



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA



“*Facebook* en la construcción de identidad de un grupo de adolescentes, en la ciudad de Chillán”

Memoria para optar al grado de Psicóloga.

Autoras:

María José Fuentealba Vargas

Valeria Janette Ortega Cáceres

Rocío Mackarena Sandoval Parra

Académica Guía:

Claudia Verónica Vásquez Rivas

Chillán, Diciembre de 2016

Agradecimientos.

Gracias.

A ustedes grupo de jóvenes, quienes colaboraron activa y cordialmente en nuestra investigación, otorgándonos apreciar su punto de vista sincero y honesto. Sin ustedes esto no hubiese sido posible.

A quien nos ha acompañado durante todo un año, quien con cariño y mucha paciencia ha sabido guiar este último proceso, de quien hemos aprendido un montón. Profesora Claudia, gracias por el apoyo y las enseñanzas entregadas durante todo este tiempo y por esos ricos cafecitos.

Tía Tati, gracias por dejarnos comer, gritar y alardear en la biblioteca. Y por el alargador.

Agradecimientos a nuestra mami postiza, mami Maca, gracias por alimentarnos durante estos días de arduo trabajo, te queremos así mucho demasio'.

Y finalmente, gracias a los/as docentes que nos han acompañado, a quienes desde distintas veredas han aportado un grano de su experticia en nuestro camino. Gracias a la tía Hildita y el tío Héctor, quienes siempre tenían una sonrisa o alguna palabra amable al recibirnos, quienes siempre se preocuparon de nosotras. Y por último pero no menos importante, gracias a nuestros compañeros y compañeras. Gracias por recorrer este proceso en conjunto, por la compañía, por esos ratos de ocio, por esas ayudas express antes de entregar un trabajo o dar un certamen. Gracias.

Dedicatoria.

Vale:

Una vez alguien me dijo que si escribía un libro debería ponerla en la dedicatoria, como esto no es un libro que escribí ni quiero dedicarla a ella, me parece una interesante forma de empezar.

A la persona más hermosa y maravillosa de mi mundo, sé que estás más ansiosa que yo por que entregue esto, así que por estar ahí y darme abrazos sin pedirlos, te amos hasta cansarnos y risas por causas ridículas y fomes, por mostrarme cuánto puede sufrir una persona, pero cuan feliz puede ser a pesar de todo. Gracias por momentos infinitos, mami.

A la eterna sombra, el abrazo borroso, el olor difuso, la textura casi recordada y esa voz imaginada porque ya está olvidada; ya pasamos por la desventaja, cada vez son más los que no, que los que sí. Gracias por los que sí, siempre. Igual imaginaré tu abrazo cuando vaya al parque a contarte que soy psicóloga, papá.

A Domingo porque es una figura paterna casi perfecta, y sé que si lee esto se pondrá a llorar.

A las idas y venidas de la vida, a las ausencias inesperadas y las que no lo fueron tanto.

Maca, Presi, Guille, Chino aunque no los deje leer esto.

A las Patrick y Sam de mi Charlie. Porque de alguna forma nos aguantamos y encajamos, lo he dicho ebria, pero sobria lo repito, las amo (aunque a veces me caigan mal). Bien sabemos que si hubiera seguido sola con la tesis, probablemente habría necesitado un semestre más para terminarla porque nadie me iba a exigir. Porque soy concreta.

Y para la Valeria que leía libros hasta que se le quemaran las pestañas, veía películas, series y anime como si no hubiera mañana, vuelve que te echo de menos.

Desagradecimientos: A usted, gracias por nada.

Chío:

A ustedes por ser seguir siendo parte de mi vida, por ser mis personitas especiales, por ser quienes me enseñaron que el hacer las cosas con amor y dedicación siempre trae frutos y nos llena de felicidad, gracias a ustedes mis tatas quienes desde el cielo envían amor y tranquilidad a mi corazón.

A quienes me han acogido como una hija y me han entregado mucho cariño y alegría, a ellos les dedico mi máxima admiración y respeto, gracias por ser mis padrinos, por aceptar mis cambios, mis momentos y estar en cada uno de ellos.

A mis poderosas y poderosos, por compartir el mismo mundo lleno de cariño y lealtad, por la confianza y la felicidad de estos cinco años, por aceptarme y quererme con todo y mañas. Y sí, gracias por ser una familia que me llenó de amor.

A mis muchachas, en quienes confío eternamente y adoro con todo el corazón. Mi equipo, mis compañeras y amigas. Gracias a mis negras, Jose y Vale por contener mis ansiedades y soportar mi rigidez, por entenderme y aguantarme, por llenarme de risas y buenos momentos, gracias por montones porque fueron un apoyo ilimitado en este proceso.

Y a ti, la mujer que ha acompañado cada momento de mi vida, quien me enseñó lo que significa creer en uno mismo porque siempre fuiste tú la que confió en mí, la que me mostró la felicidad en lo simple y lleno cada espacio de mi vida con amor, mi luz personal. Por eso te dedico esto y te doy infinitas gracias Mamá. Porque tú me amas inmensamente y apoyas todo lo que soy.

Jose:

Stephen King escribió en uno de sus libros “Las cosas más importantes son las más difíciles de decir...”, así que trataré simplemente de ser fiel a lo que pienso y siento en este momento de mi vida.

Primero que todo quiero agradecer a un ser superior, Él cual me ha sostenido cuando el cansancio y otros enemigos han tratado de atacar.

A mi familia, que siempre está conmigo cubriéndome la espalda. En especial a dos seres maravillosos que tengo la dicha de llamar padres, que no sólo me han enseñado a ser una persona íntegra, sino que también me han alentado, protegido, malcriado y entregado todo el amor que se le puede entregar a una hija tan mañosa como yo. Agradezco a Dios, al universo y a la vida por tenerlos a mi lado, los amo mucho, gracias por cuidar y formar a la niña que fui para convertirme en la mujer que soy hoy.

A mis amigos y amigas, en especial a quienes llenaron mi vida de alegría y de un calorcito en el corazón. Este proceso no hubiese sido igual sin ustedes personas bellas, con quienes aprendí a empoderarme, tanto así que nos llamaron poderosas... y mis muchachos jajaja. A pesar de lo que pasó, pasa y pasará, ocuparán un lugar en mi corazón para siempre.

A mis compañeras de tesis... no, a mis amigas casi siamesas Valeria y Rocío. Siento que me puedo extralimitar porque nuestra relación no se podría condensar en esta hoja de papel, por lo que me limitaré al proceso de tesis. Gracias por soportarme, por quererme con las mañas y el perfeccionismo que a veces se me salía, por aguantar mis atrasos y sobre todo por confiar en mí de la manera en que lo han hecho. Ha sido un agrado compartir muchos trabajos académicos, en especial este desafío que nos sacó ojerás por montón. Pero sobretodo y quizá me extralimite, ha sido un agrado compartir mis experiencias, mis ideas, mis sentimientos y pensamientos con ustedes, gracias por escucharme y por esas conversaciones eternas llenas de roll eyes... gracias por confiar en mí y ser parte de mi vida, no crean que saldrán tan fácil de ella.

Para finalizar, quisiera agradecer a todas aquellas personas que en algún momento confiaron en mí y en mis capacidades... y también a quienes no lo hicieron. De alguna

manera, ambos han contribuido en lo que soy ahora. Quizá (y probablemente) este no sea el hito de mi vida, quizá ni siquiera de esta etapa, pero sí es un hito importante, del cual me siento orgullosa y agradecida. Ir a la universidad no es sólo sentarte en una sala de clases y absorber todo el conocimiento que puedas, es parte de, pero también hay que conocer todo el mundo que nos ofrece; es por eso que no agradezco sólo por los conocimientos entregados, sino por cada una de las experiencias que viví, las personas que conocí, las aventuras y desventuras, lo reído y lo llorado. Me voy con el corazón llenito.

ÍNDICE.

I.	INTRODUCCIÓN.....	9
II.	PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
	II.1. Planteamiento del Problema.....	11
	II.2. Justificación.....	11
	II.3. Preguntas de Investigación primaria y secundarias.....	13
	II.3.1. Pregunta de investigación primaria.....	13
	II.3.2. Preguntas secundarias.....	13
	II.4. Objetivos general y específicos.....	13
	II.4.1. Objetivo general.....	13
	II.4.2. Objetivos específicos.....	13
III.	MARCO REFERENCIAL.....	14
	III.1. Antecedentes Teóricos.....	14
	III.1.1. Identidad.....	14
	III.1.2. Adolescencia.....	21
	III.1.3. Autoestima.....	31
	III.1.4. Autoconcepto.....	34
	III.1.5. Relaciones interpersonales.....	39
	III.1.6. <i>Facebook</i>	41
	III.2. Antecedentes empíricos.....	43
	III.3. Marco epistemológico.....	48
	III.4. Reflexividad.....	50
IV.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	51
	IV.1. Metodología.....	51
	IV.2. Diseño.....	51
	IV.3. Técnicas.....	52

IV.4. Instrumentos.....	53
IV.5. Población.....	54
IV.6. Análisis de datos propuestos.....	55
IV.7. Criterios de calidad.....	56
IV.8. Aspectos éticos.....	57
V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	59
V.1. Análisis de contenido por familias.....	59
V.2. Percepciones vinculadas al autoconcepto.....	60
V.3. Experiencias que han contribuido a la formación de la autoestima.....	64
V.4. Percepción de las relaciones interpersonales.....	68
V.5. Categorías emergentes.....	73
VI. CONCLUSIONES.....	76
VI.1. Limitaciones y proyecciones.....	81
VII. REFERENCIAS.....	83
VIII. ANEXOS.....	102

I. INTRODUCCIÓN.

A pesar de estar inmersos en un mundo vertiginoso, amante de la velocidad que nos ofrece la tecnología y los accesos virtuales, pocas veces nos preguntamos realmente qué preponderancia poseen en nuestra vida y en la conformación de las diferentes aristas de la misma, como lo que exponemos y recibimos de las diferentes interacciones media en nuestro ser. Es por ello que resulta interesante conocer hoy en día el contexto social globalizado en el que estamos inmersos, en donde las plataformas o redes sociales online pasaron a formar parte de nuestra idiosincrasia, siendo herramientas para acceder a diversos conocimientos o información sobre lo que pasa a nuestro alrededor como comunidad local, nacional o mundial. Por otro lado, favorece el establecimiento, mantenimiento o la interacción de nuestras distintas relaciones interpersonales, utilizándolas como canales de comunicación rápidos y eficientes para la expresión de nuestros saberes y sentires hacia otro que a su vez también expresa y reproduce sus propias motivaciones y deseos, conformándose así una comunidad global en donde la idea de poder “expresarse a sí mismos” nos resulta sencilla y liviana de realizar, pues existe una pantalla y en ocasiones, una distancia que nos protege.

Por lo tanto, en la presente investigación de corte cualitativo, se pretende describir cuál es la función que cumple *Facebook* en la construcción de identidad de un grupo de estudiantes universitarios de 18 a 21 años pertenecientes a la ciudad de Chillán.

Iniciaremos presentando el problema y la respectiva justificación de la relevancia que constituye el analizar la identidad que los/as adolescentes construyen hoy en día, desde la perspectiva del uso de *Facebook*. Luego se identifican los objetivos principales y específicos contemplados en la investigación. Para posteriormente fundamentar en el marco referencial los conceptos con los cuales nosotras como investigadoras nos aproximaremos al abordaje de nuestra pregunta investigativa, incluyendo la visión epistemológica de la manera en cómo concebimos a los/as integrantes de nuestra investigación y la forma en la que se accede al conocimiento, lo que guiará la investigación.

Además, en el presente estudio, se expone la intención y la inquietud de nosotras como investigadoras de querer trabajar con esta problemática, transparentando nuestra

propia subjetividad en la reflexividad. Los argumentos y decisiones a tomar en la presente investigación, no son al azar, ya que se presentan bajo una justificación fundamentada tanto teórica como empírica en la exposición del marco metodológico. Además, se explicitan los criterios de calidad y aspectos éticos que se utilizan en esta investigación, con su respectiva fundamentación y los dispositivos con los que se garantiza el cumplimiento de éstos.

De esta manera se vuelve a realizar una mirada exhaustiva de cómo se construye la identidad en la adolescencia, esta vez desde un abordaje de la idiosincrasia global y virtual en la que viven los/as jóvenes hoy en día.

II. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.

II.1. Planteamiento del Problema.

La mayoría de las veces, al hablar del concepto de identidad se tiene una idea preconcebida del mismo, mediada más bien por lo normativo sin contextualizar el momento en el que se construye en el individuo, ni como diversos medios de la idiosincrasia en la que vive pueden mediar en su conformación, sobretodo en la sociedad globalizada en la que se desenvuelven los/as jóvenes hoy en día, en donde las redes sociales pasan de ser solamente un medio de comunicación, conformándose como vitrinas de exhibición de las cualidades que ellos/as quieran mostrar hacia el resto del mundo. Es por ello que se considera relevante el apreciar y conocer el contexto electrónico/tecnológico y virtual en el que se está construyendo la identidad de los/as adolescentes, entendiendo como este tipo de plataformas pueda contribuir en las decisiones, acciones y relaciones de las/os jóvenes, las cuales juegan un importante papel en el proceso de construcción de identidad en el que están inmersos/as.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la presente investigación se enmarca particularmente la plataforma de *Facebook*, con el fin de describir como esta media en la construcción de la identidad de las/os adolescentes que la emplean. Lo mencionado anteriormente se fundamenta en lo planteado por Davis (1993, en Arriola y Butrón, 2003) el cual sostiene que la identidad se construye leyendo e interpretando el entorno, es decir, descifrando y apropiándonos de los mensajes que nos son accesibles. Dentro de estos mensajes cotidianos se encuentra aquella información concentrada en medios electrónicos, a la cual recurrimos en busca de respuestas.

II.2. Justificación.

Hoy en día, existe un nuevo escenario que por medio de la aceleración en la transmisión de datos y su globalización modifica las pautas sobre las que las sociedades y las personas habían construido tradicionalmente sus identidades (Arriola, 2003). En este sentido es sabido que la estrecha articulación entre tecnología y sociedad produce efectos en la forma de organizar la percepción y autopercepción del sujeto que se relacionaría directamente con la construcción que cada sujeto realiza de sí mismo (Ogando, 2012). Por

tanto, la identidad que los sujetos vayan construyendo deben considerar las múltiples facetas del ser humano en diferentes contextos y que conllevan interacciones, incluso un vocabulario adaptado a esos contextos (Yus, 2014).

Es por esto que se considera como relevancia disciplinar de la investigación la descripción de un proceso de desarrollo evolutivo en el ser humano como es la identidad, enfocada principalmente en el adolescente, donde la característica peculiar de la conciencia emergente del mismo es diferenciarse de los demás en la unicidad del modo personal de dar sentido a las acciones que realiza (Arciero, 2003). Esto contextualizado en el escenario globalizado en el que se vive, donde el uso de las redes sociales como *Facebook* ha logrado ser una de las más empleadas en el país (Vásquez, 2015). En este sentido se entiende que desde la etapa que se encuentran atravesando los adolescentes van generando una noción mucho más compleja e integral de sí mismos, donde se incluyen otras dimensiones orientadas al carácter cultural de la misma y a las posibles evoluciones que pueda experimentar en relación a los cambios de las sociedades y sus visiones sobre este conjunto social (Dávila, 2004).

En este sentido Facebook adquiere un rol importante en los procesos de socialización, donde a través de la interacción que se genera en la misma plataforma permite que los individuos se encuentren en constante transformación, lo que ha incidido en las nuevas formas de comunicación interpersonal, ante lo cual son los sujetos quienes se encuentran en continua permeabilidad y sensibilidad ante los medios de comunicación y las tecnologías de la información (García, 2010).

Se puede considerar que la investigación posee relevancia metodológica, pues es abordada desde un enfoque constructivista, debido a que se pretende conocer la realidad, proponiendo que esta puede ser interpretada y comprendida de distintas maneras, ya que es el sujeto quien construye activamente el conocimiento del mundo exterior (Feixas y Villegas, 2000). Esta perspectiva permite a describir cuál es la función que cumple *Facebook* en la construcción de la identidad de los/as adolescentes usuarios/as de esta red social, considerando que son los individuos y su medio social y cultural los que interactúan en esta construcción de la realidad (Bautista, 2011).

II.3. Preguntas de Investigación primaria y secundarias.

II.3.1. Pregunta de investigación primaria.

¿Cuál es la función que cumple el uso de *Facebook* en la construcción de identidad de un grupo de adolescentes de la ciudad de Chillán?

II.3.2. Preguntas secundarias.

¿Cuáles son las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*?

¿Cuáles son las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*?

¿Cuál es la percepción de relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*?

II.4. Objetivos general y específicos.

II.4.1. Objetivo general.

Describir la función que cumple *Facebook* en la construcción de la identidad de un grupo de adolescentes de Chillán.

II.4.2. Objetivos específicos.

Conocer las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*.

Identificar las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*.

Conocer la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*.

III. MARCO REFERENCIAL.

III.1. Antecedentes Teóricos.

III.1.1. Identidad.

Se puede delimitar uno de los orígenes del concepto de identidad dentro de la Grecia clásica, en donde se expresaba mediante el adjetivo y pronombre (*αυτο*: mismo, lo mismo; *το αυτο* con crasis: *αυτο*) con función de demostrativo, lo que equivale, en latín a *ipse* (él mismo); o bien a *idem* (*isdem*: éste precisamente, éste al que estoy indicando, éste y no otro). Esta última converge con el punto de vista de la etimología latina, mostrando a la identidad como pronombre demostrativo, por medio del cual se insiste en indicar algo con precisión diferenciándolo de otra cosa. La expresión identidad es una forma latina tardía (*identitas*), que sugiere la idea de la misma entidad: *idementitas* (Daros, 2006).

En tanto hoy en día, cuando se habla de identidad se entiende ésta como una construcción en la que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas y no como una esencia con la que nacemos o como el conjunto de disposiciones internas que continúan intactas a lo largo de toda la vida, sino como un proceso que se va concretando de forma progresiva, pero a través de las relaciones con los demás y cada individuo lo desarrolla a un nivel personal (Larraín, 2003).

Conceptualmente la noción de identidad se constituye como un aspecto unificador en ciencias sociales durante la década de los noventa del siglo pasado y aún continúa como importante foco de interés para algunas áreas de estas ciencias, siendo un concepto que adquirió mayor interés en este periodo, ya que este reflejaba las preocupaciones del mundo moderno (Vera y Valenzuela, 2012).

La identidad no es estática o unívoca, sino moldeable a través de diversas interacciones que se viven día a día. Por tanto, no debe conceptualizarse como una noción unitaria en la persona, más bien como múltiples facetas del ser humano en diferentes contextos y que conllevan interacciones, incluso un vocabulario adaptado a esos contextos (Yus, 2014). Stets y Burke (2008) señalan “el yo general está organizado

como diferentes partes (identidades), cada una de las cuales está unida a aspectos de la estructura social” (p. 31).

Así, la identidad se define como un proceso activo y continuo, tal como refiere Lagarde (2000), quienes afirman que no es un proceso estático ni coherente, por lo que no se corresponde mecánicamente con los estereotipos. Así, cada uno o una reacciona de manera individual y creativa al enfrentar alguna dificultad, elabora los contenidos asignados a partir de su experiencia, sus anhelos y sus deseos sobre sí misma o sí mismo.

Para considerar estas dificultades o crisis a las que se enfrenta la persona, es necesario tener en cuenta el concepto de ciclo vital acuñado por Erikson, que comprende la maduración de la personalidad a través de las fases del desarrollo consideradas universales, es decir, que rigen para todos y todas por igual. No obstante, la existencia de particularidades individuales provocan que el sujeto deba adaptar su crecimiento a los significados particulares que su entorno socio-cultural le asigne a cada fase (Moro, 2009). Por lo cual, considerando tanto lo personal como lo social, cada quien crea su propia versión identitaria: es única o único (Lagarde, 2000).

Por otro lado, la identidad puede ser entendida por las características que posee un individuo, mediante las cuales es conocido, tanto para sí mismo/a, como la forma en que es reconocido por los/as demás. Sin desconocer los aspectos biológicos que la conforman, buena parte de la identidad personal la formamos a partir de las interacciones sociales que comienzan con la familia, en la escuela y con las personas que se conocen a lo largo de la vida (Páramo, 2008). La identidad así construida va a influir en la manera como actuamos en el mundo. A través de este proceso el sujeto logra ir internalizando las actitudes y expectativas de los otros y él mismo se vuelve objeto de su propia reflexión (Larraín, 2003). De esta manera, el proceso puede ser entendido como una forma de hablarse así mismo o a sí misma, lo que permite internalizar los diversos aspectos de sí. Por lo tanto, se entiende a la identidad como la capacidad de considerarse a uno/a mismo/a como objeto y en ese proceso ir construyendo una narrativa sobre sí mismo/a (Larraín, 2003). Pero esta capacidad sólo se adquiere en un proceso de relaciones sociales mediadas por los símbolos. Es por ello que la identidad puede ser comprendida como un proyecto simbólico que el individuo va construyendo, donde él/ella

mismo/a es el/la artista quien crea y se crea así mismo/a, siendo el medio social el lugar donde se producen las interacciones las cuales serían consideradas como materiales simbólicos con los cuales se construye este proyecto (Larraín, 2003). La identidad -al constituirse como un sistema de símbolos y de valores- permite al individuo afrontar diferentes situaciones cotidianas, siendo la identidad como un filtro que opera ayudando a decodificarlas y a comprenderlas. Esto explica que frente a una determinada situación, un individuo, con sus valores y su modo de pensar, de sentir y de actuar, reaccionaría posiblemente de una manera delimitada (Magallón, 2005).

Además es necesario diferenciar el concepto de identidad y de personalidad, o más que distinguirlos el primero de ellos vendría a sustituir al segundo, precisamente en el énfasis que se otorga en la situación social, la interacción con otros y la influencia de las instituciones en la construcción de la identidad (Páramo, 2008). Desde esta perspectiva, respecto a las relaciones con los otros, la identidad sería un producto de estos encuentros y las relaciones sociales. Por lo tanto, tal como hace referencia Burr (1995) las identidades de cada uno/a serían construidas y no descubiertas.

Se reconoce una multidimensionalidad en la identidad, en la que se incluye la identidad personal, además de la identidad social considerándose casi una membrecía del individuo en grupos sociales (Vera y Valenzuela, 2012). Varios autores (Castells, 1999; Mercado y Hernández, 2010; Vera y Valenzuela, 2012) postulan la existencia de una identidad social o colectiva. Según estos últimos, ésta se desprende desde el nivel socio-estructural, constituyendo la estructura normativa de la sociedad, es decir, que en base a análisis macro-sociales se conforma la identidad social. Esta identidad es entendida como un producto que deriva de la reflexión en cuanto a los rasgos y características normativas que hace el individuo sobre su propia posición en la estructura social (Vera y Valenzuela, 2012).

También se puede encontrar como identidad psicosocial, la cual se va a ir construyendo y modelando en base a una serie de variados procesos que pertenecen a la interacción social, ayudando a la aceptación de una alta valoración a la relación con los pares, junto con los factores protectores que proceden de los desajustes identitarios y socioafectivos (Moral, 2004).

Es así como el sujeto se compara de forma constante con otros, aunque a pesar de que busca la opinión, creencia o expectativas de otros, no definirá el yo solo en función de una entidad determinada por influencias externas, sino que forjará la identidad utilizando los influjos sociales como un proceso de modelación recíproca entre mecanismos de identidad del yo y las instituciones de la identidad (Giddens, 2011). Este proceso de modelación se compone por una constante incorporación y adaptación de los requerimientos y las reglas o normas del grupo de pares, aunque en lugar de representar una mera reorganización del yo en base a un reflejo de sí mismo, y considerando esto un producto de las expectativas de los demás, resulta ser interpretado como un proceso de influencia mutua, donde se conforma un yo social que es la esencia de la propia identidad personal que se construye en función de un saber compartido (Moral, 2004).

Para el desarrollo de la identidad social, Castro (2007) dice que no solo es esencial la presencia del otro sino que además se incluyen las influencias que surgen de las instituciones dominantes, siendo estas la familia, la educación, la religión o la sociedad civil por ejemplo, así es como a través de los procesos de socialización se transmiten valores, actitudes, modos de actuar que el individuo va a incorporar a su yo, para posteriormente actuar en consecuencia.

