



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA CON ÉNFASIS EN
TRASTORNOS DEL APRENDIZAJE Y CONDUCTA
FACULTAD DE HUMANIDADES

EFFECTO DE LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD CON EL USO DE LA
RED SOCIAL FACEBOOK EN EL PERFIL DE LOS ESTUDIANTES DE
SÉPTIMO GRADO DE THE KING'S SCHOOL DAVID.

PROPONENTES:

JOSÉ HURTADO

4-733-1217

DIANA MEUCCI

EC31006

ASESORA:

DRA. FATIMA PITTI

DAVID, CHIRIQUÍ

2015

DEDICATORIA

A mi amado esposo y adorada hija Celeste. Que son mi fuente de inspiración.

DIANA MEUCCI

A mis padres. Que siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional.

JOSÉ HURTADO

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser nuestra guía.

A nuestras familias por alentarnos con tanto amor durante este trayecto y la confianza depositada en nosotros.

A nuestra asesora la doctora, Fátima Pitti, por su atinada orientación en el desarrollo de este estudio.

A todas aquellas personas que han contribuido directa e indirectamente en la consecución de esta meta.

PENSAMIENTO

“La educación tiene como fin convertir mentes vacías en mentes abiertas”.
-Malcom Forbes-

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	1
I CAPÍTULO MARCO INTRODUCTORIO	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.4 PREGUNTAS AL PROBLEMA	15
1.5 OBJETIVOS.....	16
1.5.1 OBJETIVO GENERAL	16
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.6 HIPÓTESIS DE TRABAJO	17
1.7 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.....	17
1.8 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	18
II CAPÍTULO MARCO TEÓRICO	20
2.0 RESEÑA HISTÓRICA DE THE KING'S SCHOOL DAVID	21
2.1 REDES SOCIALES	21
2.1.1 UN POCO DE HISTORIA. COMO NACE LA FAMOSA RED SOCIAL, FACEBOOK	21
2.1.2 FACEBOOK COMO PLATAFORMA	22
2.1.3 REVOLUCIONANDO INTERNET: LAS REDES SOCIALES.....	23
2.1.4 FACEBOOK EN PANAMÁ: LA ESTADÍSTICA	24
2.1.5 LO PÚBLICO VS LO PRIVADO. ¿TODO ES PUBLICABLE EN FACEBOOK?	26
2.1.6 MARCO LEGAL	28
2.2 IDENTIDAD.....	33
2.2.1 CONCEPTO DE IDENTIDAD	33
2.2.2 LA IDENTIDAD DEL ADOLESCENTE	34
2.2.3 RECORRIDO TEÓRICO DEL CONCEPTO DE IDENTIDAD	37
2.2.4 IDENTIDADES DIGITALES	42
2.2.5 LA ADOLESCENCIA EN LA ERA DIGITAL	43
2.3. LOS ADOLESCENTES Y LAS REDES SOCIALES	45
2.3.1. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL EN INTERNET.....	45
III CAPÍTULO MARCO METODOLÓGICO	47

3.1. TIPO DE ESTUDIO O ENFOQUE.....	48
3.2 ENFOQUE CUALITATIVO:.....	49
3.2.1. DEFINICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS.....	51
3.2.1.1. CATEGORÍAS	51
3.3. ENFOQUE CUANTITATIVO	51
3.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES	52
3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.6. UNIDAD DE ANÁLISIS	56
3.6.1. POBLACIÓN.....	56
3.6.2. MUESTRA.....	57
3.6.3. SELECCIÓN DE MUESTRA	57
3.6.4. CUADROS SOBRE UNIDAD DE ANÁLISIS.	58
3.6.5. GRÁFICAS SOBRE UNIDAD DE ANÁLISIS.....	59
3.7. DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS.....	61
3.8. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO QUE SE LE APLICA A LOS DATOS OBTENIDOS.....	63
IV CAPÍTULO ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	64
4.1. ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS.....	65
4.2. CONCLUSIONES.....	76
4.3. RECOMENDACIONES.....	87
4.4. ANEXOS.....	92
4.4.1 FICHA CUALITATIVA I PARA LA OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO. GUÍA DE LA OBSERVACIÓN ONLINE.....	92
4.4.2. FICHA CUALITATIVA II PARA LA OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO. GUÍA DE LA OBSERVACIÓN ONLINE.....	93
CUESTIONARIO I. A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.....	95
CUESTIONARIO II PARA ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.	98
CUESTIONARIO III. A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL FACEBOOK.	101

CUESTIONARIO IV SOBRE EL USO DEL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES.....	104
CUESTIONARIO V SOBRE EL USO DEL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIRIGIDO A DOCENTES	107
CUESTIONARIO VI SOBRE EL USO DEL FACEBOOK DIRIGIDO A PADRES DE FAMILIA.....	109
V CAPÍTULO LITERATURA CONSULTADA.....	182

ÍNDICE DE CUADROS

<u>Cuadros cuestionario 1 a Estudiantes</u>	111
<u>Cuadros cuestionario 2 a Estudiantes</u>	115
<u>Cuadros Cuestionario 3 a Estudiantes</u>	119
<u>Cuadros Cuestionario 4 a Estudiantes</u>	122
<u>Cuadros Cuestionario 5 a Educadores</u>	127
<u>Cuadros Cuestionario 6 a Padres de familia</u>	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráficas del cuestionario 1 SOBRE FRECUENCIA DE USO DE FACEBOOK A ESTUDIANTES	134
Gráficas del Cuestionario 2. FOTOGRAFÍAS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK A ESTUDIANTES.....	144
Gráficas del Cuestionario 3 SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL A ESTUDIANTES	151
Gráficas del Cuestionario 4 SOBRE LAS PUBLICACIONES EN FACEBOOK A ESTUDIANTES	158
Gráficas del Cuestionario 5 SOBRE USO DE FACEBOOK EN LOS EDUCADORES DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO DE THE KING 'S SCHOOL DAVID	168
Gráficas del Cuestionario 6 SOBRE USO DE FACEBOOK EN LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO DE THE KING 'S SCHOOL DAVID	172

RESUMEN

El fenómeno de la construcción de identidad en las Redes Sociales no ha registrado estudios específicos en Panamá y dada su particularidad y especificidad logró ser estudiado de manera especial, analizando la percepción y parecer de los estudiantes, recogiendo sus ideas sobre su uso y sus versiones de con qué objeto publicaban en ella.

La perspectiva de los usuarios de las redes sociales abrió la necesidad de estudiar determinados ejes temáticos e indagar sobre ciertas ideas permitiendo que surgieran en el transcurso de la investigación los mecanismos internos que mueven el fenómeno. De este modo afloraron una variedad de dimensiones que describieron los efectos de la construcción de identidad en toda su complejidad dentro de Facebook.

Para ello se utilizó una metodología mixta, tanto cuantitativa como cualitativa para investigar el fenómeno. En una muestra formada por 4 estudiantes de séptimo grado del colegio The King's School David. Con el objetivo de describir la estructura de la construcción de identidad en la red social, resultó pertinente utilizar el método de investigación descriptivo utilizando básicamente técnicas cualitativas como los estudios observacionales, registrando los comportamientos observados, y la metodología etnográfica online; y cuantitativas como lo son los cuestionarios.

El análisis estadístico se realizó a través de la interpretación de cuestionarios y del registro de la observación online, tomando como medida las frecuencias relativas.

Las principales conclusiones que arrojó el estudio fueron que los adolescentes construyen su identidad online basados en la identidad offline y en la relación con otros adolescentes, que a su vez se identifican en la red social de la misma manera y que el factor determinante es la popularidad.

Se espera que con este estudio se pueda aproximar a la realidad del uso que de las redes sociales hacen los adolescentes panameños y su relación con la construcción de identidad.

SUMMARY

The phenomenon of the construction of identity in social networks specific studies have not registered in Panama and given its particularity and specificity achieved especially be studied by analyzing the perception and opinion of students, collecting their ideas about their use and their versions what purpose it published.

The perspective of users of social networks opened the need to study certain themes and inquire about allowing certain ideas arising in the course of the investigation the internal mechanisms that drive this phenomenon. Thus they surfaced a variety of dimensions that described the effects of the construction of identity in all its complexity within Facebook.

For this one, both quantitatively and qualitatively mixed methodology was used to investigate the phenomenon. In a sample of four seventh graders from school The King's School David. In order to describe the structure of the construction of identity in the social network, was appropriate to use the method basically descriptive research using qualitative techniques such as observational studies, recording the observed behaviors, and online ethnographic methodology; and quantitative such as questionnaires.

Statistical analysis was performed using questionnaires and interpreting the online registration observation, taking as a measure the relative frequencies.

The main conclusions were that the study found that adolescents build their online identity based on the offline identity and the relationship with other teens, which in turn are identified in the social network in the same way and the determining factor is the popularity.

It is hoped that this study can be approximated to the reality of the use of social networks make Panamanian adolescents and their relation to the construction.

I CAPÍTULO MARCO INTRODUCTORIO

1.1 ANTECEDENTES

Las redes sociales en los últimos años han causado una revolución en el uso de Internet, es muy difícil encontrar a una persona que siendo usuaria de Internet, no cuente con un perfil en dichas redes, pero frente a esta aseveración surge una interrogante: ¿por qué les gustan tanto? ¿Por qué cada día ocupan tiempo en revisarlas?, muchas veces, no tienen relación con sus tareas o actividades cotidianas, no son tampoco canales indispensables de comunicación ¿acaso no existe el teléfono o el correo electrónico para saludar a familiares y amigos o incluso verlos en persona?

Estudios académicos han comprobado la importancia que se les da a estos canales. Resulta que alrededor del 40% de las personas evitará volver a ver a alguien en la vida real si lo han “eliminado” de Facebook. Definitivamente para la vida de los usuarios, las redes sociales son bastante significativas.

Lo anterior ha llevado iLifebelt (2013) a comprobar que la red social con más penetración en la región es Facebook. El 98% de los centroamericanos usuarios de las redes sociales tienen cuenta dentro de esta red social. En Panamá, en 2013 se reportan 1.020.000 usuarios que tienen un perfil en esta red.

Las redes sociales son útiles herramientas que han permitido informar, comunicar y conectar con personas en cualquier parte del mundo. El acceso al Internet es diferente en cada región, sin embargo, existe una necesidad latente del

ser humano por interactuar con otros que han hecho que esas brechas digitales sean cada vez menores.

En general, la mayoría de usuarios de redes sociales en la región son hombres, no obstante, haciendo un análisis por país; el estudio ha encontrado que hay importantes diferencias entre las naciones centroamericanas. En Panamá, la mayoría de usuarios de las redes sociales son mujeres. El dato es contrastante, especialmente, si se compara con Guatemala y El Salvador.

Un dato relevante para el presente trabajo de investigación reflejado en el estudio de anterior ha comprobado que con respecto al uso que se hace de esta red el 17% lo hace para comunicarse con amigos y familiares. El 16% para leer información y noticias, el 15% para compartir / subir fotografías, el 9% para actividades laborales, un 8% para hacer nuevos amigos; mientras que un 7% sigue a marcas comerciales, un 6% comparte/ sube vídeos y, finalmente, un 5% lo hace para buscar oportunidades de trabajo (iLifebelt, 2013).

El hecho comprobado de que la mayoría use el Facebook para comunicarse con sus amigos y familiares da un lineamiento para este trabajo de investigación que pretende indagar sobre la influencia de las redes sociales en la construcción de identidad de los adolescentes panameños, específicamente, los del distrito de David, tomando como centro una escuela.

Para constatar lo mucho que influye esta nueva forma de comunicación, especialmente, popular entre los más jóvenes se hace referencia a un estudio de la Universidad de Los Ángeles UCLA que afirma que, las redes sociales ayudan a que los internautas construyan su identidad (Greenfield y Calvert, 2008).

Las conclusiones del estudio fueron publicadas en el "*Journal of Applied Developmental Psychology*" (2008) donde se dice que, a través de la web se puede crear un ideal de sí mismo. Se puede manifestar quién se quiere ser y tratar de crecer en función de eso. Siempre se está maquinando una imagen de sí mismo, siempre se trata de poner en el escaparate lo mejor que se tiene.

Los jóvenes de hoy día, pasan horas frente al ordenador ampliando su círculo de amistades; a través de redes sociales como Facebook, whatsapp o Twitter. Los usuarios crean versiones idealizadas de ellos mismos en los perfiles de los portales más populares.

Según declaraciones de expertos en la materia, la repercusión de estas ventanas hacia el mundo hace que los internautas se fabriquen una imagen de sí mismos con el objetivo de gustar a sus ciberamigos, que les ayuda a desarrollar una identidad propia, si bien, los padres no son conscientes de este fenómeno.

En esta misma línea, un trabajo de investigación titulado: "*Redes Sociales e Intersubjetividad: Facebook como herramienta facilitadora del sostenimiento de la Interacción Intersubjetiva*" de Saiz et al. (2010), se plantea que la red social - Facebook- es una herramienta facilitadora del sostenimiento de la Interacción Social. Para ello, se ha tomado una muestra conformada por un grupo mixto de 50 estudiantes, hombres y mujeres, adultos mayores comprendidos entre 21 y 50 años de edad, de la carrera de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, Argentina; utilizando una metodología, tanto cualitativa como cuantitativa; ya que las variables que se exploraron correspondían a datos cuantificables como a aspectos subjetivos

de la interacción. A través de la encuesta se indagaron las tendencias de uso e interacción que tienen las personas a través de Facebook.

Según los datos recabados a partir de la muestra seleccionada, se afirma entonces que indistintamente de cuántos contactos se tengan en el perfil, no sería posible sostener una interacción frecuente con más de 50 contactos, esto respondería a lo que plantea Gergen (1992) en su texto *"El yo saturado"* donde propone que, por un lado, las nuevas tecnologías permiten que se esté en contacto con más gente; pero por el otro, estas nuevas tecnologías, estarían habilitando más posibilidades de contacto de las que somos capaces de mantener.

Facebook aparece entonces como facilitador de aquella interacción intersubjetiva anhelada, con importante protagonismo en el grupo de amigos y compañeros de colegio, y como una alternativa más para la interacción con el grupo de familiares y compañeros. En este contexto, parte del presente trabajo de investigación busca explorar los motivos que llevan al adolescente panameño a estar en una red social.

Los adolescentes se encuentran en un proceso de descubrimiento de la identidad, quieren descubrir, saber quiénes son, cómo los ven los otros, qué serán mañana. Para el adolescente es vital la mirada del otro y en Facebook encuentran un canal especial para que todos opinen.

Es en este sentido, que se enfoca el trabajo de investigación de Kohan et al. (2010), titulado: *"La mirada del otro en la construcción del perfil en Facebook"*. Donde se observó el lugar que ocupan los otros en este proceso, a nivel subjetivo; el

grado de participación en la construcción de la imagen individual y su incidencia en la modificación de la imagen que cada uno da a conocer de sí.

Estos aspectos se han evaluado a partir de una encuesta realizada a cincuenta personas de entre 20 y 40 años oriundos de capital Federal, Argentina.

Se ha encontrado, que la imagen que se muestra en Facebook se construye a través de un proceso intersubjetivo donde la opinión y la mirada de los contactos ocupan un lugar relevante. Los usuarios de Facebook al momento de efectuar publicaciones tienen en cuenta las opiniones de los contactos de esta red social. Las fotos que publicarán no serán elegidas al azar, sino que seleccionarán aquellas en las cuales se consideren favorecidos en cuanto a su imagen. Unos datos a tener en cuenta son que según Facebook, hay 5 mil millones de fotos de usuarios, 160 Terabytes de almacenaje y que Facebook se reserva el derecho de eliminar fotos inadecuadas.

Del mismo modo, se ha evidenciado el interés de los usuarios en cuanto a los comentarios de los otros sobre sus publicaciones como, así también, de los propios comentarios dirigidos hacia los demás.

En un gran porcentaje, los usuarios de Facebook manifiestan su interés por exponer las actividades de su vida cotidiana, gustos y preferencias a través de fotos, vídeos y comentarios para ser conocidos a través de ellos. Así, también, dejan entrever que el hecho de que etiqueten o comenten fotos propias no resulta ofensivo para ellos.

Resultando llamativa la modificación de las publicaciones en función de los comentarios de los otros.

Este enfoque le da a esta investigación un fundamento para abordar el tema de la importancia del “otro” en la construcción de la identidad.

Así como, también, el interrogante que plantea “el perfil” que se construye en Facebook. Que según una investigación realizada por La Forgia, (2011), que lleva como título: “*El perfil creado en Facebook por parte de los adolescentes*”, donde se interroga sobre cuál sería la finalidad de la creación del perfil. Si éste respondía únicamente a los datos del sujeto, a una expresión misma de la subjetividad o si podría pensarse como algo que estaría estrechamente vinculado a lo social. Se afirma que dado el fin mismo de Facebook, lo social se incluye de manera implícita, regulando las posibilidades de interacción. Aun así, ubican una expresión de subjetividad en cada perfil, cada usuario crea y publica lo que está bajo sus intereses, sin perder de vista que esto está directamente influenciado por lo social.

De esta manera se plantea un constante inter-juego entre lo singular y lo social mediado por las tecnologías en donde lo uno y lo otro se hayan atravesados mutuamente.

Por otro lado, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación constituye en muchos casos, un motivo de preocupación para los padres y es objeto de debate y reflexión para profesionales y estudiosos del tema, ya que han generado nuevas formas de relacionarse y vincularse, que son muy diferentes a las que ocurrían muy pocos años atrás. Algunas de estas nuevas formas son las llamadas comunidades virtuales.

En esta investigación se concluye que la identidad en Facebook estaría condicionada por el tipo de grupos o comunidades a las que el individuo pertenece.

Internet no solo sirve para buscar y obtener información como se pensaba antes de la aparición de la Web 2.0, sino que se ha convertido en una plataforma que impulsa todo tipo de relaciones sociales.

En este sentido, el presente trabajo profundiza en el tipo de relaciones que se van forjando en esta plataforma y cuál es la relación entre los entornos virtuales y el mundo real ¿Se borran fronteras?

Tomando en consideración un trabajo realizado por Bressi et al. (2009), que lleva como título: *“Lo virtual no le quita validez de real a las relaciones”*, donde han propuesto como método de trabajo una encuesta, investigación bibliográfica e investigación en internet.

Según los autores mencionados la clave del éxito de los sitios Web como Facebook son las relaciones sociales que allí se generan; la gente que participa con sus comentarios, fotos, vídeos, entre otros; pero más allá de eso, no hay que olvidar que en este mundo virtual los sujetos siempre participan en un mundo mediado por las opciones que cada red social le ofrece, citando a Downes (2008) quien describe muy bien esta condicionalidad: “Un Sitio Web no es la descripción de la persona.

Es su propia representación a través de su red”. Representación limitada por el propio usuario, siendo él quien decide qué mostrar y por otro lado, por las limitaciones propias del sitio Web. Una idea también importante para agregar en este punto es la que se encuentra plasmada en el libro *“El poder de las redes sociales”* de De Ugarte (2007), el cual muestra cómo la descripción de una persona, desde el punto de vista de las redes sociales, es una abstracción, ya que los

individuos no son representados solamente por fotos, videos y texto sino que las personas se definen por un conjunto de relaciones, de conversaciones y de expectativas que determinan su existencia. Se puede tener solo 10 a 20 contactos y establecer una relación consolidada con cada uno de ellos o tener de 5 a 10 mil contactos de los cuales no se habla con ninguno y sólo los conoce por fotos o por algún mensaje que han dejado en su muro.

La descripción que cada persona elige en Facebook es solo un comienzo, una puerta de entrada a este mundo virtual del cual cada uno elige el camino por donde seguir.

Las nuevas tecnologías como se viene planteando, son innovadoras formas de relacionarse, y estarían condicionando las subjetividades individuales, los lazos sociales y los criterios que utilizan las personas para la creación de su muro dentro de la Red Facebook.

Según un reciente artículo de CBS News, el destacado investigador de redes sociales Rosen (2011a) afirma que Facebook está convirtiendo a los adolescentes en parias narcisistas y antisociales. Su investigación muestra que si bien Facebook puede ayudar a los niños a desarrollar una mayor empatía y proporcionar a los adolescentes tímidos una manera de relacionarse socialmente, también trae problemas de salud mental.

En una charla titulada, "*¿Cómo las redes sociales pueden beneficiar o dañar a nuestros hijos?*", el Dr. Rosen (2011b), profesor de psicología en la Universidad Estatal de California, señaló que los adolescentes que navegan por Facebook a menudo muestran más agresividad, manías, ansiedad y depresión. Según él, estos

síntomas pueden conducir a problemas de salud peores a medida que se hacen mayores. El estudio, centrado en Facebook, se hizo a partir de encuestas online a mil adolescentes que viven en California y con observaciones de 15 minutos a 300 estudiantes mientras leían sus textos escolares.

