para estar informado
- Para entretenerme
- Para estar en contacto con mis amigos
- Para seguir "famosos/influencers"
- Otro:

7. ¿Con qué frecuencia publicás contenidos en estas Redes Sociales? *

Marca solo una respuesta.

- Menos de 1 vez por semana
- Entre 1 y 2 veces por semana
- Día por medio
- Todos los días
- Otro:

8. ¿Cuál de estos tipos de perfil en Redes Sociales aspirás tener? *

Marca solo una respuesta.

- Varios mensajes - Muchos "Me gusta" - Varias solicitudes de "amistad"/"seguidores"
- Pocos/ningún mensaje - Algunos "Me gusta" - Algunas solicitudes de "amistad"/"seguidores"

9. ¿Qué te motiva a publicar contenidos en estas Redes Sociales? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Compartir lo que estoy haciendo en el momento
- Mostrar las cosas que me interesan.
- Dar mi opinión sobre algún tema en particular
- Recibir "me gusta" o "likes" de mis amigos y/o seguidores
- Otro:

10. ¿Qué nivel de importancia le das a las reacciones que reciben tus publicaciones? (respuestas, "me gusta", comentarios, etc.) *

Marca solo una respuesta.

	1	2	3	4	5	
Nada Importante						Muy importante

11. ¿Te interesa lo que tus contactos en estas Redes Sociales puedan pensar de vos? *

Por favor, indicar SI o NO, y explicar porqué

12. ¿Editás tus fotos/videos antes de subirlas/os a estas Redes Sociales? *

Marca solo una respuesta.

- Nunca
- Casi nunca
- Casi siempre
- Siempre

13. ¿Por qué creés que editás o no tus fotos/videos antes de subirlas/os a estas Redes Sociales? *

14. Selecciona las afirmaciones con las que más te sientas identificado/a: *

Selecciona todos los que correspondan.

- Me preocupo mucho por lo que comparto en las redes sociales
- Soy selectivo respecto de lo que publico en las redes sociales
- Publico el contenido que creo que más le gustaría al resto
- He publicado fotos y luego las he borrado porque me arrepentí de haberlo hecho
- Tiendo a compararme con quienes sigo en mis redes sociales
- El contenido que comparto en mis redes me representa tal cual soy
- Me inspiro en otros perfiles para crear el mío
- Me siento mal si mis publicaciones no reciben las reacciones esperadas (respuestas, "me gusta", comentarios, etc.)
- A veces pienso que quienes sigo en mis redes sociales tienen una vida mejor que la mía
- Tener una red social es una forma de pertenecer
- Cuando publico contenidos espero que mis "amigos" me comenten o "likeen"
- El contenido que comparto en mis redes representa cómo me gustaría que me vean
- Usar redes sociales influye en mi modo de ser
- Otro:

15. ¿Creés que el hecho de que una publicación que una persona realiza no tenga likes o comentarios podría afectar a esta persona? *

Por favor, indicar SI o NO, y explicar porqué

16. ¿Qué tan importantes creés que son las Redes Sociales en tu vida? *

Marca solo una respuesta.

	1	2	3	4	5	
Nada Importante						Muy importante

Solicitud de autorización enviada a los colegios

Junio de 2020

Equipo Directivo de Nivel Secundario
Colegio San José

Por medio de la presente, ALCÁNTARA, María Rocío, matrícula: 34188464; y JUAN, Facundo Martín, matrícula: 33964457, solicitamos respetuosamente autorización para realizar una breve encuesta, a alumnos de su colegio, sobre el uso de las redes sociales en la adolescencia.

Motiva tal encuesta la realización de la Tesis de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El tema de la misma es: “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes.”. Y el objetivo al que apuntamos es describir el rol e influencia de las redes sociales en la elaboración de la autoestima en la adolescencia.

Nuestro Profesor y Director de Tesis, Enrique Virdo Kolbe, de la cátedra de Psicología y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, avala y aprueba nuestra encuesta.

Desde ya, y sin más, agradecemos su posible colaboración.
Saludamos atentamente, Rocío y Facundo.

Equipo Directivo de Nivel Secundario

Dante Alighieri

Por medio de la presente, ALCÁNTARA, María Rocío, matrícula: 34188464; y JUAN, Facundo Martín, matrícula: 33964457, solicitamos respetuosamente autorización para realizar una breve encuesta, a alumnos de su colegio, sobre el uso de las redes sociales en la adolescencia.

Motiva tal encuesta la realización de la Tesis de grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El tema de la misma es: “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes.”. Y el objetivo al que apuntamos es describir el rol e influencia de las redes sociales en la elaboración de la autoestima en la adolescencia.

Nuestro Profesor y Director de Tesis, Enrique Virido Kolbe, de la cátedra de Psicología y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, avala y aprueba nuestra encuesta.

Desde ya, y sin más, agradecemos su posible colaboración.

Saludamos atentamente, Rocío y Facundo.