De esta manera -y a lo largo de su vida- cada persona podrá adquirir las identidades sociales que su propio desarrollo sociocultural le ofrezca, construyendo su conocimiento social de la realidad a través de las relaciones y experiencias que viva en múltiples niveles con diversas personas y grupos (Moral, 2004).

Por otro lado, se encuentra la identidad personal, que puede entenderse como un proceso continuo que se da de manera gradual y unitario que se inicia con la individuación biológica del mismo sujeto y continúa durante el desarrollo de éste hacia la individuación psicológica, es decir, el reconocimiento de sí mismo/a, alcanzando la formalización abstracta y conceptual representada por la identidad personal, la cual es la que permite que el individuo se evalúe y se perciba así mismo en la relación con su entorno (Guidano, 2001). La identidad personal hace referencia a un proceso a través del cual los elementos autopercebidos en la experiencia personal del sujeto se presentan como cualidades que determinan a este como un ser único y particular, siendo estas características reconocidas por sí mismo y por los otros (Vergara, 2011).

Es así como la identidad personal involucra que el individuo pueda lograr identificarse y diferenciarse de los otros, en otras palabras, se entiende que la identidad personal es la identidad de un yo, y el yo se entiende como un objeto por conocer, abarcando elementos provenientes de la experiencia personal, los cuales surgen de las interacciones y del conjunto de funciones de rol que el individuo haya internalizado como significativas en su biografía (Vera y Valenzuela, 2012). Gran parte de la identidad personal está constituida por las interacciones sociales que se inician con la familia, en la escuela y con las personas que el sujeto conoce a lo largo de la vida, así, la manera en que el individuo construya su identidad influirá en cómo actuará en el mundo (Páramo, 2008).

Las identidades se encuentran en un constante proceso de cambio y transformación, por lo que la identidad personal no se concibe como un proceso que se define en un solo momento y se mantiene de forma permanente, sino que se construye en base a la retroalimentación continua respecto a la evaluación y autopercepción de las experiencias vividas por el sujeto y por el medio social en el cual éste se desarrolla (Guidano, 2001). Este autor refiere que la “identidad personal es una experiencia básica, el perderla significa perder la realidad” (p. 65) es una actitud hacia sí mismo/a, pero también lo es hacia la realidad incluyendo las creencias que el sujeto tiene sobre los demás y de los otros sobre él mismo.

Queda manifiesto que la identidad personal se construye a lo largo de la vida, lo que va a involucrar procesos de identificación y reconstrucción. Lo anterior debido a que el individuo posee una noción de sí mismo que le permite autorregularse y reconocerse en las experiencias de vida, mientras que a la vez se enfrenta de forma novedosa a estas experiencias (Vergara, 2011).

Los procesos por los que atraviesa el sujeto al integrar experiencias al sí mismo y abordar nuevos recursos involucran una mayor complejidad, lo que implica la conceptualización de los procesos de mismidad e ipseidad. La mismidad según Vergara (2011) se entiende como la condición de la identidad personal que perdura en el tiempo dando estabilidad y permanencia al sujeto sobre sí mismo, además en las dinámicas sociales otros son capaces que reconocer esta permanencia, pudiendo confirmarla y reeditarla. Así también Arciero (2003) se refiere a la mismidad o *sameness* como un

elemento inmutable en la vida de cada uno/a, donde el sentido de permanencia del sí mismo/a corresponde a una cualidad no elegida y que proviene de la historia personal. Así es como el individuo experimenta la identidad personal por sí mismo y a través de otros como algo propio y estable en el tiempo.

El otro proceso es la ipseidad que está relacionada con lo distinto, existiendo una posibilidad para el sujeto de observarse y asombrarse en la experiencia, cambiándose y reconstruyéndose como individuo incorporando nuevas vivencias que le consientan desarrollarse (Vergara, 2011). Mientras que en este tema Arciero (2003) aporta que el sentido de permanencia ocurre en cada experiencia, el sí mismo/a se da en la inmediatez situacional, con un actuar y sentir inmediatos. Es decir, que aún teniendo en cuenta el conocimiento que el individuo tenga de sí mismo, el contexto situacional va a aportar nueva información sobre el propio actuar y sentir, independiente de la variedad de experiencias que acontezcan, la ipseidad va a actuar como un constante proceso de cambio.

Al observar estos procesos en una corriente continua, como son la permanencia en la mismidad a la vez que el cambio en la ipseidad se aprecia la complejidad en la identidad personal, teniendo que mantener cierto grado de coherencia para el desarrollo y propio reconocimiento del sujeto.

Dentro de la construcción de la identidad personal, se encuentra un factor que juega a favor de la misma, la autoestima, consistiendo en la parte afectiva del yo (Cardenal y Fierro, 2003), que acompaña a la valoración global que hacemos de nosotros/as mismos/as, el cual se basa en la percepción positiva o negativa que tengamos de las diversas partes de nuestra persona y de nuestra vida, que seleccionamos puesto resultan relevantes (Rojas, 2007).

Aunque se suelen utilizar de manera equivalente, la autoestima constituye el elemento valorativo dentro del autoconcepto (Cardenal y Fierro, 2003). Éste último se define según García y Musitu (2014) como la percepción que cada individuo tiene sobre sí mismo, la cual se fundamenta en todas las experiencias vividas y compartidas en relación con los demás y en las atribuciones que el mismo sujeto hace de su conducta.

En una definición más integral, Silva y Martínez (2007) comprenden el autoconcepto como una visión global del sí mismo, y auto-descripciones de atributos en los dominios cognitivos, afectivos, sociales y físicos de la persona. Algunos de estos pueden ser más centrales en la definición del sí mismo que otros y, en torno a ellos, la persona elabora esquemas de *self* ricos en recuerdos, creencias o conocimiento del sí mismo y sus comportamientos.

De acuerdo a lo expuesto, es factible diferenciar distintos tipos de identidades, entre los cuales se incluye también la identidad interactiva, la cual -como su nombre lo dice- conlleva interacciones en las que participamos, las cuales utilizan estrategias, registros y jergas que generan barreras de especificidad discursiva y proporcionan una clara fuente de conciencia de identidad, ésta sería más bien un “puente” entre la identidad personal y la identidad social, ya que la especificidad de las interacciones cotidianas nos moldean tanto en el plano individual como en el grupal (Yus, 2014).

Un lugar en donde es factible que converja tanto la identidad personal, social e interactiva es sin duda el perfil que se construye en una red social, el cual es una especie de “cuerpo digital” que expresa constantemente información en forma de entradas y diálogos para el listado de amigos (Toma y Hancock, 2013). El/la usuario/a se presenta con su perfil y la foto principal asociada a éste (identidad personal), lleva a cabo interacciones a partir de publicaciones en el muro y mediante la opción del chat sincrónico (identidad interactiva), y exhibe un listado de fotos asociado al conjunto de sus amigos y conocidos, a la vez que publica contenidos que reflejan su adscripción grupal (identidad social) (Yus, 2014).

Siguiendo en esta línea, hoy en día en el uso de Internet existe una tendencia a la cimentación o materialización de muchas de las actividades en la Red, de índole física, es decir, esta actividad virtual produce un impacto en la vida física de las personas, desdibujando aún más las fronteras entre lo virtual y lo real. Entre las actividades que realizan los/as usuarios/as es comparar sus perfiles con los de los demás, para obtener ideas sobre qué presentar en sus propios perfiles y de qué manera hacerlo, generándose así un refuerzo de identidad por mimetismo respecto a los demás, pero a la vez una introspección de los elementos distintivos del/la usuario/a respecto a los otros (Yus, 2014). Así mismo, este autor señala que cuando se tiene el control sobre lo que publica en el

perfil, qué foto se elige como portada, etc., la presentación estratégica y selectiva que se lleva a cabo en estos perfiles ha sido criticada por remitir al denominado “yo mejorado” (*enhancedself*), anclado a información positiva del/la usuario/a en el perfil, en lugar del yo real y auténtico, solo interpretable fehacientemente en contextos físicos.

Una tendencia que sí encontramos es que, gracias a la forma de comunicarnos por la Red, con la falta de co-presencia física, podemos expresar más información íntima y personal que la que comunicaríamos en situaciones cara a cara, lo que se ha denominado recientemente *extimidado* o exteriorización constante de la intimidad, un fenómeno abordado desde diferentes teorías como por el ejemplo el Modelo *Hiperpersonal* de Walther (1996), fenómeno que actualmente cobra especial relevancia en el desarrollo madurativo, característicamente en el periodo de la adolescencia.

III.1.2. Adolescencia.

En algunas sociedades es común entender el tránsito entre ser niño/a y la edad adulta como una etapa que está marcada por cambios desde las funciones fisiológicas y psicológicas, pero también como un cambio en el status social. Es así como se ha denominado a esta transición adolescencia (Pineda y Aliño, 2002).

La adolescencia se puede entender como un estadio de desarrollo del sujeto, el cual comienza con la pubertad e involucra aspectos cognitivos y socioemocionales, además de un conjunto de elementos sociales, culturales, económicos y políticos (Zamora, 2013). Este autor señala que en esta etapa se considera el contexto en el cual se encuentra inmerso el sujeto, las interacciones de éste, en la familia, escuela y en la comunidad; la adolescencia también se puede entender como una transición, en donde se inicia el proyecto de vida personal, mientras cada sujeto busca definirse así mismo, lo cual conlleva establecer una vida individual, es decir, una identidad. Es en esta etapa en la que se inicia la formación y consolidación de la identidad personal y del rol, un periodo en el que se integran las identidades infantiles y las interacciones sociales que el sujeto mantiene con el entorno las cuales permiten el proceso de construcción de la identidad de este (Erikson, 1970).

Conceptualmente la adolescencia se constituye como campo de estudio, dentro de la psicología evolutiva, término que fue expuesto con mayor fuerza a principios del siglo

XX, bajo la influencia del psicoanalista norteamericano Stanley Hall (1904), quien describe la adolescencia como “la última gran ola del crecimiento humano, una ola que arroja al niño a las orillas de la edad adulta tan relativamente indefenso como tras un segundo nacimiento” (en Silva, 2008, p. 316). La adolescencia, como etapa de la vida, es también una construcción social que recientemente ha generado su estudio en mayor profundidad, considerando que en la época medieval, el concepto de adolescencia era inexistente, ya que el/la niño/a desde una edad temprana era preparado/a para el trabajo como un/a adulto/a y por consiguiente los y las jóvenes tenían un papel activo dentro de su comunidad, pero no como jóvenes sino más bien como niños/as aprendices de los adultos, ya que en ese periodo no se utilizaba el concepto de adolescente. Fue más tarde con el desarrollo de las sociedades y el crecimiento de éstas que este término se acuñó (Zacarés, Iborra, Tomás y Sierra, 2009).

La adolescencia es un etapa que se inicia con cambios físicos y que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, las cuales muchas de ellas generan crisis, conflictos y contradicciones, pero que son esencialmente positivas; sobre todo si se considera esta etapa como un periodo en el cual el principal objetivo es la adaptación a los cambios corporales, sino más bien una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia tanto psicológica como social (Pineda y Aliño, 2002).

De acuerdo a lo anterior se pueden considerar dos grandes rúbricas que se pueden suponer como rasgos constitutivos de la adolescencia. El primero de ellos hace referencia a lo mencionado preliminarmente los cuales serían los cambios corpóreos, haciendo referencia a los fisiológicos y morfológicos, y en segundo lugar se encontrarían los cambios culturales entre los cuales están los cambios cognitivos, el lenguaje, los rituales y los relativos al ámbito educativo, entre otros (Lozano, 2014). Por lo tanto, también se puede entender el concepto de adolescencia desde una noción mucho más compleja e integral, en donde se incluyen otras dimensiones orientadas al carácter cultural de la misma y a las posibles evoluciones que pueda experimentar en relación a los cambios de las sociedades y sus visiones sobre este conjunto social (Dávila, 2004).

Consiguientemente, definiremos adolescencia como una construcción social que ocurre en una etapa de la vida del individuo, y que es vivida como un estado confuso, donde la ambigüedad del mismo genera tendencias contrapuestas. Es el paso desde la niñez de la cual ya no son parte, hacía una futura adultez que aún es ajena para el sujeto,

trayendo consigo una maduración fisiológica que es vivida como un torbellino de cambios (Silva, 2008). Cambios que como Erikson (1970) plantea van desde una revolución fisiológica en el interior del/la adolescente y con tareas tangibles que los/as aguardan, siendo parte de sus preocupaciones principales la imagen que proyectan hacia los demás y la imagen que realmente tienen de sí mismos/as, las cuales están continuamente siendo comparadas. Es así como a través de su búsqueda de continuidad y mismidad los y las adolescentes nuevamente libran batallas de años anteriores logrando finalmente la integración, la cual tiene lugar como identidad yoica, que es más que la suma de las identidades infantiles del sujeto. Según Erikson (1970) “es la experiencia acumulada de la capacidad del yo para integrar todas las identificaciones con las vicisitudes de la libido, con las aptitudes desarrolladas a partir de lo congénito y con las oportunidades ofrecidas en los roles sociales” (p. 235). Estos retos que son de diversa índole y que se presentan en forma de tareas evolutivas que ha de afrontar el/la adolescente, son los que permiten que se sinteticen en la formación y consolidación de un sentido de identidad personal al final de la adolescencia, ya que es esta identidad personal la cual se entiende como un proceso en el que la persona se auto percibe en la experiencia como un ser único, permanente y en constante desarrollo, jugando un rol fundamental en la elaboración de la noción de sí mismo/a y el mundo (Zacarés, Iborra, Tomás y Sierra, 2009).

Erikson (1968, en Papalia, 2009) propone que la principal tarea del/la adolescente es enfrentarse a la crisis de identidad *versus* confusión de identidad, a fin de convertirse en un/a adulto/a con una concepción coherente del yo, formada por metas, valores y creencias en los que la persona se compromete de manera firme, a partir de lo mismo, sostiene que es normal que exista cierto grado de confusión de identidad, pues esto explicaría gran parte de la conducta adolescente. Tanto el pertenecer a un grupo de influencia o la intolerancia ante las diferencias experimentadas durante la adolescencia, son defensas frente a la confusión identitaria existente (Papalia, 2009).

En este sentido la adolescencia es un periodo clave en la construcción individual y de los procesos internos del sujeto, siendo este un miembro de la sociedad, el cual busca su lugar en ella (Zamora, 2013). Una de las tareas principales en la adolescencia implica el desprenderse de los lazos familiares, es decir lograr su propia independencia en diversos aspectos, lo cual es un requerimiento necesario para poder ingresar al mundo de los adultos, donde el sujeto desempeñará roles acorde a esta etapa (Merino, 1993). Es

también importante considerar la cultura local y los medios culturales a los cuales los adolescentes tienen acceso, pues son una fuente considerable de significados entorno a la dimensión sociocultural de la identidad del sujeto, ya que son estos los que permiten que el individuo vaya configurando sus gustos, y preferencias durante el proceso donde busca definirse a sí mismo (Díaz, 2006).

Es así como el sujeto en su condición de adolescente intenta descubrir el sentido a su propia adolescencia y la visión del mundo que se forma, así como entrar y salir de esta etapa, son el resultado de múltiples y complejas interacciones, ya sea con su grupo familiar, de pares o en su comunidad (Silva, 2008). Es por ello que los y las adolescentes reaccionan, por lo general, en función de cómo son tratados/as ya sea en las diversas instituciones, casa, escuela, entre otras y esto se reflejará en la construcción que ellos y ellas hacen de su identidad. Por lo cual es necesario para el/la adolescente lograr una serie de objetivos imprescindibles en el logro de su identidad para quedar inserto/a en la sociedad adulta, logrando una sensación de bienestar, eficacia personal y madurez en todos los procesos de su vida, pero del/la mismo/a adolescente va depender el orden de la adquisición de dichos objetivos, con los cuales va adquirir las habilidades de afrontamiento necesarias para funcionar en el entorno social (Kroger y Marcia, 2011). Conforme a lo anterior, parte de la adolescencia puede ser entendida como el resultado de tensiones y presiones que vienen del contexto social, en relación al proceso de socialización que lleva a cabo el sujeto y la adquisición de roles sociales, donde la adolescencia puede comprender una parte de ella a causas sociales externas al mismo (Dávila, 2004).

Como se estableció al comienzo, la adolescencia es un periodo en que suceden grandes cambios que se inician a partir de la pubertad y desorganizan las identidades infantiles, ocasiones que permiten que se establezcan avances en los diferentes ámbitos del sujeto; físico, cognitivo, moral y social, lo que configura una nueva organización de la personalidad y la adquisición de su identidad, la cual fue antecedida por cambios evolutivos que permitieron la conformación de ésta (Merino, 1993).

Todos estos cambios pueden ser organizados en función de periodos, Blos (1974) hace una categorización y divide a la adolescencia en tres periodos o etapas dentro de la misma:

En primer lugar se encuentran la preadolescencia o adolescencia temprana, etapa que se caracteriza por la aparición de cambios físicos madurativos, como por ejemplo en

relación a lo sexual (eyaculación en varones y menarquía en mujeres) (Blos, 1974). Dentro del desarrollo sexual de los preadolescentes se encuentra la aparición del pudor o inquietud de ser visto y aumenta el interés sobre la anatomía y fisiología sexual, lo que incluye dudas y ansiedades acerca de procesos como la menstruación, las poluciones nocturnas, la masturbación, el tamaño de las mamas o el pene, entre otras cosas (Gaete, 2015).

Este cambio evolutivo desde lo que representa la figura infantil hacia nuevas formas corporales más adultas, puede producir una ruptura traumática en el/la púber, por lo abrupto que resulta para algunos/as de ellos/as abandonar lo que significa la vida infantil (Blos, 1974), llevando a la incertidumbre sobre las posibilidades de desempeñar un rol como hombre o mujer, lo que facilita la vulnerabilidad ante comentarios, prejuicios y estereotipos (Krauskopof, 1999).

En cuanto a la vida social que se desarrolla en esta sub etapa de la adolescencia, para los/as preadolescentes la importancia de la familia sigue siendo prioritaria por sobre los pares, mientras que para los y las adolescentes sus amistades tienen más presencia (Cabello y Fernández, 2010).

Este grupo ha comenzado a ser objeto de estudio en los últimos años, denominándolos *tween*, puesto que se encuentran entre (*between*) la infancia y la adolescencia (Cabello y Fernández, 2010). La evidencia muestra que son chicos y chicas con un alto dominio tecnológico que presentan una actitud completamente naturalizada ante los artefactos que utilizan, dándoles una valoración y uso diferente de otros grupos sociales (CNTV, McCann-Erickson y Research Chile, 2003).

La segunda etapa lleva por nombre adolescencia media y corresponde al momento del cuestionamiento de valores y reglas, aquí el deseo de separarse de los padres y el afianzamiento del género forma parte de esta revisión de valores, que junto con el escrutinio de figuras que representen autoridad puede desatar en los y las adolescentes formas violentas de expresión y/o conductas agresivas, a manera de destrucción de aquellas figuras y su enjuiciamiento, lo cual se encuentra en un nivel inconsciente; además a nivel social, existe el deseo de mayor individualización, pero a su vez, el círculo de pares adquiere mayor importancia (Blos, 1974), por ejemplo en la valoración de la autoimagen, la cual es muy dependiente de la opinión de terceros (Gaete, 2015).

Esta etapa suele resultar compleja porque conlleva un proceso de duelo, puesto que se renuncia psicológicamente al ideal de padres, lo que produce un vacío interno, este duelo produce a su vez tristeza y en algunos casos frustración, sufrimiento y depresión (Blos, 1974). Para alcanzar su propia identidad diferenciada de la de su familia, el o la adolescente busca desafiar los valores y la autoridad de sus padres, para poner a prueba sus límites, y avanzar hacia el desarrollo de su autonomía. El o la joven necesita demostrarse que es capaz de trazar su camino en la vida sin las opiniones o guía de sus padres. Debido a la búsqueda de esta autonomía, los/as adolescentes tienden a enjuiciar a sus padres, magnificar sus posibles errores y contradicciones para facilitar el proceso de desapego, llegando a las descalificaciones, que traen como consecuencia grandes conflictos en la alianza padres-hijos/hijas (Gaete, 2015). Los padres o adultos cercanos no entienden esa descarga agresiva y suelen salir afectados por la hostilidad y el menosprecio que puede mostrar el/la adolescente. Así mismo, los/as adolescentes tampoco suelen reconocer su nuevo estado anímico, sin saber cómo enfrentar estos nuevos sentimientos que resultan ajenos para ellos/as. Por otro lado, los adultos sólo reconocen los cambios fisiológicos y neurológicos de los/as adolescentes, tachándoles como caprichosos, volubles, inconstantes y groseros/as entre otras calificaciones, lo cual los/as encasilla dentro del estereotipo común de que son “todos iguales” (Blos, 1974).

Como hitos del desarrollo sexual en esta fase los y las jóvenes dedican mucho tiempo a tratar de hacer su cuerpo más atractivo, probando su atractivo sexual a través de su aspecto. Así también se comienza a tomar conciencia sobre la orientación sexual (Gaete, 2015), así como la experimentación de diversas conductas sexuales, incluyendo el inicio de relaciones coitales con cierta frecuencia (Instituto Nacional de la Juventud, Ministerio de Desarrollo Social Chile, 2013 en Gaete, 2015).

Dentro de la adolescencia media comienza la construcción de la identidad, asociada a la temporalidad, tomando diversos referentes de orden simbólico, que dan el sentido a la concepción del mundo (Blos, 1974). Así también, se produce una desvinculación progresiva del núcleo familiar, un proceso de oposición a la normativa establecida y un despertar de la sexualidad, que permiten que se establezcan nuevas relaciones fuera de la familia, relaciones que cobrarán importancia en el proceso de formación de su identidad (Cabello y Fernández, 2010). Estas relaciones se convierten en factores fuentes de interpretación, incidiendo en el moldeamiento de la identidad y personalidad del/la

mismo/a. En tanto, otro punto importante dentro de la expresión de la identidad del/la adolescente, resulta ser el lenguaje, pues solo a través de este se le da un sentido objetivo al mundo, lo cual no es posible aún en la adolescencia temprana, ya que no hay aún esta aprehensión de conocimiento ni riqueza de lenguaje, por lo que no puede haber una identidad clara, y mucho menos posibilidad de verbalizar los sentimientos, sensaciones y dudas (Blos, 1974).

En última posición, se encuentra la etapa llamada adolescencia tardía, en donde se sitúa el comienzo propiamente tal de la conformación de la identidad, conformándose una conjunción de pensamientos, emociones y sentimientos, experimentados con inmediatez, y vividos de forma muy privada, oculta y diferencial, del yo de los otros, “yo soy lo que siento porque yo lo siento”. Así también se convierte la sinceridad en una virtud importante de la etapa, siendo la falta de la misma, vista como signo de falta de respeto y de lealtad a las emociones espontáneas (Blos, 1974).

Si las bases para la construcción de la identidad resultan deficientes, el establecimiento del/la adolescente como individuo se conformará por medio de una exploración difusa, carente de estructura o con una presencia en el medio autoafirmada en acciones efímeras. Lo cual da como resultado la organización de una identidad parcial que incorpora los riesgos como expresiones de autoafirmación para compensar el empobrecimiento de los mecanismos de respuesta a las demandas y necesidades que se deben enfrentar (Rojas, 2001).

Por último, dentro de la maduración sexual en esta etapa se produce la aceptación de la imagen corporal, así como de la identidad sexual. Además, los y las jóvenes se inclinan hacia relaciones de parejas más íntimas y estables, basadas en intereses y valores similares, en la comprensión, el disfrute y el cuidado mutuo (Gaete, 2015).

Desde la perspectiva del desarrollo cognitivo en la adolescencia, se ha determinado la manifestación de variaciones cualitativas importantes en la estructura del pensamiento, este proceso es conocido como período de las operaciones formales, donde la acción intelectual del adolescente se aproxima cada vez más al modelo del tipo lógico (Moreno y Del Barrio, 2000, en Dávila, 2004). Además comienza la configuración de un pensamiento social, resultando principales los procesos identitarios individuales y sociales, los que nutren la comprensión de las relaciones interpersonales, los colectivos y hábitos sociales; esto se vincula directamente con la adquisición del conocimiento y aceptación o negación

de los principios del orden social, junto con habilidades sociales, desarrollo moral y valórico de los/as adolescentes (Moreno y Del Barrio, 2000, en Dávila, 2004).

En este contexto, las tareas de desarrollo se entienden como un reto, aunque son comunes en la mayoría de adolescentes y jóvenes en cuanto a la necesidad de diferenciarse de los demás y de sentirse único/a, no se evidencia de la misma forma, al contrario, la diversidad es su característica central, asumiendo a estas tareas como materia principal de los procesos formativos que se plantea alcanzar (Dávila, 2004).