El profesor Rosen concluye que Facebook también puede afectar al rendimiento escolar de un adolescente y para ello cita estudios que indican que los adolescentes que consultan Facebook con frecuencia obtienen notas más bajas en los exámenes.

La investigación, a cargo del especialista en Psicología señala que el uso excesivo afecta el rendimiento escolar, al aumentar las ausencias y distracción durante el tiempo de estudio. Los adolescentes que revisan su cuenta cada 15 o 20 minutos tienen dificultades en la concentración, según advierte.

Sin embargo, en contrapartida, el acceso a las redes sociales mejora la empatía virtual, en la que el trato con amigos y las muestras de afecto a través de internet influyen positivamente en el humor.

“Los adolescentes que usan Facebook más a menudo muestran tendencias narcisistas mientras que jóvenes adultos con una fuerte presencia en la red social muestran más signos de otros desórdenes psicológicos, como comportamientos antisociales, manía y tendencias agresivas” (Rosen, 2011:125)

No coincide con lo que se observa a diario, con adolescentes que usan Facebook como complemento a la sociabilidad que desarrollan fuera de línea. En una etapa en la que es tan importante la autodefinición, es fácil confundir el ahínco y la frecuencia con que los adolescentes suben autorretratos, música, vídeo y demás elementos de autoafirmación, con narcisismo.

Tal vez, incluso, el narcisismo, esté conceptualmente muy cercano a la autoestima en la adolescencia. ¿Quién no quiere parecer atractivo a su círculo social en esa época? Algunas de las investigaciones, detalladas en el presente trabajo, sobre identidad online nos dicen todo lo contrario, que Facebook puede ser un lugar en el que poner a prueba comportamientos, identidades, de forma emocionalmente mucho más segura.

Incluso es una manera de aprender a tolerar y responder a la crítica en la adolescencia. El papel del adulto está claro aquí, cuando el carácter no sincrónico de algunos tipos de comunicación en redes sociales puede permitir a los padres entrenar habilidades sociales, asertividad, autoestima, de forma mucho más efectiva que antes.

Así como la búsqueda de reconocimiento y popularidad tan propio de los jóvenes, tema que ha sido investigado por las autoras Sánchez y Zoccola (2010) "*Búsqueda de reconocimiento a través del control de lo que se decide publicar en Facebook*" donde se indaga la significación dada a las fotografías publicadas por los usuarios, partiendo de una muestra de 71 personas que poseen al menos una fotografía subida a su perfil, obteniendo a partir de una encuesta datos significativos que corroboran que hay una búsqueda de reconocimiento a través del control de lo que uno quiere mostrar en Facebook. Parecería que en la interacción que se encuentra en Facebook (mediada por la tecnología) habría una mayor posibilidad de control de la imagen presentada o de aquello que se busca mostrar en comparación con la interacción "cara a cara". Puesto que en la primera, la expresividad está mediada por un cierto lapso de tiempo que no aparece en la inmediatez de la

segunda. Creen que este mayor control sobre lo que allí se muestra es utilizado para resaltar o exacerbar aspectos positivos y dejar por fuera lo considerado como negativo, tal vez con la creencia de que lo positivo logra mayor reconocimiento y lo negativo exclusión. Dejando abierta la hipótesis de que en Facebook sería más sencillo construir un personaje, al igual que en una obra teatral, que funcionaría como máscara alegre mostrando una sola cara y que oculta a un sujeto que además posee otros aspectos. Así habría un resguardo de la intimidad del sujeto, un resguardo de otras dimensiones que no estarían invisibles en la interacción cara a cara.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las redes sociales en tanto que plataformas se han ideado como soporte para la representación de identidades; ¿es posible que esas identidades representen fielmente a esos estudiantes? o son una proyección de su propia visión.

¿Cuál es el efecto de la construcción de identidad con el uso de la red social Facebook en el perfil de los estudiantes de séptimo grado de The King's School David?

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El uso de la red social Facebook produce efecto en la construcción de identidad en el adolescente?

1.4 PREGUNTAS AL PROBLEMA

- ¿Cómo se da la construcción de la identidad en el contexto de la red social Facebook en los estudiantes de séptimo grado?
- ¿Qué motivos llevan a un estudiante de séptimo grado a estar en una red social?
- ¿Cuál es el impacto de la producción de contenidos en las redes sociales como parte de la construcción de la identidad de los estudiantes de séptimo grado?
- ¿Cuáles son los principales intereses que integran la identidad del adolescente y su relación con la adaptación al medio escolar?
- ¿Qué conocimiento tienen los actores educativos sobre las redes sociales?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Investigar el efecto de la construcción de identidad con el uso de la red social Facebook en el perfil de los estudiantes de séptimo grado de The King's School David.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la construcción de la identidad en el contexto de la red social Facebook en los estudiantes de séptimo grado.
- Determinar los motivos que llevan a un estudiante de séptimo grado a estar en una red social.
- Establecer el impacto de la producción de contenidos en las redes sociales como parte de la construcción de la identidad de los estudiantes de séptimo grado.
- Caracterizar los principales intereses que integran la identidad del adolescente y su relación con la adaptación al medio escolar.
- Analizar el conocimiento sobre las redes sociales en los actores educativos.

1.6 HIPÓTESIS DE TRABAJO

HI: El uso de la red social Facebook se relaciona con la construcción de identidad.

HO: El uso de la red social Facebook no se relaciona con la construcción de identidad.

1.7 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

¿Por qué pensar en la relación entre estudiantes y redes sociales?

Es inevitable, porque hoy la generación que tiene menos de 18 años, vive en las redes. Las dos más importantes en la vida de los adolescentes son el Facebook y el Whatsapp. Hoy la identidad de los jóvenes no se puede comprender si no se entiende la relación que tienen con esas plataformas. Y a eso hay que sumarle que Internet se hace cada vez más accesible, ya sea a través de computadoras portátiles, tabletas o celulares, con lo que los adolescentes están cada vez más conectados.

Morduchowicz (2006) en su libro *“La generación multimedia”* sostiene que, en lugar de aislarse, sirven para la comunicación de los jóvenes adolescentes con sus pares. En general, cuando los padres compran una computadora a sus hijos y los conectan a Internet, sus expectativas son educativas, como algo del estilo “quiero que lo ayude con la escuela”, como una herramienta pero el principal uso que hacen

los muchachos es comunicativo. Básicamente, se dedican a chatear, con programas de mensajería instantánea o a través de alguna red social. Una de las que más está creciendo, de las más populares, es Facebook que debería ser solamente para jóvenes mayores de 14 años , porque es lo que el sitio permite legalmente, pero, también, la usan muchos preadolescentes, porque falsean la edad y acceden a armar su perfil.

Los modos de vincularse con el mundo se han transformado y los jóvenes son los principales protagonistas de esa transformación; son ellos los que viven esos nuevos modos como naturales y cotidianos.

1.8 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

En este caso la investigación será de tipo etnográfico on-line de acuerdo a Hine (2004), quien la define como “Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo.”

Lo particular de la definición de etnografía virtual es que el mundo a estudiar está ubicado en la red, y ya no aparece como objeto de estudio, sino como herramienta que nos permite a acceder a un campo de información.

Del mismo modo que la etnografía clásica, la etnografía virtual utiliza técnicas de investigación, tales como: las entrevistas, la observación, grupos de discusión, etc. sólo con la particularidad de hacerlo a través de Internet y, gracias, a los nuevos dispositivos electrónicos (smartphones, tablets, portátiles, etc.). Algunos lugares donde se puede realizar son: foros, chats, redes sociales, Messenger, correo electrónico, entornos virtuales, juegos online, entre otros.

Las ventajas de hacer investigación etnográfica virtual son:

- ✓ El tiempo y el espacio. Se puede realizar cualquier técnica de investigación sin tener horarios ni lugares concretos.
- ✓ Poder acceder a grupos de difícil acceso, como por ejemplo: personas con enfermedades concretas.
- ✓ Facilita estudiar temas sensibles.
- ✓ Es un tipo de investigación muy económica.
- ✓ Comodidad del entrevistado a la hora de responder.
- ✓ Permanencia de los datos, ya que quedan registrados de forma textual.

II CAPÍTULO MARCO TEÓRICO

2.0 RESEÑA HISTÓRICA DE THE KING'S SCHOOL DAVID

The King's School que en el español significa "El colegio de reyes" es una institución de educación privada con características superiores, la cual ofrece como pilares educación personalizada y el dominio del idioma inglés, además la sólida formación en valores cívicos y morales.

Fue fundada en el 2001 en la ciudad de Panamá, actualmente, cuenta con una sede principal en el área de Club X en Bethania, en un edificio de tres pisos equipado con tecnología multimedia y gran variedad de recursos didácticos que son la insignia de este grupo escolar.

En el año 2007 con el objetivo de brindar educación bilingüe de calidad superior a la comunidad chiricana, se abre en Chiriquí The King's School David, en donde ofrecen los niveles de Preescolar, Primaria y Premedia.

2.1 REDES SOCIALES

2.1.1 UN POCO DE HISTORIA. COMO NACE LA FAMOSA RED SOCIAL, FACEBOOK

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Zuckerberg en 2004 y fundado por Saverin, Hughes, Moskowitz y Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden

participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

A mediados de 2007 Facebook lanzó las versiones en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos; ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. En enero de 2013, Facebook contaba con la llamativa cifra de 1.000 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas.

2.1.2 FACEBOOK COMO PLATAFORMA

Genera un nuevo tipo de relación entre usuarios al compartir (fotos, eventos, videos), participar mediante opiniones (etiquetas en fotos, notas o vídeos, opiniones vertidas en el muro propio y en el de los amigos de Facebook), al afianzar vínculos (preexistentes y/o generar nuevos). Permite construir un perfil o varios, y utilizar un nombre real o ficticio. A la vez que pueden ingresar datos verdaderos o falsos.

Puede ser usado para “espiar” la actividad de otros usuarios. Destaca los rasgos positivos y exhibitorios. Busca aprobación de los miembros.

2.1.3 REVOLUCIONANDO INTERNET: LAS REDES SOCIALES

El gigantesco giro que se está gestando en Internet a través de las redes sociales constituye el nuevo punto de partida para los teóricos sobre Internet, en tanto especulan que será uno de los mayores cambios que enfrente la red de redes.

“Si se quiere pensar en social network o redes sociales, se podría imaginar la raíz de un gran árbol. Esta maraña se define como una serie de estructuras sociales abiertas en construcción permanente donde los individuos interactúan directa o indirectamente con sus pares, identificados con perfiles o problemáticas similares.

La mayoría de las definiciones que circulan por la red denomina a los individuos en el interior de una red social como nodos y las intersecciones como las relaciones entre ellos” (Mercau, 1991:256). Las redes sociales son elementos de comunicación sumamente importantes, gracias, a ellas se empiezan a redefinir conceptos.

Tienen una velocidad de evolución vertiginosa no sólo en lo que refiere a uso y práctica cotidiana, la cual va en aumento, sino en lo que refiere a la constante actualización de lo que ofrece.

Según O’Farrel (2011), creador de sónico, las redes ya han pasado de ser una moda. El jefe de marketing de sónico expuso en el I Congreso Internacional sobre Redes Sociales que se diera en Perú en 2011, que incluso el e-mail está perdiendo vigencia para pasar a un segundo plano. “Antes todo pasaba por e-mail, hoy por las Redes sociales. Estas sirven para distribuir ánimos, fotos, links, música, vídeos. Es mejor que un portal porque tiene información y contenido relevante.” Como dato relevante se sabe que el 80% de los usuarios de Internet usan las Redes sociales.

Todo se inició con un sitio hoy ya desaparecido, SixDegrees.com por 1997, desde entonces y como es natural en Internet, muchas redes quedaron en el olvido y otras se mantienen, teniendo como las más importantes a Facebook, what's app y Twitter. Su éxito quizás se debe no sólo a la sencilla manera de afianzar las relaciones con conocidos y terceros, sino que incluyen las aplicaciones de uso diario en un solo sitio: correo electrónico, subir y bajar información, mensajería instantánea, compartir vídeos, juegos, entre otros.

Ahora bien, una mención especial se le debe a los celulares que trabajan paralelamente con las redes sociales y su evolución. Son una fuente primordial para el ingreso a éstas, además, cada plataforma de red social configura gran parte de sus características de conectividad a los celulares. El fanatismo que ha generado el seguimiento de las redes ha sido percibido por las empresas de telefonía móvil y están siempre a la vanguardia de ellas. Las empresas de telefonía, vienen publicitando cada vez más los accesos directos a Facebook, incluso, vienen con los programas ya descargados y otras facilidades listas para el uso del cliente.

2.1.4 FACEBOOK EN PANAMÁ: LA ESTADÍSTICA

Este análisis incluye estimaciones poblacionales del 2013 de cada uno de los países de América Latina, proporcionadas por la compañía del gobierno de los Estados Unidos.

ESTIMACIÓN POBLACIONAL CON USO DE FACEBOOK

País	Población del país	Población total en Facebook	Mayores de 18 años en Facebook	% Que usa Facebook	% de usuarios – capital del país
Panamá	3,460,462	769,040	608,660	22.2%	86.2%

Fuente: Elaborado por Ifelbelt Latinoamérica, 2013.

Panamá presenta los usuarios con mayor antigüedad en las redes sociales (Más de 5 años).

Estudios publicados por la firma Tendencias Digitales en forma de infografía, demuestran que América Latina es un lugar que presenta un gran crecimiento en el uso del internet, incluso superior a otros mercados geográficos. El comercio electrónico, la geo-localización y las redes sociales han motivado a los latinoamericanos a permanecer más tiempo en la red.

Los tres países hispanoamericanos que mayor proporción de usuarios concentrados en su ciudad capital con respecto al total de la población sumada a la red social son:

Panamá, ya que el 86.2% de sus usuarios se ubican en la ciudad de Panamá.

Guatemala, el 85.7% de sus usuarios se centralizan en la, de Guatemala. No obstante, en República Dominicana, el 80% de sus usuarios corresponde en la capital, Santo Domingo.

Y como dato curioso en el ranking de las 150 ciudades en Hispanoamérica con más usuarios de Facebook Panamá se encuentra en el número 22.

Como se puede observar que, las cifras no reconocen fronteras sociales ni género. La presencia y el uso de esta red no eximen: clase social, credo, edad ni mucho menos sexo. Hoy, para una persona más en los jóvenes, no estar en Facebook, es como no existir.

2.1.5 LO PÚBLICO VS LO PRIVADO. ¿TODO ES PUBLICABLE EN FACEBOOK?

En "*la intimidad como espectáculo*", (Sibilia, 2008) la autora alerta sobre uno de los signos del mundo digital: "La hipertrofia del yo hasta el paroxismo". Se trata, según ella, de un fenómeno detectable, tanto en los medios electrónicos como en la televisión, así como en la literatura y en el cine, en las grandes producciones como en los trabajos independientes.

Las redes sociales son un terreno propicio para este fenómeno. Cualquier persona con una cámara de vídeo puede crear contenidos sobre su propia vida y subirlos a Internet para compartirlo con millones de usuarios de todas partes del mundo. Es el nuevo fenómeno "Gran Hermano" donde todo se muestra y todos quieren saber.

Como correlato a este fenómeno de "hipertrofia del yo", Sibilia advierte sobre otro aspecto saliente: la "exaltación de lo banal", de la gente común. La explosión

de las intervenciones en la Web se asientan sobre esta característica, por momentos parece que se habla sobre "nada".

Estas dos apreciaciones conducen a algunas de las ideas que nos interesa destacar en este trabajo.

La autora señala que, mientras el espacio de lo privado se exagera y la intimidad se hace visible, los ámbitos públicos son invadidos por el silencio y el vacío:

"(...) hay un desplazamiento hacia la intimidad: una curiosidad creciente por aquellos ámbitos de la existencia que solían tildarse de manera inequívoca como privados. A medida que, los límites de lo que se puede decir y mostrar se van ensanchando, la esfera de la intimidad se exagera bajo la luz de una visibilidad que se desea total. De manera concomitante, el silencio y el vacío invaden los ámbitos considerados públicos. Es claro que las antiguas definiciones no emergen ilesas de todas estas convulsiones. ¿Qué resta, entonces, de la vieja idea de intimidad? ¿Qué significa "público" y qué sería exactamente "privado" en este nuevo contexto? Las fronteras que separaban ambos espacios en los que solía transcurrir la existencia están desintegrándose, en medio de una crisis que desafía dichas categorías y demanda nuevas interpretaciones" (Sibilia, 2008: 41)

Una abrumadora presencia del yo y una exacerbación de lo banal. Ambas transformaciones hablan de nuevas configuraciones entre el mundo privado y el público: se dice mucho "yo" pero poco "nosotros"; se habla mucho de la vida cotidiana pero poco de los asuntos históricos y de la vida en común. Tal como señala Sibilia el espacio privado se infla al tiempo que la intimidad se hace visible y la esfera pública se vacía, se minimiza o incluso, se silencia.

Si bien la conformación de comunidades virtuales puede ser vista como la posibilidad de recrear un espacio para lo público, de sostener un intercambio entre individuos que permita pensar en un "nosotros", se debe reconocer que se presta mayormente a actitudes exhibicionistas de un yo.

Se trata de un yo que sólo quiere mostrarse ante otros y que constituye a esos otros como "platea".

El uso de internet provoca cada vez una mayor reclusión en el espacio privado individual; pero cada vez menos refugio en la propia interioridad. El espacio privado se va tornando en umbral hacia un mundo exterior desde el cual el sujeto se construye para mostrarse.

"Hay que aparecer para ser", postula Sibilia (2008: 76)

2.1.6 MARCO LEGAL

2.1.6.1 Declaración de derechos y responsabilidades

Esta declaración de derechos y responsabilidades ("Declaración", "Condiciones" o "DDR") tiene su origen en los principios de Facebook y contiene las condiciones de servicio que rigen la relación con los usuarios y con todos aquellos que interactúan con Facebook. Al usar o al acceder a Facebook, muestra su conformidad con esta declaración, que se actualiza periódicamente según se estipula.

2.1.6.2 Privacidad

La privacidad es muy importante para Facebook. Ha diseñado una política de uso de datos para ayudar a comprender a usar Facebook para compartir información con otras personas y cómo se recopila y usa la información.

Cada usuario es el propietario de todo el contenido y la información que publica en Facebook y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:

1. Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos (en adelante, "contenido de PI"), le concede específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la privacidad y las aplicaciones: concede una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publique en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, "licencia de PI"). Esta licencia de PI finaliza cuando elimina su contenido de PI o su cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y éstos no lo han eliminado.

2. Cuando se elimina contenido de PI, éste se borra de forma similar a cuando vacía la papelera o papelera de reciclaje de su equipo. No obstante, se entiende que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros).

3. Cuando se utiliza una aplicación, ésta puede solicitar permiso para acceder al contenido e información y al contenido y la información que otros han compartido. Se exige que las aplicaciones respeten la privacidad, y el acuerdo, con esa aplicación controlará el modo en el que la aplicación use, almacene y transfiera dicho contenido e información.

4. Cuando publica contenido o información con la configuración "Público", significa que permite que todos, incluidas las personas que son ajenas a Facebook, accedan y usen dicha información y la asocien al usuario.

5. Siempre se valoran los comentarios o sugerencias acerca de Facebook, que podrían utilizarlos sin obligación de compensarlos por ello.

2.1.6.3 Seguridad

Compromisos de parte:

1. No publicarán comunicaciones comerciales no autorizadas (como correo no deseado, "spam") en Facebook.

2. No recopilarán información o contenido de otros usuarios ni accederán de otro modo a Facebook, utilizando medios automáticos (como harvesting bots, robots, arañas o scrapers) sin nuestro permiso previo.

3. No participarán en marketing multinivel ilegal, como el de tipo piramidal, en Facebook.

4. No subirán virus ni código malintencionado de ningún tipo.

5. No solicitarán información de inicio de sesión ni accederás a una cuenta perteneciente a otro usuario.

6. No molestarán, intimidarán ni acosarán a ningún usuario.

7. No publicarán contenido que contenga lenguaje ofensivo, resulte intimidatorio o pornográfico, que incite a la violencia o que contenga desnudos o violencia gráfica o injustificada.

8. No desarrollarán ni harán uso de aplicaciones de terceros que contengan, publiciten o promocionen de cualquier otro modo contenido relacionado con el consumo de alcohol o las citas o bien de naturaleza adulta (incluidos los anuncios) sin las restricciones de edad apropiadas.

9. Seguirán nuestras Normas de las promociones y cumplirán todas las leyes que sean aplicables si ofrecen en Facebook un concurso, regalo o apuesta (colectivamente, "promoción") o hacen publicidad de ellos.

10. No utilizarán Facebook para actos ilícitos, engañosos, malintencionados o discriminatorios.

11. No realizarán ninguna acción que pudiera inhabilitar, sobrecargar o afectar al funcionamiento correcto o al aspecto de Facebook, como, por ejemplo, un ataque de denegación de servicio o la alteración de la presentación de páginas u otra funcionalidad de Facebook.