En cuanto a los cambios psicosociales que se producen en la adolescencia, existe la vulnerabilidad frente a la influencia que puedan ejercer los pares, en donde se cede frente a presiones que los/as adolescentes no son capaces de manejar, a diferencia de lo que sucederá en la adultez. Estas presiones están mediadas por el deseo de aprobación y el temor al rechazo social, en donde los pares más populares sirven de modelos de comportamiento para el adolescente (Papalia, 2009).

Respecto a lo anterior y derivado de estos cambios psicosociales vividos en la adolescencia, se encuentran directamente las relaciones interpersonales que posiblemente establezcan en uno u otro momento con sus pares, las cuales van a cumplir un rol favorecedor en la formación, mantención, modificación e incluso difusión de los respectivos modos de acción y pensamiento que poseen los y las jóvenes, por lo cual al momento de emplear sus propias dinámicas de interacción se puede llegar a consecuencias, ya sean positivas o negativas, a nivel tanto personal como grupal (Blanco, Caballero y De la Corte, 2005).

Es aquí donde comienza la configuración del razonamiento social, incluyendo nociones individuales y colectivas que contribuyen en la comprensión de sí mismo/a y las relaciones interpersonales junto a las costumbres sociales (Moreno y Del Barrio, 2000), asociando esto a otra visión de la etapa adolescente, en la que Dávila (2004) decide clasificarla en dos tipos, siendo éstos lo juvenil y lo cotidiano, donde el primer tipo se refiere al proceso psicosocial de construcción de la identidad, correspondiente a las nociones individuales; mientras que lo cotidiano nos remite a lo mencionado con anterioridad, relacionado principalmente al contexto de relaciones y prácticas sociales en las cuales existe un anclaje con factores de índole ecológico, socioeconómico y cultural, donde radican las nociones colectivas.

Al verse envueltos en estas nuevas relaciones de interacción se hace patente la existencia de una población diversa en todos los sentidos, donde entran en juego una mezcla de identidades, culturas, formas de ver la vida, entre otras (Maddaleno, Morello e Infante-Espinola, 2003), aspecto que puede resultar influyente al momento de mantener o modificar las interacciones entre pares. Según un estudio sobre la masculinidad de Olavarría (2003), el establecimiento de amistades o de un grupo conlleva pasar por una interiorización de conductas que, en gran número, resultan ser toscas e incluso se puede ejercer violencia para demostrar “el ser masculino”, pero, a pesar de los malestares que pueda provocar, este grupo de personas termina siendo el único espacio en el cual se permiten comentar sus cosas, preocupaciones y vivencias en general, sin sentirse reprimidos ni juzgados por hacerlo.

En relación a lo anterior, se sitúa el espacio *online* como una variable significativa en la mantención de relaciones interpersonales, pues según Lee y Sun (2009) la mensajería instantánea puede significar un aliciente en la definición de la identidad individual y social de los/as adolescentes, además de mejorar las relaciones en la vida real. Otros autores como Valkenburg y Peter (2009) afirman que la mensajería instantánea tiene un efecto longitudinalmente positivo en la percepción de la calidad de las amistades ya existentes para los/as adolescentes. Es así como a nivel de relaciones interpersonales existe una relación entre el uso de *chats* para conversar y la intimidad afectiva, verbal y social de las amistades, resultando esta relación positiva dentro de la dinámica (Torres y Pérez, 2013).

En esta área, Valkenburg y Peter (2009) introducen el término *self-disclosure* o auto-apertura que definen como la revelación de información sobre sí mismo/a que es catalogada como íntima, específicamente se refiere a comunicación verbal acerca de temas personales que no son típicamente revelados con facilidad, tales como las preocupaciones que aquejan a alguien, sus miedos, secretos e incluso experiencias vergonzosas, todo esto facilitado por hacerlo a través de medios asociados a Internet. Podemos contrastar lo anterior entonces, con las afirmaciones de Olavarría (2003), en las que exponía la realidad de muchos/as adolescentes al momento de compartir sus vivencias con un solo grupo de amigos/as sin sentirse juzgados, añadiendo esta nueva alternativa de socialización íntima, donde Internet apoya y logra reforzar los lazos sociales, ya sean fuertes, débiles, emocionales, instrumentales, afiliativos o cualquiera tipo

producido fuera de línea; actualmente las relaciones comparten una mantención entre la combinación de interacciones *online* y *offline*, o sea dentro y fuera de Internet (Reig y Vílchez, 2013).

Cabe mencionar además, que el grupo de pares no será el único que contribuirá en la adquisición y formación de los modos de actuar y pensar del/la adolescente, sino que el sector adulto y los grupos sociales en general tendrán un lugar fundamental en este proceso (Asebey, 2006), donde los/as adolescentes intentarán que sus propias expectativas concuerden con las de los adultos, intento que suele fracasar debido a la visión estereotípica hacia los y las adolescentes, siendo vistos/as como irresponsables, impulsivos/as o inexpertos/as, entre otros. Debido a lo mencionado anteriormente, se agrega un grado más de confusión en el proceso vivido por los y las jóvenes, ya que se debate entre el desencuentro con la perspectiva de lo que esperan los adultos versus la suya propia, provocando un sentimiento de incompreensión que va y viene entre los adultos y ellos/as mismos/as. De esta manera, podemos decir que “la sociedad trata a los adolescentes como niños y les exige transformarse a la vez en hombres adultos” (Olavarría, 2003, p.31).

Por lo tanto, al enmarcar lo expuesto en el ámbito de las relaciones interpersonales, puede observarse que el proceso de socialización propio de la etapa del desarrollo psicosocial influye directamente en el ser adolescente, así como lo hacen las circunstancias histórico-sociales, Asebey (2006) refiere que “la adolescencia, aparece así, como el resultado de la interacción de los procesos biopsicosociales, los modelos socioeconómicos, las influencias sociales y culturales específicas, que son vividas por los adolescentes de cada país, ciudad, comunidad de manera particular” (p. 369), mostrando así como los/as adolescentes intervienen y, a la vez, resultan influenciados por las relaciones interpersonales que establecen, además del aspecto socio-histórico que lo/a precede y va a moldear, en parte, su vida, y en el cual se encuentra inmerso/a, construyéndolo y construyéndose día a día junto a los diversos factores que influirán en su desarrollo.

Considerando todo lo anterior, se puede entender a la adolescencia como una edad especialmente compleja y en la que se producen innumerables tensiones, con inestabilidad, entusiasmo y pasión, en la que las y los jóvenes se encuentran divididos entre tendencias opuestas, por lo que es posible adjudicar que durante el período de

adolescencia son válidas las necesidades humanas básicas y otras específicas, valorando a la adolescencia no sólo como una fase de preparación para la vida adulta y el desempeño de roles predeterminados, sino que también es esencial en el proceso de construcción de identidad (Dávila, 2004), y el desarrollo de la autoestima, procesos característicos en este periodo.

III.1.3. Autoestima.

Toda persona cuenta con una variable de la personalidad que muestra el valor y apreciación que cada sujeto se otorga a sí mismo, así es como Moreno, Alonso y Álvarez (1997) definen la autoestima. Otros autores como Freire y Tavares (2011), junto con Cava, Musitu y Vera (2000) mencionan que la autoestima comprende aspectos de índole evaluativos y afectivos en la valoración de aprecio o importancia que cada persona se da a sí misma, teniendo una relación significativa con el bienestar de las mismas, ya que puede tener una imagen favorable sobre sí, o bien ésta puede ser altamente desfavorable. Además, dado que el sujeto se relaciona en diferentes contextos, desarrolla una imagen propia específica en cada uno de éstos, esto es, que mantiene diversas concepciones específicas de sí mismo en el ámbito familiar, laboral, intelectual y social (Cava, Musitu y Vera, 2000).

Por otro lado, los contenidos sobre sí mismos/as que son valorados por las personas se derivan principalmente de sus motivaciones, movilizándolo su propio potencial para la consecución de éstas, relacionándose con las cualidades y capacidades con las que cuentan para lograr dicho fin (Hernández, Hernández y Bayarre, 2014), es así como Fernández, Martínez-Conde y Melipillán (2009) mencionan que la autoestima se puede describir con dos componentes, un sentimiento de valía personal y un sentimiento de capacidad personal. Lo anterior lo secunda Massó (2013) quien dice que la autoestima comprende dos elementos psíquicos, siendo uno de estos el sentimiento de aprecio y consideración hacia sí mismo/a y hacia nuestros intereses y motivaciones; mientras que el segundo elemento es la consciencia sobre sí, que incluye aspectos de la identidad, cualidades y características más significativas.

Considerando lo propuesto por el clásico Coopersmith (1981, en Branden, 2011), el origen de la autoestima consta del siguiente lineamiento: se inicia su configuración hacia los dieciocho meses de edad, cuando el/la niño/a tiene la capacidad de reconocer su propia imagen en el espejo, esto se conoce como autorreconocimiento. Posteriormente

nos encontramos con la autodefinición, etapa en la cual es capaz de identificar las particularidades o características que lo/a describen, generalmente empezando con conceptos externos a los tres años de edad, para más tarde al acercarse a los seis o siete años, el niño o la niña puede identificarse en términos psicológicos. Introyecta, por lo tanto, el yo verdadero (quién es) y el yo ideal (quién le gustaría ser). A continuación este autor menciona que entre más distante sea la diferencia entre el yo verdadero y el yo ideal, más baja resultará la autoestima, y de paso el autoconcepto, el que se desarrolla en la etapa escolar entre los seis y doce años.

Llegados a esta etapa, es durante la adolescencia que existe un especial incremento en la preocupación por el yo, donde Labajos (1994) menciona que hasta un ochenta por ciento de los y las adolescentes mantiene una imagen positiva sobre sí mismo/a, lo que presentaba un gran nivel de confianza en ellos/as; mientras que el veinte por ciento restante presentaba una imagen negativa llegando a presentar conductas depresivas y/o ansiosas. En un estudio más reciente realizado por Cooke (2004), se vieron resultados orientados a que siete de cada diez niñas refieren sentir una satisfacción disminuida en relación a su apariencia, desempeño en la escuela y/o las relaciones con sus pares, obteniendo como resultado una baja autoestima. Es significativo que dichas niñas están presentando conductas dañinas y destructivas, entre ellas desordenes alimenticios, consumo de sustancias e incluso intentos de suicidio, afectando su sentido de autovaloración y autoaceptación de manera negativa. Al contrastar de forma superficial ambas investigaciones, se puede observar que se presenta un cambio en los porcentajes, donde al menos las niñas de la segunda investigación con baja autoestima superan a las con alta, mientras que en la primera investigación se presentaban niveles más altos de autoestima.

Respecto a esto, Trzesniewski, Donnellan y Robin (2003) afirman que el nivel de la autoestima se presenta en función del ciclo vital, resultando ser baja en la infancia, mientras que durante la adolescencia presenta un aumento de ésta junto a los primeros años de juventud, para luego comenzar a disminuir nuevamente en la edad media y vejez.

En contraste a los autores mencionados, Rodríguez y Caño (2012) postulan que la trayectoria de la autoestima en ambos sexos se presentan niveles relativamente altos en la infancia, y comienza a disminuir al comienzo de la adolescencia y a lo largo de ésta,

además agregan que durante la adolescencia surge un vacío entre ellos, presentando los varones una autoestima más elevada que las mujeres.

Debido a lo que atraviesan los/as adolescentes en esta etapa, con la construcción de su propia identidad, las relaciones sociales con sus pares y nuevos entornos, es que la autoestima se presenta también como un factor relevante en el desarrollo de los aspectos de la personalidad, adaptación social y emocional (Alonso, Murcia, Murcia, Herrera, Gómez, Comas y Ariza, 2007).

Walsh y Vaughan (1999, en Steiner, 2005), sostienen que la autoestima puede desarrollarse de forma convenientemente cuando los y las adolescentes experimentan positivamente cuatro aspectos o condiciones bien definidas:

- Vinculación: Corresponde al resultado de la satisfacción que sienten los/as adolescentes, o personas en general, al establecer vínculos que son importantes tanto para él/ella como para los demás.

- Singularidad: Este aspecto se da desde el conocimiento que adquiere y el respeto que siente el sujeto por las cualidades que le hacen diferente al resto, aún así siendo basadas en el respeto y la aprobación que recibe de los demás.

- Poder: Esta condición está referida a su proveniencia de la disponibilidad de los medios, oportunidades y capacidad que posee o adquiere el/la adolescente para lograr una modificación a las circunstancias de su vida, cambio que se verá con consecuencias que resulten significativas.

- Modelos o pautas: Por último, los modelos tienen que ver con los puntos de referencia que nutren al adolescente de ejemplos humanos, filosóficos y prácticos, que le sirven para establecer su escala de valores, sus objetivos, ideales y modales propios, con respecto a sí mismo y a los demás.

Por otro lado, como se ha mencionado anteriormente, la autoestima influye significativamente en la forma en cómo nos relacionamos con los demás, es aquí donde actualmente se introducen las herramientas de comunicación ligadas a las redes sociales existentes (Bonds-Raacke y Raacke, 2010). En un estudio realizado por Cruzado, Matos y Kendall (2006) referente a redes sociales en Internet y su relación con factores sociales, se encuentra que las interacciones en Internet resultan ser socialmente liberadoras porque

les permite la adopción de identidades secretas pudiendo otorgar las cualidades y atributos que ellos desearan, muchas veces opuestos a los reales. Lo que muestra una alternativa para perfilar su autoestima y autoconcepto redirigiendo y modificando sus capacidades para orientarlo más al yo ideal, que al yo real de cada uno/a.

Por lo mismo, Navarro y Rueda (2007) postulan que si las personas poseen una opinión negativa o mala de sí mismas y presentan, además, dificultades para socializar por timidez o falta de autoestima, el uso de redes sociales en Internet puede ser una efectiva herramienta de socialización, puesto que en ellas el sujeto se puede abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara, teniendo la ventaja del anonimato, o del yo real modificado al yo ideal.

Al relacionarlo con los éxitos y fracasos en el ámbito social, las fluctuaciones entre éstas van a provocar cierto nivel de inestabilidad en la autoestima, especialmente en las que los propios adolescentes sientan ligadas a sus capacidades y competencias (Crocker, Sommers y Luhtanen, 2002). El individuo, por lo tanto, presentará una autoestima más elevada y estable cuando experimente situaciones que tiendan a satisfacer sus contingencias de superación y autovalía, superando esa brecha de éxitos y fracasos fluctuantes (Rodríguez y Caño, 2012).

En base a todo lo anterior, podemos decir que la autoestima ya formada va a incidir en las esferas psicoemocionales de la persona a lo largo de su vida y condiciona, por lo tanto, la calidad de su experiencia en todas y cada una de las dimensiones de interacción con el entorno (Alonso et al., 2007), incluyendo entre estas esferas las variables de personalidad que de forma inherente se van a ir construyendo junto a las interacciones mencionadas.

III.1.4. Autoconcepto.

Otra variable de la personalidad es el autoconcepto, el cual en la actualidad es considerado como una actitud básica que condiciona el comportamiento del individuo, su rendimiento en diferentes áreas y también la construcción de la personalidad (Saura, 1996). Es así como el concepto de sí mismo/a que construye cada individuo no proviene desde el nacimiento, sino que más bien se va formando a lo largo de su vida, entendiendo

esto como un juicio sobre el propio valor de cada uno/a (Saura, 1996). En general, muchas veces se tiende a confundir el autoconcepto con la autoestima ya que ambos hacen referencia al conjunto de imágenes, sentimientos y rasgos que la persona reconoce como partes de sí misma, limitando en mayor medida al autoconcepto a los aspectos referentes a lo cognitivo del sí mismo (Saura, 1996). Pero este no solo considera este aspecto, sino también se puede definir como la actitud valorativa que tiene cada individuo de sí mismo, es la estima que cada persona desarrolla hacía su propio yo a través de las experiencias, sentimientos, pensamientos y actitudes (Villa y Auzmendi, 1999).

Es así como se puede considerar el autoconcepto como un sistema complejo y dinámico de creencias que un individuo considera verdaderas respecto a sí mismo teniendo cada creencia un valor correspondiente (Purkey, 1970, en González-Pianda, Nuñez, González-Pumariega y García, 1997). Junto con ello también puede ser definido como un conjunto de percepciones que el sujeto desarrolla acerca de sí mismo y que actúan como marco de referencia para controlar y dirigir la conducta, y es así como el autoconcepto puede ser considerado como un constructo cognitivo que está encargado de dirigir y controlar la conducta no de manera general sino a través de cada una de las dimensiones que lo constituyen y que actúan como punto de referencia para interpretar los resultados de la propia conducta y guiarla en función de dicha interpretación (Nuñez, González-Pumariega y González-Pianda, 1995). Ambas definiciones suponen un nivel descriptivo y valorativo del autoconcepto, concediéndole a éste cualidades que hacen referencia a su capacidad para organizarse internamente y el ser útil para asimilar información, dándole un carácter dinámico al mismo, siendo capaz de acomodarse las diversas exigencias ambientales. Asumiendo así una naturaleza afectiva, de carácter más bien personal, del autoconcepto (González-Pianda et al., 1997).

El autoconcepto estaría constituido por estos conjuntos de percepciones o creencias que el individuo va desarrollando de sí mismo a lo largo de la vida y que surgen a partir de los diferentes análisis, interpretaciones y valoraciones que el mismo sujeto realiza a través de todo lo que recibe desde la propia experiencia y de lo que transmiten personas significativas en la vida del individuo, tales como las figuras parentales, educadores y sus pares (Nuñez, González-Pumariega y González-Pianda, 1995). Estas percepciones se dividen en diferentes grupos de acuerdo a sus contenidos y juegan un rol importante en la valoración que realiza un sujeto, ya que determinará la evaluación

positiva o negativa de estas creencias o percepciones, y las repercusiones de las mismas dependerán de aquella evaluación.

De acuerdo a esto según Combs (1981, en Saura, 1996) el autoconcepto estaría formado por miles de percepciones organizadas como un todo y en el cual se incluyen el campo perceptual del yo y del mí, considerando al autoconcepto como una organización de maneras de verse a sí mismo/a, funcionando como un filtro que selecciona la información referente a las creencias de sí mismo/a las cuales se van reafirmando, siendo el autoconcepto adquirido a través de las experiencias y vivencias del sujeto con el medio físico y social, entendiendo que es el sujeto quien aprende quién es y qué es a través de la interacción con las demás personas significativas de su vida (Saura, 1996). A su vez esta autoimagen que el mismo individuo ha construido de sí, se encuentra formada tanto por la retroalimentación de sí mismo, pero también por información proveniente de los roles que desempeña el individuo en la interacción social.

Desde esta perspectiva se puede entender que la autoestima estaría relacionada al autoconcepto ideal, el cual se caracteriza no sólo respecto de lo que le gustaría ser al sujeto ,sino también de lo que a los demás les gustaría que el mismo fuese (González-Pianda et al., 1997). También hay que considerar que se puede generar un autoconcepto negativo cuando existe una gran discrepancia entre la autoimagen ideal y percibida y es el medio social en el cual interactúa el individuo el que puede ser el agravante si las creencias del sujeto coinciden con las de las personas significativas que componen este entorno social (González-Pianda et al., 1997). Generando que el sujeto muestre una mayor cantidad de actitudes defensivas, sea menos abierto, no perciba de manera auténtica la realidad y se le dificulte el contacto con los demás (Villa y Auzmendi, 1999). De acuerdo a lo anterior también es importante considerar la imagen que la persona tiene de sí misma en la formación de un determinado nivel de su autoconcepto, pero también cobra relevancia el valor que el sujeto le otorga a dicha imagen ya que a partir de ello se visualizarán las consecuencias de esta discrepancia entre lo que quiero ser, lo que soy y lo que los demás quieren que sea (González-Pianda et al., 1997). Así mismo algunos autores plantean que el autoconcepto final del individuo estaría constituido por interacciones significativas y sería el resultado de la relación ente la autoimagen y la autoestima.

Es por ello que el autoconcepto influye de manera definitiva en la conducta y en las vivencias de los sujetos y como estos sujetos ven los sucesos, situaciones, objetos y a las demás personas de su entorno (Villa y Auzmendi, 1999). Debido a esto es importante destacar que el autoconcepto incluye las ideas, imágenes y creencias que el sujeto tiene y hace de sí mismo, imágenes que las demás personas tienen del sujeto, imágenes de como al sujeto le gustaría ser e imágenes que al sujeto le gustaría tener, siendo finalmente un conjunto de percepciones el cual está organizado jerárquicamente, coherente y estable, aunque también susceptible de cambios y qué es el yo, el cual se construye por interacción a través de la relaciones sociales.

III.1.4.1. Dimensiones del autoconcepto.

El autoconcepto juega un papel decisivo y central en el desarrollo de la personalidad, tal como lo destacan algunos autores, un autoconcepto positivo está en la base del buen funcionamiento personal, social y profesional dependiendo de él, en su mayoría, la satisfacción personal y el sentirse bien consigo mismo/a, es por ello que se puede entender este carácter dinámico, un rasgo característico del autoconcepto en los últimos años, además de adquirir una concepción jerárquica, ha sido fundamental considerar este carácter multidimensional, el cual contempla cuatro dominios del autoconcepto: el académico, social, físico y el personal, haciendo referencia al contexto escolar, a la relación con las figuras parentales, familia y pares, a la apariencia y competencia y por último a los afectos y moralidad respectivamente (Goñi, 2009).

- Autoconcepto académico se puede entender como la “representación que el alumno tiene de sí mismo como aprendiz, como persona dotada de determinadas características o habilidades para afrontar el aprendizaje en un contexto instruccional” (Miras, 2004, p. 312). Es por ello que el contexto escolar juega un rol fundamental en la construcción del autoconcepto académico, ya que tanto los educadores como los pares representan una fuente de información para la construcción del mismo (Goñi, 2009).

- El autoconcepto físico se puede considerar como un constructo que, en cierta medida, permite analizar una realidad psicológica ya abordada desde otro constructo, el de la imagen corporal, la cual estaría compuesta por las percepciones en relación a la habilidad física y la apariencia física (Goñi, 2009).

- Autoconcepto social hace referencia a dos posturas; la primera de ellas en la cual se establecen diferencias por contextos y una segunda de los que lo hacen dependiendo de la evaluación de las competencias entre las cuales se distinguen las habilidades sociales, la prosocialidad, la agresividad y la asertividad entre otras, que las personas impulsamos en la vida social (Lekue, 2010).

- Autoconcepto personal se entiende como la idea que cada persona tiene de sí misma en cuanto ser individual. Compuesto por diversas sub dimensiones las cuales hacen referencia a como el sujeto se ve así mismo en relación al ajuste emocional o regulación emocional, siendo esto el afectivo-emocional, también está el autoconcepto ético/moral el cual razona hasta qué punto una persona se considera a sí misma honesta, el autoconcepto de la autonomía es el que hace referencia en función del propio criterio del sujeto y qué punto decide cada cual sobre su vida, y la última subdivisión se refiere al autoconcepto de la autorrealización y está relacionado a cómo se ve una persona a sí misma con respecto al logro de sus objetivos de vida (Esnaola, Goñi y Madariaga, 2008).

III.1.4.2. Autoconcepto en la adolescencia.

Como ya se ha mencionado anteriormente el autoconcepto se puede considerar como un juicio personal de valor que realiza el o la adolescente y el cual es expresado a través de las actitudes que tiene el sujeto, en este caso adolescente, respecto a sí mismo/a, ya que se espera que en esta etapa del ciclo vital el/la adolescente esté alcanzando un cierto sentido de estabilidad y permanencia personal, siendo esto una señal de la construcción de su identidad. Es por ello que los y las jóvenes deben ir elaborando su propio autoconcepto con la finalidad de que puedan adecuarse a los diferentes cambios físicos, pero también para asumir un nuevo rol, el cual es diferente al que tenía en su infancia en el contexto social (Sureda, 1998).

Es así como también es importante destacar el aspecto referente a las relaciones interpersonales que el/la adolescente establece en esta etapa del desarrollo, ya que la naturaleza de las normas sociales posibilitan estas relaciones con un significado más personal y crítico (Cazalla-Luna y Morelo, 2013). De ahí la importancia radica en el hecho que el autoconcepto “es resultado de la propia identidad, de la imagen, del autorrespeto, y,

en definitiva, de la conducta depende del resultado de si transgrede, o no, las normas y si resuelve las tareas normales de forma satisfactoria” (Cazalla-Luna y Morelo, 2013, p. 46).