12. No facilitarán ni fomentarán el incumplimiento de esta Declaración o sus políticas.

13. No proporcionarán información personal falsa en Facebook, ni crearán una cuenta para otras personas sin su autorización.

14. No crearán más de una cuenta personal.

15. Si inhabilitan la cuenta no crearán otra sin su permiso.

16. No utilizarán la biografía personal para obtener ganancias comerciales, sino que para ello se servirán de una página de Facebook.
17. No utilizarán Facebook si son menores de 14 años.
18. No utilizarán Facebook si han sido declarados culpables de un delito sexual.
19. Mantendrán la información de contacto exacta y actualizada.
20. No compartirán las contraseñas (o en el caso de los desarrolladores, la clave secreta), no dejarán que otra persona acceda a la cuenta ni harán nada que pueda poner en peligro la seguridad de la cuenta.
21. No transferirán la cuenta (incluida cualquier página o aplicación que administren) a nadie sin su consentimiento previo por escrito.
22. Si seleccionan un nombre de usuario o identificador similar para una cuenta o página, se reservan el derecho a eliminarlo o reclamarlo si lo consideran oportuno.

2.1.6.4 Protección de los derechos de otras personas

1. No publicarán contenido ni realizarán ninguna acción en Facebook que infrinja o viole los derechos de otros o que viole la ley de algún modo.
2. Se puede retirar cualquier contenido o información que publiquen en Facebook si consideran que infringe esta Declaración o sus políticas.
3. Facebook proporciona las herramientas necesarias para ayudar a proteger los derechos de propiedad intelectual.

4. Si recopilan información de usuarios: deberán obtener su consentimiento previo, dejar claro que es el usuario (y no Facebook) quien recopila la información y publicar una política de privacidad que explique qué datos recopilan y cómo los usarán.

5. No publicarán los documentos de identificación ni información financiera de nadie en Facebook.

6. No etiquetarán a los usuarios ni enviarán invitaciones de correo electrónico a quienes no sean usuarios sin su consentimiento. Facebook ofrece herramientas de denuncia social para que los usuarios puedan hacer llegar sus opiniones sobre el etiquetado.

2.2 IDENTIDAD

2.2.1. CONCEPTO DE IDENTIDAD

De acuerdo con Erikson (1974), el mayor obstáculo que debe enfrentar el desarrollo de los adolescentes es el establecimiento de la identidad.

Es un saber de quién es uno, hacia dónde se dirige en la vida y en qué forma uno encaja en la sociedad.

Integración y unificación de las diferentes autodescripciones y su estabilidad en el transcurso temporal constituirán el núcleo de la identidad.

Al final de la adolescencia, la identidad comienza a actuar como una fuerza moldeadora que orienta los planes y proyectos de vida.

El contenido de la identidad tiene que ver con los compromisos, las elecciones, la ocupación laboral, los valores, las ideologías, los roles y la sexualidad.

¿Quién soy?, ¿qué hago en la vida?, ¿hacia dónde voy?, ¿qué es lo que me hace diferente?

Los adolescentes buscan respuestas a estas preguntas que giran en torno al concepto de identidad.

A medida que los adolescentes buscan su identidad experimentan con diferentes roles, explorando identidades hasta, a veces, contradictorias.

La formación de la identidad es influida fuertemente por el contexto social e histórico. El “querer ser” de alguna forma ha cambiado por generaciones. Así, se encuentran con adolescentes que adoptan una forma de ser que es una moda. Siendo muy pocos los que están informados sobre lo que significa alguna corriente (ser punk, ser rasta, entre otras.). En cambio la mayoría lo hace para poderse insertar o formar parte de un grupo.

2.2.2 1.A IDENTIDAD DEL ADOLESCENTE

El asunto de la identidad ha sido un terreno bastante explorado en las ciencias sociales, principalmente, desde la sociología y la psicología social. El desarrollo de nuevas herramientas de comunicación, a partir de la plataforma tecnológica ofrecida por la Internet, ha permitido desarrollar redes sociales virtuales, en las cuales el concepto de identidad adquiere nuevos matices y manifestaciones. Los

espacios virtuales de socialización ofrecen nuevas instancias de comunicación, generación de nuevos códigos comunicativos y sistemas de significación. Así mismo, ofrecen la posibilidad al individuo de convertirse en emisor y mensaje de sí mismo.

Construir identidad en Facebook no significa simplemente armar un perfil. Existen estrategias y narrativas ligadas a la construcción de identidad (Bruner, 1991). El autor enfatiza en los aspectos narrados de la identidad cuando los jóvenes relatan sus historias personales bajo la forma de perfiles en Facebook.

La construimos allí, en el uso, de un modo dinámico, a partir de diferentes lenguajes y en la interacción con los otros.

Entendiendo la identidad como construcción, de un modo dinámico y cambiante, no como algo estático.

Un trabajo realmente importante, casi un clásico, para el estudio del concepto sobre la identidad en la era de Internet es el libro "La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de la internet" (Turkle, 1997). Este estudio describe cómo la "cultura de la simulación" está afectando a nuestras ideas acerca de la mente, del cuerpo, de la identidad y de la máquina. En el ciberespacio, que ya forma parte de sus vidas, cuando se lee un correo, se hace una reserva de viajes desde el ordenador, se está ya en el ciberespacio, se pueden intercambiar ideas y asumir personalidades creadas. También, se tiene la oportunidad de crear nuevas comunidades, comunidades virtuales en las que se participa con gente de todo el mundo y con las que se puede mantener relaciones íntimas, pero que quizá nunca hayamos visto. La construcción de la identidad en la "cultura de la simulación",

experimentada en Internet sólo se puede entender, como afirma el autor mencionado, como parte de un contexto cultural más amplio. En Internet se les anima a los cibernautas, según la autora, a pensar sobre ellos mismos como “fluidos, emergentes, descentralizados, múltiples, flexibles y constantemente en proceso” (Turkle, 1997 :141). Más tarde en su obra de 2009, examina las construcciones y reconstrucciones del yo en la realidad virtual (creación mediante redes computacionales). “Se trata de un contexto que erosiona los límites entre lo real y lo virtual, lo animado e inanimado, el yo unitario y el múltiple. Aquí desaparece la corporalidad de la comunicación cara a cara y se permite una comunicación pluridireccional y dialógica más influenciable por todos sus participantes con una cantidad de información ciertamente desbordante” (Turkle, 2009: 171).

Las nuevas plataformas están dando ocasión a muchas personas anónimas para que se expresen e interactúen en la red de manera diferente a como lo hacen en la vida real.

Un yo puede estar teniendo lugar en una sala de chat, mientras otro tiene lugar en la vida real. “En estos nuevos espacios se piensa que los usuarios encuentran una nueva libertad para exponer o expresar sus identidades como algo flexible e innovador y a través de este complejo juego de identidades (construcción experimental de identidades) crear nuevas formas de relación en las nuevas formas de ser” (Hornig, 2006 :125)

2.2.3. RECORRIDO TEÓRICO DEL CONCEPTO DE IDENTIDAD

Hacia 1923 Freud utilizó el concepto de "identidad" en relación a las identificaciones proyectivas que realiza el sujeto en el devenir de su existencia, igualmente, insistió en la relevancia de la imagen corporal como identificación para la formación del yo.

Freud (1926) no desarrolló una teoría sobre la identidad personal aunque sí habló una vez de su íntima identidad judía. Según la teoría freudiana, la diferenciación del yo como una estructura separada del ello se apoya, también, en factores madurativos y en la capacidad de identificación con otros seres humanos. El carácter de un individuo puede considerarse como un precipitado de las catexis objetales abandonadas. El autor consideraba que la identificación interviene en la estructuración del aparato psíquico y en muchos procesos psicológicos como la formación del yo y del superyó, la formación de los grupos, el control de la agresión, las elecciones de objetos, la evolución del complejo de Edipo, la elaboración onírica, los actos fallidos, la formación de síntomas, entre otras.

Posterior a esto, Hartmann (1950) afirmaba que la identidad sería el conjunto de capacidades, talentos, deseos, impulsos, fantasías, emociones y capacidades que posee el individuo, todas estas formaciones psíquicas que posibilitan que el sujeto se sienta como integrado y a la vez que existe algo propio y único de él, esto es lo

que denomina identidad. Hartmann avanza en la elaboración del concepto y realiza una diferenciación entre lo que él denomina self y lo que nombra como yo.

El primer término se referiría a un concepto referido al sí mismo, a su vez el yo sería un sistema psíquico organizado, el cual no es semejante al concepto de personalidad o al de individuo y, tampoco, es un símil a la noción de sujeto como opuesta a la de objeto.

Más adelante, la autora Klein (1962) desarrolla el concepto de self como una representación que se instaura en el yo, y es desde la diferenciación y permanencia de estas representaciones que depende el sentimiento de identidad.

De esta manera, el concepto de identidad sería referido más al de self que al de yo, Filloux (1960) se refiere al concepto de personalidad, que para él es un sinónimo de identidad, como la configuración y organización particular que toman los sistemas y mecanismos responsables de la conducta del individuo a través de su historia de vida. Jacobson hacia el año de 1964 y tomando como base las aseveraciones realizadas por Hartmann, desarrolla aún más el concepto trabajado por este autor del self, indicando que éste abarca a la persona total del individuo, al cuerpo, a la organización psíquica y a sus partes. Segal (1965) retoma conceptos kleinianos, afirmando la existencia de dos tipos de identificaciones: la identificación introyectiva y la identificación proyectiva. La llamada identificación introyectiva es una consecuencia de la introyección del objeto en el yo y a su vez la identificación proyectiva es el efecto de la proyección de partes del propio self en un objeto.

Empíricamente se puede decir que, la identidad personal corresponde a la imagen que un individuo tiene de sí mismo, lo que cree que es; es semejante pero al mismo tiempo diferente de otras personas; es un sentimiento de sí mismo particular que es continuo a pesar de cambios internos y externos; tiene un nombre, un apellido, una familia, una nacionalidad, una profesión; tiene una identidad. La imagen que tenga un individuo de sí mismo puede estar muy distante de su realidad: en estados de fuga, el individuo olvida a veces hasta su nombre y apellido; en casos de personalidades múltiples, el individuo se siente con identidades diferentes en momentos diferentes.

En las teorías psicoanalíticas existe cierto consenso de que la identidad personal se construye por identificaciones del individuo con las figuras parentales, hermanos, compañeros y otras figuras significativas como maestros, profesores, líderes nacionales, internacionales o religiosos. La identificación comprende un conjunto de procesos inconscientes, preconscientes y conscientes, adaptativos y defensivos por medio de los cuales el yo hace suyos rasgos y características de otras personas o de normas de ideologías sociales. La identificación es particularmente activa para la estructuración de la personalidad en los primeros años de la vida, empero el ser humano continúa haciendo identificaciones a lo largo de su existencia (Bransky, 1984).

Para la teoría kleiniana el yo existe y opera desde el nacimiento, y se va desarrollando como resultado de un interjuego proyectivo-introyectivo; pero será primero la identificación introyectiva del pecho, más tarde de la madre como un objeto total, que determinan la base de la estructuración yoica (Klein, 1975).

Erikson es quien hizo de la identidad personal un concepto psicoanalítico y desarrolló en varias de sus obras este concepto (Erikson, 1959-1978). Para él, la formación de identidad yoica es un proceso que surge de la asimilación mutua y exitosa de todas las identificaciones fragmentarias de la niñez. La gradual selección de las identificaciones significativas, la anticipación de la identidad y la re-síntesis al final de la adolescencia, son funciones de integración y síntesis del yo, donde el yo es considerado como una instancia de la teoría estructural.

Según Erikson, el desarrollo humano psicosocial procede con pasos críticos o crisis, siendo la crisis una característica de los cambios decisivos, de los momentos de elección entre el progreso y la regresión, la integración y el retardo. Efectivamente, este autor describe ocho edades del hombre en el ciclo de vida y en cada una la identidad personal va formándose y evolucionando. Pero es durante la adolescencia que se vuelve más álgida la crisis y la reformación de identidad personal (Carvajal, 1993).

Erikson no solamente toma en cuenta los componentes biológicos y psicológicos, sino que enfatiza mucho más en el papel de la historia personal, en los factores sociales dentro de una cultura determinada. Considera que la identidad se forma progresivamente en una relación de mutualidad entre el individuo y la madre, y más tarde con la sociedad, y siendo gran parte de la identidad inconsciente al individuo y a la sociedad. "La identidad yoica 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" (Erikson 1982: 35).

Este autor señaló que, la formación de la identidad es un proceso que se desarrolla durante toda la vida, es decir, evoluciona junto con nosotros. Aun así, las raíces de la formación de la identidad se remontan a la más temprana infancia, cuando el bebé aprende a diferenciarse de su mamá y el mundo que le rodea, y se consolida durante el periodo de la adolescencia.

La adolescencia implica muchos cambios prácticamente a todos niveles, fisiológicos, emocionales, sociales, etc. En cuanto a la identidad, “el adolescente intenta integrar lo que sabía de sí mismo y de su mundo como niño, en un continuo de conocimientos pasados, experiencias presentes y metas futuras. De tener éxito en la consolidación de su identidad, logra elaborar un sentido cohesivo de sensación personal que le permite orientarse en la vida; el fracaso en esta tarea da lugar a una interpretación caótica y confusa de su personalidad y de su entorno” (Erikson 1982:52)

Otra psicoanalista, Greenacre (1957), también, señala que el sentido de identidad siempre implica algún tipo de relación con otros, puesto que incluye la comparación y el contraste con los demás, es decir, conocer y asimilar las diferencias y similitudes con aquellos que nos rodean. También hizo énfasis en los aspectos corporales de la identidad; planteó un continuo de desarrollo de la identidad a partir de 1) la imagen corporal que el niño adquiere, 2) la imagen de sí mismo que ya incluye atributos como sexo, género, expectativas, y termina en 3) el desarrollo de la identidad.

Hablar de la identidad desde el psicoanálisis es complejo, porque éste no es estrictamente un concepto psicoanalítico. Es un concepto que hace más a la psicología social que ningún otro. Se construye la identidad a través de otros.

“La identidad en permanente migrar, en el encuentro con otros, la identidad de modo intersubjetivo, interrelacional, diferenciándonos y asemejándonos, los unos y los otros, los de acá y los de allá, con los del pasado, los del presente y los del futuro” (Greenacre, 1957: 126)

Al mismo tiempo se debe concebir este concepto como algo condenado a una paulatina e interminable conformación: lejos de ser una estructura inamovible, es una configuración altamente dinámica.

2.2.4. IDENTIDADES DIGITALES

Para hablar de identidades digitales se tiene que tomar a las redes como escenario de representación múltiple.

La identidad como ya se ha mencionado no es un atributo innato a los seres humanos, es el resultado de un proceso constante de construcción entre la persona y los referentes culturales que la rodean.

La era digital plantea nuevos escenarios de construcción múltiple de identidades en los que la identidad real convive con una o varias identidades digitales, es decir, aquellas con las que las personas median sus relaciones en el plano de lo virtual.

La identidad cumple una doble función que vincula a la persona con un grupo particular a partir de las similitudes compartidas y a su vez individualiza a partir de las diferencias.

En las comunidades online, la identidad virtual sirve como interfaz entre la persona física y otro usuario virtual. La tecnología plantea un nuevo sustrato de negociación e intercambio cultural. Como menciona en su obra Turkle: "En el mundo mediado por computadoras el "self" es múltiple, fluido y constituido en interacción con conexiones entre las máquinas" (Turkle, 1997: 46)

En Facebook se encuentran posicionamientos de identidad visuales del estilo: "mírame y por mis amigos me conocerás" y es en este sentido en el que se dirigirán algunos interrogantes en este proyecto.

2.2.5. LA ADOLESCENCIA EN LA ERA DIGITAL

La adolescencia es para algunos autores, como un segundo nacimiento: hay que adaptarse a un nuevo cuerpo, a unos padres que se des-idealizaron, a nuevos roles, y empezar a dibujar un proyecto de vida propio, independiente. Con estas condiciones se produce en la adolescencia una nueva vuelta de construcción subjetiva, es decir, de construirse como sujetos, formando parte de una cultura, que los envuelve, los atraviesa y les confiere características particulares.

Pensar entonces cómo es la construcción subjetiva en la época digital, de Internet, Redes Sociales, Facebook, celular, todos los productos tecnológicos de

una cultura que marca en sus adolescentes una impronta particular. Conocer cómo estas tecnologías mediatizan las relaciones interpersonales con los pares y adultos, es una manera de entender y saber qué pasa por las cabezas de los adolescentes. El uso de las tecnologías de la información y la comunicación constituye en muchos casos, un motivo de preocupación para los padres, y es objeto de debate y reflexión para profesionales y estudiosos del tema; ya que han generado nuevas culturas y formas de relacionarse y vincularse que son muy diferentes a las que ocurrían muy pocos años atrás.

Hoy se puede hablar de una identidad “digital”, utilizando palabras del prestigioso profesor Gagliano (2010) de quien se toman algunas expresiones vertidas en una conferencia dada en Argentina, en la ciudad de Catamarca. Hoy se habla de una identidad digital, una subjetividad digital, es decir, una construcción como sujetos que se hace computadora e Internet de por medio. Los jóvenes tienen una percepción de los espacios, del tiempo, de los vínculos, que está dada por una subjetividad digital, dice Gagliano, porque tiempos, espacios y vínculos, mediados por las computadoras e Internet, adquieren significados muy distintos a los tiempos, espacios y vínculos que tenían los adultos en otras épocas. Hoy los jóvenes se ponen de novio con alguien que puede estar a miles de kilómetros, se “ven” y se “escuchan” todos los días, cámaras y micrófonos mediante y sienten esas relaciones como si fueran vívidas y concretas, como las de carne y hueso. “Se ha perdido la corporeidad” (Gagliano, 2010: 56) amigos y novios virtuales, sin cuerpo. Internet

hace perder la corporeidad, hace que los jóvenes vivan en una especie de desmaterialización de los cuerpos, por las vidas digitales, virtuales.

La interacción que permiten las nuevas tecnologías plantea entonces nuevas formas de comunicación y de construcción subjetivas; puesto que, los jóvenes no sólo consumen contenidos de los medios, sino que ellos mismos los generan y los suben a la red, los comparten con otros, los reproducen, los comentan. Estas formas de interacción que se han incorporado a la vida cotidiana posibilitan el desarrollo de diferentes formas de socialización.

2.3. LOS ADOLESCENTES Y LAS REDES SOCIALES

2.3.1. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL EN INTERNET

Frente a quienes afirman que Internet ha sustituido la “sociabilidad directa”, Morduchowicz (2006), sostiene que los intercambios virtuales no debilitan ni reemplazan las formas de encuentro y sociabilidad tradicionales, sino que las refuerzan.

El principal uso que hacen los adolescentes de internet es para comunicarse. En Panamá son cada vez más los jóvenes que chatean, visitan una red social, mandan mails o bloguean. Éstos son los usos más importantes que los chicos en todo el mundo, hacen de internet. Otros usos son buscar información, hacer la tarea escolar,

escuchar o bajar música, ver vídeos en línea y jugar. La gran mayoría de quienes tienen un perfil en una red social lo revisa todos los días.

No hay dudas de que, para la mayor parte de los adolescentes, la principal función de la web es comunicacional. El chat y las redes sociales son los medios más frecuentes que tienen en este sentido y, por ello, constituyen el principal motivo de la atracción que despierta internet para los adolescentes: estar comunicados con sus amigos, después de la escuela. Precisamente por eso se puede decir que la vida social de los jóvenes hoy se mueve entre dos esferas: la virtual (online), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio, y la real (offline), en el mundo de sus relaciones cara a cara (Morduchowicz, 2008). Los adolescentes entran y salen de ambos universos permanentemente, sin necesidad de distinguir sus fronteras de manera explícita.

III CAPÍTULO MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE ESTUDIO O ENFOQUE

El presente estudio por su naturaleza tiene elementos tanto cualitativos como cuantitativos, por lo que busca conseguir por medio del enfoque mixto una apreciación más integral y completa que ayude a clarificar la investigación.

Como lo explica Sampieri: "El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema" (Hernández et al. 2006: 755).

El fenómeno de la identidad de los estudiantes en el fascinante mundo de las Redes Sociales tiene características complejas por lo que el estilo de investigación apropiado para abordarlo es el que corresponde a la metodología mixta, tanto cualitativa-cuantitativa, dado que el análisis por variables sólo relacionaría causas y efectos sin tener en cuenta las múltiples dimensiones que distinguen a la realidad social.

Es importante señalar que, el diseño metodológico trata de responder al objetivo general de la investigación, el cual pretende describir el efecto de la construcción de identidad y los significados en los estudiantes dentro de la red social Facebook.

Para la recolección de datos se hacen uso de los métodos etnográficos on-line de Hine, (2004), dada la pertinencia de sus proposiciones, cuando alude a que la etnografía on-line no debe de contemplarse sólo como el estudio de los usos de

Internet, sino también las prácticas sociales en línea y de qué manera estas son significativas para la gente.

Se utiliza el método de investigación descriptiva, ya que es aquella que, recopila, registra, analiza e interpreta la información en este estudio con el objetivo de describir la estructura del fenómeno de la construcción de identidad de los estudiantes panameños de séptimo grado y su dinámica a través de las redes sociales.

3.2 ENFOQUE CUALITATIVO:

La metodología cualitativa seleccionada para llevar adelante la investigación permite obtener datos basados en las propias opiniones de las personas captando de este modo las respuestas a las interrogantes planteadas.

En los estudios observacionales, la recolección de los datos se basa en el registro de comportamientos de lo observado.

La etnografía según Atkinson y Hammersley (1994) es un tipo de investigación social que tiene las siguientes características:

- Fuerte énfasis en la exploración de la naturaleza de los fenómenos sociales.
- Tendencia a trabajar inicialmente con los datos no estructurados, es decir, datos que no han sido codificados en términos de un sistema de categorías analíticas cerradas.
- Se trabaja con un número reducido de datos.

- El análisis de datos implica una interpretación explícita de significados y funciones de las acciones humanas.

En los estudios etnográficos, el investigador se involucra en la realidad para observarla de manera natural y así encontrar hipótesis que faciliten su comprensión y descripción. El investigador en este caso, se familiariza en la Red Social, incluyéndose como amigo de los estudiantes usuarios de Facebook, y de esta manera, poder observar de forma directa cuál es la dinámica entre ellos en la red.

La investigación cualitativa es, especialmente, eficaz en los escenarios donde existe poco o ningún conocimiento sobre un tema tal y como ocurre con la problemática de la identidad en las redes sociales en los estudiantes panameños.

Dado que el diseño no es prefigurado sino que puede ir reformulándose en la medida que el proyecto avanza y captando en toda su dimensión el proceso por el cual los actores construyen la realidad, permitiendo a lo social ser reconocido como algo en permanente en construcción y no como algo indiscutible e inevitable, algo que por lo naturalizado se considere una verdad que no admite discusiones.

Se utiliza la guía de observación online a través de la técnica cualitativa de la Bitácora.

3.2.1. DEFINICIÓN DE VARIABLES CUALITATIVAS

3.2.1.1. CATEGORÍAS

1. Discurso que se utiliza.
2. Tipo de fotografías.
3. Códigos que manejan en la comunicación.
4. Tono emocional del discurso.
5. Construcción de la identidad

3.3. ENFOQUE CUANTITATIVO

La presente investigación, también, tiene aspectos cuantitativos; ya que estudia los efectos entre las variables, en este caso la construcción de la identidad y la red social Facebook, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados a través de sus instrumentos.

Tomando en cuenta lo expuesto por Sabino C. (1992) quien afirma que, la investigación descriptiva va más allá de la toma y tabulación de datos; supone un elemento interpretativo del significado o importancia de lo que describe, combinando así el contraste, la interpretación y la evaluación.

3.4. DEFINICIÓN DE VARIABLES

CUADRO DESCRIPTIVO:

Objetivos específicos	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Instrumentación
1. Identificar la construcción de la identidad en el contexto de la red social Facebook en los estudiantes de séptimo grado de la Escuela The King's.	Red social Facebook.	Red social: es una serie de estructuras sociales abiertas en construcción permanente donde los individuos interactúan directa o indirectamente con sus pares, identificados con perfiles o problemáticas similares (Rose, 2010).	Porcentajes obtenidos indicarán la frecuencia de uso, los criterios para seleccionar contactos y los tipos de contactos. Si + del 50% de las personas puntúan la mismas respuestas será significativo.	Cuestionario 1, compuesto por 10 ítems. (Ver Anexo)

	Identidad	Según Erikson (1974), identidad es un saber de quién es uno, hacia dónde se dirige en la vida y en qué forma uno encaja en la sociedad.	Porcentajes obtenidos se basarán en las respuestas que arroje la población investigada. Si + del 50% de las personas puntúan la mismas respuestas será significativo.	Cuestionario 2, compuesto por 7 ítems. (Ver Anexo)
2. Determinar los motivos que llevan a un estudiante de séptimo grado a estar en una red social Facebook.	Motivos a estar en la red social Facebook.	Motivos: causa o razón que justifica la existencia de una cosa o la manera de actuar de una persona. (Diccionario Manual de la Lengua Española Vox, 2007)	Ficha cualitativa: Análisis de contenido.	Ficha cualitativa 1: se observará el comportamiento y uso de la red Facebook por parte de los participantes.
			Si + del 50% de las personas puntúan la mismas respuestas será significativo.	Cuestionario 4. Sobre la motivación de estar en la red social Facebook, los ítems 1, 2,3.

3. Establecer el impacto de la producción de contenidos en las redes sociales como parte de la construcción de la identidad de los estudiantes de séptimo grado de la Escuela The King's.	Producción de contenidos y construcción de identidad.	Producción de contenidos en las redes sociales son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario (Kaplan y Haenlein, 2010).	Ficha cualitativa: Análisis de contenido Si + del 50% de las personas puntúan la mismas respuestas será significativo.	Ficha cualitativa 2 se observará y supervisará el registro de las publicaciones de los participantes. Cuestionario 4. Sobre la construcción de la identidad de los estudiantes, los ítems 4, 5, 6, 7, 8,9 y 10. (Ver anexo)
4. Caracterizar los principales intereses que integran la identidad del adolescente y su relación con la adaptación al medio escolar	Intereses que integran la identidad y adaptación al medio escolar.	Integración de identidad: comparación constante y el establecimiento de semejanzas y diferencias con los otros. Pueden	Ficha cualitativa: Análisis de contenido	Cuestionario 2, compuesto por 7 ítems. Enfocado a conocer criterios utilizados en relación con fotografías propias y ajenas que se publican. (Ver anexo). Cuestionario 3 compuestos por 7 ítems sobre escritos que se publican. (Ver anexo) Ficha cualitativa 2 Se observará y supervisará el registro de las publicaciones de los participantes.

		distinguirse intereses sociales, personales, lúdicos, deportivos y artísticos que aparecen en la interrelación de una red social. (Turkle, 2009)		
5. Analizar el conocimiento sobre las Redes Sociales en los actores educativos.	Redes sociales.	Red social: es una serie de estructuras sociales abiertas en construcción permanente donde los individuos interactúan directa o indirectamente con sus pares, identificados con perfiles o problemáticas similares. (Rose, 2010)	Si + del 50% de las personas puntúan la mismas respuestas será significativo	Cuestionario 5 aplicado a educadores sobre el conocimiento sobre las Redes Sociales Cuestionario 6 aplicado a padres de familia sobre el conocimiento de las redes sociales.

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según su diseño este tipo de investigación es descriptiva no experimental; ya que no hay una manipulación de las variables.

Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, se basa en variables que ya ocurrieron o se dieron en la realidad sin la intervención directa del investigador, es un enfoque retrospectivo. (Hernández et al. 1991).

3.6. UNIDAD DE ANÁLISIS

3.6.1. POBLACIÓN

El estudio se lleva a cabo con estudiantes de séptimo grado de la Escuela The King's School. Dicho plantel se localiza en el barrio del Carmen, ciudad de David, corregimiento de David. Panamá.

3.6.2. MUESTRA

En investigación se conoce como muestra a una parte significativa para desarrollar el estudio. En este sentido, se trabaja con cuatro alumnos de séptimo grado de la escuela The King's School David quienes poseen perfil de Facebook y lo usan con frecuencia.

3.6.3. SELECCIÓN DE MUESTRA

En una primera instancia, para conformar la muestra, se realiza un sondeo o primer filtrado con el fin de seleccionar adolescentes de la escuela The King's School de David, que tuvieran perfiles en Facebook. Para esto se confecciona una encuesta de dos opciones que se realiza en el colegio, en sus aulas de clases. La cual se entrega a todos los alumnos de séptimo grado.

Al momento de realizar el primer sondeo y de confeccionar dicha encuesta, no hay restricciones en cuanto al rango etario ni género.

Designación de muestra por autorización en la participación en la red y se descarta a quienes no son tan participativos en la red.

3.6.4. CUADROS SOBRE UNIDAD DE ANÁLISIS.

CUADRO I ESTRATOS DE LA POBLACIÓN.

ESTRATOS	VARONES	Frecuencia relativa	MUJERES	Frecuencia relativa	TOTAL	Frecuencia relativa
ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO	5	45%	6	55%	11	100%
ESTUDIANTES MUESTRA	2	18%	2	18%	4	36%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

CUADRO II EDADES DE LA MUESTRA.

Edad	12 años	Frecuencia relativa	13 años	Frecuencia relativa
Estudiantes	3	75%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

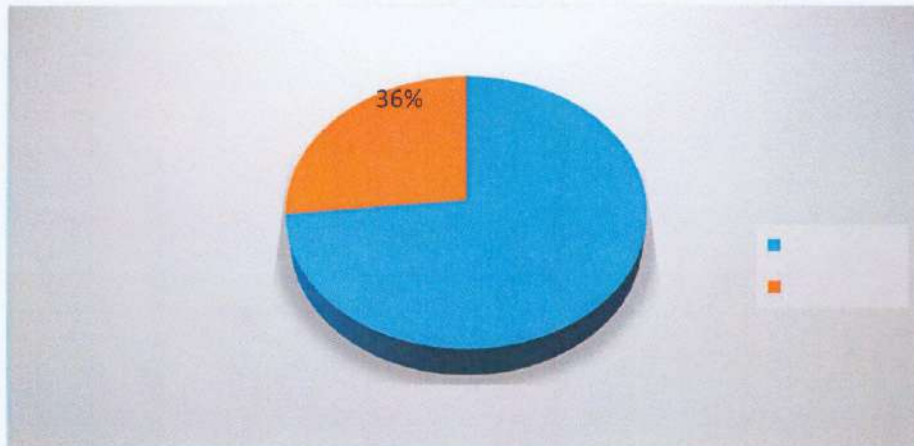
CUADRO III SEXO DE LA MUESTRA.

Sexo	Cantidad	Frecuencia relativa
Masculino	2	50%
Femenino	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

3.6.5. GRÁFICAS SOBRE UNIDAD DE ANÁLISIS

Gráfica 1. Estratos de la población



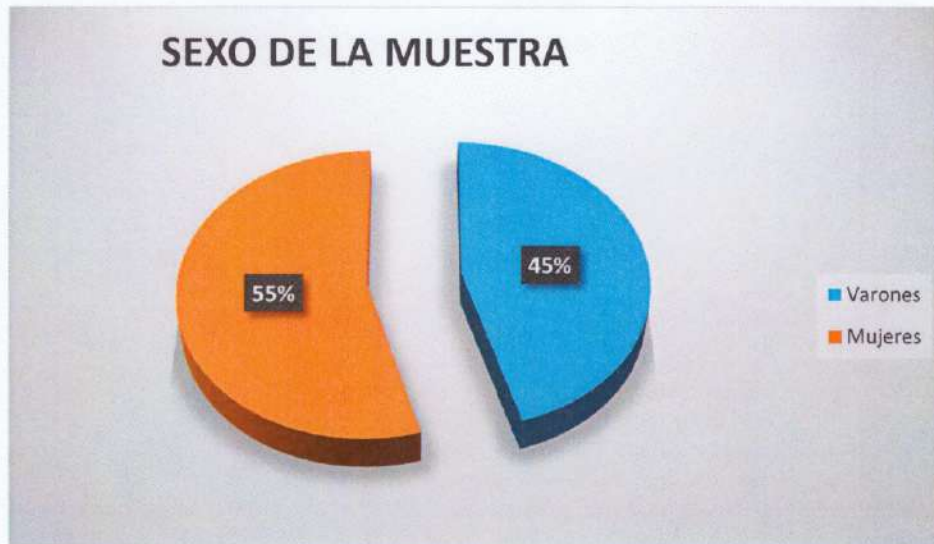
Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 2. Edades de la muestra



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 3. Sexo de la muestra



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

3.7. DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Para la recolección de datos, se utiliza:

- ✓ Observación dentro de la Red Social Facebook: a través de esta técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.
- ✓ Cuestionario: a través de la formulación de una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Observa los hechos a través de la valoración que realiza de éstos, el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a sus valoraciones subjetivas.

Cuestionario 1 a estudiantes: Se diseñaron 10 preguntas con el objetivo de conocer sobre la frecuencia y el uso de la Red social Facebook. Está dirigida a los estudiantes de séptimo grado. Enfocada a conocer frecuencia de uso, criterio para seleccionar contactos y tipo de contactos.

Cuestionario 2 a estudiantes: Se elaboraron 7 preguntas con el propósito de conocer la construcción de identidad en relación a las imágenes que se publican. Está dirigida a los estudiantes de séptimo grado.

Tomando en cuenta que la identidad no es solo la imagen que el sujeto proyecta, sino el conjunto de visiones que él tiene de sí mismo unida a la que el resto tiene de él, las

preguntas irán enfocadas a conocer criterios utilizados en relación a fotografías propias y ajenas.

Cuestionario 3 a estudiantes: Se elaboraron 7 preguntas con el propósito de conocer la construcción de identidad en relación a los contenidos que se publican. Está dirigida a los estudiantes de séptimo grado.

Cuestionario 4 a estudiantes: Se confeccionaron 10 preguntas que miden ambas variables, uso de Facebook y construcción de identidad. Mide motivación que los lleva a estar en red social. Está dirigida a los estudiantes de séptimo grado.

Cuestionario 5 a educadores: Se elaboraron 4 preguntas sobre el papel de la Red social Facebook en el contexto escolar.

Cuestionario 6 a padres: Se elaboraron 10 preguntas que reflejan el conocimiento sobre el uso de la red social Facebook en sus hijos y la noción de identidad.

Ficha cualitativa I para la observación y análisis del registro de las publicaciones en la red social de los estudiantes de séptimo grado. Guía de la observación online.

Preguntas guía de la observación como participante de Facebook. El investigador será “amigo” de Facebook de todos los miembros de la muestra y desde allí observará todo lo relacionado a las publicaciones de los estudiantes de séptimo grado en la Red Social.

Fichas cualitativa II para la observación y análisis del registro de las publicaciones en la red social de los estudiantes de séptimo grado. Guía de la observación online.

Preponderancia temática en la Red Social.

3.8. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO QUE SE LE APLICA A LOS DATOS OBTENIDOS.

Matriz de datos en Excel, frecuencias y porcentajes.

Las fórmulas de matriz en Excel son las que nos permiten realizar cálculos sobre varios elementos que pertenecen a una matriz. Las fórmulas de matriz pueden devolver varios resultados o un único resultado. Se coloca una fórmula de matriz en un rango de celdas y utiliza para calcular una columna o fila de subtotales. También se coloca en una sola celda y calcula una cantidad única.

FÓRMULA DE MATRIZ DE EXCEL

C1	A	B	C	D
1			1	
2			2	
3			3	
4			4	
5			5	
6				

Fuente: Excel, 2013

Fórmula para el porcentaje:

Porcentaje = cantidad/total

Así, para hallar el porcentaje hay que dividir la cantidad de la que se quiere saber el porcentaje entre el número total. En el caso $50/500 = 10\%$, es decir, 50 es el 10% de 500.

IV CAPÍTULO ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS

Después de recolectar la información a través de una encuesta, apoyada en 4 cuestionarios a estudiantes adolescentes que usan Facebook, uno a padres de familia y uno a actores educativos, conformado por siete a catorce (7 a 14) ítems de tipo abanico, es decir, las respuestas consistieron en una serie de alternativas, entre las cuales el encuestado escogió la que creyó conveniente; se procedió a la interpretación y análisis de cada uno de los ítems, para dar cumplimiento al desarrollo de los objetivos diseñados por los investigadores.

Al respecto, Balestrini (2002), señala que “se debe considerar que los datos tienen su significado únicamente en función de las interpretaciones que les da el investigador; ya que de nada servirá un cúmulo de información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico”.

Por lo tanto, se procedió a representar de manera general, en forma gráfica y computarizada, el análisis porcentual de los resultados obtenidos; para ello, se emplearon diagramas circulares y la técnica que se utilizó, se basó en el cálculo porcentual de cada ítem.

Tomando en cuenta el objetivo específico: Identificar la construcción de la identidad en el contexto de la red social Facebook en los estudiantes de séptimo;

- ✓ Según cuestionario IV a estudiantes: el 100% de los encuestados cree que Facebook aporta a la identidad, es decir, los resultados indican que el uso de la red social es significativa para la construcción de la identidad.

- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: la mitad de los encuestados considera positiva la influencia de Facebook, es decir, no se marca diferencia significativa en relación a la influencia positiva o negativa de Facebook para la formación de la identidad.
- ✓ Según cuestionario III a estudiantes: un 75% no siente afectación negativa de lo publicado en Facebook, es decir, no se marca diferencia significativa sobre la afectación de las publicaciones de los otros en sus muros.
- ✓ Según el cuestionario II a estudiantes: el 75% elimina las etiquetas de fotos en las que no salen favorecidos o las ocultan, lo que muestra que el uso de la red social es significativa de la construcción de identidad.
- ✓ Según la Ficha cualitativa I de observación del comportamiento de los estudiantes en la red sobre cómo se relaciona el éxito de Facebook con la construcción de identidad se evidenció que la búsqueda de aprobación para sentirse seguros es el factor común de las personas más jóvenes.
- ✓ Las observaciones permitieron determinar puntos de contacto entre la vida off line y online y demuestra la influencia significativa de la construcción de la identidad en estas plataformas.

En base al objetivo específico: Determinar los motivos que llevan a un estudiante de séptimo grado a estar en una red social;

- ✓ Según el cuestionario I a estudiantes: un 75% de los encuestados entra a Facebook diariamente, es decir, que estar conectado todos los días con sus amigos es un motivo significativo en el uso de la red social.

- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: equitativamente en un 25% los motiva conocer amigos, actualizar el muro, chatear y navegar en la red social respectivamente, es decir, no hay una tendencia marcada en cuanto a la motivación en el uso de la red.
- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: se encontró que al 75% le parece muy importante tener un perfil en Facebook y al otro 25% no le da relevancia a estar en una red social, es decir, que es significativa la pertenencia a la red social.
- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: la mitad de los encuestados considera que los motiva el interés personal y el restante 50% la referencia de amigos, lo que indica una motivación significativa tanto de los otros como personal a estar en la red.
- ✓ Según el Cuestionario I a estudiantes: Se observó que un porcentaje representado por el 50% refleja que los usuarios tienen más de 400 amigos en la red social; mientras que en igual medida en un 25% se encuentran los que tienen entre 200 y 400, y menos de 150 respectivamente. Lo que indica que es altamente significativa la motivación a tener gran cantidad de amigos en la red en relación a la construcción de la identidad.
- ✓ Según el cuestionario I a estudiantes: un 75% de encuestados afirma aceptar las invitaciones de amistad; mientras que un 25% asevera lo contrario, es decir, es significativo aceptar amigos como motivación a estar en la red social.
- ✓ Según el cuestionario I a estudiantes: sobre cuál es el criterio que utilizan para aceptar invitaciones, se observó que un elevado porcentaje, representado en un

75% que se distribuye entre el 25% que no acepta a quien no conoce de forma personal y el 50% que acepta solo a quien conoce, o sea, que los resultados arrojan que es significativa la motivación de conocer a los amigos que pertenecen a sus perfiles en la red.

- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: un 75% manifiesta que sus padres no conocen sus contraseñas mientras un 25 % expresa que sí las conocen, o sea, el desconocimiento de las contraseñas por parte de los padres de los usuarios es significativa.
- ✓ Según el cuestionario I a estudiantes: un 25% constituido por las mujeres de la muestra acepta a chicos que les gustan, los conozcan o no, lo que indica que el motivo de gustarles no es marcadamente significativo para incluirlos en la red.

Tomando en cuenta el objetivo específico: Establecer el impacto de la producción de contenidos en las redes sociales como parte de la construcción de la identidad de los estudiantes de séptimo grado;

- ✓ Según la ficha cualitativa I y II guías de la observación online a estudiantes donde se observa qué buscan cuando escriben en los muros de Facebook: los adolescentes de la investigación buscan un lugar donde estar cómodos, un lugar donde poder expresarse, es decir, resulta significativa la motivación de la aceptación de sus pares en la red.
- ✓ Según la ficha cualitativa I de la observación del comportamiento de los estudiantes en Facebook sobre la imagen que construyen y que proyectan, una de sus mayores aficiones es publicar imágenes de sí mismos ("selfies" la mayoría de las veces).