Esta etapa también se caracteriza porque el/la adolescente logra alcanzar la autonomía personal, tratando de distinguirse de sus pares, pero en muchas ocasiones la indeterminación de sí mismo/a le permite identificarse, al menos temporalmente, con los demás que se encuentran en situaciones similares. En tanto este periodo denominado adolescencia es un periodo complejo que conduce a la elaboración de un autoconcepto más estable, coherente y afianzado, pero esto no significa que sea un autoconcepto inalterable (Villa y Auzmendi, 1999).

“La adolescencia es la etapa en la que el autoconcepto se perfila y se define de tal modo que el individuo se identifica como ser singular, diferente de los demás” (Amar y Hernández, 2005, p. 5).

III.1.5. Relaciones interpersonales.

Dentro de la autonomía personal que se menciona anteriormente por Villa y Auzmendi (1999) se encuentran las relaciones interpersonales del adolescente, en donde comienza a perfilarse como un ser individual.

Resulta muy complejo definir teóricamente lo que comprenden las relaciones interpersonales, pero existe un acercamiento desde algunos autores, entre ellos Leary (1957), quien las define como todo comportamiento dirigido, abierto, consciente, ético o simbólicamente hacia otro ser humano pudiendo ser este real, colectivo o imaginado. En tanto Cornejo y Tapia (2012) refieren que las relaciones interpersonales consisten en la interacción recíproca entre dos o más personas. Involucra destrezas sociales y emocionales que promueven las habilidades para comunicarse efectivamente, el escuchar, la solución de conflictos y la expresión auténtica de uno/a mismo/a. Por otro lado, Bisquerra (2003) define relación interpersonal como una interacción mutua entre dos o más personas. Esta interacción implica habilidades emocionales y sociales para suscitar una comunicación efectiva, que según Cruz (2003) es la base de cómo nos relacionamos con las demás personas. Más recientemente, Feldman (2006 en Abovsky, Alfaro y Ramírez, 2012), define a las relaciones interpersonales como sistemas de creencias y

valores individuales, donde las emociones, la cadena de pensamiento-sentimiento-deseo-acción, la inteligencia y la autoestima se mezclan subjetivamente en una comunicación establecida por dos o más participantes que son parte de un mismo grupo. Para que exista una relación interpersonal son necesarias un grupo de cuatro habilidades personales: 1) la sintonización, que es la aceptación y disponibilidad transmitida en una comunicación verbal y no-verbal, 2) la aceptación integral del otro, es decir, el reconocimiento del otro como sujeto en interacción en línea, 3) la responsabilidad compartida, o centrada en el otro y 4) la orientación como un facilitador en las decisiones (Feldman, C. 2006 en Abovsky, Alfaro y Ramírez, 2012).

Por otro lado, Bauman (2006) realiza una caracterización de las relaciones humanas que se dan en la sociedad moderna de estos tiempos, en donde existe un énfasis según el autor en la fragilidad de los vínculos, siendo esta misma fragilidad la que desembocaría en sentimientos de inseguridad y deseos de estrechar lazos, pero siendo estos su vez endeble para poder desanudarlos. A su vez, este autor sostiene que hoy en la sociedad moderna existe una desesperación por relacionarse, en donde sin embargo prima la desconfianza asociada a una relación permanente, por un temor a la carga y a la tensión que pueda implicar y que como seres humanos no creemos capaces ni deseosos de soportar, puesto que limitarían nuestra libertad; así entonces, las relaciones se basarían en este tipo de ambivalencia. Al respecto, el autor indica “La atención humana tiende a concentrarse actualmente en la satisfacción que se espera de las relaciones, precisamente porque no han resultado plena y verdaderamente satisfactorias; y si son satisfactorias, el precio de la satisfacción suele considerarse excesivo e inaceptable” (Bauman, 2006, p.2).

Este tipo de relaciones se ve reflejado hoy en día en un nuevo espacio en donde se generan intercambios informativos y comunicacionales. Se trata de las redes sociales, en donde se están implantando nuevas formas de informarse, comunicarse, entretenerse y relacionarse, de manera más instantánea. Estas “nuevas interacciones o relaciones sociales”, generan preocupación e incertidumbre acerca de las consecuencias e impacto que pueden tener en las subjetividades y en la socialización de niños y adolescentes fundamentalmente, ya que éstos han crecido con las nuevas tecnologías incorporándolas

con naturalidad a la vida cotidiana, a diferencia de las generaciones de mayor edad (Cornejo y Tapia, 2012).

Las relaciones interpersonales se encuentran en constante transformación en la cotidianidad del ser humano, lo cual ha incidido en las nuevas aplicaciones tecnológicas generando cambios en la comunicación interpersonal. El hecho de que las interacciones digital es entre las personas se encuentren en constante incremento, está creando una percepción distinta del espacio y el tiempo, una sensación de inmediatez de los acontecimientos y una aceleración en los procesos relacionales (Cornejo y Tapia, 2012).

Este tipo de relaciones que se generan en los medios tecnológicos poseen no sólo un aspecto relevante a nivel personal, en donde se interactúa con otros y se valida a la persona; sino que además se validan una serie de significados y prácticas que dan forma, no solo al día a día de las personas, sino que también a cuestiones de orden macro-sociales, como puede ser la forma en que es entendida e integrada la tecnología a una serie de instituciones relevantes para la sociedad (Ramírez, 2013). Es por lo anterior que las relaciones interpersonales se ven mediadas e influidas, en la actualidad, por el uso de redes sociales que van más allá de lo presencial sino que introducen el contexto *online*, expandiendo así su alcance con sitios como *Facebook* o similares.

III.1.6. Facebook.

Dentro de los nuevos espacios de comunicación, se encuentra la plataforma o red social conocida como *Facebook*, fundada el 4 de febrero de 2004. Según *Facebook* (2016), la plataforma tiene como objetivo tener una utilidad social que ayude a las personas a comunicarse más eficazmente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo. La compañía desarrolla tecnologías que facilitan el intercambio de información a través del gráfico social, el mapa digital de las conexiones que existen entre las personas en el mundo real. Cualquier persona puede registrarse en *Facebook* e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza. La misión del sitio social es hacer que las personas puedan compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado (*Facebook*, 2016).

Dentro de la población que utiliza esta plataforma se encuentran los y las adolescentes, que según Almansa, Fonseca y Castillo (2013) han generado una serie de códigos nuevos de escritura, que no tienen en cuenta la gramática y las reglas ortográficas, sino que obedecen a otras condiciones como la velocidad de escritura y especialmente las estéticas digitales. Vemos cómo la escriturase se ve afectada por normas caprichosas, emergen nuevas maneras de escribir como lo que denominamos «textos-imagen»: creados a partir de signos del teclado, en los que las letras se convierten en partes de imágenes que significan algo totalmente distinto a su significado lingüístico.

La imagen que los/as adolescentes publican para ser identificados/as en la red social es uno de los elementos a los que dedican mayor tiempo: piensan su imagen, la diseñan, la crean, la producen, la editan y la reeditan (Almansa et al., 2013).

Es así como Young (1997) refiere que internet permite crear una personalidad virtual modificando las propias características físicas que en el mundo real son inamovibles. Esto como una forma de reinventarse a sí mismo/a, de cubrir necesidades psicológicas previamente no afrontadas, enmascarando así la inseguridad interpersonal. Dos de estas necesidades psicológicas son la expresión de un rasgo de personalidad reprimido y los sentimientos de reconocimiento y poder (Luengo, 2004).

Para los y las adolescentes, tener amigos en *Facebook* es más que tener una lista de contactos. Significa más bien gestionar las relaciones de amistad en otro escenario donde la imagen es el principal vínculo. Para estos/as jóvenes, tener un amigo en ésta red social no significa necesariamente conocerse cara a cara, puesto que varios de los/as adolescentes aceptan que conversan con «amigos de *Facebook*» que nunca han visto (Almansa et al., 2013), o con quienes se les haría difícil entablar una amistad en la vida real, logrando todo esto gracias al nivel de desinhibición que logran a través de la pantalla (Mejía, Paz y Quinteros, 2014).

Tal como plantea Almansa et al. (2013) las conversaciones de los/as adolescentes en la plataforma giran en torno a su imagen. Es mucho más fácil escribir un halago o un comentario, postear una tarjeta o foto, hacer *click* en un “me gusta” que expresar todos esos sentimientos en la vida real (Mejía et al., 2014). Hay muy pocos mensajes que

tengan que ver con algo distinto a la imagen sobre sí. Las imágenes son las que comienzan conversaciones y relaciones en este contexto (Almansa et al., 2013).

III.2. Antecedentes empíricos.

La adolescencia, como etapa del desarrollo psicosocial (Erickson, 1970), comprende el período que va desde los 10 a los 19 años de una persona, a lo largo de su desarrollo evolutivo. Sin embargo, para su caracterización demográfica hemos encontrado que existen diferentes organismos nacionales (Instituto nacional de la Juventud) e internacionales (ONU, Sistema de Naciones Unidas en Chile) que no la definen como una etapa aparte, sino que va incluida como parte final de la etapa de la infancia (5 a 14 años aproximadamente) o como el inicio de la juventud, desde los 15 a 24 años aproximadamente. Para los fines de esta investigación, trabajaremos con una población que esté dentro de los 18 a 21 años de edad. En Chile, según el CENSO del 2002, la población que se encuentra dentro de los 15 a 19 años de edad alcanza la cifra de 1.280.089 adolescentes, lo que corresponde al 8,5% de la población total del país. De los/as cuales 651.713 son hombres y 628.376 corresponden a mujeres (Instituto Nacional de Estadística Chile, 2003).

En cuanto al uso de las redes sociales por las y los jóvenes y adolescentes, las plataformas que visitan con más frecuencia serían *Facebook* o *Twitter*. El 48% de las y los jóvenes declara usar estas redes sociales todos los días y 22% al menos una vez a la semana (Instituto Nacional de la Juventud, 2013).

La utilización de estas redes no se limita al ámbito social, sino que en Chile también alcanza el ámbito político. El 61% de las personas jóvenes está de acuerdo con que las redes sociales son una mejor herramienta que el voto para dar a conocer sus demandas. Otro rol que pareciera asignarle la juventud a las redes sociales es la capacidad de convocar a manifestaciones. Un 69% está de acuerdo con que sin las redes sociales, las manifestaciones serían mucho menos masivas hoy en día. De esta manera, el que las redes sociales sean legitimadas como plataforma política por el segmento juvenil, responde al masivo uso que hacen de ellas las y los jóvenes de todo el país (Instituto Nacional de la Juventud, 2013).

En el ámbito social, los y las internautas entre 15 y 24 años dedican 32 horas al mes a internet, siete más que el promedio nacional y casi 10 más que el promedio mundial. Y es este segmento el que explica, en gran medida, que el perfil del usuario de las y los chilenos esté marcado por las redes sociales. El estudio señala que el alcance de estos sitios en el país es de un 93%, cuando el promedio mundial en esa categoría es de 76%. Es decir, nueve de cada 10 chilenos que usa internet son usuarios de alguna red social. La favorita dentro de las últimas es *Facebook*, con un alcance de 90,3%, es decir, donde prácticamente todos los usuarios de internet tienen una cuenta. Esto, al contrario de *Twitter*, que sólo obtiene un 13,8% de alcance, pese a lo cual, coloca de igual manera a Chile en el lugar 16 del mundo, en cuanto al tiempo de permanencia en horas conectadas a esta página (Christiansen, 2011).

Por otro lado, a nivel mundial la penetración de internet ha mostrado un importante incremento durante los últimos años. Según un estudio de la agencia consultante en medios sociales *wearesocial.net* los usuarios de internet ascienden de un 35% a un 42% de la población mundial entre enero de 2014 a enero de 2015, el último porcentaje correspondiente a 3010 millones de personas aproximadamente, dentro de los cuáles 231 millones son de América Latina. Dentro del mismo estudio se aborda el incremento del uso de redes sociales, donde un 48% de la población latinoamericana es usuario frecuente de éstas (Kemp, 2015).

El tema de las redes sociales se ha visto más investigado, ligado a la definición de las mismas, las implicancias de esta nueva sociedad de la información, su consumo y la utilidad que se les da, al igual que definir cuáles son más usadas que otras, como Carrodegua (2014) señala en su página *norfipc.com*, entre las redes de interés *Facebook* y *Google+* lideran la lista, seguidos de *twitter* y *tumblr* en las redes *micro-blogging*, además de *WeChat* y *Whatsapp* en los servicios de mensajería; entre muchos otros que extrajo desde la compañía *Alexa.com*, especializada en el monitoreo y la obtención de estadísticas del tráfico de Internet.

Kemp (2014) menciona en un estudio que Chile es el país con más porcentaje de penetración de redes sociales en América, con un 61% de la población considerado usuarios activos, siendo más de 10 millones y medio de personas, donde *Facebook* es la red predilecta de los usuarios. Según muestra una infografía de la agencia digital

Convierta (2013), los usuarios chilenos que frecuentemente utilizan esta red social asciende a un 67% de la población, no existiendo diferencias significativas en el género de quienes la utilizan, aunque sí predominando el rango etario que suele hacer uso de *Facebook* correspondiendo a jóvenes entre 15 y 24 años.

De acuerdo a lo anterior se han realizado estudios ligados a los adolescentes en relación con las redes sociales, como Bohórquez y Rodríguez (2014) en Colombia hablan de las interacciones de los y las adolescentes a través de redes sociales, entre ellas incluido *Facebook*. También en Portugal Sofia y Mena (2014) realizaron una investigación acerca de las perspectivas de adolescentes sobre el uso de *Facebook*, donde abordan que la adolescencia es un periodo de transición donde los/as jóvenes se enfrentan a transformaciones emocionales, cognitivas y conductuales que pueden estar mediadas por el uso de *Facebook* y otras redes sociales. En Chile Halpern, Pina y Ovando (2015) han investigado el papel de las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación) en la vida cotidiana de los jóvenes del país, tema que es estudiado a nivel provincial y comunal por Vásquez (2015).

Referente a la normativa de redes, en julio de 2014 comenzaba la discusión en la Cámara de Diputados sobre la ley chilena de medios de comunicación digital (proyectos de ley 9460-19 y 9461-19 que modifican la Ley 19.733), proyectos que postulan que se considerará como diario a todo periódico físico y digitalizado que publique al menos cuatro días por semana y cumpla los demás requisitos de la ley. Estos proyectos causaron gran revuelo por la inexactitud de su planteamiento, ya que se puede entender que una persona que tenga un blog personal o incluso *Facebook* y publique cuatro veces a la semana será considerado un medio de comunicación con sus correspondientes impuestos, situación a la que se refirió una columnista de la ONG Derechos Digitales en su sitio web, diciendo que existe una creciente tendencia en parlamentarios de presentar proyectos de ley que castigan más duramente acciones realizadas por Internet, a la vez que invita a defender el uso del mismo en Chile (Campusano, 2015). Actualmente los proyectos siguen en espera del informe de la Comisión de Cultura, Artes y Comunicaciones (Cámara de Diputados de Chile, 2015).

Por otro lado Bedoya y Bustamante (2015) realizaron una investigación en la cual nos presentan las percepciones de adolescentes entre 15 y 19 años respecto al uso y

función que cumple *Facebook* en la construcción de identidad y cómo esta red social ha generado un impacto en diversas áreas del funcionamiento de los/as adolescentes. Exponiendo a través de esta investigación que *Facebook* es una red social que permite que los/as usuarios/as de ella puedan mostrar una versión buena de sí mismos/as, alcanzando la totalidad de los/as participantes, es decir que un 100% de usuarios/as adolescentes están de acuerdo y están algo de acuerdo en que *Facebook* les permite mostrar una versión buena de sí mismos/as, además también más del 50% refirió que esta red social les permitía poder expresarse de una manera diferente, pudiendo expresar su personalidad y lo cual ha servido también para el crecimiento personal de cada uno/a de ellos/as, pero también la población restante comentó no estar de acuerdo con ello o solo algo de acuerdo con el enunciado, situación que también es importante considerar, lo que presentan las figuras a continuación:

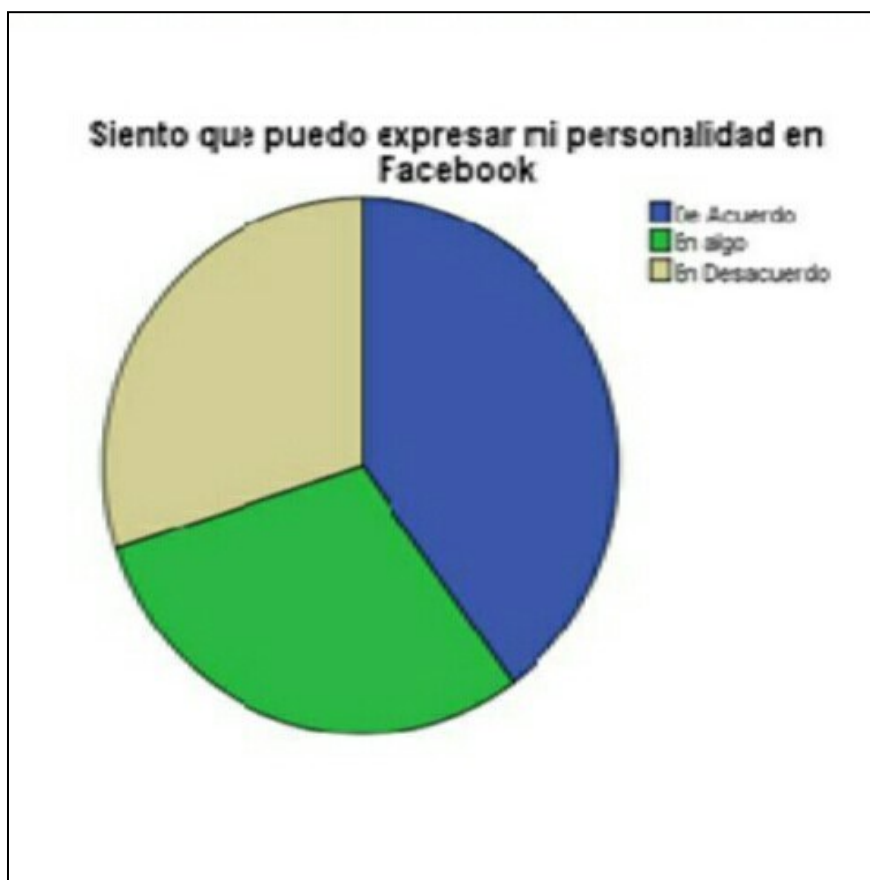


Figura N° 1. Respuesta sobre la Expresión de la Personalidad en *Facebook* (Fuente: *Facebook*, en la Construcción de la Identidad).

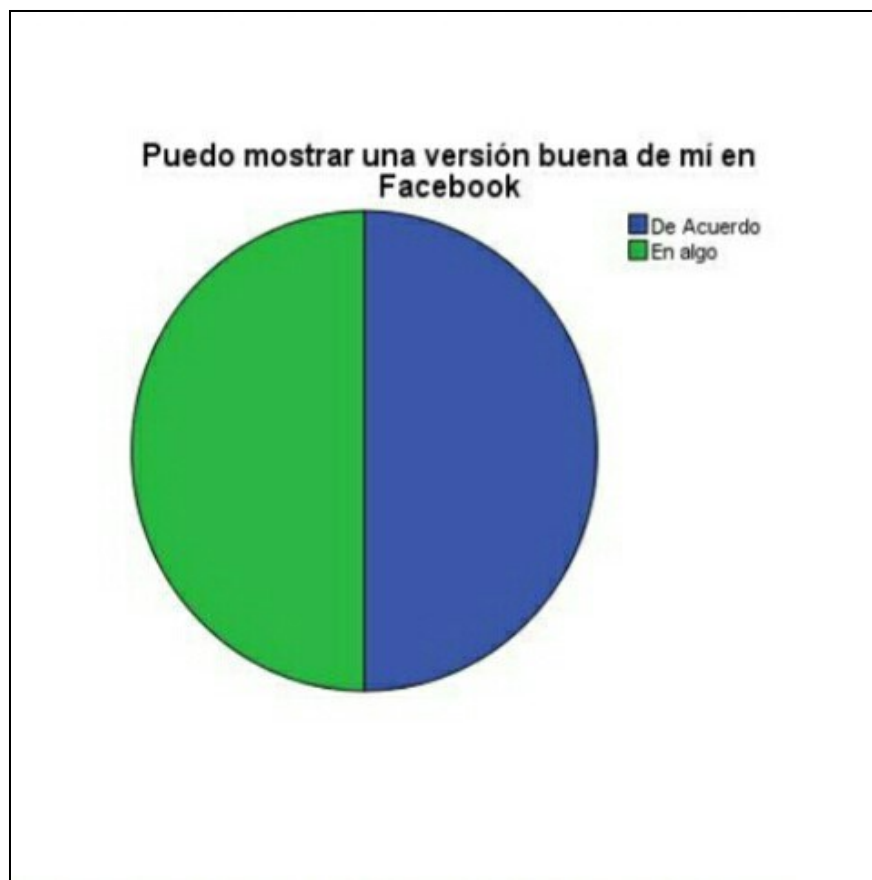


Figura N° 2. Respuesta a la posibilidad de mostrar una versión buena de sí mismo en el *Facebook* (Fuente: *Facebook*, en la Construcción de la Identidad).

En cuanto a los factores de riesgo en la salud física y mental de niños/as y adolescentes asociados al uso de Internet, no existen estudios en Chile que abarquen el tema. Sin embargo en el III Congreso Chileno de Adolescencia realizado en Santiago en septiembre de 2008, Maturana presentó un trabajo que incluía a 224 escolares de colegios privados, donde muestra que el 18% tiene conductas de riesgo en Internet y que el 31% presentan una “disfunción familiar” (Las, 2012). Sin embargo, el estudio no abarca posibles problemas de salud físicos o mentales de los/as jóvenes, lo que lo hace insuficiente para sacar alguna conclusión sobre el impacto del uso de Internet en las conductas de riesgo para la salud de niños/as y adolescentes de nuestro país.

III.3. Marco epistemológico.

El posicionamiento epistemológico desde el cual se realizará la investigación es el constructivismo. El constructivismo como forma de conocer la realidad, propone que la realidad puede ser interpretada y comprendida de distintas maneras, ya que es el sujeto quien construye activamente el conocimiento del mundo exterior, así mismo la idea de lograr adquirir el conocimiento verdadero sobre la realidad desaparece (Feixas y Villegas, 2000). Esta perspectiva permite describir cuál es la función que cumple *Facebook* en la construcción de la identidad de los/as adolescentes usuarios/as de esta red social, considerando que son los individuos y su medio social y cultural los que interactúan en esta construcción de la realidad (Bautista, 2011).

Desde el constructivismo se comprende el conocimiento como el resultado de un proceso de operacionalización que realiza el observador en relación a aquello que es observado, siendo esto un proceso autoreferente en el sentido que va a estar constituido y mediado por sus experiencias (Jubés, Laso, y Ponce, 2000). Es por ello que se entiende que el conocimiento es construido a partir de las propias experiencias del sujeto, tanto individuales como colectivas y son estas las que generan ideas sobre el medio físico, social o cultural. Por lo tanto como observadoras el interés radica en conocer cuáles son las percepciones que los y las adolescentes tienen acerca de su propia experiencia en la red social y cómo ésta ha influido en la valoración que hacen de sí mismos/as, considerando también la calidad de las relaciones interpersonales que se generan en la red (Bautista, 2011).

De esta manera el constructivismo afirma que el ser humano crea y construye activamente su realidad personal (Araya, Alfaro y Andonegui, 2007). Entendiendo así, que la realidad no puede ser conocida en sí misma, ya que es el sujeto quien construye su propio conocimiento, pues la realidad puede ser interpretada y comprendida de diversas maneras y serán los mecanismos que dispone cada sujeto los que permitirán las transformaciones de esa misma realidad. Desde esta perspectiva el conocimiento es logrado a través del actuar sobre la realidad, vivenciando situaciones, experimentando en el mundo que nos rodea y al mismo tiempo, transformándolos (Araya, Alfaro y Andonegui, 2007).