- ✓ Según la Ficha cualitativa I guía sobre el comportamiento de los estudiantes en la red, se observa qué lleva a estos adolescentes a ventilar sus intimidades en Facebook es ganar popularidad y lograr la aceptación de sus pares.
- ✓ Según el cuestionario III a estudiantes: al plantear sobre la temática de producción de contenidos escritos el 50% manifiesta que escribe sobre temas personales, un 25% sobre la escuela y otro 25% de amigos, es decir, que no hay una tendencia significativa en cuanto a la temática de la producción escrita.
- ✓ El cuestionario II a estudiantes evidencia un uso muy frecuente de las publicaciones de fotos en el perfil, puesto que el 50% lo hace a diario mientras que el restante 50% en partes iguales, lo hacen entre una vez a la semana y cada quince días. Es decir que es significativo, ya que estos porcentajes revelan que las personas les gusta, generalmente, subir fotografías.
- ✓ Según el cuestionario III a estudiantes, se evidencia que el 25% elige publicar sobre la escuela, otro 25% sobre las actividades diarias, distribuido equitativamente un 17% sobre amistades y familia, mientras que, un 16% están las fotografías de momentos vividos recientemente, lo que indica que no se evidencia una tendencia marcada hacia alguna área en particular.
- ✓ El cuestionario II a estudiantes indica que existe un porcentaje elevado hacia una selección de la imagen que desea mostrar; ya que se refleja en un 75% el cual elige las fotografías que más los favorecen, mientras solo un 25% publica sin filtro. Lo quiere decir, que si es significativo seleccionar imágenes que le benefician.

- ✓ Según el cuestionario II a estudiantes: Un porcentaje elevado, en un 75% refleja no tener alguna razón especial para publicar fotos y en menor frecuencia un 25% lo hace para que sus contactos los conozcan mejor. Lo que se interpreta que es significativo, el publicar fotos sin una razón en particular.
- ✓ Según el cuestionario III a estudiantes: En la primera categoría los resultados reflejan un 75% que escribe todos los días en su perfil lo que arroja un dato significativo en cuanto al uso de la red social.
- ✓ Según el cuestionario III a estudiantes: al plantearles a los estudiantes si existe diferencia entre lo que escriben con un familiar de aquello que escriben con amigos un 50% contesta afirmativamente, un 25% de forma negativa y un 25%, algunas veces, es decir, es significativa la diferencia entre lo que escriben entre familiares y amistades.
- ✓ Según el cuestionario II a estudiantes: el análisis refleja una respuesta muy variada sobre el etiquetado; ya que en igual porcentaje 25% quita etiquetas si no les favorecen estéticamente, 25 % por privacidad, 25% porque los compromete, y un 25% aduce no tocar las etiquetas, demostrando ser significativo el etiquetado de las fotos.
- ✓ Según la ficha cualitativa II mediante la que se observa el comportamiento de los estudiantes: se puede, a través de lo que publican, conocer cómo es la juventud panameña de hoy.

✓ Sobre el nombre propio:

En líneas generales, los adolescentes no se privan de compartir sus nombres reales y otros datos personales en la red social. Sin embargo, ninguno escribe el nombre completo.

✓ Sobre las fotos:

Aunque Facebook sugiere que la foto del perfil sea tipo carné, los jóvenes no siguen la norma.

Respecto de la información falsa, esta se divide en dos:

- ✓ En primer lugar, los adolescentes dan información falsa sobre la dirección específica en que se ubica su domicilio, (aunque contradictoriamente tienen el lugar específico de donde viven en un mapa que ofrece Facebook). Además, en aquellos casos en que el usuario sea menor de 13 años, se miente respecto del año de nacimiento porque, de lo contrario, Facebook no permite registrarse en la página.
- ✓ Una segunda clase de información falsa brindada en Facebook, y que merece un tratamiento diferenciado, es aquella que refiere a las actividades o estados que no son realidades actuales pero que aspiran a serlo.

Uno de ellos tiene que estudia en la UNACHI y que tiene trabajo en Greenpeace.

En otro perfil dice que la ciudad donde vive es Miami.

✓ Sobre los amigos:

La inclusión de “amigos” está en constante crecimiento, cada día incluyen un promedio de 4 amigos.

✓ Sobre el Chat:

Algunos de ellos se cambiaron de colegio en los últimos años y, gracias, a Facebook mantienen contacto con sus ex compañeros. A su vez, sus ex compañeros conocen a sus actuales compañeros de colegio y terminan siendo amigos en Facebook. Una de las usuarias conserva los lazos de amistad con sus ex compañeros según se evidenció en la observación y está al tanto de lo que pasa día a día en su ex colegio.

✓ Según la ficha cualitativa II se realizó un análisis de los temas más comunes entre la población estudiada o preponderancia temática dentro de los adolescentes investigados dentro de Red Social Facebook:

- A nivel Social (amistades): mantienen mayor contacto con un grupo de amigos que en su mayoría son compañeros de clases, donde comparte información constante y suben fotos con ellos desde el salón de clase o si realizan alguna actividad extracurricular. Se destaca que los etiquetan en dichas fotos.
- A nivel familiar suben fotos con familiares pero la mayoría son de hermanos, primos o tíos, no así con sus padres.
- Deportes y música: la población comparte información constante de sus gustos por algún tipo de música o deporte en su mayoría con mayor inclinación hacia el "football", se identifican con sus ídolos o artistas favoritos, dándole "like" a las páginas de dichos artistas o dan compartir cuando es de su interés.
- Actividades Sociales (entretenimiento): son de escribir en sus muros o identificar qué están haciendo en un momento dado o si asistirán algún

lugar específico, en ocasiones a través de aplicaciones que especifican en qué lugar o sitio se encuentran.

Entretenimiento (juegos): se evidenció gran actividad en los juegos y aplicaciones, principalmente, en los varones

- Estados emocionales: Utilizan sus muros para decir cómo se encuentran emocionalmente para expresar sus sentimientos ya sean positivos o negativos.
- Religión: De lo observado en la población estudiada, hacen referencia a Dios, donde explican que han recibido bendiciones o solicitan fortalezas para lograr sus metas o agradecer por lo que han recibido, se evidenció con más tendencia en los varones.

Tomando en consideración el objetivo específico: Caracterizar los principales intereses que integran la identidad del adolescente y su relación con la adaptación al medio escolar los resultados reflejan que:

- ✓ Según el cuestionario IV a estudiantes: al ser indagados sobre la cantidad de grupos a la que pertenecen el 75% está incluido en dos a cuatro, otro 25% en más de 4 grupos, lo que se interpreta que es altamente significativa la pertenencia a grupos en relación a los intereses que integran la identidad de los adolescentes. Según el cuestionario IV a estudiantes: un elevado 75% aduce no utilizar la red social en actividades escolares, otro 25% sí la usa, lo que indica, que no es significativo el uso escolar de Facebook en relación a la identidad.

- ✓ Según la ficha cualitativa II a estudiantes: que guía la observación del comportamiento entre su grupo de amigos sobre si los temas rondan a través del ámbito educativo.

El uso de Facebook por parte de los adolescentes de la localidad en estudio está volcado, principalmente, a la interacción social y al entretenimiento, aunque, también tiene lugar la actividad escolar en menor grado, lo que no proyecta una significativa relación entre la identidad y el uso escolar de Facebook.

Teniendo en cuenta el objetivo específico: Analizar el conocimiento sobre las Redes Sociales en los actores educativos;

- ✓ Según el cuestionario VI aplicados a padres, se obtuvo que frente al ítem sobre el interés de los padres en el Facebook de sus hijos el 50% manifestó que nunca le preguntan nada relacionado a su uso, mientras que, un 25% dijo que sí al ser indagado; otro 25% afirmó que solo a veces les preguntan, lo que indica que el interés de los padres en la red social no es significativo en cuanto al uso que le dan sus hijos a esta herramienta.
- ✓ Según el cuestionario VI a padres: el 100% supervisa las cuentas de sus hijos, lo que indica que es significativa la supervisión del Facebook de sus hijos.
- ✓ Según el cuestionario VI a padres: un 75% cree que los contactos de sus hijos son familiares, mientras el 25% considera que son amigos, es decir, que es significativa la consideración del tipo de contacto de sus hijos.
- ✓ Según el cuestionario VI a padres: al ser indagados sobre las actividades que realizan sus hijos, el 50% manifiesta que buscan información sobre los grupos al que pertenecen, otro 25% sube imágenes y fotos y el otro 25% usa

aplicaciones como juegos, vídeos o música. No se marca una tendencia significativa en cuanto al conocimiento de los temas que abordan sus hijos en la red.

- ✓ Según el cuestionario VI a padres de familia: un 75% manifiesta que Facebook influye de manera positiva en sus hijos, otro 25% cree que es una influencia negativa, es decir, es significativa la incidencia de Facebook en la construcción de identidad de sus hijos.
- ✓ El cuestionario V a actores educativos indica que un 75% de los educadores manifiesta no utilizar Facebook como herramienta pedagógica, el restante 25% resuelve dudas a través del chat de la red social, lo que indica que no es significativo el uso de la red social en el ámbito educativo por parte de los docentes.
- ✓ Según el cuestionario V a actores educativos: un 50% manifiesta que la influencia de la red es positiva en sus estudiantes, el restante 50% la considera negativa, es decir, no se marca diferencia significativa en relación a la influencia positiva o negativa de Facebook para la formación de la Identidad según los docentes.
- ✓ Según el cuestionario V a actores educativos: un 50% considera que el área de influencia que prevalece en Facebook es la conductual, un 25% cree que es emocional, un 13% manifiesta que es en el área académica y el otro 12% en el área social, es decir, que la tendencia más significativa se marca en el área conductual y no se marca diferencia significativa en el área educativa.

4.2. CONCLUSIONES

Culminada la investigación acerca de la construcción de identidad en los estudiantes de séptimo grado de la Escuela The King's School y atendiendo a los objetivos planteados se procede a presentar las siguientes conclusiones:

- El estudio determinó en cuanto a:

El nombre propio:

Los adolescentes no se privan de compartir sus nombres reales y otros datos personales en la red social. Sin embargo, ninguno escribe el nombre completo.

Las fotos:

Aunque Facebook sugiere que la foto del perfil sea tipo carné, los jóvenes no siguen la norma, pues, suben las que les gustan sin apegarse a lo recomendado. Las fotos son una prueba de que se hacen las cosas que se dicen, por lo que éstas deben tener especial correlación con su mundo offline, y eso los llevaría a quitar las etiquetas en dos tercios de la muestra por diversos motivos que comprometen el resguardo de sus identidades, por ello, otra razón de mayoría por la que pedirían se les borrara de una foto es la de salir en una situación comprometedora.

Detrás de cada foto subida por los adolescentes se esconde inseguridad y una búsqueda de aprobación de sus amigos. Además, si al publicar un determinado contenido no obtienen ningún "Me gusta" ni cumplidos o si llega su cumpleaños y no reciben el

número de comentarios que esperaban, los jóvenes se sienten frustrados y avergonzados, ya que interpretan esto como que "no son populares".

La información falsa, esta se divide en dos:

En primer lugar, los adolescentes dan información falsa sobre la dirección específica en que se ubica su domicilio, (aunque contradictoriamente tienen el lugar específico de donde viven en un mapa que ofrece Facebook). Además, en aquellos casos en que el usuario sea menor de 13 años, se miente respecto del año de nacimiento porque, de lo contrario, Facebook no permite registrarse en la página.

Una segunda clase de información falsa brindada en Facebook, y que merece un tratamiento diferenciado, es aquella que refiere a las actividades o estados que no son realidades actuales pero que aspiran a serlo.

- Se pudo evidenciar, a través del estudio que la subjetividad ocupa un lugar de importancia dentro de la red social y es tomada con seriedad por parte de los adolescentes. Facebook es un espacio de interacción con otros y que tienen un impacto en la vida off line. El uso de Facebook se basa en conexiones de personas reales. Los adolescentes construyen su identidad online basados en la identidad offline y en la relación con otros adolescentes, que a su vez se identifican en la red social de la misma manera.
- Unánimemente los alumnos del centro educativo en estudio consideran que Facebook aporta a la construcción de la identidad; ya que los resultados demostraron un valor revelador; puesto que, la totalidad de los estudiantes respondieron que sí es significativo el uso de la red social Facebook para la construcción de la identidad. Cabe señalar que, la mitad de la población estudiada

manifiesta que el uso del Facebook interviene en dicha construcción, lo que significa que la frecuencia y la intensidad con las cuales utilizan dicha red social influye en la construcción del “yo” y así alimentan su identidad en la plataforma, lo que podría llamarse identidad digital por el interés de conseguir la atención de los demás y volverse más conocido o populares.

- Solo un cuarto de la muestra considera que le afecta las publicaciones u opiniones de los otros vertidas en la red, sin embargo, los usuarios no cuentan todo sobre ellos, pero sí lo que los demás esperan que ellos digan, siempre mostrando una forma idealizada o mejorada de su identidad, y evitar así que les afecte negativamente como se evidencia en las encuestas.
- La investigación reflejó que, a la mayoría de la muestra le preocupa la imagen que proyectan; puesto que dos tercios de los encuestados afirmó que, eliminan las etiquetas de fotos que no los benefician o no salen favorecidos. Lo que significa que a la población estudiada, le preocupa el cuidado de la imagen y de generar una buena impresión; ya que está directamente relacionadas con la imagen idealizada. Dichos resultados fortalecen, aún más nuestro estudio, porque ello demuestra que, que el uso de Facebook incide directamente con la construcción de identidad.
- De acuerdo con la población estudiada, Facebook, da la posibilidad a los usuarios observados de saber sobre su vida, a través de sus lazos sociales e interacciones con los demás usuarios; pero no de un modo preexistente, sino de un modo constructivo, lo que quiere decir que la interacción online influye en el desarrollo

de su identidad de una manera dinámica y cambiante. Hay una revisión y evaluación permanente sobre sí mismo tratando de buscar su “yo” ideal.

- La pertenencia y desarrollo personal, están relacionados con intereses comunes con otros individuos, lo que da como resultado que se identifiquen con pares o individuos semejantes, es decir, con otros adolescentes, lo que significa que modelan conductas de los amigos que se relacionan al uso del Facebook, a la cantidad de amigos que tienen en sus perfiles y a la alta influencia de éstos en la construcción de identidad. Dicho factor, evidencia que, la totalidad de la muestra mantiene una gran cantidad de “amigos” dentro de la red social Facebook.
- Se puede inferir que existe un marcado interés por tener amigos; ya que dos tercios de los informantes manifestó que usa Facebook por la búsqueda de amistades; mientras que, el tercio restante dijo que sólo por estar en la red. Los datos reflejan que, los círculos de amigos en la adolescencia definen el **yo** con relación al otro. Es el fin primordial, afianzar la amistad y, además, ser popular (o anti popular, lo cual lleva una carga implícita de popularidad).
- El hecho de que la mayoría aceptó a quienes conoce refleja un grado de responsabilidad en cuanto a no aceptar desconocidos en la red. Sin embargo, si se analiza con otro ítem donde se pregunta sobre la cantidad de amigos parece contradictorio suponer que conoce a más de 400 personas que son las cantidades que se reflejaron en los amigos de los usuarios. Esto muestra que muchos jóvenes priorizan la popularidad y tener la mayor cantidad de amigos, aunque, no los conozcan en detrimento de la privacidad del entorno cercano offline.

- Un cuarto de la muestra encuestada acepta a aquellos que les gustan, lo conozcan o no, lo que indica que la red es utilizada mayormente por mujeres para socializar no solo con amigos, sino, también, para propiciar relaciones interpersonales de plano amoroso o sentimental.
- Por otra parte, dos tercios de los informantes afirmó que entran diariamente a esta red social. Lo que hace ya parte de su cotidianidad y de su rutina. Dicho porcentaje conlleva a inferir que, el hecho de revisar su Facebook constantemente es para estar actualizado de lo que sucede dentro de su perfil y sus contactos, enriqueciendo su identidad con la participación constante.
- Los factores, tales como: conocer amigos, chatear, navegar y actualizar el muro influyen para el uso del Facebook, lo que se interpreta que, de igual manera, dichos factores intervienen en la construcción de la identidad en relación a utilizar o socializar en el Facebook.
- La mayoría de la muestra considera muy importante tener un perfil en la red social, uno de los principales motivos para vincularse y crear una identidad digital, en una red social como Facebook está, claramente, ligado a la idea de socialización online, que le permite a los usuarios permanecer en contacto: continuar estableciendo vínculos y compartiendo, con personas del pasado y el presente, con quienes no puede compartir tiempo físico; así como con personas cercanas para realimentar o complementar los encuentros que ocurren en los ambientes offline de la vida cotidiana. Sin embargo, hay un factor más de fondo, se trata de la creación, proyección y el mantenimiento de la imagen personal idealizada, que se logra, gracias, a las herramientas que Facebook otorga como

referente de materiales simbólicos para la construcción de la identidad digital. Aunque, sea a base de “selfies” y “me gusta”, la mayoría de los adolescentes de la muestra buscan expresarse sin consulta ni opinión de adultos, es decir, sin vigilancia y sin suspicacias, pues, lo que buscan es popularidad y aceptación de sus pares.

- La mayoría de los usuarios de la investigación publicaron dentro de sus datos: sus teléfonos celulares. No se observa un cuidado especial al publicar datos personales en la web. Casi todos los chicos publican su nombre completo, colegio, localidad, fecha de nacimiento y mail como parte de la información personal. Casi la totalidad expone fotos de su casa, sus habitaciones. Se pudo evidenciar que, los adolescentes no distinguen las características de un espacio público y uno privado, y que consideran que la información expuesta está sólo al alcance de amigos y conocidos. Aunque hay señales que indican que sus perfiles incluyen a desconocidos.
- Las páginas de los usuarios de la red social evidencia que, allí se encuentra exhibido, con distinta intensidad y grado de audacia, todo lo que tradicionalmente se consideraba parte de la intimidad: conversaciones cotidianas, rumores, salidas con amigos, fotos familiares, estados anímicos y comunicación del malestar físico y/o psicológico.
- En relación a la producción de contenidos la investigación evidencia que, los estudiantes suben o mantienen una serie de información constante lo que se interpreta que la escuela, las amistades y temas personales forman parte de la

interacción diaria del adolescente lo que influye en la construcción de la identidad.

- Sobre el uso de fotos e imágenes se comprueba que está directamente ligadas a la imagen que quieren transmitir y el hecho de que apuntan a querer mostrarse bien ante los demás y mantener una imagen aceptada por los usuarios. Esa aprobación y aceptación de la imagen propia, se evidencia como un producto de la construcción de la identidad propiciada por la imagen que plasman.
- Los resultados reflejan que existen opiniones divididas sobre el tipo de publicaciones fotográficas en la red, prevaleciendo lo cotidiano por sobre lo familiar y excluyendo las fotografías de viejos recuerdos. Esto conlleva a inferir que, los adolescentes de la muestra seleccionada dan prioridad a lo que sucede en el instante o en la actualidad, obviando el pasado.
- Para la mayoría de los encuestados, la imagen es un factor altamente relevante e importante en el proceso de construcción del yo y en la construcción de la identidad digital. Las fotos son un referente claro y veraz de que el usuario de Facebook actúa como dice y que es similar a la imagen que intenta proyectar, y es la manera más común de llamar la atención y de ser vistos. La importancia de dejar una buena impresión ante los demás, tanto del usuario como la de sus amigos, conlleva a deducir que hay una revisión y evaluación permanente de lo que se dice sobre el yo, ya sea en imágenes o texto, y viceversa, sobre el otro. Es por esto que, las personas tienden a mirar a su alrededor para ver cómo están actuando los demás y en consecuencia, elegir su tipo de actuación.

- Gran parte de la población estudiada, publica fotos en Facebook con el objetivo de recordar momentos que ya vivieron con otros usuarios o personas en actividades offline (en una fiesta, cumpleaños, en el colegio, otros.), y para darse a conocer o establecer un referente de identificación ante los demás, pero sin tener una razón especial. Es importante destacar que, uno de los elementos más importantes que tienen para construir su identidad en las redes sociales, a través de la exposición de fotos, imágenes. Es una de las principales herramientas de la red en relación a la identidad.
- Se encontraron dos formas de presentar el nombre en Facebook, por un lado, predomina el uso de abreviaturas del primer y segundo nombre; pero el apellido aparece completo. En caso de no aplicar esta regla, los adolescentes optan por duplicar alguna vocal de la primera o segunda sílaba del nombre. Esta característica pudo apreciarse tanto en hombres como en mujeres, por lo tanto, se considera una moda entre los adolescentes de la muestra. Por otro lado, aunque, en menor medida, se sustituye el apellido por el de algún famoso o se combina el apellido propio con otro, que refiera a los gustos personales del adolescente, como "Nicolás Bieber" (por Justin Bieber). Incluir una referencia de este tipo en el nombre da pauta de consumos culturales.
- Existe mayor prevalencia en el sexo femenino de realizar "selfies" de manera constante, evocando o modelando conductas de personas o ídolos famosos donde acostumbran a tomarse fotos de sí mismos, tratando de llamar la atención y así obtener la mayor cantidad de "likes" o "me gusta", buscando así popularidad. Se resalta que en la mayoría de las fotos que suben de sí mismas, etiquetan a sus

redes de amigos más cercanos, con la intención de captar la mirada de sus amigos y lograr interacción virtual a través de los comentarios que puedan realizar dentro del Facebook.

- En tanto los varones apuestan con mayor énfasis a lograr el interés de los demás, en actividades que realizan, como lo es el deporte o si tienen un hobby como lo es tocar un instrumento musical, como una manera de poner al tanto a sus amigos o seguidores de las actividades en que se desenvuelven con la intención de recibir halagos o comentarios positivos.
- Si bien Facebook no tiene horarios y se adecua al descentramiento temporal, las relaciones que los adolescentes desarrollan allí tienen relación con su comunidad local: Los vínculos fuertes dentro de la red se establecen con personas que comparten su zona geográfica y que tienen lugar en su vida cotidiana off line. Facebook resulta un complemento a las formas tradicionales de interacción social, con especificidades que le son propias, pero que emulan el contacto cara a cara.
- No se refleja una frecuencia constante de publicaciones relacionadas con los padres, pero sí de hermanos y primos, es decir, una generación más cercana en gustos e intereses lo que refuerza el carácter interactivo y constructivo de identidades apoyándose en la relación con los pares.
- Sobre la relación con la adaptación al medio escolar, desde un enfoque social se observó el poder relacionarse con otros compañeros desde el colegio, sin embargo, si se enfoca sobre el uso para temas académicos su utilidad es muy baja.

- Es importante resaltar que los interés de los adolescentes están enfocados a actividades fuera del colegio mayormente, lo que incrementa el ego al sentirse mejores que otros, y la autosatisfacción.
- En cuanto al estrato **padres**, se evidencia que, la mitad de los padres no presentan interés sobre el uso de la red social Facebook, no obstante, la totalidad de los padres encuestados supervisa las cuentas de sus hijos. Lo que conlleva a inferir que, los padres de familia tienen control sobre lo que realizan sus hijos en Facebook.
- La mayoría de los padres consideran que, los contactos de sus hijos son familiares, hecho que se contrasta con la información que se tiene de parte de los estudiantes y los resultados se inclinaron a la inversa lo que demuestra un desconocimiento por parte de los padres de los contactos que tienen sus hijos en los perfiles.
- La mitad de los padres encuestados consideran que el uso que se hace de Facebook por parte de sus hijos tiene que ver con los grupos a los que pertenece y, en menor medida, sobre producción de contenido y música o vídeos. En contraste con lo observado en los estudiantes no parece haber una coincidencia temática del uso de la red social y su relación con la identidad.
- Dos tercios de los padres familias perciben como positiva la influencia sobre el uso de la red social Facebook en relación a la construcción de identidad.
- En cuanto a la opinión de los docentes, la mayoría no percibe la red social Facebook como una opción o herramienta académica para utilizarla con sus estudiantes.

- Existe un conocimiento sobre la mencionada red social por parte de los actores educativos, particularmente, los docentes mantienen cuentas de Facebook, sin embargo, pocos la usan para fines pedagógicos o asignaciones a sus estudiantes, le dan uso a nivel personal, lo que es indicativo que a pesar de que están en la era de la tecnología, no es una herramienta empleada en el ámbito académico. No obstante, se encontró un profesor que armó un grupo de matemática para interactuar de manera educativa en la red.
- Los educadores no tienen un consenso, con respecto a la influencia que puede tener el uso de la red social Facebook en la construcción de identidad del adolescente.
- Los docentes encuestados marcan con mayor tendencia que el Facebook tiene mayor influencia en el área conductual, seguida de la emocional y no tanto así en lo social y académico.

4.3. RECOMENDACIONES

Planteadas las conclusiones se procede a presentar las siguientes recomendaciones:

- Se considera oportuna la planificación a largo plazo de una jornada sobre el uso de la Red Social Facebook y su influencia en la construcción de identidad de los adolescentes, a través de un convivio estudiantil. A cargo de estudiantes de la carrera de Psicología de la UNACHI.

Con el objetivo de concientizar a la población estudiantil sobre el uso de Facebook y su relación con la construcción de identidad. Con el fin de promover el hábito de reflexionar y evaluar la información que se vierte en la red y los riesgos que esto puede representar para su seguridad personal o familiar y lo importante que la interacción con los otros es para la construcción de la identidad en estas plataformas durante esta etapa de sus vidas.

- Es recomendable la formación y capacitación a estudiantes del último nivel en la promoción del uso adecuado de las redes sociales y sus vicisitudes, a través de la implementación de un taller grupal. Actividad a largo plazo a cargo de psicólogos educativos y especialistas en el área de navegación y uso de internet, con el auspicio de empresas que se dediquen a la comercialización de la comunicación (Cable onda, Cable & Wireless, Movistar y Claro).

Capacitar a estudiantes sobre el uso adecuado de las redes sociales e internet, dirigidos a los estudiantes de últimos niveles de escolaridad (undécimo y duodécimo grado) con el objetivo de ser entes multiplicadores y promotores de dichos temas en los grados inferiores. Como parte de su labor social, dejando así huellas en otras generaciones, siendo multiplicadores de la ética en el manejo del internet, y la utilización de las redes con fines educativos y progresistas, con el fin de crear un tratado digital sano, y regulado.

- Debido a que la importancia que tienen las redes sociales en los adolescentes posee un valor y una carga psicosocial pesada para éstos, el mantenerse socialmente activo y fortalecer interacciones online forma parte de su rutina diaria; el conservar una gran cantidad de amigos (aunque no los conozcan), la aceptación a solicitudes de amistades y ser popular forman parte de su desarrollo como individuo, en este caso directamente sobre la construcción de la identidad, que lleva en muchos casos a exponerse a una serie situaciones riesgosas en su uso. Se considera prudente la implementación de talleres grupales sobre el desarrollo de habilidades sociales con el uso de las redes sociales como Facebook. A cargo de los psicólogos y orientadores de centro educativo. Dichos talleres tienen como objetivo a corto plazo que los adolescentes puedan autorregularse y ser entrenados sobre el uso de redes sociales de manera segura, para que no se vuelvan dependientes al uso de Facebook, dando como resultado el desarrollo de estrategias y elementos protectores para evitar desajustes a nivel emocional, socio-afectivo y comportamental en ellos.

- Se estima conveniente la implementación de Programas Psicoeducativos en la Institución, para ayudar a autorregularse en el uso de las Redes Sociales, a través de un programa interdisciplinario a cargo de los actores educativos del centro en conjunto con entidades gubernamentales y no gubernamentales (MIDES, MINSA, MEDUCA, Fundaciones, Asociaciones de padres y de consumidores).

Considerando que las redes sociales son una realidad de la sociedad y no una opción, los adolescentes deben utilizarlas, explorarlas y comprenderlas. Ellos están en un proceso de construcción de la identidad y más aún los nativos digitales, que manejan las nuevas tecnologías, sin miedo a la exploración y se permiten el ensayo y error. Se plantea, por ello, la creación de programas en los centros educativos a nivel Básico, Premedia y Media con el objetivo de ayudar a que se autorregulen en el uso de las redes sociales, para así evitar situaciones de riesgo social y psico-emocionales.

- Como especialistas del campo de la Psicología Educativa, el rol que corresponde es el de brindar y desarrollar proyectos que fomenten el desarrollo social y afectivo- emocional, en este caso del desarrollo de la identidad con el uso de las redes sociales.

La construcción de la identidad y el uso de las redes sociales en los adolescentes, es una realidad que no se puede evitar, lo que significa que no es un hecho aislado, por el contrario, está en constante dinamismo. Para ello, es preciso trabajar de manera interdisciplinaria con otras entidades como las ya mencionadas, para crear propuestas de soluciones educativas de intervención adaptadas a las necesidades de los alumnos y a las características del contexto. En

este sentido, los especialistas en psicología educativa pueden realizar consultorías e investigación; a través del análisis de situaciones escolares problemáticas y brindar soluciones de lo investigado, para así asesorar y lograra a largo plazo entrenar a los diferentes gabinetes psicopedagógicos para que lleven a cabo los procesos de intervención, para lograr así un manejo digital sano, productivo, constructivo para los adolescentes sobre el uso las redes sociales en el desarrollo de la identidad.

- Sería oportuna la organización de una escuela para padres, a cargo de los actores educativos de la institución, con la promoción de la revista “Guía pautas para navegar por las redes sociales” elaborada por los investigadores a disposición en formato digital.

La guía “PAUTAS PARA NAVEGAR POR LAS REDES SOCIALES” sobre el uso responsable por parte de los adolescentes está dirigida a jóvenes, padres, madres y docentes. Su objetivo es brindar a largo plazo, herramientas respecto al tránsito en las redes, con el fin de generar las condiciones para que tengan una orientación apropiada. El material está dividido en tres partes, cada una de las cuales se corresponde con un acercamiento a la red social Facebook, adolescentes e identidad respectivamente. Los temas abordados refieren a la construcción de identidad del adolescente a través de la red social Facebook. La guía está sustentada en el hecho de que los modos de vincularse con el mundo se han transformado y los jóvenes son los protagonistas de esa transformación; son ellos los que viven esos nuevos modos como naturales y cotidianos. Los autores entienden que parte del éxito de Facebook entre los adolescentes radica en el

hecho que es allí donde ellos construyen su identidad y se expresan libremente. Por ello, consideran fundamental apoyar a los adultos en esta labor, dotándolos de un material que oriente y explique por qué son recomendables determinadas prácticas.

- Con el objetivo de concientizar a los actores educativos sobre el uso de Facebook y su relación con la construcción de identidad sería altamente recomendable promover una jornada de docencia sobre el uso de la red social Facebook y su influencia en la construcción de identidad de los adolescentes, a través de un taller de docencia, a cargo de los especialistas en Psicología Educativa de la UNACHI. En el salón de clases, los docentes pueden compartir ejemplos prácticos de los peligros que representa el uso de Facebook, como así, también, pueden brindar ejemplos del buen empleo para aprovechar estos recursos tecnológicos a fin de mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Un taller de docencia donde se aprenda a informar a los estudiantes sobre las responsabilidades civiles, penales o administrativas que existen cuando se vulneran derechos propios o de terceros en la red.

Para que los educadores se aseguren que los estudiantes comprendan que no deben invadir la privacidad de otras personas cuando interactúan con ellas por medio de redes sociales.

Destinar un espacio en el currículo de las asignaturas que tengan a su cargo para reflexionar con los estudiantes sobre el uso de las redes y así lograr ese objetivo a mediano plazo.

4.4. ANEXOS

4.4.1 FICHA CUALITATIVA I PARA LA OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO. GUÍA DE LA OBSERVACIÓN ONLINE

Preguntas guía de la observación como participante de Facebook. El investigador será “amigo” de Facebook de todos los miembros de la muestra y desde allí observará todo lo relacionado con las publicaciones de los estudiantes de séptimo grado en la Red Social.

¿Qué busca un estudiante que escribe en los muros de Facebook?

¿Qué lleva al adolescente de hoy a ventilar sus intimidades en Facebook?

¿Cuánto se ha transformado el concepto de intimidad, público y privado?

¿Cuál es la imagen que construyen y que proyectan?

¿Qué escriben los estudiantes panameños en los Muros de Facebook? Frecuencias, temáticas, palabras.

¿Se puede, a través de lo que escriben, conocer cómo es la juventud panameña de hoy?

¿Qué eligen los jóvenes mostrar de ellos en los espacios virtuales?

¿Qué prácticas llevadas a cabo por los contactos modelan las identidades de los usuarios?

¿Cómo se relaciona el éxito de Facebook con la construcción de identidad?

¿Entre su grupo de amigos los temas rondan a través del ámbito educativo?

Temática educativa

4.4.2. FICHA CUALITATIVA II PARA LA OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DEL REGISTRO DE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO. GUÍA DE LA OBSERVACIÓN ONLINE.

El investigador será “amigo” de Facebook de todos los miembros de la muestra y desde allí observará todo lo relacionado con las publicaciones de los estudiantes de séptimo grado en la red social.

- La noción de identidad
- Motivación a estar en una red social.
- Producción de contenidos en las redes

a- Escritos

Comentarios de fotos

Comentarios de publicaciones

Comentarios de estados de perfil

Publicaciones de estado

b- Imágenes

Fotografías

Tipo de fotografías

Videos

Tipo de videos

- Intereses que integran la identidad del adolescente y su relación con la adaptación al medio escolar.

Moda

Política

Religión

Sociales

Amistad

Familiar

Conocimiento general

Viajes

Programas de televisión

Cantantes

Actores

Músicos

Deportiva

Amor

Enamoramiento

Sexo



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
FACULTAD DE HUMANIDADES

**MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA CON ÉNFASIS EN TRASTORNOS
DE CONDUCTA Y APRENDIZAJE**

CUESTIONARIO I. A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL
SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.

EDAD: _____ **SEXO:** _____ **NIVEL DE
ESCOLARIDAD:** _____

(Indique con una cruz X la opción seleccionada)

1) ¿Hace cuánto eres usuario de Facebook?

☐ a- Más de 1 año

☐ b- Menos de 1 año

2) ¿Quién te abrió la cuenta?

☐ a- Yo la abrí

☐ b- Un miembro de mi familia

☐ c- Un/a amigo/a

☐ d- No recuerdo

3) ¿Cuántos amigos tienes en Facebook?

☐ a- Menos de 50

☐ b- Menos de 100

☐ c- Menos de 150

☐ d- Menos de 200

☐ c- Entre 200 y 400

☐ d- Más de 400

4) ¿Rechazas invitaciones de Facebook?

☐ a- Siempre

☐ b- A veces

☐ c- Nunca

5) ¿Aceptas todas las invitaciones de Facebook?

☐ a- Siempre

☐ b- A veces

☐ c- Nunca

6) ¿Qué criterio usas para aceptar invitaciones?

☐ a- Si no los conozco personalmente no los acepto

☐ b- Acepto a todos los que conozco personalmente

☐ c- Acepto a todos los conozca o no

☐ d- Acepto familiares

☐ e- No acepto familiares

☐ f- Acepto a mis padres

☐ g- No acepto a mis padres

☐ h- Acepto amigos de amigos que no conozco

☐ i- Acepto chicos/as que me gustan

☐ j- Otro: Especifique _____

7) ¿Conoces personalmente a todos tus amigos de Facebook?

☐ a- Sí

☐ b- Conoces a la mitad

☐ c- Conoces a menos de la mitad

☐ d- Conoces a más de la mitad

8) ¿Cada cuánto revisas tu perfil?

- ☐ a-Todos los días
- ☐ b- Algunas veces a la semana
- ☐ c-Cada 15 días
- ☐ d-Una vez al mes

9) ¿Cada cuánto escribes en tu muro?

- ☐ a. Todos los días
- ☐ b- Una vez a la semana
- ☐ c-Cada 15 días
- ☐ d-Una vez al mes

10) ¿Cada cuánto publicas fotos?

- ☐ a. Todos los días
- ☐ b- Una vez a la semana
- ☐ c-Cada 15 días
- ☐ d- Una vez al mes



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
FACULTAD DE HUMANIDAD

**MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA CON ÉNFASIS EN TRASTORNOS
DE CONDUCTA Y APRENDIZAJE**

CUESTIONARIO II PARA ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL
SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.

EDAD: _____ SEXO: _____ NIVEL DE ESCOLARIDAD: _____

(Indique con una cruz X la opción que crea que responde a la pregunta, se pueden elegir varias opciones o la que consideres que prima en tu perfil)

1- ¿Qué fotos publicas en tu perfil?

- ☐ a- Sobre momentos recientes
- ☐ b- Sobre tus actividades diarias
- ☐ c- Sobre viejos recuerdos
- ☐ d- Sobre la escuela
- ☐ e- Sobre tus amistades
- ☐ f- Sobre tu familia

2- Antes de publicar tus fotos

- ☐ a- Haces una selección de las que más te favorecen
- ☐ b- Publicas todas las fotos que tomaste
- ☐ c- Consultas a quienes te acompañan en la foto si las puedes publicar

☐ d- Nunca publiqué fotos

e- Escribe brevemente qué criterios utilizas para seleccionar las fotos:

3- ¿Por qué motivo publicas las fotos?

☐ a- Para que tus contactos sepan qué es de tu vida

☐ b- Para que se las copie un amigo que no las tiene

☐ c- Para que tus contactos te conozcan mejor

☐ d- Para establecer contactos

☐ e- Por ninguna razón en especial

4- ¿Qué haces si te etiquetan en una foto?

☐ a- No te preocupa que te etiqueten

☐ b- Dependiendo de la foto mantienes la etiqueta o no

☐ c- No prestas atención a eso

☐ d- Eliminas al instante la etiqueta

5- ¿Por qué quitarías una etiqueta tuya de una foto?

☐ a- Porque la foto no te favorece estéticamente

☐ b- Porque no te interesa que los demás sepan lo que haces

☐ c- Porque la foto pertenece a tu privacidad y te compromete

6- ¿Quién esperas que vea tus fotos?

☐ a- Tus contactos y los contactos de tus amigos

☐ b- Siempre van dirigidas a una/s persona/s en especial

☐ c- Nadie, las publico para tenerlas yo

7-1 ¿Escribes comentarios en las fotos que se publican?

☐ a- Casi siempre

☐ b- Algunas veces

☐ c- Nunca

7-2 Si respondes Sí:

¿Sobre qué escribes en las fotos?

☐ a- Te burlas

☐ b- Aprovechas para hablar con esa persona de otros temas

☐ c- Solo pones me gusta y no comentas nada

☐ e- Otros: _____



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
FACULTAD DE HUMANIDAD

**MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA CON ÉNFASIS EN TRASTORNOS
DE CONDUCTA Y APRENDIZAJE**

CUESTIONARIO III. A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL
SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL FACEBOOK.

EDAD: __ SEXO: __ NIVEL DE ESCOLARIDAD: _____

(Indique con una cruz X la opción que crea que responde a la pregunta)

1-1 ¿Publicas en tu muro?

- ☐ a- Siempre
- ☐ b- A veces
- ☐ c- Nunca

1-2 Si respondes afirmativamente:

¿Sobre qué tema publicas en tu muro de Facebook?

- ☐ a- Asunto personal
- ☐ b- Escuela
- ☐ c- Amigos
- ☐ d- Otros

2-1 ¿Publicas en el muro de tus amigos?

- ☐ a -Siempre
- ☐ b- Algunas veces
- ☐ c- Nunca

2-2 Si responde afirmativamente:

¿Sobre qué tema publicas?

Especifica: _____

3-1 ¿Chateas en Facebook?

☐ a- Siempre

☐ b- Algunas veces

☐ c- Nunca

3-2 Si respondes afirmativamente:

¿Sobre qué tema chateas?

Especifica: _____

4- ¿Hay diferencia entre lo que escribes con un familiar y con un amigo?

☐ a- Sí

☐ b- No

☐ c- A veces.

Si respondes afirmativamente especifica: _____

5- ¿Sientes que lo que tus amigos escriben en Facebook te influye?

☐ a- Sí

☐ b- No

6- ¿Cuándo estas con tus amigos hablas sobre los temas publicados en Facebook?

☐ a- Siempre

☐ b- Algunas veces

☐ c- Nunca

7- ¿Te ha afectado negativamente alguna publicación de Facebook?

☐ a- Sí

☐ b- No

Si respondes sí

Describe cómo te ha afectado negativamente



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQÚI
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA**

**CUESTIONARIO IV SOBRE EL USO DEL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA
CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES**

**EL SIGUIENTE CUESTIONARIO TIENE EL OBJETIVO RECABAR
INFORMACIÓN SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD EN LA RED
SOCIAL FACEBOOK.**

EDAD: _____ SEXO: _____ NIVEL DE ESCOLARIDAD: _____

Instrucciones: Marque con una X las respuestas a las preguntas, solo debe marcar una sola opción, al momento de contestar sea sincero y honesto, toda la información se manejará bajo estricta confidencialidad.

1. ¿Qué te motivó a utilizar el Facebook?

☐

A-Por referencia de amigos

☐

B-Por interés personal

☐

C-Por formar parte de un grupo

☐

D-Por moda

2. ¿Para qué utilizas Facebook?

☐

A-Para conocer amigos

- ☐ B-Para subir fotos
- ☐ C-Actualizar el muro
- ☐ D-Chatear
- ☐ E- Otros

3. ¿Qué tan importante es para usted tener una cuenta de Facebook?

- ☐ A-Muy importante
- ☐ B-Importante
- ☐ C-Poco importante
- ☐ D-Nada importante

4. En Facebook. ¿A cuántos grupos perteneces?

- ☐ A - Uno a dos grupos
- ☐ B - Dos a cuatro grupos
- ☐ C - Más de cuatro grupos

5. ¿Consideras que utilizar el Facebook aporta a tu identidad?