Respecto a la relación entre sujeto y objeto, esta se caracteriza por la imposibilidad de separar al investigador de lo que es investigado, es decir, el investigador no puede tomar distancia del fenómeno observado, ya que el conocimiento que surge de aquello es el resultado de esta interdependencia entre observador y mundo observado, manteniendo una dinámica en la que el sujeto está inmerso en la interacción con los otros sujetos y el mundo que los rodea, construyendo su propio conocimiento y aportando y recibiendo información del medio social en un proceso de intercambio (López, 2010). Al mismo tiempo, el conocimiento que el sujeto puede ir logrando adquirir está directamente relacionado con los conocimientos previos, pues el conocimiento es siempre una construcción que el sujeto realiza iniciando de los diferentes elementos que tiene a su alcance, no limitándose a recoger solo lo que está establecido en el mundo en el que se encuentra inmerso, sino más bien se vuelve un sujeto activo en la formación del conocimiento (Araya, Alfaro y Andonegui, 2007). Es así que se pretende realizar una investigación en la cual el investigador sea partícipe del contexto en el cual se encuentran inmersos los sujetos, logrando ser un observador participante del mismo (Barreto, Gutiérrez, Moreno y Pinilla, 2006).

Como menciona López (2010) para el constructivismo el conocimiento y experiencia son inseparables, considerando al conocimiento como un producto que nace de la experiencia del observador acerca de aquello que ha observado. De este modo, para López (2010) el conocimiento surge como construcción, pero prontamente se separa de sus productores y se transforma en parte de las interacciones y del mundo social, teniendo un continuo efecto sobre la vida de los sujetos. De esta manera se entiende que el conocimiento es el producto de un proceso de construcción y reconstrucción de la realidad, la cual surge de la interacción entre las personas y el mundo (Bautista, 2011).

En definitiva, debemos aproximarnos a la percepción que cada sujeto posee de sí mismo, desde su propia experiencia, siendo ésta resultado de diversas interacciones que el sujeto en su condición de adolescente intenta descubrir el sentido de sí mismo y la visión del mundo que se forma (Silva, 2008). Interacciones que permiten que el sujeto sea quien construye activamente su conocimiento del mundo exterior, a través de su experiencia personal.

III.4. Reflexividad.

Nuestro interés surge principalmente de la necesidad de describir la función que cumple la plataforma virtual de *Facebook* en la construcción de la identidad de los/as adolescentes desde el punto de vista del contexto en el que están creciendo, en donde la utilización de las redes sociales se ha vuelto masiva y casi imprescindible tanto a la hora de buscar información como a la hora de obtener una retroalimentación de los contenidos que se exponen en la misma, gracias al proceso de sociabilización que se produce entre usuarios/as.

Buscamos, por tanto, entender cómo por medio de este intercambio social los/as jóvenes conforman una representación identitaria, que satisfaga tanto las demandas internas de los/as mismos/as como del entorno cultural en el cual se encuentran inmersos, provocando a su vez una satisfacción dentro de la individualidad que otorga dicho sentido de conformación, entiendo que juega un papel importante dentro de la misma aspectos como el autoconcepto, la autoestima y las relaciones interpersonales.

IV. DISEÑO METODOLÓGICO.

IV.1. Metodología.

En la investigación se utilizó metodología cualitativa, la cual busca conocer los hechos, las estructuras, los procesos y a las personas en su totalidad, abarcando una mayor comprensión de la complejidad humana y no limitándose solo a los hechos observables, sino también a sus significados y particularidades culturales (Bautista, 2011). Esta investigación se caracteriza por producir datos descriptivos, a través de las palabras de las personas, ya sean habladas o escritas, pero también considerando la conducta de las mismas (Taylor y Bogdan, 2010). El interés se centró en poder captar los relatos que surgieron de los y las adolescentes y así poder realizar una descripción de cómo éstos/as perciben la función que cumple una red social como *Facebook* en la construcción de su identidad. Este proceso investigativo se llevó a cabo mediante la aplicación de las técnicas de recolección de información propuestas más adelante.

IV.2. Diseño.

El diseño más adecuado para nuestra investigación es el diseño de diamante, que es una propuesta que sigue la idea del Rombo de la Investigación (Henríquez y Barriga, 2005). Se denomina diseño de diamante por la estructura que presenta, yendo desde el planteamiento de la pregunta hasta la respuesta de la misma. Este diseño fue delimitando categorías desde el comienzo, es decir, desde que se establecieron los objetivos de la investigación, para luego seguir haciéndolo en el proceso de investigación (Bivort y Martínez, 2013).

A partir de lo anterior, se constituyó el concepto de identidad personal como constructo que nos permitió construir categorías a priori, puesto que es un concepto bien definido teóricamente, permitiéndonos trabajar con la pregunta de investigación establecida y delimitada e ir realizando un análisis e integración en relación a los datos que se fueron presentando durante la investigación, para generar un orden y estructura en la misma.

IV.3. Técnicas.

Las técnicas de recolección de información empleadas en la investigación fue grupo focal con el objetivo de conocer la percepción individual en un contexto colectivo sobre lo que significa participar de una red social como es en este caso *Facebook* y la interacciones y usos que se hacen de la misma. Además, se utilizaron entrevistas semiestructuradas, con el fin de conocer la experiencia individual de cada participante en relación al uso de *Facebook* en la construcción de identidad, y profundizar en la información entregada respecto a lo que ellos/as percibían.

Según Alonso (2007) la entrevista constituye una conversación entre dos personas, en este caso un entrevistador y un informante, la cual se registra y dirige con el fin de facilitar la producción de un discurso continuo y con cierta línea argumental por parte del entrevistado sobre un tema definido.

En cuanto a los *focus group*, Hamui y Varela (2013) señalan que son útiles para la exploración de experiencias y conocimientos vistos en un ambiente interaccional, permitiendo sondear lo que la persona piensa, además de cómo y por qué lo hace.

Estas técnicas son presentadas de acuerdo a cada uno de los objetivos de investigación, los cuales se detallan a continuación:

Para los tres objetivos planteados en esta investigación se utilizó la entrevista semiestructurada, técnica que nos permitió obtener información individual respecto a la experiencia desde diversas perspectivas de la función que cumple *Facebook* en la construcción de la identidad de un grupo de adolescentes de la ciudad Chillán.

Es necesario agregar, que en cuanto al tercer objetivo dónde se busca conocer la percepción de relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*, se realizó también un grupo focal, donde se trataron temas que debieron profundizarse en la entrevista semiestructurada respecto a dicho objetivo, finalmente se trianguló la información obtenida de las respuestas entregadas en ambas técnicas logrando una saturación respecto a la percepción de relaciones interpersonales.

IV.4. Instrumentos.

La descripción de los instrumentos propuestos será definida de acuerdo a cada uno de los objetivos con su respectiva técnica planteada en el apartado anterior:

Objetivo N°1: Conocer las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*.

Técnicas: Entrevista semiestructurada.

Instrumentos: Se diseñó una pauta de entrevista con preguntas graduadas en función del objetivo. Las entrevistas se realizaron en un ambiente cómodo sin la presencia de ruidos externos que pudieran interferir, empleando de una grabadora de voz que sirvió como respaldo del relato obtenido y que fue relevante para el vaciado de la información. Cada entrevista presentó una sesión con una duración aproximada de 30 minutos con cada uno de los/as adolescentes que compusieron la población. Se utilizaron elicitadores neutros junto a un encuadre y cierre pertinentes (Anexo N° 3).

Objetivo N°2: Identificar las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*.

Técnicas: Entrevista semiestructurada.

Instrumentos: Constó de la pauta de entrevista diseñada que se menciona en el objetivo anterior. Las condiciones de la realización de las entrevista se condicen con las descritas en el apartado anterior, incluyendo un contexto conveniente para la aplicación, la utilización de una grabadora de voz que permitió el respaldo de los relatos y la facilitación en el proceso de transcripción de la información (Anexo N°3).

Objetivo N°3: Conocer la percepción de relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*.

Técnicas: Entrevista semiestructurada y grupo focal.

Instrumentos: En cuanto a este objetivo la pauta de entrevista diseñada y las condiciones de la realización de las entrevista corresponden a las descritas en los apartados anteriores, debido a que los tres objetivos fueron tratados en la misma sesión para cada participante (Anexo N° 3).

Referente al grupo focal, se diseñó una pauta de preguntas y éste se efectuó en un ambiente preparado para la modalidad de *focus group*, constando con 5 de los 8 participantes iniciales, en función de las reiteradas ocasiones en que se citó a los/as participantes, experimentando problemas a la hora de reunirlos, por los horarios de actividades y espacios libres desiguales que permitieran participar de la investigación. Es por ello que en la ocasión en que se pudo citar a la totalidad de los y las adolescentes, se ejecutó la actividad aunque no se contara con la asistencia de la totalidad de los/as participantes (Anexo N° 4).

La sesión fue filmada y grabada a modo de respaldo de los relatos obtenidos, resultando esencial para el vaciado de la información, tuvo una duración aproximada de 40 minutos, en donde todas las investigadoras desempeñaron tanto el rol de moderadoras como de observadoras. A raíz del mismo, el contenido que se expuso no arrojó nueva información a la investigación, sino que se volvió a repetir el contenido expuesto por medio de las entrevistas, concluyendo en una saturación de la información obtenida.

IV.5. Población.

La población a la cual está dirigida la investigación (jóvenes usuarios/as de *Facebook* de 18 a 21 años) se encuentra cruzando por la etapa de adolescencia, entendida como un periodo de búsqueda de la identidad y el cual definirá al individuo para toda su vida adulta. Según Erickson (1987, en Bordignon, 2005), este período estaría comprendido entre los 12 a los 21 años. Específicamente, dentro del espectro adolescente, se delimitó para esta investigación participantes que pertenecieran al último año de la adolescencia media y los años que corresponden a la llamada adolescencia tardía, que según Blos (2002) corresponderían a 18 años y 19 a 21 años respectivamente. Dentro de la etapa de la adolescencia tardía comenzaría la conformación de la identidad.

Se trabajó con adolescentes usuarios/as de la red social *Facebook*, tanto hombres como mujeres de la ciudad de Chillán. Estos/as se consideraron usuarios/as de esta red social, es decir que destinan parte de su tiempo a la utilización y socialización a través de ésta, autopercibiéndose como usuarios/as activos/as de la misma, considerando que ingresaran a la plataforma al menos una vez por día.

La población estuvo compuesta por 8 personas, ya que la finalidad fue recoger relatos en profundidad privilegiando la riqueza de los datos y no necesariamente la cantidad de éstos. La forma en que resultaron seleccionados los participantes fue por conveniencia, población que se caracteriza por participar de manera voluntaria del proceso investigativo (Teddlie y Yu, 2007 en Martínez, 2012). Concretamente, puesto que la selección es voluntaria, se invitó a participar en la investigación a través de la invitación verbal y directa dentro de la comunidad universitaria (Universidad del Bío-Bío), en donde se precisó lo necesario para ser partícipe de la actividad, correspondiente a autoperibirse como usuarios/as activos/as de la plataforma, tener entre 18 y 21 años y que su participación fuera voluntaria. Por lo anterior, al momento de realizar las entrevistas y el grupo focal se hizo entrega del consentimiento informado a cada adolescente, para resguardar la investigación y a los/as participantes.

IV.6. Análisis de datos propuestos.

El análisis de datos se realizó con análisis de contenido, que se basa en la lectura como instrumento de recogida de información, es decir, el manejo sistemático de ésta que debe ser extrapolada tanto a su lectura científica inicial, como en su posterior análisis y teorización (Ruiz, 2003).

Este análisis se realizó, a través del programa de análisis *Atlas.ti*, de esta manera, al transcribir los datos recogidos, la utilización de este programa facilitó el proceso de ordenamiento, diferenciación y comparación de la información obtenida, como lo es la codificación, categorización y posterior interpretación de los datos recogidos. Por lo tanto, constó de tres etapas que fueron consecutivas (Vázquez, 1994), la primera correspondió a un preanálisis referido a la organización de los datos a analizar, donde se trabajó en base a las transcripciones completas de las entrevistas, las cuales fueron ingresadas a este programa de análisis, el cual permitió la obtención de un mapa del documento. La etapa

siguiente fue la codificación que consistió en la transformación de “datos brutos” a “datos útiles” en función de los objetivos planteados en la investigación, ingresando las diversas categorías que se establecieron a priori y aquellas emergentes en el programa de análisis, a través de la lectura de cada párrafo de los relatos, para consignar según las definiciones conceptuales y operatorias, la categoría que más representaba. Para finalizar con la etapa de categorización, se organizó lo obtenido con el fin de tener una visión concreta de los datos con los que se trabajó, es decir, el programa permitió observar los relatos agrupados en familias categoriales, así se observó su densidad y facilitó la presentación de los resultados, teniendo una visión global de cada categoría.

IV.7. Criterios de calidad.

Coherencia interna.

Este criterio es considerado el más significativo para la investigación, pues pretendió mantener una congruencia entre la pregunta, los objetivos y los marcos requeridos en la investigación, a través de una triangulación de éstos. Además, se consideró la aplicación de técnicas competentes donde los objetivos planteados concordaran con la metodología propuesta para la recolección de información y las conclusiones que resultaron de su análisis (Cornejo y Salas, 2011). Los dispositivos de este criterio corresponden a la triangulación de los marcos, congruencia entre la pregunta de investigación y los componentes de éstos.

Validez ecológica.

Este criterio corresponde a una representación relativa del contexto de producción en sus diversos aspectos cotidianos, o sea la realidad, cubriendo el rango de significados inmersos en los conceptos expresados (Arias y Giraldo, 2011). Se resguardó este criterio al adecuarse las investigadoras en el lenguaje que se utilizó en la captación de la población y la aplicación de técnicas. Debido que la investigación se encontraba en el contexto de *Facebook* se utilizó jerga que se relacionaba con éste, y las personas que fueron entrevistadas lo sintieran, en lo posible, como cotidiano.

Auditabilidad.

Es importante poner atención a este criterio debido a que permite que otro investigador pueda seguir la pista o ruta de lo que el investigador original realizó (Cornejo y Salas, 2011). Se pretendió llevar a cabo esto a través de una correcta utilización del formato APA, dejando en claro las citas y referencias de la información y así hacer un barrido fácil por parte del nuevo investigador, además de transparencia respecto de las decisiones que fueron tomadas en el diseño de la investigación.

IV.8. Aspectos éticos.

Para la realización de la investigación se requirieron criterios éticos que proporcionaran un resguardo tanto a la población participante como de la investigación en sí.

Consentimiento Informado.

Se pretendió brindar información a los sujetos participantes para que sólo fueran parte del proceso cuando fuera compatible con sus valores, intereses, preferencias y por lo tanto, que lo hicieran bajo su propia voluntad, asumiendo los posibles riesgos y sabiendo la finalidad de la investigación, para que comprendieran y tuvieran la libre elección de seguir participando del proceso o no. Para salvaguardar este aspecto se utilizó como dispositivo el consentimiento informado (González, 2002). Fue de vital importancia que resultara un proceso transparente para los y las participantes de la investigación, para que pudieran entender que eran libres de abandonar el proceso si se sentían incómodos o incómodas en algún momento y que serían respetados/as frente a dicha decisión. Todo lo referente a la investigación fue planteado en un consentimiento informado (Anexo N° 1 y N° 2).

Principio de Justicia.

França-Tarragó (2012) sostiene que el Principio de Justicia es aquel imperativo moral que nos obliga en primer lugar a la igual consideración y respeto por todos los seres humanos, lo cual implica evitar cualquier tipo de discriminación hacia el/la otro/a, ya sea el género, credo, edad, condición social, raza o nacionalidad. Pero por sobre todo, implica el

deber moral de garantizar el derecho de todo/a ciudadano/a a la igual oportunidad de buscar la satisfacción de las necesidades básicas, o sacrificar cualquiera de estas para acceder a otras consideradas prioritarias. En segundo lugar, sostiene que es éticamente justificable aceptar diferencias de algún tipo entre seres humanos, si estas son las menores humanamente posibles y favorecen al grupo menos favorecido.

Condiciones de diálogo auténtico.

En la investigación cualitativa, el diálogo tiene una posición central, es por ello que se debe reconocer a los/as participantes de una investigación como interlocutores/as posicionados/as para participar en un diálogo sobre lo que les afecte, donde serán respetados/as, discutiendo en un marco de simetría con el investigador/es o investigadora/s (Gonzalez, 2002). Para los efectos de esta investigación, se llevó a cabo a través del diálogo constante con los y las participantes del proceso, donde se les informó de forma clara y transparente de lo que fue sucediendo, además de atender las dudas durante el transcurso del proceso, en un marco de respeto hacia los y las participantes como personas y de sus decisiones.

V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

Para efectos de la presente investigación, se han realizado un total de ocho entrevistas a estudiantes universitarios de 19 a 20 años que pertenecieran a instituciones que se encuentren en la ciudad de Chillán, excluyendo a estudiantes de la carrera de psicología.

El procedimiento escogido por las investigadoras para construir el análisis de la información recabada ha sido el análisis de contenido, el cual brindó un marco comprensivo de los resultados, los cuales fueron analizados posteriormente a través de categorías a priori.

Los/as participantes de esta investigación han sido designados como participantes enumerados, resguardando los aspectos éticos de la investigación al cautelar la confidencialidad de los mismos. A continuación se presenta un cuadro resumen con los datos generales de la unidad de estudio.

Nombre	Edad	Género	Carrera
Participante 1	19	Masculino	Diseño Gráfico
Participante 2	20	Femenino	Contador Público Auditor
Participante 3	19	Femenino	Contador Público Auditor
Participante 4	19	Femenino	Ped. en Historia y Geografía
Participante 5	19	Femenino	Contador Público Auditor
Participante 6	19	Masculino	Ped. en Historia y Geografía
Participante 7	20	Masculino	Diseño Gráfico
Participante 8	19	Masculino	Ped. Educación Física

Tabla N° 1. Presentación datos generales de la unidad de estudio (Fuente: Elaboración propia).

V.1. Análisis de contenido por familias.

A continuación se presentará el análisis de los resultados obtenidos a partir del examen de categorías a priori (Anexo N° 5). Estas categorías se encuentran agrupadas en cuatro familias de códigos, resultando una de ellas la familia de categorías emergentes,

teniendo como finalidad el propiciar un mayor acercamiento a las respuestas de cada uno de los objetivos específicos plateados en la investigación.

V.2. Percepciones vinculadas al autoconcepto.

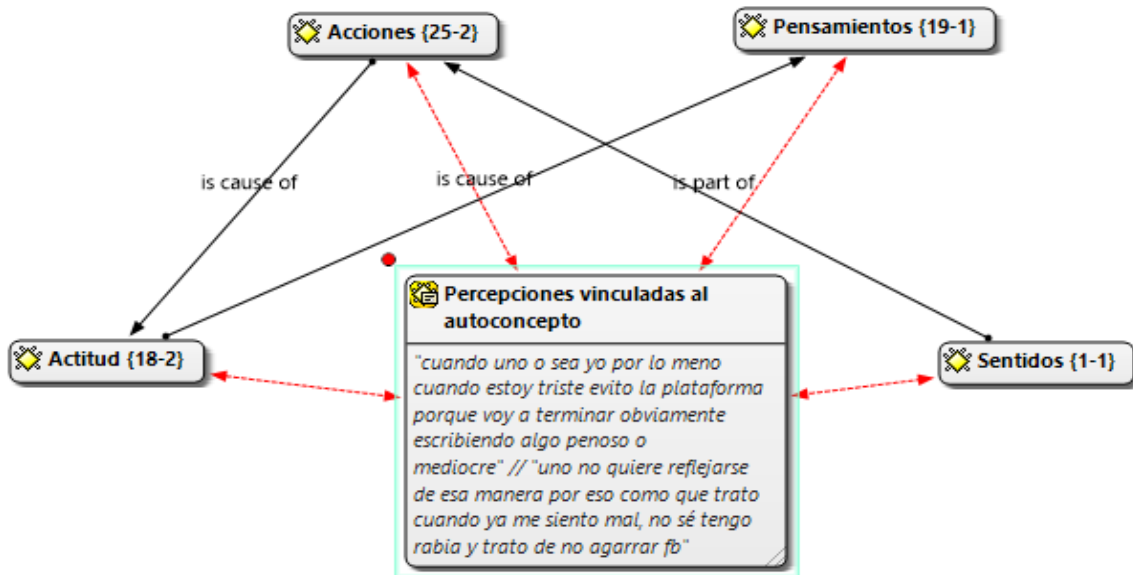


Figura N° 3. Familia "Percepciones vinculadas al autoconcepto" (Fuente: Elaboración propia mediante software *Atlas.ti*).

Primer objetivo específico: Conocer las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*.

Concepto clave: Percepción.

Subcategorías:

Acciones.

El concepto se consigna como tal principalmente cuando los/as participantes refieran realizar alguna actividad dentro de la plataforma *Facebook*.

Partiendo desde tal premisa, los/as jóvenes comentaron que al realizar acciones como publicar desde sus biografías en la plataforma, solían reflejar intereses superficiales y banales de sí mismos/as, como sus gustos musicales, su trabajo, series o música de su

preferencia, imágenes con frases, *memes* y fotografías con sus amigos/as en donde estuvieran compartiendo algún momento especial, evitando mostrar su estado de ánimo a través de algún estado escrito por ellos mismos, sobre todo si se sentían enojados o tristes.

“...publicar no, no cosas como me siento y cosas así no, compartir memes o leseras, pero otras cosas no” (Participante 4, mujer).

Por otro lado, cuando algunos de los/as participantes comentaron publicar en la biografía de algún amigo o amiga, comentaban que eran imágenes chistosas, tratando de reflejar un *“lado divertido”* dentro de la plataforma o también enviando buenos deseos en momentos importantes del/a amigo/a.

“...no cosas como me siento y cosas así no, compartir memes o leseras, pero otras cosas no... con mi forma de ser con el tema de... a ver... series o películas nuevas eso también lo puedo publicar como temas relacionados con mis intereses” (Participante 4, mujer).

Los/as participantes coinciden en mostrar cierto rechazo hacia las publicaciones de sentimientos más “negativos”, siendo algunos más cuidadosos en las estrategias al publicar su contenido en *Facebook*. En este sentido, la mayoría de los/as participantes prefiere mostrar características que consideran más positivos en sí mismos/as hacia el resto de su círculo social virtual en la plataforma, para recibir así una mayor gratificación en sus contenidos, restringiendo aquello que no consideran apropiado que el resto vea y pueda traer una respuesta negativa de sus amigos/as en línea.

“...uno no quiere reflejarse de esa manera por eso como que trato cuando ya me siento mal, no sé tengo rabia y trato de no agarrar Facebook.” (Participante 7, hombre).

“...cuando uno o sea yo por lo menos cuando estoy triste evito la plataforma porque voy a terminar obviamente escribiendo algo penoso o mediocre.” (Participante 8, hombre).

Concepto clave: Autoconcepto.

Subcategorías:

Actitud.

Consignado cada vez que un/a participante se refiera a una expresión valorativa hacia sí mismo/a y hacia otros/as dentro de la plataforma.

Entre los/as participantes existe una actitud positiva hacia el acto de reflejar su lado más lúdico y alegre en sus contenidos compartidos en la plataforma, consignando sus logros y momentos de bienestar y alegría por sobre publicaciones que pudieran dar cuenta de algún conflicto en el que pudieran estar inmersos o algún momento difícil en sus vidas. Esto debido a que buscan destacar de manera positiva, a sentirse más importantes y sostienen que publicando ese tipo de contenidos lo harán.

"...ehh queremos llamar la atención eehh en... siendo más realistas siempre queremos llamar la atención pero de forma positiva, no de forma negativa" (Participante 5, mujer).

"Es como la necesidad de sentirse importante" (Participante 8, hombre).

Por otro lado, algunos de los/as participantes mostraron una actitud negativa hacia las publicaciones de sus amigos/as en *Facebook* que pudieran ahondar en contenidos vinculados a emociones más del lado de la tristeza o la rabia, expresando que para ellos/as la plataforma es una ventana que se limita a mostrar el contenido más lúdico, lo cual resulta ser lo positivo de sí mismos/as, siendo por lo tanto lo que desean mostrar hacia los demás y ver a su vez en los otros/as.

"...si es un problema de verdad podría en realidad ser publicado, así es como oigan amigos saben que me siento mal y necesito su apoyo, a lo otro que es chiquillos saben que quiero llamar la atención y quiero dar pena o no nono quiero voy a dar pena para llamar la atención" (Participante 8, hombre).