- ☐ A - Sí
- ☐ B - No

6. ¿De qué forma influye el Facebook?

- ☐ A - Positiva
- ☐ B - Negativa

7. ¿Usas Facebook para alguna actividad escolar?

- ☐ A - Sí
- ☐ B - No

8. ¿Cuán interesados están tus padres de lo que haces en el Facebook?

- ☐ A - Siempre me preguntan
- ☐ B - A veces me preguntan
- ☐ C - Nunca me preguntan

9. En los días de colegio, tus padres te permiten utilizar Facebook

- ☐ A -Sí
- ☐ B -No

10. Tus padres te supervisan y conocen la contraseña de la cuenta de Facebook

- ☐ A -Sí
- ☐ B -No



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA**

CUESTIONARIO V SOBRE EL USO DEL FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA
CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIRIGIDO A DOCENTES

**EL SIGUIENTE CUESTIONARIO TIENE EL OBJETIVO RECABAR
INFORMACIÓN SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.**

EDAD: _____ SEXO: _____ NIVEL DE FORMACIÓN ACADÉMICA: _____

Instrucciones: Marque con una X las respuestas a las preguntas, solo debe marcar una sola opción, al momento de contestar sea sincero y honesto, toda la información se manejará bajo estricta confidencialidad.

1- ¿Utiliza el Facebook como herramienta pedagógica durante el proceso de enseñanza de estudiantes?

☐
☐

A -Sí
B -No

2- ¿Qué actividades académicas realiza utilizando el Facebook?

☐
☐
☐

A -Deja material de estudio
B -Resuelven dudas a través del chat
C -Otros

3- ¿De qué forma considera usted que influye el uso de Facebook en sus estudiantes?

☐
☐

A -Positiva
B -Negativa

4- En qué áreas considera usted que influye más el Facebook en sus estudiantes:

- ☐ A-Conductual
- ☐ B-Emocional
- ☐ C-Social
- ☐ D-Académica

5- Orienta a sus estudiantes sobre el uso del Facebook:

- ☐ A -Siempre
- ☐ B -Casi siempre
- ☐ C -Algunas veces
- ☐ D -Nunca



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA**

CUESTIONARIO VI SOBRE EL USO DEL FACEBOOK DIRIGIDO A PADRES DE FAMILIA

EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ESTÁ DIRIGIDO A PADRES DE FAMILIA CON EL OBJETIVO RECABAR INFORMACIÓN SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK.

EDAD: _____ SEXO: _____ NIVEL DE FORMACIÓN ACADÉMICA: _____

Instrucciones: Marque con una X las respuestas a las preguntas, solo debe marcar una sola opción, al momento de contestar sea sincero y honesto, toda la información se manejará bajo estricta confidencialidad.

1- Utiliza usted la red social Facebook

- ☐ a -Sí
☐ b -No

2- ¿Desde hace cuánto tiempo?

- ☐ a -Seis meses
☐ b-Hace un año
☐ c-Más de dos años

3- Supervisa usted la cuenta de Facebook de sus hijos.

- ☐ a- Sí
☐ b- No

4- Con frecuencia supervisa la cuenta de Facebook de sus hijos.

- ☐ a- Una vez al día
☐ b- Una vez a la semana
☐ c-Una vez al mes
☐ d- Cada seis meses

- 5- Tiene usted acceso a la contraseña del Facebook de su hijo/a.
- ☐ a-Sí
- ☐ b -No
- 6- Qué actividades realiza la mayor parte del tiempo su hijo/a en Facebook
- ☐ a-Actualización de estado o muro
- ☐ b-Sube imágenes o fotos
- ☐ c-Información sobre grupos al que pertenece
- ☐ d -Uso de aplicaciones (Juegos, vídeos, música)
- 7- La mayoría de los contactos de su hijo/a dentro de la red social Facebook son:
- ☐ a-Familiares
- ☐ b- Amigos
- ☐ c -Conocidos
- ☐ d -Compañeros de clase
- 8- Cuanto tiempo le permite a su hijo/a usar o mantenerse conectado al Facebook al día.
- ☐ a-Entre media a una hora
- ☐ b -Dos a tres horas
- ☐ c-Más de tres horas
- 9- Orienta a su hijo/a sobre el uso del Facebook
- ☐ a- Siempre
- ☐ b -Casi Siempre
- ☐ c-Algunas veces
- ☐ d -Nunca
- 10- De qué manera considera usted que influye el Facebook en su hijo/a
- ☐ a -Positiva
- ☐ b- Negativa

CUADROS

Cuadros cuestionario 1

Cuadro I. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 1	Más de 1 año	Frecuencia relativa	Menos de 1 año	Frecuencia relativa
¿Haces cuánto eres usuario de Facebook?	4	100%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro II. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 2	Yo la abrí	Frecuencia relativa	Un miembro de mi familia	Frecuencia relativa	Un/a amigo/a	Frecuencia relativa	No recuerdo	Frecuencia relativa
¿Quién te abrió la cuenta?	1	25%	2	50%	0	0%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro III. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 3	Menos de 50	Frecuencia relativa	Menos de 100	Frecuencia relativa	Menos de 150	Frecuencia relativa	Menos de 200	Frecuencia relativa	Entre 200 y 400	Frecuencia relativa	Más de 400	Frecuencia relativa
¿Cuántos amigos tienes en Facebook?	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	1	25%	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro IV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 4	Siempre	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa	A veces	Frecuencia relativa
¿Rechazas invitaciones de amistad en Facebook?	0	0%	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro V. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 5	Siempre	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa	A veces	Frecuencia relativa
¿Aceptas todas las invitaciones de amistad en Facebook?	0	0%	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro VI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 6	Si no lo conozco personalmente no lo acepto	F. relativa	Acepto a todos los que conozco personalmente	F. relativa	Acepto a todos los que conozco o no	F. Relativa	Acepto Familiares	F. Relativa	No acepto Familiares	F. relativa	Acepto a mis Padres	F. relativa	No acepto a mis padres	Acepto a amigos de mis amigos que conozco	Acepto a chicos/as que me gustan	Otro
¿Qué criterios usas para aceptar invitaciones?	1	25%	2	50%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro VII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 7	Conocen a la mitad	Frecuencia relativa	Conocen menos a la mitad	Frecuencia relativa	Conoce a más de la mitad	Frecuencia relativa
¿Conoces personalmente a todos tus amigos de Facebook?	1	25%	2	50%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro VIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 8	Todos los días	Frecuencia relativa	Una vez a la semana	Frecuencia relativa	Cada 15 días	Frecuencia relativa	Una vez al mes	Frecuencia relativa
¿Cada cuánto tiempo revisas tu Facebook?	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro IX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 9	Todos los días	Frecuencia relativa	Una vez a la semana	Frecuencia relativa	Cada 15 días	Frecuencia relativa	Una vez al mes	Frecuencia relativa
¿Cada cuánto escribes en tu Muro?	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro X. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 10	Todos los días	Frecuencia relativa	Una Vez a la semana	Frecuencia relativa	Cada 15 días	Frecuencia relativa	Una vez al mes	Frecuencia relativa
¿Cada cuánto publicas fotos?	2	50%	1	25%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadros cuestionario 2

Cuadro XI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 1	Sobre momentos recientes	Frecuencia relativa	Actividades diarias	Frecuencia relativa	Viejos recuerdos	Frecuencia relativa	Sobre la Escuela	Frecuencia relativa	Sobre tus amistades	Frecuencia relativa	Sobre tu familia	Frecuencia relativa
¿Qué fotos públicas en tu perfil?	2	16%	3	25%	0	0%	3	25%	2	17%	2	17%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 2	Haces una selección de las que más te favorecen	Frecuencia relativa	Públicas todas las fotos que tomaste	Frecuencia relativa	Consultas a quiénes te acompañan en la foto si la puedes publicar	Frecuencia relativa
Antes de publicar tus fotos	3	75%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 3	Para que tus contactos sepan que es de tu vida	Frecuencia relativa	Para que se las copie un amigo que no las tiene	Frecuencia relativa	Para que tus contactos te conozcan mejor	Frecuencia relativa	Para establecer contactos	Frecuencia relativa	Por ninguna razón especial	Frecuencia relativa
¿Por qué motivos publicas las fotos?	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XIV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta No. 4	No me Preocupa	Frecuencia relativa	Dependiendo de la foto mantienen la etiqueta o no	Frecuencia relativa	No presto atención	Frecuencia relativa	Eliminas al instante la etiqueta	Frecuencia relativa
¿Qué haces si te etiquetan en una foto?	0		3	75%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 5	Porque la foto no te favorece estéticamente	Frecuencia relativa	Porque no te interesa que los demás sepan lo que haces	Frecuencia relativa	Porque la foto pertenece a tu privacidad y te compromete	Frecuencia relativa	Nunca me "des etiqueté" de una foto	Frecuencia relativa
¿Por qué quitarías una etiqueta tuya en la foto?	1	25%	1	25%	1	25%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XVI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 6	Solo tus contactos y personas que te conocen	Frecuencia relativa	Tus contactos y los contactos de tus amigos	Frecuencia relativa	Van dirigida a una persona en especial	Frecuencia relativa	Nadie, las publico para tenerla yo	Frecuencia relativa
¿Quién esperas que vea tus fotos?	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XVII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 7	Siempre	Frecuencia relativa	Alguna veces	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa
Escribes comentarios en la fotos que se publican	3	75%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadros Cuestionario 3

Cuadro XVIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 1	Temas personales	Frecuencia relativa	Sobre la Escuela	Frecuencia relativa	Amigos	Frecuencia relativa	Otros	Frecuencia relativa
¿Qué temas públicas en tu muro?	2	50%	1	25%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XIX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 2	Siempre	Frecuencia relativa	Alguna veces	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa
¿Públicas en el muro de tus amigos?	0	0%	3	75%	1	25%

Fuente: Diana L. Meuca y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 3	Siempre	Frecuencia relativa	Algunas veces	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa
¿Chateas en Facebook?	2	50%	2	50%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XXI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 4	Si	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa	Algunas veces	Frecuencia relativa
¿Hay diferencia entre los que escribes con un familiar y con un amigo?	2	50%	1	25%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 5	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Sientes que lo que tus amigos escriben en Facebook te influye?	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 6	Siempre	Frecuencia relativa	Algunas veces	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa
¿Cuándo estas con tus amigos hablas sobre los temas publicados en Facebook?	1	25%	3	75%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XXIV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 7	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Te ha afectado negativamente alguna vez una publicación de Facebook?	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadros Cuestionario 4

Cuadro XXV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 1	Referencia de amigos	Frecuencia relativa	Interés Personal	Frecuencia relativa	Formar parte de un grupo	Frecuencia relativa	Moda	Frecuencia relativa
¿Qué te motivó a utilizar Facebook?	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XXVI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 2	Para conocer amigos	Frecuencia relativa	Para subir fotos, imágenes	Frecuencia relativa	Actualizar el muro	Frecuencia relativa	Chatear	Frecuencia relativa	Navegar	Frecuencia relativa
¿Para qué utilizas Facebook?	1	25%	0	0%	1	25%	1	25%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXVII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 3	Muy Importante	Frecuencia relativa	Importante	Frecuencia relativa	Poco Importante	Frecuencia relativa	Nada Importante	Frecuencia relativa
¿Qué tan importante es para usted tener una cuenta de Facebook?	0	0%	3	75%	1	25%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXVIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 4	Uno a dos grupos	Frecuencia relativa	Dos a cuatro grupos	Frecuencia relativa	Más de cuatro grupos	Frecuencia relativa
En Facebook ¿A cuántos grupos perteneces?	0	0%	3	75%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Cuadro XXIX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE GRADO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 5	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
Consideras que el utilizar el Facebook aporta a tu identidad	4	100%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 6	Positiva	Frecuencia relativa	Negativa	Frecuencia relativa
De qué forma influye el Facebook	2	50%	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 7	Si	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Usas Facebook para alguna actividad escolar?	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 8	Nunca me preguntan	Frecuencia relativa	Solo a veces me preguntan	Frecuencia relativa	Siempre me preguntan	Frecuencia relativa
¿Cuán interesados están tus padres de lo que haces en Facebook?	2	50%	1	25%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 9	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
En los días de colegio, tus padres te permiten utilizar Facebook	4	100%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXIV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

Cuestionario a estudiantes 2015

Pregunta 10	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
Tu padres te supervisan y conocen la contraseña de la cuenta Facebook	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadros Cuestionario 5

Cuadro XXXV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A EDUCADORES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 1	Dejar material de estudio (videos, textos)	Frecuencia relativa	Resolver dudas a través del Chat de Facebook	Frecuencia relativa	No utiliza el Facebook como herramienta pedagógica	Frecuencia relativa
¿Qué actividades académicas realiza utilizando el Facebook?	0	0%	1	25%	3	75%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXVI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A EDUCADORES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 2	Positiva	Frecuencia relativa	Negativa	Frecuencia relativa
¿De qué forma considera usted que influye el uso de Facebook en sus estudiantes?	2	50%	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXVII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A EDUCADORES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 3	Conductual	Frecuencia relativa	Emocional	Frecuencia relativa	Social	Frecuencia relativa	Académica	Frecuencia relativa
¿En qué áreas considera usted que influye más el Facebook en sus estudiantes?	4	50%	2	25%	1	12%	1	13%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XXXVIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A EDUCADORES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 4	Siempre	Frecuencia relativa	Casi Siempre	Frecuencia relativa	Algunas veces	Frecuencia relativa	Nunca	Frecuencia relativa
¿Orienta a sus estudiantes sobre el uso del Facebook?	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadros Cuestionario 6

Cuadro XXXIX. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 1	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Utiliza usted la red social Facebook?	4	100%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XL. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 2	Desde hace seis meses	Frecuencia relativa	Hace un año	Frecuencia relativa	Más de dos años	Frecuencia relativa
¿Desde hace cuánto tiempo utiliza Facebook?	0	0%	0	0%	4	100%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 3	Si	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Supervisa usted la cuenta de Facebook de su hijo/a?	4	100%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 4	Una vez al día	Frecuencia relativa	Una vez a la semana	Frecuencia relativa	Una vez al mes	Frecuencia relativa	Cada seis semana	Frecuencia relativa
¿Con qué frecuencia supervisa la cuenta de Facebook de sus hijos?	0	0%	0	0%	2	50%	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 5	Sí	Frecuencia relativa	No	Frecuencia relativa
¿Tiene usted acceso a la contraseña del Facebook de su hijo/a?	2	50%	2	50%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLIV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 6	Actualización de Estado o Muro	Frecuencia relativa	Subir imágenes/fotos	Frecuencia relativa	Información sobre grupos al que pertenece	Frecuencia relativa	Uso de aplicaciones (juegos, videos, música)	Frecuencia relativa
¿Qué actividades realiza la mayor parte del tiempo su hijo/a en Facebook?	0	0%	1	25%	2	50%	1	25%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLV. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 7	Familiares	Frecuencia relativa	Amigos	Frecuencia relativa	Conocidos	Frecuencia relativa	Compañeros de clases	Frecuencia relativa
La mayoría de los contactos de su hijo/a dentro de la red social Facebook son	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLVI. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 8	Entre media a una hora	Frecuencia relativa	Dos a tres horas	Frecuencia relativa	Más de tres hora	Frecuencia relativa
¿Cuánto tiempo le permite a su hijo/a usar o mantenerse conectado/a al Facebook al día?	4	100%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLVII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 9	Siempre	Frecuencia relativa	Casi siempre	Frecuencia relativa	Algunas veces	Frecuencia relativa
¿Orienta a su hijo/a sobre el uso del Facebook?	4	100%	0	0%	0	0%

Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Cuadro XLVIII. USO DEL FACEBOOK SEGÚN EL CUESTIONARIO A PADRES DE FAMILIA DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE FACEBOOK Y SU EFECTO EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD, 2015.

Cuestionario a docentes 2015

Pregunta 10	Positiva	Frecuencia relativa	Negativa	Frecuencia relativa
¿De qué manera considera usted que influye el Facebook en su hijo/a?	3	75%	1	25%

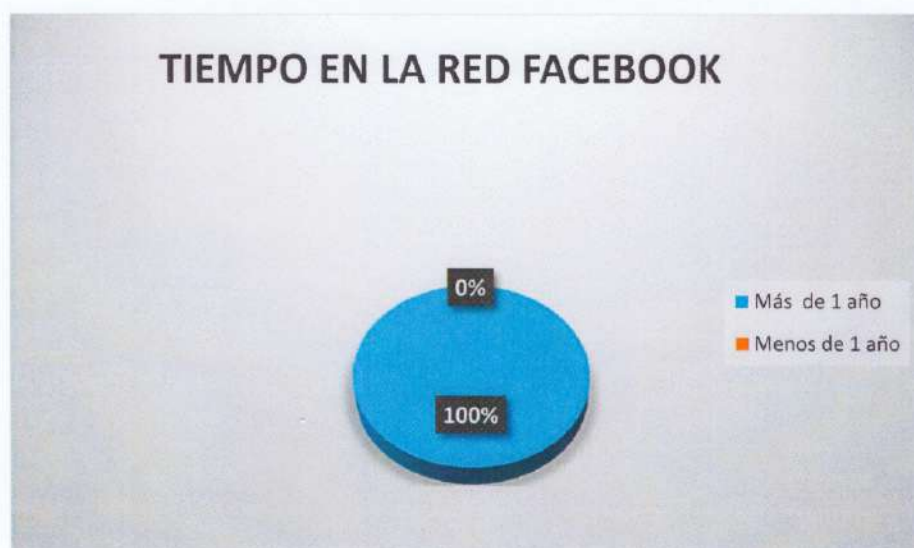
Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

GRÁFICAS

Gráficas del cuestionario 1 SOBRE FRECUENCIA DE USO DE FACEBOOK A ESTUDIANTES

Gráfica 1 del CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

1 Tiempo en la red Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 2. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

2. Apertura de cuenta



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 3. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

3. Cantidad de amigos en Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 4. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

4 Rechazo de invitaciones en Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 5. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

5. Aceptación de amistad



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 6. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

6. Criterio para aceptar invitaciones



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 7. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

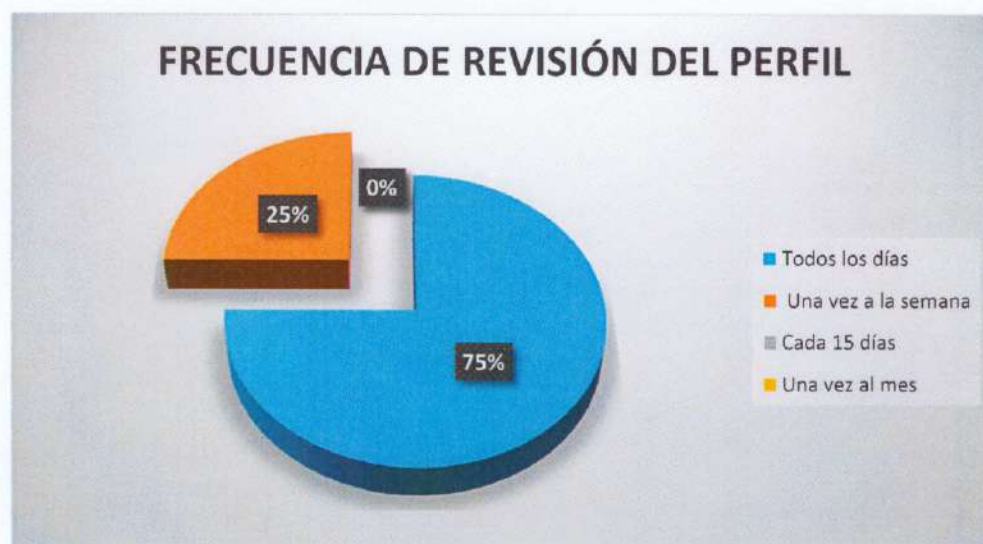
7. Conocimiento personal de los amigos de Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 8. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

8. Frecuencia de revisión del perfil



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica. 9. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

9. Frecuencia de producción escrita en el perfil



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 10. CUESTIONARIO 1 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE FRECUENCIA DE USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

10. Frecuencia de publicación de fotos



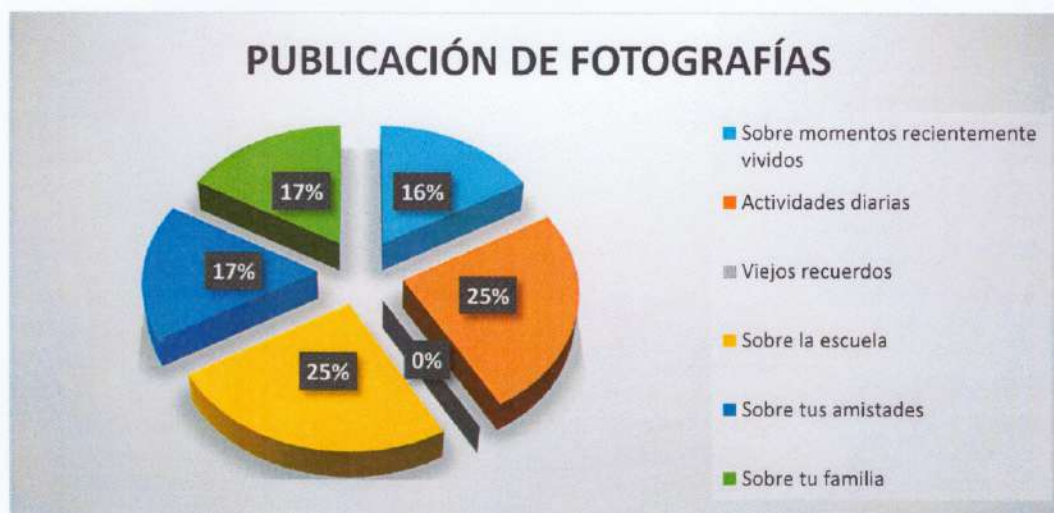
Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráficas del Cuestionario 2. FOTOGRAFÍAS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK A ESTUDIANTES

Gráfica 11. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

Cuestionario a estudiantes 2015

11. Publicación de fotografías



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 12. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

12. Publicación de fotografías



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 13. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

13. Motivos para publicar fotos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 14. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

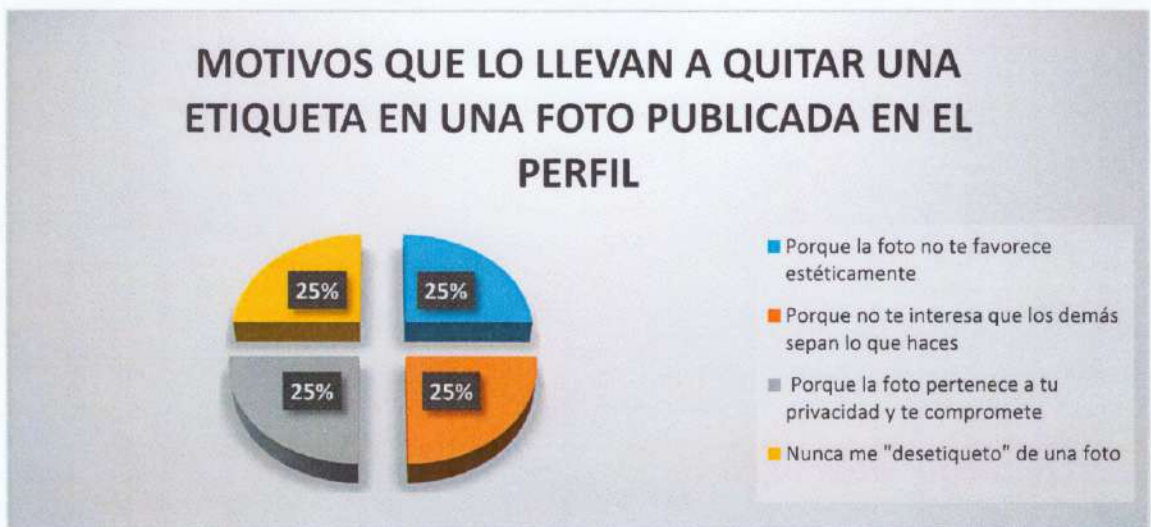
14. Etiquetas en fotos del perfil



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 15. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

15. Motivos para quitar una etiqueta



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 16. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

16. Proyección de las fotografías del perfil



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 17. CUESTIONARIO 2 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, 2015.

17. Producción de contenidos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráficas del Cuestionario 3 SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL A ESTUDIANTES

Gráfica .18. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

18. Temática de la producción de contenidos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 19. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

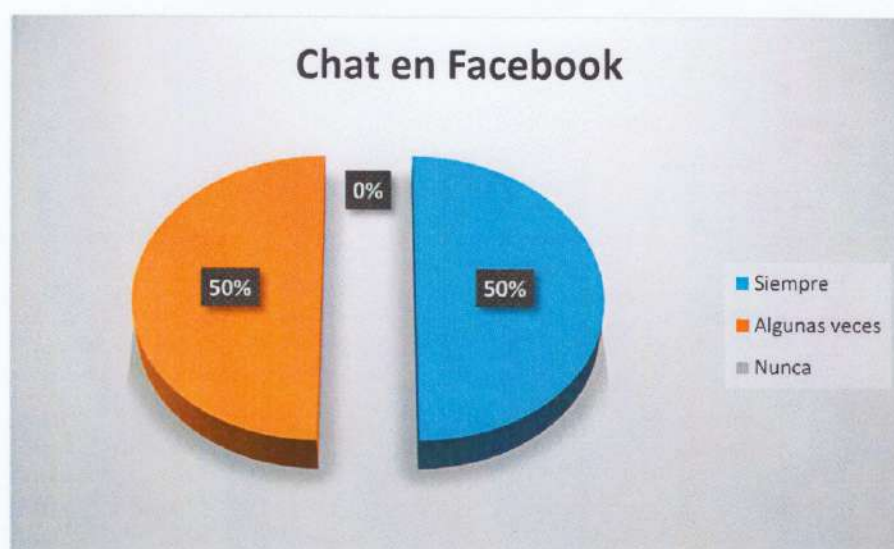
19. Publicaciones en el muro de los amigos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 20. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

20. Chat en Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 21. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

21. Diferencias en las producciones escritas



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 22. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

22. Influencia de lo que los amigos escriben en su muro



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

Gráfica 23. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

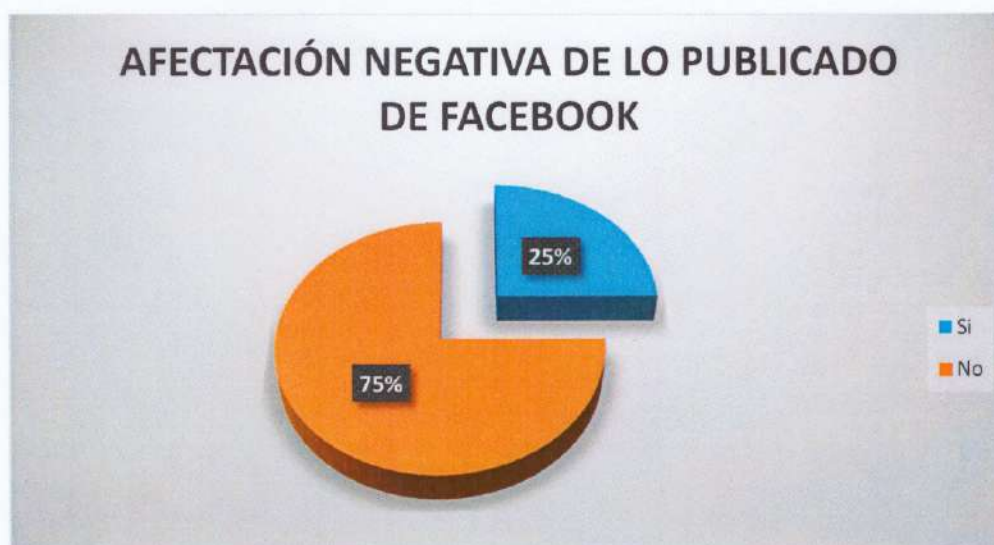
23. Referencias de las publicaciones del muro



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica .24. CUESTIONARIO 3 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

24. Afectación negativa de lo publicado



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráficas del Cuestionario 4 SOBRE LAS PUBLICACIONES EN FACEBOOK A ESTUDIANTES

Gráfica 25. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

25. Motivación a estar en la red Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 26. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

26. Motivación a estar en Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 27. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

27. Nivel de importancia del perfil de Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 28. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

28. Pertenencia a grupos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 29. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

29. Aporte a la identidad



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 30. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

30. Nivel de influencia de Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 31 CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

31. Uso de Facebook en actividades escolares



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 32. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

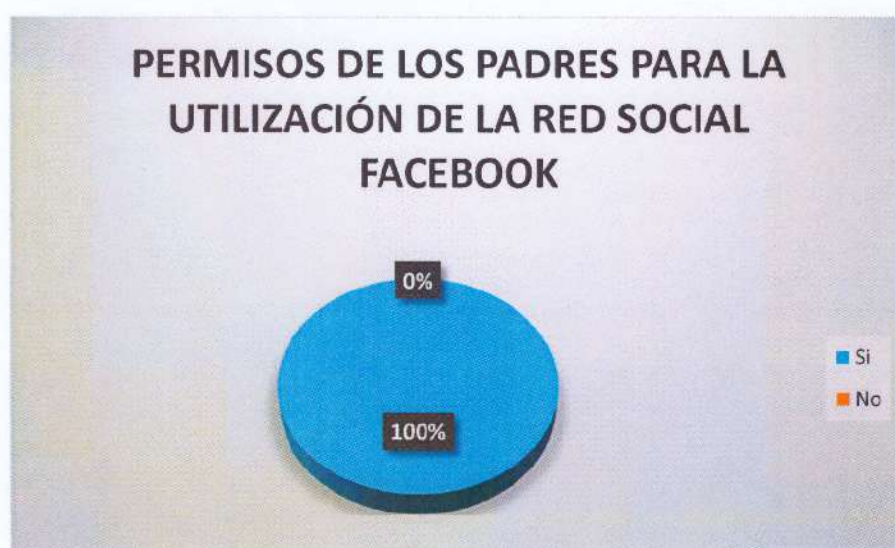
32. Interés de los padres en el Facebook de sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 33. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 2015.

33. Permisos de los padres para la utilización de la red social Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 34. CUESTIONARIO 4 A ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE LAS PUBLICACIONES EN LA RED SOCIAL, 20015.

34. Conocimiento de las contraseñas por los padres



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráficas del Cuestionario 5 SOBRE USO DE FACEBOOK EN LOS EDUCADORES DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO DE THE KING'S SCHOOL DAVID

Gráfica 35. CUESTIONARIO 5 A EDUCADORES DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 2015.

35. Actividades académicas utilizando Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 36. CUESTIONARIO 5 A EDUCADORES DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 2015.

36. Nivel de influencia de Facebook en los estudiantes



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica.37. CUESTIONARIO 5 A EDUCADORES DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 2015.

37. Áreas de influencia de Facebook en los estudiantes



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 38. CUESTIONARIO 5 A EDUCADORES DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 2015.

38. Orientación a los estudiantes sobre el uso del Facebook.

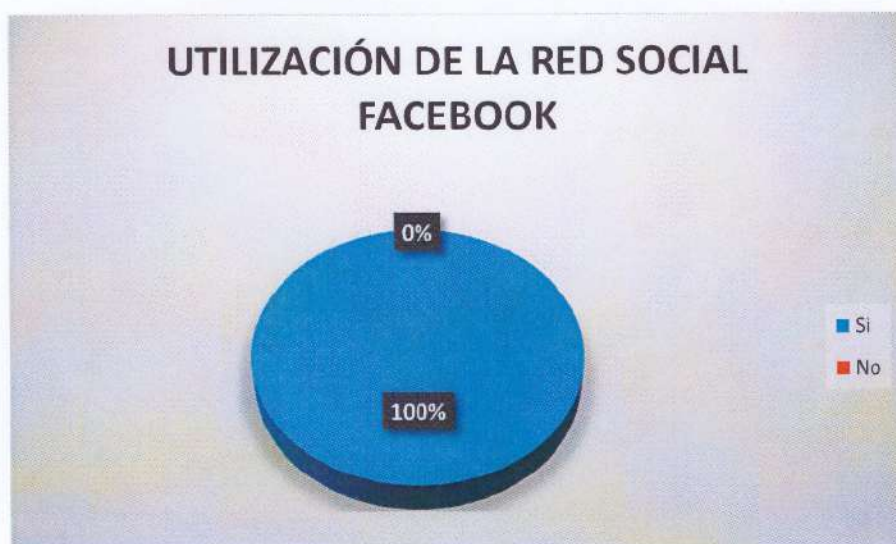


Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráficas del Cuestionario 6 SOBRE USO DE FACEBOOK EN LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS ESTUDIANTES DE SÉPTIMO GRADO DE THE KING'S SCHOOL DAVID

Gráfica 39. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

39. Utilización de la red social Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 40. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

40. Tiempo utilizando Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 41. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

41. Supervisión de la cuenta de sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 42. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

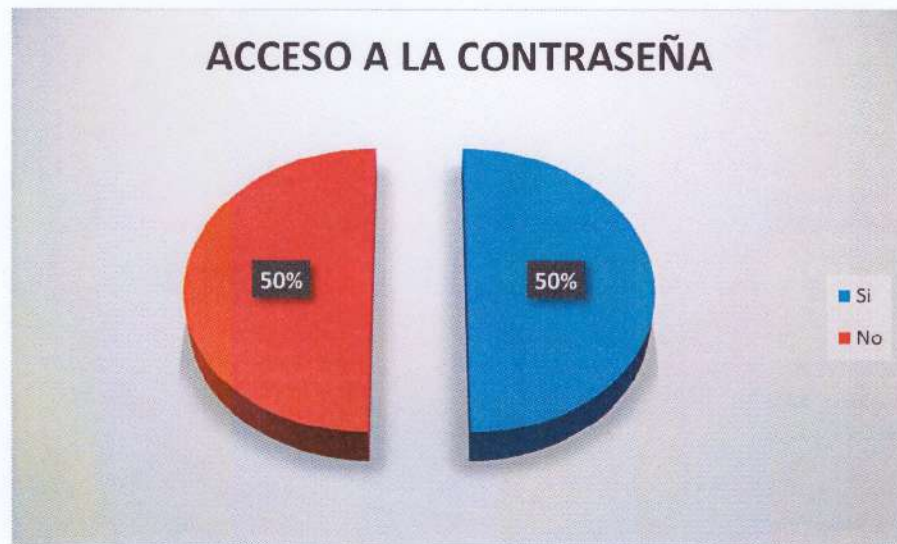
42. Frecuencia de supervisión de la cuenta de sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 43. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

43. Acceso a la contraseña de sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 44. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

44. Tipo de actividades que su hijo/a realiza



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 45. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

45. Tipo de contacto de sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 46. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

46. Permiso de tiempo para uso de Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 47. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

47. Orientación a sus hijos sobre el uso de Facebook



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015.

Gráfica 48. CUESTIONARIO 6 A PADRES DE FAMILIA DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO AÑO DE THE KING'S SCHOOL SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL, 20015.

48. Tipo de influencia de Facebook en sus hijos



Fuente: Diana L. Meucci y José A. Hurtado, 2015

V CAPÍTULO LITERATURA CONSULTADA

- ATKINSON, P. y HAMMERSLEY, M. (1994). *Etnografía: Métodos de Investigación*. Barcelona: Paidós Ibérica. Barcelona.
- BALESTRINI, M. (2002). *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. (6ª ed). México: BI Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- BRAINSKY, B. (1984). *Manual de psicología y psicopatología dinámicas. Fundamentos de psicoanálisis*. Bogotá: Pluma.
- BRESSI, J. G., GÓMEZ MARTINEZ P., SEITHEFF L. (2009). *Lo virtual no le quita validez de real a las relaciones*. Tesis. Universidad de La Plata. Argentina. Obtenido de ISBN: 88-5335-244-2
- BRUNER, J. (1991). *La construcción narrativa de la realidad*. Investigación Crítica. *Universidad de Chicago*., Obtenido de <http://revistaopcion.com/tag-universidad-de-chicago/>.
- CARVAJAL, L. (1993). *Adolecer. La aventura de la metamorfosis. Una visión psicoanalítica de la adolescencia*. Bogotá: Tiresias.
- DE UGARTE, D. (2007). *El poder de las redes sociales*. Obtenido de ISBN: 82-5225-945-4.
- DOWNES, S. (2008). *The future of online readers*. Canadá: National Research Council.
- ERIKSON, E. (1974). *Identidad, juventud y crisis*. Barcelona: Paidós.
- ERIKSON, E. (1978). *Identidad en los jóvenes*. Barcelona: Paidós. Barcelona.
- FILLOUX, J. (1960). *La personalidad*. Obtenido de books.google.com.pa/books?isbn=9682001870
- FREUD, S. (1923). *El Yo y el Ello*. Buenos Aires: Amorrortu.
- FREUD, S. (1926). *Entrevista: El valor de la vida*. Barcelona: Paidós.
- GAGLIANO, E. (2010). *Cibercultura. Encuentro Nacional de Unidades Técnicas provinciales del Programa Centro de Actividades Juveniles del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología*. Buenos Aires: Wordpress.
- GERGEN, K. (1992). *El yo saturado*. Obtenido de ISBN: 82-2245-245-3.
- GREENACRE, P. (1957). *La niñez. Fase de desarrollo libidinal artístico y superdotación*. 72 (35): 47-72. Guilford University Press.
- GREENFIELD P. y CALVERT S. (2008). *Journal of Applied Developmental Psychology*. Obtenido de ISBN: 85-5755-445-6.

- HARTMANN, H. (1950). Psicología del yo. En *Diccionario de psicoanálisis. Revisión 1999*. Barcelona: Paidós.
- HERNÁNDEZ S., COLLADO F.C. y BAPTISTA L. (1991). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- HERNÁNDEZ S., COLLADO F.C. y BAPTISTA L. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.) México: Mc Graw Hill.
- HINE, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona. Editorial UOC. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Obtenido de ISBN: 84-9788-019-6.
- HORNIG, F. (2006). *Du bist das Netz*. N°29. Obtenido de <http://blog.silversand.org/index.php/2004/12/23/typewriters-spivaks-and-cyborgs-identity-and-technologized-beings/>
- ILIFEBELT. (2013). *Segundo Estudio de las Redes Sociales en América Central*. Obtenido de ISBN: 85-6755-093-6.
- JACOBSON, E. (1964). *El yo y el objeto*. Barcelona: Paidós.
- KLEIN, M. (1962). El psicoanálisis de niños. (Vol. 2). En *Versión adaptada 1994*. Londres: Hogarth Press.
- KLEIN, M. (1975). Narrativa de un análisis con niños. (Vol. 4). En *Versión adaptada 1998*. Londres: Hogarth Press.
- KOHAN J., DE SIMONE S., VILLATORO L. y TRINCAVELLI M. (2010). *La mirada del otro en la construcción del perfil en Facebook*. Tesis. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Obtenido de ISBN: 88-5689-234-6
- LA FORGIA M. (2011). *El perfil creado en Facebook por parte de los adolescentes*. Tesis. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Obtenido de ISBN: 85-5447-245-2.
- MERCAU, F. (1991). *Las experiencias económicas populares: ¿Un espacio alternativo?* Obtenido de ISSN 1668-060X.
- MORDUCHOWICZ, R. (2006). *La generación multimedia*. Buenos Aires: Paidós.
- MORDUCHOWICZ, R. (2008). La construcción de identidad juvenil en Internet. En *Los adolescentes y las redes sociales*. (pág. 156). Colección popular. Series breves. Buenos Aires.
- O' FARREL, T. (2011). *Ponencia presentada en el I Congreso Internacional sobre Redes Sociales*. Obtenido de Exposición Sónico.: [http:// www.Vimeo.com](http://www.Vimeo.com)
- ROSEN, L. (2011). *¿Cómo las redes sociales pueden beneficiar o dañar a nuestros hijos?* Obtenido de ISBN: 82-3333-987-5

- SABINO, C. (2014). *El proceso de Investigación*. Obtenido de <http://paginas.ufm.edu/Sabino/Pl-cap-4.htm>
- SAIZ, C., COLLAZO, M. SALGADO M. Y CARRIQUE, J. (2010). *Redes Sociales e Intersubjetividad: Facebook como herramienta facilitadora del sostenimiento de la Interacción Intersubjetiva*. Tesis. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Obtenido de ISBN: 82-5335-245-5.
- SÁNCHEZ D. y ZOCCOLA R. (2010). *Búsqueda de reconocimiento a través del control de lo que se decide publicar en Facebook*. Tesis. Argentina: Universidad de Córdoba. Obtenido de <https://docs.google.com/document/d/1EgecRIqRYDkWJs6b4Q8qVc8bKv6Q0Sjs9GbUurrj4wQ/preview>.
- SEGAL, H. (1965). *Introducción a la obra de Melanie Klein*. Barcelona: Paidós.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: *Fondo de Cultura*.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: *Fondo de cultura económica*.
- TURKLE, S. (1997). *La vida en la pantalla*. En *La construcción de la identidad en la era de la internet*. Barcelona: Paidós.
- TURKLE, S. (1997). *La vida en la pantalla*. En *La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- TURKLE, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de la internet*. Barcelona: Paidós.
- TURKLE, S. (2009). *Simulación y su descontento*. Obtenido de ISBN 978-0-262-01270-6.