Por lo tanto, de acuerdo a lo referido por los/as participantes es importante destacar que existen coincidencias en la mayoría acerca de mostrar una actitud negativa hacia el develamiento de situaciones que les afecten a través de la plataforma, e incluso hacia publicaciones de otros/as que puedan contener dichos sentimientos. La mayoría, a pesar

de evitar mostrar dichos contenidos a través de la plataforma, no se preocupan acerca de lo que pueda pensar el resto, excepto una de las participantes que opta por mostrar selectivamente hacia los demás un “área” de su personalidad.

“...muchas veces utilizo muchas cuentas anónimas para poder reflejar cosas de mi”
(Participante 5, mujer).

Pensamientos.

Concepto referido a cada vez que alguno de los/as participantes exprese una idea asociada al uso de *Facebook*.

De acuerdo al análisis de la información referida por los/as participantes, sus pensamientos se asocian a la valoración o juicio respecto de sus acciones y/o las de los otros/as, es decir la gratificación o rechazo que puedan recibir al publicar un contenido en específico. En segundo lugar ejemplifican sus pensamientos acerca de las respuestas por parte de su contexto que han experimentado en la plataforma con sus publicaciones. Por ejemplo, las confrontaciones o malinterpretaciones provocadas debido a la reacción negativa de amigos/as en la plataforma a causa de un contenido en específico, lo que en su mayoría los ha llevado a evitar publicaciones que pudiesen provocar nuevamente una reacción desfavorable según sus puntos de vista.

“en Facebook se malinterpretan muchas cosas no se puede ser sarcástica o irónica porque la gente lo toma mal y piensa que uno está siendo pesa, en directo uno se puede reír y ver que es broma, no es lo mismo por Facebook o por chat porque uno dice que es broma y lo malinterpretan” (Participante 4, mujer).

“hay otras personas en donde yo tengo que tener harta cautela en Facebook, harta cautela, porque si le digo algo puede que se arranque” (Participante 5, mujer).

Así también la mayoría de los/as participantes de la investigación refieren que la relación de confianza que se exhibe en el contexto virtual difiere de la que se presenta en un contexto diario de relación física, exceptuando un participante que difiere de la mayoría

y sostiene que la relación en el ámbito virtual a través de la plataforma ayuda a potenciar la confianza o a facilitarla tal y como se presenta en un contexto natural o cotidiano.

“por Facebook como que, como que hay más confianza de alguna forma, donde no está la presencia física de uno, hay más confianza por la por Facebook cachai, entonces yo creo que es más distinto” (Participante 6, hombre).

En síntesis podemos decir que las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*, resultan por parte de los y las participantes en una preferencia por los contenidos de sí mismos que perciben positivos, sobre los que son considerados negativos. Esto debido a la respuesta de sus amigos y amigas en la plataforma, la cual posee una valoración gratificante en el primer caso, por sobre el segundo.

V.3. Experiencias que han contribuido a la formación de la autoestima.

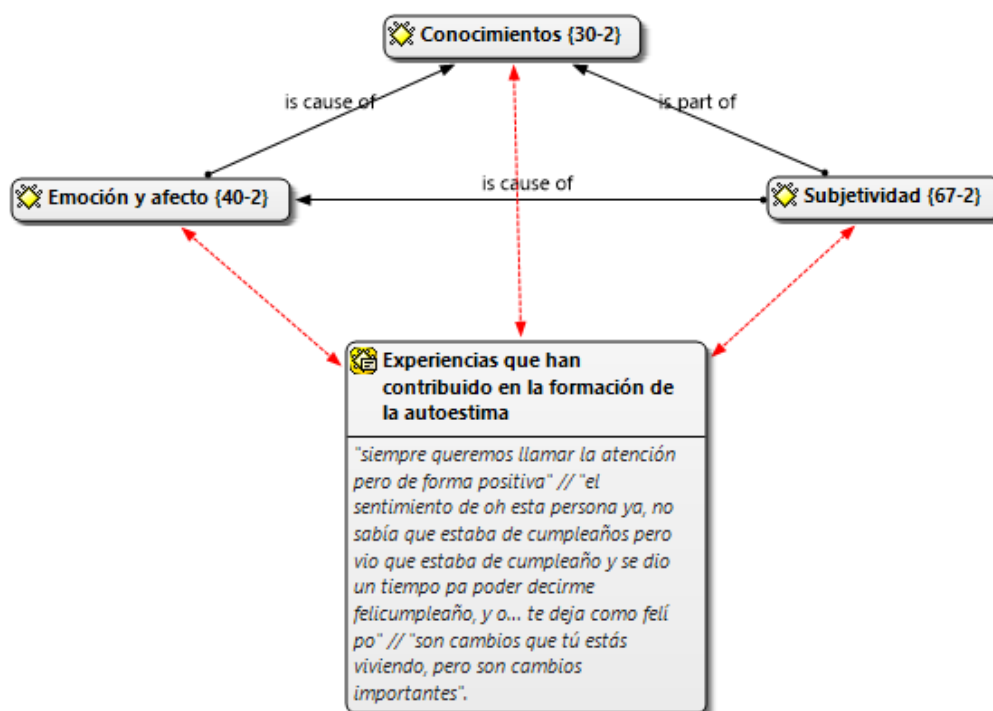


Figura N° 4. Familia “Experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima” (Fuente: Elaboración propia mediante software *Atlas.ti*).

Segundo objetivo específico: Identificar cuáles son las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*.

Concepto clave: Autoestima.

Subcategorías:

Emoción y afecto.

Cada vez que nuestros/as entrevistados/as experimentan emociones asociadas a la realización de acciones debido a la necesidad de aprobación de otro/a dentro de la plataforma de *Facebook*.

La mayoría de los/as participantes coincidieron en que a la hora de realizar alguna publicación, esta estaría enmarcada dentro de lo positivo, lo lúdico, lo divertido y lo que para ellos/as genere un sentimiento de bienestar y felicidad, eludiendo los sentimientos que consideran más negativos, asociados a situaciones en las cuales experimentan sentimientos de tristeza, enojo o algún intercambio de opinión que les generara alguna incomodidad.

“por ejemplo cuando paso mis ramos estoy tan feliz que lo publico... publico mi felicidad” (Participante 3, mujer).

“...me gusta que los demás me vean sonriendo” (Participante 8, hombre).

Este despliegue de técnicas se debe a la búsqueda de un sentimiento de reciprocidad e identificación, en donde ellos/as al mostrar ese tipo de contenidos en sus biografías de la red social recibirán una respuesta recíproca del resto de su entorno en dicha plataforma, y por lo tanto será positiva y no confrontacional, logrando la satisfacción que buscan en la respuesta de sus amigos/as dentro de *Facebook*. Referente a lo mismo, algunos/as participantes comentaron haber experimentado una especie de rechazo frente al contenido de ciertas publicaciones, en donde expresaban ideas que ellos creen los demás malinterpretaron, por tanto no tuvieron la acogida que esperaban y debido al sentimiento negativo que les provocó, concluyeron en eliminar dicho contenido.

“...de repente uno se molesta con uno mismo por ejemplo cuando la otra persona se enoja porque uno dijo algo, algo y la otra persona lo interpreto mal o cosas así, uno se

enoja porque uno dice pucha tuve que haberme explicado de mejor manera” (Participante 5, mujer).

Por otro lado, también emplean herramientas de la plataforma como la aplicación “un día como hoy” en donde pueden acceder a recuerdos o fotos que evocan momentos felices y emocionantes para ellos, los cuales reafirman el sentimiento de sentirse aceptado/a, querido/a y parte de un grupo como lo es la comunidad virtual que se conforma en la plataforma.

“...el tema este de sentirse querido y... sentirse importante” (Participante 8, hombre).

Concepto clave: Experiencia.

Subcategorías:

Conocimiento.

Concepto delimitado de acuerdo conocimiento asociado a cuando los/as participantes describan alguna experiencia referida al uso de la plataforma.

En cuanto a la experiencia asociada al uso de *Facebook*, la totalidad de los/as participantes concluyen que la utilización de la aplicación ha resultado ser beneficiosa, puesto que ha contribuido en la formación de relaciones con nuevas personas, así como en la mantención del vínculo con algunos/as amigos/as o familiares que se encuentran en la distancia. Por otra parte, también refieren que ha resultado significativa al ser una ventana que les permite dar a conocer los aspectos que ellos consideran más relevantes de sí mismos/as, mostrando esto hacia el exterior, es decir, hacia sus amigos/as dentro de la plataforma. A pesar de ello, algunos comentan que en ocasiones por la ignorancia que existía al momento en que comenzaron utilizar la plataforma y sus diversas herramientas existieron situaciones que actualmente hubiesen preferido evitar, como mantener amistades que no sabían que podían eliminar o personas que hubiesen querido bloquear. Hoy en día gracias al conocimiento que poseen de la aplicación pueden resguardar mejor

su bienestar al utilizarla y evitar esas situaciones incómodas con las que tuvieron que lidiar en un comienzo, cuando empezaron a utilizar la plataforma.

“Para mí ha sido bien grata bien bonita la, en realidad no me resta, o sea hay gente que las pasa perdiendo el tiempo yo sé que eso igual como que te cagai y como que perdí harto tiempo en Facebook pero eh, eh es como un invento súper genial” (Participante 7, hombre).

Por otro lado, algunos/as de los/as participantes manifestaron que en la red sienten la libertad de llevar a cabo acciones que no se atreven a realizar en la vida cotidiana, como hablar con alguien que no conocen o mostrar un aspecto vinculado a atributos psicológicos que les resulta más difícil, y el cual le resulta más sencillo exhibir través de una pantalla.

“...si quieres conocer a alguna mujer le hablai’ y acá en la u la vei’ y no, no te atrevi’ a saludarla eh es distinto” (Participante 6, hombre).

Subjetividad.

Código utilizado cada vez que los/as entrevistados/as se refieran a concepciones personales acerca de lo que experimentan en la plataforma.

Se logró una coincidencia en la mayoría de los/as participantes, lo cuales privilegian el contenido al cual le dan más o menos importancia a partir de lo que provoca en ellos/as y en el resto, siendo preponderantemente sentimientos positivos de bienestar y felicidad, reflejando el matiz individual en la plataforma, desde sus intereses y lo que ellos consideran más o menos relevante, basados en su propia emocionalidad y forma de percibirse tanto a ellos como a los demás. Por ello, dejan de lado las publicaciones asociadas a sentimientos negativos o que pudieran generar alguna especie de conflicto con algún amigo/a en la red social, pensando en lo que quieren evitar y lo que desean recibir para sentirse satisfechos con el contenido publicado y su imagen en la plataforma.

“uno en Facebook por lo general usa el tema del me gusta me encanta, me divierte y lo el resto es como relleno, pero y por decir por relleno igual yo encuentro que por ser

relleno y hacer una comparación, uno publica rara vez algo que le asombra, también rara vez publica algo que le entristece o rara vez publica algo que le enoja, es como meterse un dedo en la herida, na que ver” (Participante 8, hombre).

En síntesis, podemos afirmar que las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima en función del uso de *Facebook* están asociadas principalmente a contenidos referidos por los/as participantes como lúdicos, dinámicos y positivos por sobre los percibidos como desfavorables, los cuales creen no tienen buena acogida debido a las situaciones anteriores que han experimentado.

V.4. Percepción de las relaciones interpersonales.

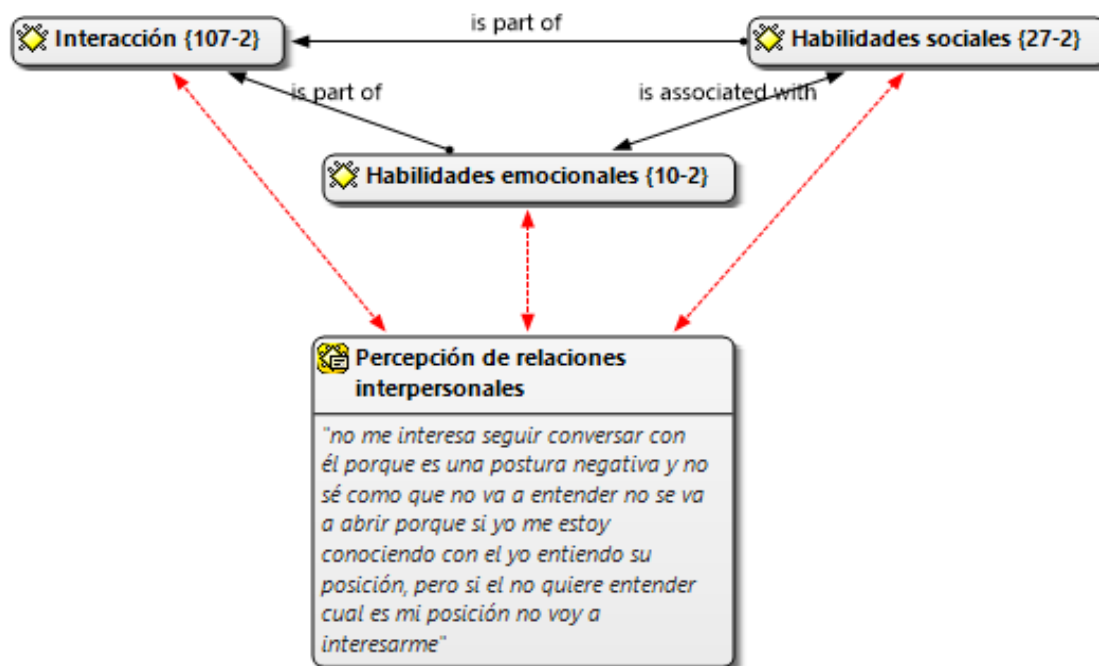


Figura Nº 5. Familia “Percepción de relaciones interpersonales” (Fuente: Elaboración propia mediante software *Atlas.ti*).

Tercer objetivo específico: Conocer la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*.

Concepto clave: Relaciones Interpersonales.

Subcategoría:

Interacción.

Concepto referido a los intercambios comunicativos que los/as participantes realicen con una o más personas en la plataforma *Facebook*.

De acuerdo a lo referidos por los/as participantes, la mayoría de los intercambios comunicativos se presentan a través de aplicaciones como *Messenger* y publicaciones en la biografía propia como en la de un/a amigo/a. En este último caso la mayoría comenta que prefiere expresarse a través de imágenes con alguna frase o algún *meme*, recurriendo en escasas ocasiones a alguna especie de estado escrito por ellos mismos, sobre todo si se están experimentando algún sentimiento de tristeza o rabia.

“no cosas como me siento y cosas así no, pero si compartir memes o leseras, pero otras cosas no” (Participante 4, mujer).

También se desenvuelven dentro de grupos en donde comparten información exclusiva que concierne a dichos círculos. Cuando ocupan el chat de *Facebook* comentan que es con su círculo cercano, incluyendo a familiares con quienes establecen conversaciones desde la distancia para saber cómo se encuentran o en situaciones especiales, tales como cumpleaños, en las cuales deseen felicitarlos. Además, indican emplear el chat con amigos/as, aunque especifican que se realizan en situaciones puntuales pues prefieren hablar en un contexto cotidiano con ellos/as. En relación al contenido del chat realizado con amigos/as, principalmente se concentran en temas académicos.

“porque uno habla por... ha habla’o por Messenger con ellos con a través de los muros uno en especial para decir feliz cumpleaños’... o entre otras cosas lo mismo cuando uno comparte una foto siempre los está etiquetando y publicando cosas, eh, por ejemplo por un tema de universidad y ten ahí hay un grupo donde se sube todo lo que es de la uni con respecto a la universidad” (Participante 2, mujer).

Por último, la mayoría de los/as participantes ha referido la vivencia de alguna experiencia significativa a través de las relaciones que ha establecido vía Facebook,

exceptuando uno de los participantes, que comentó no haber experimentado nada parecido.

Concepto Clave: Percepción.

Subcategorías:

Habilidades Emocionales.

Nos referiremos a este concepto cada vez que las/os participantes aludan a la efectividad en la expresión de sus emociones en una interacción en la plataforma *Facebook*.

Los/as participantes manifestaron ser sinceros/as en las interacciones que establecen en la aplicación, así como también esperar que el/la otro/a persona/as con que se relaciona lo hagan con sinceridad y respeto, además de cierta empatía en el momento de realizar sus publicaciones.

“me gusta por lo menos lo que me gusta que la gente sea sincera” (Participante 3, mujer).

“que trataran de ponerse en la posición que uno tiene, el punto de vista que uno tiene y entiendan por qué actúa de esa manera porque uno es de esa forma” (Participante 4, mujer).

A pesar que todos/as comentan tratar de entender el punto de vista de su interlocutor/a dentro de las publicaciones de sus amigos/as en la red, muchas veces no existe coherencia en relación al propio actuar, pues prefieren ignorar o incluso eliminar a quien publica algo que no les parece apropiado, tales como las ideas y sentimientos más personales del polo de la rabia y la pena dentro de la plataforma, evitando incluso ellos/as mismos/as publicar dicho contenido.

“fue como por una parte conflictiva y como para que pucha o fuera en forma despectiva y no seguir con la mala onda borré la publicación, fue para no seguir con la mala onda” (Participante 4, mujer).

Por otra parte, solo una de las participantes mencionó establecer filtro a la hora de publicar cierto contenido en la red social con la finalidad de no dañar a un/a tercero/a que pudiera sentirse de alguna forma atacado o que fuera sensible hacia el tema que ella pudiese comentar, pero también refirió tener cuidado para que su publicación obtenga una mejor acogida.

“hay que hacer harta como harta modificaciones respecto a las, en las cosas que yo pienso para tratar de llegar a ella, para no ser tan confrontacional para que tenga mejor acogida al público” (Participante 5, mujer).

Habilidades Sociales.

Código referido al momento en que los/as participantes hagan alusión a la utilización de conductas que les permitan exponer sus ideas y opiniones en la plataforma *Facebook*.

La mayoría de los/as entrevistados/as coinciden en que la plataforma ha sido una herramienta que les ha permitido expandir su círculo social, así como fortalecer y mantener vínculos ya existentes con personas cercanas que se encuentran geográficamente distantes. Los/as participantes hacen una diferenciación en la interacción entre ambos grupos, siendo más superficiales las interacciones con las personas que conocen en línea debido a la falta de confianza y al contexto virtual en el que se desenvuelve la relación, a diferencia de quienes mantienen un vínculo ya construido fuera de la plataforma.

“no es que ahí tenga mi vida social es como una herramienta para llegar a tener más cercanía cuando uno está lejos o para fortalecer un poco más los vínculos” (Participante 4, mujer).

“yo diría, yo diría que es más contundente eh, la relación en, en lo físico en el frente a frente más que en Facebook” (Participante 6, hombre).

Por otro lado, en su mayoría las/os participantes expresan mostrarse de la misma manera en el contexto virtual de la plataforma como en los contextos de relaciones diarias, a excepción de una de las entrevistadas que comenta mostrar un aspecto determinado en lo virtual. Específicamente, manifiesta que comparte un aspecto personal en cada cuenta y

fanpage que administra a diferencia de como se muestra en lo cotidiano, en donde prefiere no exponer a los demás aspectos que presenta en las distintas plataformas.

“no es la idea ser alguien en la red social y ser otra persona en la vida real”
(Participante 7, hombre).

“no quiero mostrar igual tanto de mí, no sé, es como... soy un poco más reservada por eso muchas veces utilizo muchas cuentas anónimas para poder reflejar cosas de mí”
(Participantes 5, mujer).

Por último, una de las participantes también manifiesta que a diferencia de los/as demás participantes no ha entablado relaciones sólo vía *Facebook* y existe rechazo a entablar nuevas relaciones sociales por esta vía a menos que exista contacto previo.

“... no conozco a muchas personas, entonces si no los conozco no hablo mucho, pero hasta cierto punto no ma’, no son relaciones muy significativas” (Participante 2, mujer).

En síntesis, la percepción de las relaciones interpersonales en relación al uso de *Facebook* en los/as adolescentes resulta favorable, puesto que comentan que la plataforma no sólo les ha permitido expandir su círculo social al establecer nuevas relaciones, sino que además les ha ayudado a mantener y fortalecer vínculos ya existentes, sobre todo a la hora de comunicarse con amigos/as y/o familiares que se encuentran geográficamente distantes.

V.5. Categorías emergentes.

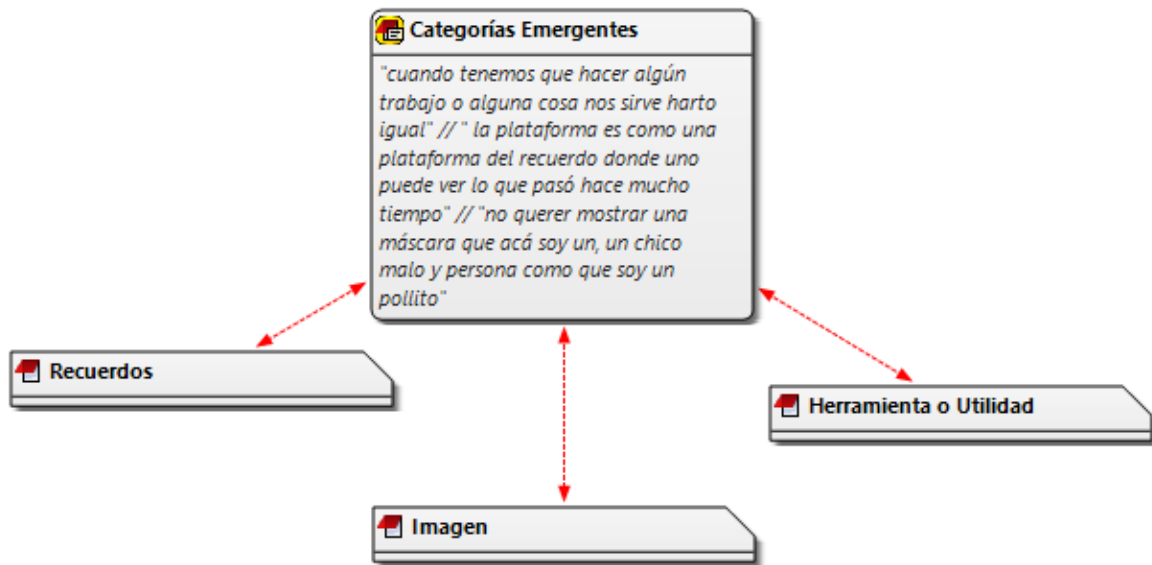


Figura N° 6. Familia “Categorías emergentes” (Fuente: Elaboración propia mediante software *Atlas.ti*).

Imagen.

Concepto designado a las ocasiones en que los/as participantes reflejen alguna proyección de sí mismos/as en la plataforma.

La totalidad de las personas entrevistadas mencionan al menos una vez que han utilizado la red social para reflejar y resaltar alguna parte de sí mismos/as que les resulte agradable y quieran que el resto conozca de ellos/as, ya sea intereses, trabajo o parte de su personalidad.

“en mi caso uno siempre va a querer reflejar eh lo mejor de uno para que el otro le agrade, siempre va a hacer así sobre todo en Facebook, sobre todo en Facebook o cualquier red social sobre todo cuando interactúo con la gente, interactúo con la gente por diversos medios, sobre todo... siempre quiero reflejar eso” (Participante 5, mujer).

Además, comentan que estos aspectos que consideran positivos de sí mismos/as los reflejan tanto en lo virtual como en lo cotidiano.

“a uno lo ven así... como por Facebook y esas publicaciones como que uno tiene la forma de verse de otra manera, mostrarle un lado tuyo y bueno mostrar que cosa podi’

hacer, no con quien comparto que de repente a uno lo ven aquí o acá” (Participante 7, hombre).

Por último, a través de la plataforma intentar mostrar cómo ha sido su crecimiento tanto en lo personal como en el uso de *Facebook*.

“...ir actualizando quien eres físicamente o sea como te puedan reconocer físicamente... me doy cuenta de los cambios que he tenido de desde que comencé a usar Facebook, de un niño gordito a un niño con frenillo’ a un joven universitario...” (Participante 8, hombre).

Esta categoría emergente se puede integrar a familia de categorías percepciones vinculadas al autoconcepto.

Utilidad.

Código atribuido a las ocasiones en que los/as participantes mencionen haber utilizado *Facebook* como una herramienta para conseguir, acceder o compartir información relevante para ellos/as.

La mayoría de la población alude a que la plataforma le ayuda como medio para realizar un intercambio de contenido con sus amigos/as, así también como para aprender o acceder a información relevante según sus intereses.

“la ocupo para publicar mis trabajos de arte callejero” (Participante 1, hombre).

“Facebook lo ocupo como un herramienta de marketing” (Participante 1, hombre).

También, comenta que Facebook, como red social les ha facilitado el acceso a comunicarse, ya sea a distancia o con alguien cercano para hablar de temas más apremiantes, sobretodo en cuanto a los temas académicos, utilizando grupos creados por compañeros/as de universidad o carrera, así como conversaciones de *Messenger* con sus grupos de trabajo.

“es como una herramienta para comunicarme” (Participante 4, mujer).

“Facebook para los trabajos... sí, utilizamos como herramienta de trabajo”
(Participante 5, mujer).

Finalmente, refirieron que existe una herramienta dentro de la plataforma llamada *“un día como hoy”* a la cual acceden para recordar situaciones, estados, imágenes y sobretodo fotografías en donde comparten con sus seres cercanos, dándole una connotación sentimental a la acción.

“Facebook te da la herramienta pa’ poder ver si lo que tu publicaste hace un año dos años en el mismo día” (Participante 8, hombre).

Recuerdos.

Código consignado cada vez que los/as participantes hagan alusión acerca de la utilización de la plataforma como medio para recordar algún contenido expuesto en la misma, ya sea buscándolo o gracias a la aplicación *“un día como hoy”*.

Algunos/as de los/as participantes determinan que han experimentado momentos gratificantes asociados al recuerdo de detalles del pasado a través de la plataforma, vivenciando emociones positivas y experiencias significativas a través del acceso a éstos.

“la plataforma es como una plataforma del recuerdo donde uno puede ver lo que pasó hace mucho tiempo” (Participante 8, hombre).

Esta categoría emergente se puede integrar a familia de categorías experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima.

VI. CONCLUSIONES.

La presente investigación tiene como interrogante principal el describir, cuál es la función que cumple *Facebook* en la construcción de identidad de un grupo de adolescentes universitarios de la ciudad de Chillán, convirtiéndose en un concepto clave la construcción de identidad, la cual para los fines de esta investigación será entendida como una construcción en la que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas, involucrando un proceso que se va concretando de forma progresiva a través de las relaciones con los demás, en donde cada individuo lo desarrolla a un nivel personal (Larraín, 2003). Lo anterior se enmarca dentro del uso de la red social *Facebook* por los/as jóvenes, el cual resulta ser un lugar en donde es factible que converja tanto la identidad personal, social e interactiva dentro del perfil que se exhibe, el cual es una especie de “cuerpo digital” que expresa constantemente información en forma de entradas y diálogos para el listado de amigos/as (Toma y Hancock, 2013).

La primera pregunta de investigación cumple con el rol de poder conocer cuáles son las percepciones vinculadas al autoconcepto en función al uso de *Facebook*. A partir del mismo, podemos mencionar que se entiende por autoconcepto a la actitud valorativa que tiene cada individuo de sí mismo, es la estima que cada persona desarrolla hacia su propio yo a través de las experiencias, sentimientos, pensamientos y actitudes (Villa y Auzmendi, 1999). En base al análisis realizado de los relatos, es posible concluir que existe una percepción en donde los/as participantes otorgan un valor tanto a la imagen de sí mismo/a como a la de sus “*amigos/as*”. Esta valoración se sustenta en las concepciones personales construidas en base a las experiencias de interacción social que los/as adolescentes han vivenciado, desplegando un proceso de selección respecto a la información que deseen publicar, realizando una evaluación y comparación de los contenidos que ellos/as definen como positivos o negativos. Frente a esto, los/as adolescentes prefieren presentar información asociada a atributos o cualidades que consideren favorables de sí mismos/as en la red social, proyectando una imagen que consideran satisfactoria, que conlleva la aceptación de sus pares dentro de la comunidad virtual. Lo anteriormente expuesto se origina debido al proceso de identificación por el que atraviesan los/as adolescentes, en donde la retroalimentación de un otro resulta ser vital a la hora de ir construyendo y conformando lo que para ellos/as resulta más aceptable en su propia identidad, de manera que exista una asimilación al otro/a pero también una

diferenciación propia de la individualidad. Es por ello que realizan una selección jerárquica de lo que consideran relevante a la hora de publicar a través de la red social, evitando exponer por medio de la plataforma estados afectivos vinculados a emociones que ellos/as perciban de manera negativas, como los sentimientos disfóricos.

Lo anterior se sustenta en la búsqueda de identificación con sus “*amigos/as*” dentro de la plataforma a través de las diversas interacciones empleadas, en donde se tiende a realizar acciones que puedan coincidir con los mensajes transmitidos por la comunidad virtual en la que se encuentran inmersos/as, generando interacciones que les permiten ir internalizando la información recibida que se genera en *Facebook*. Ello permite integrar la información proveniente de dichas interacciones en conjunto con la propia definición que van construyendo de sí mismos/as, propiciando la expresión de estados afectivos vinculados a emociones percibidas como positivas por sobre las percibidos como negativas, con la finalidad de obtener una buena acogida. A través de lo expuesto en el párrafo anterior, podemos corroborar la visión del autor Larraín, (2003) en relación a que la identidad así construida va a influir en la manera como actuamos en el mundo, en donde a través de este proceso el sujeto logra ir internalizando las actitudes y expectativas de los otros/as y el/a mismo/a se vuelve objeto de su propia reflexión.

Se plantea por tanto que estos conjuntos de percepciones o creencias que los/as participantes desarrollan de sí mismos/as se convierten en canales desde los cuales surgen diferentes análisis, interpretaciones y valoraciones que los/as mismos/as adolescentes realizan a partir de toda la información que reciben desde su propia experiencia, tanto en la plataforma virtual como en la vida cotidiana y de lo que transmiten personas significativas en su vida, tales como las figuras parentales, educadores y sus pares. Son principalmente éstas últimas quienes influyen en mayor medida en los/as participantes y su búsqueda por la definición de sí mismos/as, destacando que los/as adolescentes refirieron mostrar solo algunos aspectos, seleccionando los que ellos/as consideran más favorables, aludiendo especialmente a características, situaciones o estados más positivos. En este sentido, los/as participantes inmersos en la comunidad virtual de *Facebook*, a través del intercambio de contenidos buscan particularmente reflejar esta imagen que resulta para ellos/as más agradable y favorecedora, la cual se encuentra mediada tanto por la retroalimentación personal que el sujeto hace de sí

mismo/a, como de la información proveniente de los roles que desempeña en la interacción social dentro de la red.

La segunda de nuestras preguntas específicas busca conocer, cuáles son las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*. Luego de responder el primer objetivo y conocer las percepciones asociadas hacia sí mismos/as y hacia los demás en la plataforma virtual se pudo comprender los procesos cognitivos de análisis e interpretación que ejecutan los/as participantes a la hora de publicar en la red virtual. Teniendo en cuenta la acción cognitiva de los/as adolescentes, resulta apropiado entender cómo significan la experiencia del uso de *Facebook* desde la valoración afectiva y como ha contribuido en la valoración que poseen de sí mismos/as. Entendemos que la autoestima se define como la comprensión de aspectos de índole evaluativos y afectivos en la valoración de aprecio o importancia que cada persona se da a sí misma, teniendo una relación significativa con su bienestar, ya que puede tener una imagen favorable sobre sí, o bien esta puede ser altamente desfavorable (Cava, Musitu y Vera, 2000). De acuerdo a los resultados obtenidos, las publicaciones que los/as participantes suelen exponer en la red social le traen de la mano una satisfacción asociada al bienestar que experimentan sobre sí mismos/as y su imagen, coincidiendo con lo sostenido anteriormente por Cava et al. (2000). Las personas emplean estrategias cognitivas y selectivas de lo considerado positivo por sus propias experiencias de satisfacción anteriores y su emocionalidad, destacando estos aspectos por sobre los que consideran negativos, siendo estos últimos la mayoría de las veces sentimientos disfóricos, los cuales son invisibilizados dentro de la imagen que desean proyectar en la plataforma. Para lograrlo, los/as adolescentes despliegan un proceso de selección basado en la jerarquización, desde el cual determinan qué tipo de publicaciones o contenidos les resultan favorables o desfavorables desde su propia percepción, y los contenidos considerados como negativos pasan a ser invisibilizados al no obtener la retroalimentación esperada, lo cual se sustenta en situaciones de rechazo anteriores experimentadas por los/as participantes.

El motivo por el cual los/as adolescentes despliegan este proceso de selección se debe al deseo de reflejar en la red social su “yo mejorado”, en donde se anulan las características que consideran perjudiciales, prefiriendo exponer contenidos que les

resulten beneficiosos desde su punto de vista, destacando cualidades y atributos que conlleven una retroalimentación positiva de la comunidad, proyectando en la plataforma una imagen parcializada de lo que son fuera del espacio virtual. La posibilidad de mostrar este “yo mejorado” se presenta gracias a las herramientas de configuración e interacción que ofrece *Facebook*, las cuales brindan a los/as usuarios/as un filtro para la información o el contenido que quieran visibilizar dentro de la plataforma, permitiendo escoger lo que consideren más apropiado acorde a la imagen que desean proyectar, como a la retroalimentación que desean recibir. Lo señalado anteriormente converge en lo sostenido por Yus (2014), que comenta que cuando se tiene el control sobre el contenido presentado estratégica y selectivamente en la plataforma se presenta un “yo mejorado” (*enhanced self*) anclado a información positiva del o la usuaria en el perfil, en lugar del yo real y auténtico, sólo interpretable fehacientemente en contextos físicos.

Es a través de estas reafirmaciones y valoraciones positivas que reciben de lo que representan ser a través de la plataforma que la identidad propia se va reafirmando, lo cual coincide con la visión propuesta por Arciero (2003) acerca de ipseidad, el cual sostiene que aun teniendo en cuenta el conocimiento que el individuo tenga de sí mismo/a, el contexto situacional va a aportar nueva información sobre el propio actuar y sentir, independiente de la variedad de experiencias que acontezcan.

La tercera de nuestras preguntas de investigación cumple el rol de poder conocer cuál es la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*. Para poder responder a la pregunta planteada, recordaremos la definición de relaciones interpersonales que ampara esta investigación y que hace referencia a la importancia de la interacción recíproca entre dos o más personas, en la que se involucran destrezas sociales y emocionales que promueven las habilidades para comunicarse efectivamente, escuchar, solucionar conflictos y alcanzar una expresión auténtica de uno/a mismo/a (Cornejo y Tapia, 2012). En este sentido también es importante destacar que las relaciones interpersonales se encuentran en constante transformación en la cotidianidad del ser humano, lo cual se ha complejizado en las nuevas aplicaciones tecnológicas, en particular *Facebook* generando cambios en la comunicación interpersonal, siendo una de las plataformas virtuales que facilita el intercambio de información a través del gráfico

social, siendo el mapa digital de las conexiones que existen entre las personas en el mundo real (*Facebook*, 2016).

A partir de las interacciones realizadas a través de la red social, los/as adolescentes perciben esta plataforma como medio de comunicación que les permite mantenerse en contacto con personas de su vida cotidiana y también con aquellos que solo se comunican a través de la red, coincidiendo en que la plataforma ha sido una herramienta que les ha permitido expandir su círculo social, así como fortalecer y mantener vínculos ya existentes o también para establecer relaciones interpersonales a través de la misma plataforma. De acuerdo a lo sostenido anteriormente, son aquellas interacciones que mantienen dentro de la plataforma las que van incidiendo en la construcción de su identidad, existiendo un proceso de identificación y diferenciación al generar nuevos círculos en lo virtual, en donde cada adolescente según su propia perspectiva realizará una valoración de las características de sus nuevos *amigos/as*, mimetizándose con las que considere favorable adoptar y diferenciándose de las que considere negativas, además de evaluar el impacto que genera su imagen en un/a desconocido/a. Por otro lado, al mantener vínculos con *amigos/as* ya conocidos, logrará reafirmar las características y atributos que le satisfagan, al tener la retroalimentación de una persona que represente una fuente de confianza.

Se plantea por tanto que no sólo prima la propia visión del/a adolescente, sino también la retroalimentación recibida por sus pares, cercanos o familiares a través de la plataforma y los distintos contextos cotidianos. La idea expuesta concuerda con lo sostenido por Yus (2014), en donde se define a la identidad como una entidad moldeable a través de diversas interacciones que se viven en el día a día, en donde como se muestra en la investigación, los/as participantes van construyendo y deconstruyendo su identidad a medida que conceptualizan la retroalimentación de lo que exponen.

Por otro lado, se coincide nuevamente con lo señalado por Yus (2014), que sostiene que la identidad conlleva interacciones en donde se emplea incluso un vocabulario adaptado a las diferentes facetas en que se desenvuelve la misma, lo cual concuerda con lo expuesto por los/as adolescentes de la investigación, ya que es diferente el vocabulario del día a día al utilizado en la web, en donde se condensan ideas en imágenes, *memes*, y emoticones.

En cuanto a las interacciones que los/as participantes refieren experimentar en la plataforma, se percibe que existe una diferencia entre el grupo de “*amigos/as*” con quienes sostienen un vínculo previo a la plataforma y con quienes se conocieron a través de la misma, siendo más superficiales las interacciones con los/as últimos/as debido a la falta de confianza y al contexto virtual en el que se desenvuelve la relación, a diferencia de quienes mantienen un vínculo ya construido fuera de la plataforma. Lo mencionado anteriormente converge con la visión de Bauman (2006) en donde sostiene que hoy en la sociedad moderna existe una desesperación por relacionarse, en donde sin embargo prima la desconfianza asociada a una relación permanente, por un temor a la carga y a la tensión que pueda implicar y que como seres humanos no creemos capaces ni deseosos de soportar, puesto que limitarían nuestra libertad.

Finalmente, se puede concluir que los/as adolescentes generan estrategias de selección, mediante las cuales jerarquizan los contenidos que comparten en relación a la retroalimentación que reciben de la comunidad virtual de *Facebook*, en donde invisibilizan aquellos contenidos percibidos como negativos, destacando en cambio aquellas características consideradas como atributos o cualidades. A partir de lo anterior se desprende que emerge una nueva identidad dentro de las plataformas virtuales en donde socializan, presentándose la llamada “identidad digital/virtual”, la cual proyecta una visión parcializada de sí mismo/a como un “yo mejorado” o ideal, diferenciándose del yo real .

VI.1. Limitaciones y proyecciones.

Una limitación de la investigación surge de la población con la que se trabajó, correspondiente a estudiantes universitarios/as que cuentan con actividades académicas ligadas al mundo digital, ya que utilizan plataformas como *adecca*, *intranet* e incluso la derivada de red de bibliotecas, con las que existe una integración mayor en la utilización de estas redes digitales como algo cotidiano. Por lo anterior se cree que el impacto que pudiera tener en la configuración de la identidad pudiera ser distinto de aquellos/as adolescentes que no se encuentren insertos/as o integrados/as en un entorno digital en el ámbito académico o estudiantil, como sí lo eran quienes compusieron nuestra población.

Como investigadoras, consideramos luego del proceso efectuado, que es de vital importancia abordar elementos y aplicaciones de índole virtual en los procesos como la conformación de identidad en este caso, puesto que en la mayoría de las veces se minimiza la importancia a este tipo de contextos, evidenciándolos más bien como herramientas de comunicación, limitando la verdadera connotación que se origina dentro del uso de las mismas.

En futuras investigaciones se sugiere ampliar el foco al medio digital en general, incluyendo otras redes y plataformas virtuales que cada día adquieren mayor popularidad entre los/as adolescentes, aumentando su uso considerablemente, siendo también una ventana para mostrar una imagen de sí mismos/as como para entablar diversas relaciones interpersonales, lo cual ayuda en la conformación del proceso identitario en que están inmersos.

También se sugiere para otras investigaciones considerar jóvenes que estén en otros espacios académicos o incluso no académicos, porque pueden contar con otras herramientas, ejercicios, actividades o maneras que pueden incidir en cómo construyen su identidad digital, debido a que también deben ser receptores de retroalimentación, quizás por distintos medios, y así pudiera ser que esta identidad digital se constituye de una manera distinta.

VII. REFERENCIAS.

Abovsky, A., Alfaro, J. y Ramírez, M. (2012). Relaciones interpersonales virtuales en los procesos de formación de investigadores en ambientes a distancia. *Revista Argentina de Educación Superior*, 4(5), pp.246-265. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n39/n39a9.pdf>

Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 20(40), pp.127-135. doi: 10.3916/C40-2013-03-03

Alonso, L. (2007). *Sujetos y Discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa*. En J., Delgado y J., Gutiérrez, *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales* (pp.225-240). Madrid: Editorial Síntesis.

Alonso, L., Murcia, G., Murcia, J., Herrera, D., Gómez, D., Comas M. y Ariza, P. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). *Salud Uninorte*, 23(1), pp.32-42. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81723105>

Amar, J. y Hernández, B. (2005). Autoconcepto y adolescentes embarazadas primigestas solteras. *Psicología desde el Caribe*, 15, pp.1-17. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21301501>

Araya, V., Alfaro, M. y Andonegui, M. (2007). Constructivismo: orígenes y perspectivas. *Laurus*, 24(13), pp. 76-92. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111485004>

Arciero, G. (2003). *Estudios y diálogos sobre la identidad personal: Reflexiones sobre la experiencia humana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Arias, M. y Giraldo, C. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. *Invest Educ Enferm*, 29(3), pp.500-514. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105222406020>

Arriola, O. y Butrón, K. (2003). *Nuevas formas de ser y de hacer: Repensando la identidad en la aldea global*. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/6109/1/OSCARARRIOLA....pdf>

Asebey, A. (2006). *Hacer y pensar la psicología: desde Cuba y México*. La Habana: Editorial Caminos.

Barreto, C., Gutiérrez, L., Moreno, C. y Pinilla, B. (2006). Límites del constructivismo pedagógico. *Educación y educadores*, 9(1), pp.12- 31. Recuperado de <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/645/730>

Bauman, Z. (2006). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa*. Bogotá: Editorial El manual moderno.

Bedoya, V. A., y Bustamante, J. P. (2015). *Relación de la red social Facebook con la construcción de la identidad, en adolescentes escolarizados entre 15 y 19 años de la zona*

urbana del municipio de San Jerónimo. Recuperado de <http://200.24.17.74:8080/jspui/handle/fcsh/309>

Bisquerra, R. (2003). Educación y competencias básicas para la vida. *Revista de Investigación Educativa*, 21(1), pp.7-43. Recuperado de <http://revistas.um.es/%20rie/article/viewFile/99071/94661>

Bivort, B. y Martínez, S. (2013). *Aproximaciones cualitativas al estudio del desarrollo rural*. En B. Tolón, X. Lastra, J. Bienvenido y J. Fawaz, *Experiencias en Desarrollo Local y Rural Sostenible*. Almería: Editorial Universidad de Almería.

Blanco, A., Caballero, A. y de la Corte, L. (2005). *Psicología de los grupos*. Madrid: Pearson Educación.

Blos, P. (1974). *The young adolescent: clinical studies*. New York: Free Press.

Bonds-Raake, J. & Raake, J. (2010). MySpace and Facebook: Identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual differences research*, 8(1), pp.27-33. doi: 10.1.1.453.8866

Bohórquez, C. y Rodríguez, D. (2014). Percepción de amistad en adolescentes: El papel de las redes sociales. *Revista colombiana de psicología*, 23(2), pp.325-338. doi: 10.15446/rcp.v23n2.37359

Bordignon, N. (2005). El desarrollo psicosocial de Erikson: El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de investigación*, 2(2), pp.50-63. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69520210>

Brandes, N. (2011). *El poder de la autoestima. Cómo potenciar este importante recurso psicológico*. Barcelona: Paidós.

Burr, V. (1995). *An introduction to social constructionism*. London: Routledge.

Cabello, P. y Fernández, I. (2010). *La tecnología en la preadolescencia y adolescencia: Usos, riesgos y propuestas desde los y las protagonistas*. Madrid: Save the Children.

Cámara de Diputados de Chile (2015). *Proyectos de Ley*. Recuperado de <https://www.camara.cl/>

Campusano, R. (2015). *Ley de medios digitales es un atentado a libertad de expresión*. Recuperado de <https://www.derechosdigitales.org/8250/chile-ley-de-medios-digitales-es-un-atentado-libertad-de-expresion/>

Cardenal, V. y Fierro, A. (2003). Componentes y correlatos del autoconcepto en la escala de Piers-Harris. *Estudios de Psicología* 24(1), pp.101-111. doi: 10.1174/021093903321329094

Carrodegua, N. (2014). *Mapa de las redes y sitios sociales de internet en el 2014*. Recuperado de <https://norfipc.com/redes-sociales/mapa-redes-sitios-sociales-internet-2014.php>

Castells, M. (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: El poder de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Castro, G. (2007). Jóvenes: La identidad social y la construcción de la memoria. *Última Década*, 26, pp.11-29. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19502602>

Cava, M., Musitu, G. y Vera, A. (2000). Efectos directos e indirectos de la autoestima en el ánimo depresivo. *Revista mexicana de psicología*, 17(2), pp.151-161. Recuperado de <https://www.uv.es/lisis/mjesus/5cava.pdf>

Cazalla-Luna, N. y Moreno, D. (2013). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia REID*, 10, pp.43-64. Recuperado de <http://www.revistareid.net/revista/n10/REID10art3.pdf>

Christiansen, A. (22 de julio de 2011). Chile es el tercer país del mundo que más horas dedica a las redes sociales. *La Tercera*. Recuperado de <http://www.latercera.com/noticia/chile-es-el-tercer-pais-del-mundo-que-mas-horas-dedica-a-las-redes-sociales/>

CNTV, McCann-Erickson y Research Chile, (2003). *Informe 8/13 los tweens chilenos*. Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120913/asocfile/20120913130850/tweens_2003.pdf

Convierta (2013). *Facebook en Chile*. Recuperado de http://www.iab.cl/wp-content/files_mfinfografia_facebook_chile.pdf

Cooke, L. (2004). The gendered division of labor and family outcomes in Germany. *Journal of Marriage and Family*, 66, pp.1246-1259. doi: 10.1111/j.0022-2445.2004.00090.x

Cornejo, M. y Salas, N. (2011). Rigor y calidad metodológicos: Un reto a la investigación social cualitativa. *Psicoperspectivas individuo y sociedad*, 10(2), pp.12-34. doi: 10.5027/PSICOPERSPECTIVAS-VOL10-ISSUE2-FULLTEXT-144

Cornejo, M. y Tapia, M. (2012). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, 12(24), pp.219-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010>

Crocker, J., Sommers, S. & Luhtanen, R. (2002). Hopes dashed and dreams fulfilled: Contingencies of self-worth and graduate school admissions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(9), pp.1275-1286. doi: 10.1177/01461672022812012

Cruz, A. (2003). *La comunicación y las relaciones interpersonales*. Bogotá: Editorial Mac Graw Hill.

Cruzado, L., Matos, L. y Kendall, R. (2006). Adicción a Internet: Perfil clínico y epidemiológico de pacientes hospitalizados en un instituto nacional de salud mental. *Revista Medica Herediana*, 17(4), pp.196-205. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v17n4/v17n4ao2.pdf>

Daros, W. (2006). *En la búsqueda de la identidad personal*. Rosario: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.

Dávila, O. (2004). Adolescencia y juventud: De las nociones a los abordajes. *Última Década*, 21, pp.83-104. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19502103>

Díaz, J. (2006). Identidad, adolescencia y cultura. Jóvenes secundarios en un contexto regional. *Revista mexicana de investigación educativa*, 11(29), pp.431-457. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14002906>

Erikson, E. (1970). *Infancia y sociedad*. Buenos Aires: Hormé.

Esnaola, I., Goñi, A. y Madariaga, J. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), pp.179-194. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17513105>

Facebook (2016). Recuperado de https://www.facebook.com/pg/enespanol/about/?ref=page_internal

Feixas, G. y Villegas, M. (2000). *Constructivismo y Psicoterapia*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.

Fernández, O., Martínez-Conde, M. y Melipillán, R. (2009). Estrategias de aprendizaje y autoestima. Su relación con la permanencia y deserción universitaria. *Estudios pedagógicos* XXXV, 1, pp.27-45. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173514138002>

França-Tarragó, O. (2012). *Ética para psicólogos: Introducción a la Psicoética*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.

Freire, T. y Tavares, D. (2011). Influencia da autoestima, da regulacao emocional e do genero no bem-estar subjetivo e psicologico de adolescentes. *Rev Psiq Clín*, 38(5), pp.184-188. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rpc/v38n5/a03v38n5.pdf>

Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Rev. Chil. Pediatr.*, 86 (6), pp.436-443.doi: 10.1016/j.rchipe.2015.07.005

Garcia, F. y Musitu, G. (2014). *AF-5: Autoconcepto Forma 5*. Madrid: TEA Ediciones.

García, K. (2010). *Construcción de la identidad digital de los estudiantes javerianos en Facebook*. (Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora social). Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje Comunicación Social, Bogotá, Colombia.

Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

González, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29, pp.85-103. Recuperado de <http://rieoei.org/rie29a04.htm>

González-Pienda, J., Nuñez, J., González-Pumariega, S. y García, M. (1997). Autoconcepto, autoestima y aprendizaje escolar. *Psicothema*, 9(2), pp.271-289. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72709204>

Goñi, E. (2009). *El autoconcepto personal: estructura interna, medida y variabilidad*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua.

Guidano, V. (Agosto de 2001). *Vittorio Guidano en Chile*. Ponencia presentada en Primera Jornada Clínica de Psicoterapia Cognitiva Constructivista y Posracionalista, Santiago, Chile. Recuperado de <http://www.posracionalismo.cl/imagenes/vguidano.pdf>

Hall, S. (1904). *Adolescence its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education. Volume 1*. New York: D. Appaleton and Company.

Halpern, D., Pina, M. y Ovando, A. (2015). *El rol de las TICs en soledad escolar: primer informe nacional sobre las consecuencias sociales del uso de las tecnologías de información y comunicación en escolares chilenos*. Facultad de Comunicaciones UC. TrenDigital. Recuperado de <http://tren-digital.cl/estudio/el-rol-de-las-tics-en-soledad-escolar/>

Hamui, A. y Varela, M. (2013). La técnica de los grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(1), pp.55-60. Recuperado de http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num01/09_MI_HAMUI.PDF

Henríquez, G. y Barriga, O. (2005). El Rombo de la Investigación. *Cinta moebio*, 23, pp.162-168. Recuperado de www.moebio.uchile.cl/23/henriquez.htm

Hernández, L., Hernández, D. y Bayarre, H. (2014). La autoestima como variable moduladora del desgaste profesional en especialistas en Medicina General Integral. *Revista cubana de medicina general integral*, 30(2), pp.149-159. Recuperado de http://bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol30_2_14/mgi01214.htm

Instituto Nacional de Estadística Chile (2003). *CENSO 2002. Síntesis de resultados*. Recuperado de <http://www.ine.cl/cd2002/sintesisiscensal.pdf>

Instituto Nacional de la Juventud (2013). *7ma encuesta nacional de juventud 2012*. Recuperado de <http://www.injuv.gob.cl/portal/wp-content/uploads/2013/10/SEPTIMA-ENCUESTA-NACIONA-INJUV-CORR-2.pdf>

Jubés, E., Laso, E. y Ponce, A. (2000). *Constructivismo y construccionismo: dos extremos de la cuerda floja*. (Candidato a Máster en Terapia Cognitivo-Social). Universidad de Barcelona, Barcelona, España.

Kemp, S. (2014). *Social, Digital & Mobile in The Americas*. Recuperado de <http://wearesocial.sg/blog/2014/06/social-digital-mobile-americas/>

Kemp, S. (2015). *Digital, Social & Mobile Worldwide in 2015*. Recuperado de <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>

Krauskopof, D. (1999). El desarrollo psicológico en la adolescencia: las transformaciones en una época de cambios. *Adolescencia y Salud*, 1(2), 23-31. Recuperado de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000200004

Kroger, J. & Marcia, J. (2011). *The identity statuses: Origins, meanings, and interpretations*. En S. Schwartz, K. Luyckx & V. Vignoles, *Handbook of Identity Theory and Rese*, (pp.31-53). Brighton: Springer Science Business Media.

Labajos, J. (1994). *Identidad del adolescente*. En A. Aguirre, *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Marcombo.

Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. Madrid: Horas y horas.

Larrain, J. (2003). El concepto de identidad. *FAMECOS*, 21, pp.30-42. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B0Az3tqIJXECMjBmMDIYjEtZjMwMC00NzBiLTNmNjAtMDQzZTJmMmQwNjQ4/view>

Las, J. (2012). La adicción de los adolescentes a Internet: ¿La incipiente epidemia del siglo 21?. *Claves de políticas públicas*, 8, pp.1-7. Recuperado de [http://www.politicaspUBLICAS.udp.cl/media/publicaciones/archivos/346/La adiccion de los adolescentes a Internet, la incipiente epidemia del siglo 21.pdf](http://www.politicaspUBLICAS.udp.cl/media/publicaciones/archivos/346/La%20adiccion%20de%20los%20adolescentes%20a%20Internet,%20la%20incipiente%20epidemia%20del%20siglo%2021.pdf)

Leary, T. (1957). *Interpersonal diagnosis of personality: A functional theory and methodology for personality evaluation*. Berkley: Resource publications.

Lee, Y. & Sun, Y. (2009). *Using instant messaging to enhance the interpersonal relationships of Taiwanese adolescents: Evidence from quantile regression analysis*. Gale: Libra Publishers.

Lekue, P. (2010). *El autoconcepto social y el rendimiento académico en la educación artística escolar del alumnado preadolescente*. Vitoria-Gasteiz: Euskal Herriko Unibertsitatea / University of the Basque Country.

López, R. (2010). Para una conceptualización del constructivismo. *Rev. Mad.*, 23, pp.25-30. Recuperado de http://www.revistamad.uchile.cl/23/lopez_03.pdf

Lozano, G. (2014). Teoría de teorías sobre la adolescencia. *Última Década*, 40, pp.11-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19531682002>

Luengo, A. (2004). Adicción a Internet: conceptualización y propuesta de intervención. *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual*, 2, pp.22-52. Recuperado de <http://www.jogoremoto.pt/docs/extra/BL5L6u.pdf>

Maddaleno, M., Morello, P. e Infante-Espínola, F. (2003). Salud y desarrollo de adolescentes y jóvenes en Latinoamérica y El Caribe: Desafíos para la próxima década. *Salud pública de México*, 45(1), pp.132-139. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v45s1/15454.pdf>

Magallón, C. (2005). Epistemología y violencia. Aproximación a una visión integral sobre la violencia hacia las mujeres. *Feminismo/s*, 6, pp.33-47. Recuperado de <http://www.seipaz.org/documentos/1MagallonViolenciaFeminismos.pdf>

Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Colectiva*, 17(3), pp.613-619. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a06.pdf>

Massó, F. (2013). *Web de las enfermedades relacionadas con los trastornos de la conducta alimentaria*. Recuperado de Web de las enfermedades relacionadas con los trastornos de la conducta alimentaria http://es.salut.conecta.it/pdf/injuve/llquianorexia_4.pdf

Mejía, G., Paz, J. y Quinteros, D. (2014). Adicción a Facebook y habilidades sociales en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista científica de ciencias de la salud*,

7(1), pp.7-15. Recuperado de http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/209/213

Mercado, A. y Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 53, pp.229-251. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v17n53/v17n53a10.pdf>

Merino, C. (1993). Identidad y plan de vida en la adolescencia media y tardía. *Perfiles educativos*, 60, pp. 44-48. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13206008>

Miras, M. (2004). *Afectos, emociones, atribuciones y expectativas: El sentido del aprendizaje escolar*. En C. Coll, J. Palacios y A. Marchesi, *Desarrollo psicológico y educación 2. Psicología de la educación escolar* (pp. 309-330). Madrid: Alianza Editorial.

Moral, M. (2004). Jóvenes, redes sociales de amistad e identidad psicosocial: La construcción de las identidades juveniles a través del grupo de iguales. *Revista Galego-Portuguesa de Psicología e Educación*, 9(11), pp.183-206. Recuperado de http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/7011/RGP_11-12.pdf?sequence=1

Moreno, A. y Del Barrio, C. (2000): *La experiencia adolescente. A la búsqueda de un lugar en el mundo*. Buenos Aires: Editorial Aique.

Moreno, B., Alonso, M. y Álvarez, E. (1997). Sentido de coherencia, personalidad resistente, autoestima y salud. *Revista de Psicología de la Salud*, 9(2), pp.115-137. Recuperado de <https://www.uam.es/gruposinv/esalud/Articulos/Personalidad/sentido-d-coherencia-PR-AE.pdf>

Moro, L. (2009). *Guía para la promoción personal de las mujeres gitanas: perspectiva psico-emocional y desarrollo profesional*. Madrid: Fundación Secretariado Gitano.

Navarro, A. y Rueda, G. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de la literatura. *Rev. Colomb. Psiquiat.*, 36(4), pp.691-700. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v36n4/v36n4a08.pdf>

Núñez, J., González-Pumariega, S. y González-Pienda, J. (1995). Autoconcepto en niños con y sin dificultades de aprendizaje. *Psicothema*, 7(3), pp.587-604. Recuperado de <http://www.psicothema.com/imprimir.asp?id=1005>

Ogando, M. (2012). *Facebook y perfil público: La construcción social de la identidad y de la subjetividad en grupos adultos*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1534.pdf

Olavarría, J. (2003). *Varones adolescentes: Género, identidades y sexualidades en América Latina*. Santiago: FLACSO-Chile.

Páramo, P. (2008). La construcción psicosocial de la identidad y del self. *Rev. latinoam. psicol.*, 40(3), pp.539-550. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80511493010>

Pineda, S. y Aliño, M. (2002). *El concepto de adolescencia*. En R. Martínez y E. Colás, *Manual de prácticas y clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia* (pp.15-23). La Habana: MINSAP.

Proyecto de Ley que modifica la Ley N° 19.733 sobre Libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo a fin de consagrar expresamente a los diarios electrónicos como medio de comunicación social. Boletín N° 9460-19. Chile, 2014.

Proyecto de Ley que modifica la Ley N° 19.733 sobre Libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, modificando en el título III de las formalidades de funcionamiento de los medios de comunicación social, a fin de incluir en ellas, a los diarios digitales o electrónicos. Boletín N° 9461-19. Chile, 2014.

Ramírez, M. (2013). *Convergencia tecnológica y vida cotidiana: relaciones interpersonales a partir de los usos y apropiaciones sociales de los smartphones*. Recuperada de <http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/qt/GT3/MiguelRamirezSanchez.pdf>

Reig, D. y Vílchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: Tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación telefónica.

Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *International Journal of Psychological Therapy*, 12(3), pp.389-403. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56024657005>

Rojas, L. (2007). *La autoestima: Nuestra fuerza secreta*. Madrid: S.L.U. Espasa Libros.

Rojas, M. (2001). *Factores de riesgo y protectores identificados en adolescentes consumidores de sustancias psicoactivas. Revisión y análisis del estado actual*. En A. Zabaleta, *Factores de riesgo y protección en el consumo de drogas en la juventud* (pp.51-94). Lima: CEDRO.

Ruiz, J. (2003). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Saura, P. (1996). *La educación del autoconcepto: cuestiones y propuestas*. Murcia: Servicio de publicaciones de la Universidad de Murcia.

Silva, A. (2008). Ser adolescente hoy. *Fermentum*, 52, pp.312-332. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70517520005>

Silva, C. y Martínez, M. (2007). Empoderamiento, participación y autoconcepto de persona socialmente comprometida en adolescentes chilenos. *Interamerican Journal of Psychology*, 41(2), pp.129-138. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28441203>

Sofia, R. y Mena, P. (2014). Perspetivas dos adolescentes sobre o uso do Facebook: Umestudoqualitativo. *Psicologiaem Estudo*, 19(3), pp.539-547. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/pe/v19n3/a18v19n3.pdf>

Sureda, I. (1998). Autoconcepto y adolescencia. Una línea de intervención psicoeducativa. *Educació i cultura*, 11, pp.157-170. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/EducacioCultura/article/viewFile/75800/96304>

Steiner, D. (2005). *La teoría de la autoestima en el proceso terapéutico para el desarrollo del ser humano*. Maracaibo: Tecana American University.

Stets, J. & Burke, P. (2008). *A sociological approach to self and identity*. En M. Leary & J. Tangney, *Handbook of Self and Identity* (pp. 128-152). Londres: Guilford Press.

Taylor, S. y Bogdan, R. (2010). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós Básica.

Toma, C. & Hancock, J. (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(3) pp.321-331. doi: 10.1177/0146167212474694

Torres, D. y Pérez, R. (2013). Predictores psicosociales de la satisfacción percibida con las relaciones interpersonales en el uso de la mensajería instantánea. *Global Media Journal México*, 10(20), pp.1-16. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730969001>

Trzesniewski, K., Donnellan, M. & Robins, R. (2003). Stability of self-esteem across the life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, pp.205-220. doi: 10.1037/0022-3514.84.1.205

Valkenburg, P. & Peter, J. (2009). The effects of instant messaging on the quality of adolescents' existing friendships: A longitudinal study. *Journal of Communication*, 59, pp.79-97. doi: 0.1111/j.1460-2466.2008.01405.x

Vásquez, C. (2015). *Niños, niñas y jóvenes en la era de la comunicación digital: (re)conociendo las redes sociales*. En C. Martínez, D. Opazo, C. Ossa, C. Pereira y C. Vásquez, *Enfoques psicosociales emergentes: Abriendo rutas desde lo local* (pp. 89-124). Concepción: Ediciones Universidad del Bío-Bío.

Vásquez, F. (1994). *Análisis de contenido categorial: El análisis temático*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Vera, J. y Valenzuela, J. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicol. Soc*, 24(2), pp.272-282. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v24n2/03.pdf>

Vergara, P. (2011). *El sentido y significado personal en la construcción de la identidad personal*. Santiago: Universidad de Chile.

Villa, A. y Auzmendi, E. (1999). *Desarrollo y evaluación del autoconcepto en la edad infantil*. Bilbao: Ediciones Mensajero.

Walther, J. (1996). Computer-media communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(3), pp.3-43. doi: 10.1177/009365096023001001

Young, K. (1997). *What makes the internet addictive: Potential explanations for pathological internet use*. Recuperado de <http://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial/>

Yus, F. (2014). El discurso de las identidades en línea: El caso de Facebook. *Discurso & Sociedad*, 8(3), pp.398-426. Recuperado de [http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/DS8\(3\)Yus.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/DS8(3)Yus.pdf)

Zácares, J., Iborra, A., Tomás, J. y Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología*, 25(2), pp.316-329. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16712958014>

Zamora, P. (2013). La construcción de la identidad en la adolescencia. El reto de apropiarse de un lugar en el mundo. *Eutopía*, 19, pp.57-63. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/eutopia/article/view/44589/40276>

VIII. ANEXOS.

Anexo N° 1. Consentimiento informado entrevista semiestructurada.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

A continuación, se presenta un documento que tiene como objetivo el ayudar a tomar la decisión, de participar o no en esta investigación, dejando en claro cada parte del trabajo a realizar.

El nombre de la investigación es: CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD Y *FACEBOOK* EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE CHILLÁN.

El objetivo general de la investigación de la que serás parte, es:

- Objetivo General
- *Describir la función que cumple Facebook en la construcción de la identidad de un grupo de adolescentes de Chillán.*

Para lograr los conocimientos esperados, se utilizará la siguiente modalidad de recolección de información.

- Entrevista semi-estructurada, con un total de 15 preguntas que abordarán los objetivos de la investigación.

Toda la información recabada será utilizada sólo con fines investigativos, respetando la privacidad y manteniendo los datos de identificación en el anonimato, garantizando completa confidencialidad.

Los participantes pueden hacer uso de su libertad de participación, y el retiro de la investigación no tendrá ningún perjuicio para ellos.

Finalmente, se solicitarán datos personales, como el número de teléfono, y otros emergentes durante el proceso, que serán de uso exclusivo de las investigadoras, y para oficializar encuentros y acuerdos necesarios.

Presentados estos antecedentes, quedan de acuerdo:

Nombre:

Edad:

Rut:

Teléfono:

María José Fuentealba Vargas, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Valeria Janette Ortega Cáceres, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Rocío Mackarena Sandoval Parra, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Participante

María J. Fuentealba

Valeria Ortega

Rocío Sandoval

Fecha: _____.

Anexo N° 2. Consentimiento informado grupo focal.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

A continuación, se presenta un documento que tiene como objetivo el ayudar a tomar la decisión, de participar o no en esta investigación, dejando en claro cada parte del trabajo a realizar.

El nombre de la investigación es: CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD Y *FACEBOOK* EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE CHILLÁN.

El objetivo general de la investigación de la que serás parte, es:

- Objetivo General
- *Describir la función que cumple Facebook en la construcción de la identidad de un grupo de adolescentes de Chillán.*

Para lograr los conocimientos esperados, se utilizará la siguiente modalidad de recolección de información.

- Grupo focal, que abordará los objetivos de la investigación.

La actividad será grabada y toda la información recabada será utilizada sólo con fines investigativos, respetando la privacidad y manteniendo los datos de identificación en el anonimato, garantizando completa confidencialidad.

Los participantes pueden hacer uso de su libertad de participación, y el retiro de la investigación no tendrá ningún perjuicio para ellos.

Finalmente, se solicitarán datos personales, como el número de teléfono, y otros emergentes durante el proceso, que serán de uso exclusivo de las investigadoras, y para oficializar encuentros y acuerdos necesarios.

Presentados estos antecedentes, quedan de acuerdo:

Nombre:

Edad:

Rut:

Teléfono:

María José Fuentealba Vargas, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Valeria Janette Ortega Cáceres, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Rocío Mackarena Sandoval Parra, Investigadora a cargo y responsable de la investigación.

Participante

María J. Fuentealba

Valeria Ortega

Rocío Sandoval

Fecha: _____.

Anexo N° 3. Pauta de entrevista semiestructurada.

Pregunta de investigación secundaria N°1: ¿Cuáles son las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*?

Objetivo específico: Conocer las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de *Facebook*.

1. ¿Qué publicaciones sueles realizar a través de la red social Facebook?
2. Dentro de las publicaciones que haces en la plataforma, ¿cuál crees que te representa mejor?
3. ¿Intentas dar a conocer tus ideales, gustos e intereses a través de ellas? ¿de qué manera?
4. Cuando piensas en lo que publicas en Facebook, ¿hay alguna imagen o aspecto tuyo que quisieras dar a conocer?, ¿también tratas de dar a conocer esta imagen o aspecto tuyo en tu día a día, o sólo a través de la plataforma?
5. Cuando interactúas a través de la red social, ¿qué quisieras que los demás percibieran sobre ti?

Pregunta de investigación secundaria N° 2: ¿Cuáles son las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*?

Objetivo específico: Identificar las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de *Facebook*.

1. ¿Qué es una experiencia significativa para ti en tu vida cotidiana?, ¿has experimentado esto en Facebook?
2. ¿Qué ha hecho que esta experiencia sea significativa?, ¿ha repercutido en tu vida cotidiana? ¿de qué manera?
3. Si dice que no, ¿por qué crees que no se ha generado una relación o experiencia significativa a través de esta plataforma?
4. En relación a lo vivido en esta red social, ¿cómo podrías describir tu experiencia en Facebook o en la plataforma?
5. ¿Qué es lo que harías en caso de que al publicar algo no tuviera buena acogida?

Pregunta de investigación secundaria N° 3: ¿Cuál es la percepción de relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*?

Objetivo específico: Conocer la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*.

1. ¿Con quienes sueles interactuar dentro de la aplicación?
2. ¿De qué manera interactúas en Facebook?
3. A grandes rasgos, ¿cuál es el contenido de aquellas interacciones/conversaciones?
4. Dentro de la plataforma, ¿perteneces a un grupo?, ¿cuáles?, ¿cómo te integraste?, ¿qué sentido le otorgas al pertenecer a este grupo?
5. Cuando piensas en tus relaciones cotidianas, amistades, etc. y en tus relaciones de Facebook, si las pudiésemos comparar, ¿crees que te relacionas de la misma manera en ambas?

Anexo N° 4. Pauta preguntas grupo focal.

Pregunta de investigación secundaria N° 3: ¿Cuál es la percepción de relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*?

Objetivo específico: Conocer la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del uso de *Facebook*.

1. ¿Qué es para ustedes una relación interpersonal en Facebook? (qué involucra, definir relaciones interpersonales).
2. ¿Cómo fueron construyendo sus relaciones interpersonales en Facebook?
3. ¿Cómo ha sido esta construcción desde lo cotidiano hasta la plataforma?
4. Introducción ¿Qué es lo que hace que interactúen de esa manera? ¿Por qué prefieren utilizar esa forma?

Anexo N° 5. Marco de coherencia.

Objetivo General: Describir la función que cumple <i>Facebook</i> en la construcción de la identidad de un grupo de adolescentes de Chillán.					
Objetivos específicos	Conceptos claves	Definición teórica	Desglose	Definición teórica	Definición operativa
1) Conocer las percepciones vinculadas al autoconcepto en función del uso de <i>Facebook</i> .	Percepción.	La percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza a los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro hábitat, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos (Soto, 2006).	Acciones	Del lat. <i>actio</i> , -ōnis. Ejercicio de la posibilidad de hacer (RAE, 2016).	El concepto se consigna como tal principalmente cuando los/as participantes refieran realizar alguna actividad dentro de la plataforma <i>Facebook</i> .
			Sentidos	De <i>sentir</i> . Capacidad para percibir estímulos externos o internos mediante determinados órganos (RAE, 2016).	Cada vez que un participante experimenta de manera física algún estímulo por el uso de la plataforma.
	Autoconcepto.	Se puede definir como la actitud valorativa que tiene cada individuo de sí mismo, es la estima que cada persona desarrolla hacia su propio yo a través de las experiencias, sentimientos, pensamientos y	Actitud	Reacción evaluativa favorable o desfavorable hacia algo o alguien (Myers, 2001).	Consignado cada vez que un/a participante se refiera a una expresión valorativa hacia sí mismo/a y

		actitudes (Auzmendi y Villa, 1999).	Pensamientos	Han sido descritos en la psicología como la capacidad de planear y dirigir en forma oculta una conducta posterior (Melgar, 2000).	hacia otros/as dentro de la plataforma. Concepto referido a cada vez que alguno de los/as participantes exprese una idea asociada al uso de <i>Facebook</i> .
2) Identificar las experiencias que han contribuido en la formación de la autoestima asociadas al uso de <i>Facebook</i> .	Autoestima.	La autoestima comprende aspectos de índole evaluativos y afectivos en la valoración de aprecio o importancia que cada persona se da a sí misma, teniendo una relación significativa con el bienestar de las mismas, ya que puede tener una imagen favorable sobre sí, o bien ésta puede ser altamente desfavorable (Freire y Tavares, 2011).	Emoción y afecto.	Aunque se suelen confundir, estos fenómenos son distintos entre sí, pero están relacionados. Mientras la emoción es una respuesta individual interna que informa de las probabilidades de supervivencia que ofrece una situación, el afecto es un proceso de interacción social entre dos o más personas. El afecto es algo que se transfiere, por eso se dice que las personas dan afecto y reciben afecto. Las emociones, en cambio, no se dan ni se quitan, se experimentan (Yancovic, 2011).	Cada vez que nuestros/as entrevistados/as experimentan emociones asociadas a la realización de acciones debido a la necesidad de aprobación de otro/a dentro de la plataforma de <i>Facebook</i> .

	<p>Experiencias.</p>	<p>Proceso por el cual se construye la subjetividad para todos los seres sociales. A través de ese proceso uno se ubica o es ubicado en la realidad social y de ese modo percibe y comprende como subjetivas ese tipo de relaciones (Laurentis, 1984). De acuerdo a Kant es el conocimiento de lo dado sensiblemente (Amengual, 2007).</p>	<p>Subjetividad.</p>	<p>La subjetividad se refiere a la expresión individualizada del contexto histórico-social, conformándose en la interacción con otros/as, pero reconociéndose en su singularidad (Martínez, 2007).</p>	<p>Código utilizado cada vez que los/as entrevistados/as se refieran a concepciones personales acerca de lo que experimentan en la plataforma.</p> <p>Concepto delimitado de acuerdo conocimiento asociado a cuando los/as participantes describan alguna experiencia referida al uso de la plataforma.</p>
<p>3) Conocer la percepción de las relaciones interpersonales que se construyen a través del</p>	<p>Relaciones interpersonales.</p>	<p>Se define relación interpersonal como una interacción mutua entre dos o más personas, que implica habilidades emocionales y sociales para suscitar una comunicación efectiva</p>	<p>Interacción.</p>	<p>La interacción puede ser comprendida como el intercambio y negociación del sentido entre dos o más participantes, donde el acento está puesto en la comunicación y la reciprocidad entre quienes</p>	<p>Concepto referido a los intercambios comunicativos que los/as participantes realicen con una o más personas en la plataforma <i>Facebook</i>.</p>

