



Revisión documental sobre el uso del Facebook y la autoestima de adolescentes en países latinoamericanos de habla hispana entre los años 2008 y el 2019.

Eliana Barrera Mazo

Rubén Darío González Monsalve

Jazmín Ximena Vásquez Rodríguez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

Mayo de 2020

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Revisión documental sobre el uso del Facebook y la autoestima de adolescentes en países latinoamericanos de habla hispana entre los años 2008 y el 2019.

Eliana Barrera Mazo

Rubén Darío González Monsalve

Jazmín Ximena Vásquez Rodríguez

Monografía presentado como requisito para optar al título de Psicólogo

Asesor(a)

Gustavo Alberto Carmona Ríos

Psicólogo y Magister

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Psicología

Mayo de 2020

Contenido

Contenido	3
Lista de tablas	5
Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Planteamiento del problema	10
Antecedentes	15
Justificación	23
Objetivos.....	26
Objetivo general:	26
Objetivos específicos:	26
Marco Conceptual	27
Redes sociales	28
¿Qué es una red social?	28
Facebook	30
Autoestima	32
¿Qué es la autoestima?	32
Adolescencia	37
Centennials.....	41
Metodología.....	44
Enfoque.....	44
Tipo de investigación.....	45
Muestra	46
Instrumento de sistematización y análisis de la información.....	47
Proceso Metodológico	47
Fase 1°	48

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Fase 2°:	48
Fase 3°:	48
Fase 4°	48
Fase 5°	48
Fase 6°	48
Fase 7°:	49
Consideraciones éticas	50
Resolución 8430 de 1993.....	50
Análisis de la información.....	51
Análisis de Países donde se realizaron las investigaciones	51
<i>Lugar donde se desarrolló el estudio</i>	52
Análisis de Fechas de publicación de los estudios	53
Análisis del Enfoque utilizado para investigación	54
Análisis de conceptuales teóricos, nociones e instrumentos.....	55
Análisis de los resultados de los estudios	57
Análisis de las conclusiones de los estudios incluidos	61
Discusión	64
Conclusiones.....	66
Referencias	68

Lista de tablas

Tabla 1 Lugar donde se desarrolló el estudio	52
Tabla 2 Años en los que se publicaron las investigaciones.....	53
Tabla 3 Enfoque metodológico.....	54
Tabla 4 Autoestima baja, moderada o sin relación.	59

Resumen

En el presente trabajo se examinan investigaciones relacionadas con el uso del Facebook y la autoestima de los adolescentes, desarrolladas en países latinoamericanos entre los años 2008 y 2019, teniendo en cuenta, los autores, el año en el que fue publicado, título, ubicación (dónde se realizó el estudio), temas centrales, subtemas, autores del marco, resultados, conclusiones, instrumento y alcance/método/diseño. Con estas condiciones mencionadas en el momento de la búsqueda, se logró clasificar las investigaciones relevantes para tener un acercamiento a las mismas, así, permitir que estas proporcionen herramientas para responder a la pregunta de investigación. **Objetivo:** Interpretar el estado actual de las investigaciones sobre la autoestima y el uso del Facebook de los adolescentes, desarrolladas en países Latinoamericanos, de habla hispana y publicadas entre los años 2008 y 2019. **Metodología:** El enfoque de estudio que se empleó en esta investigación es cualitativo, con una metodología Investigación documental. La muestra se conformó por un total de 30 artículos para el análisis, la información se organizó y se analizó por medio del instrumento matriz topográfica y se realizó un Análisis de contenido. **Conclusiones:** España es el país en el cual se reportan el mayor número investigaciones en el tema durante el período en años estudiado. Colombia aporta el 3% de los documentos analizados por debajo de México y Perú quienes aportan el 17% cada uno. Se encuentran relaciones positivas entre niveles altos de autoestima y manejo de la confidencialidad y privacidad en la red, y relación negativa entre adicción al uso del Facebook y niveles de autoestima, depresión y habilidades sociales.

Palabras clave: Redes sociales, Facebook, autoestima, adolescentes, Centennials.

Abstract

This paper examines research related to the use of Facebook and the self-esteem of adolescents, developed in Latin American countries between 2008 and 2019, taking into account the authors, the year in which it was published, title, location (where the study was conducted), central themes, subtopics, framework authors, results, conclusions, instrument and scope / method / design. **Objective:** Interpret the current state of research on adolescents, self-esteem and Facebook use, carried out in Latin American, Spanish-speaking countries and published between 2008 and 2019. **Methodology:** The study approach used in this research is qualitative, type Descriptive, from the documentary review, the numeral sample was made up of a total of 30 articles for analysis, the information was organized and analyzed using the "topographic matrix" instrument. **Conclusions:** Spain is the country in which the largest number of investigations on the subject are reported during the period in years studied. Colombia contributes 3% of the documents analyzed below Mexico and Peru, who contribute 17% each. There are positive relationships between high levels of self-esteem and handling of confidentiality and privacy on the web, and a negative relationship between adding to the use of Facebook and levels of self-esteem, depression and social skills.

Keywords: Social networks, Facebook, self-esteem, adolescents, Centennials.

Introducción

Esta Investigación documental tiene como propósito identificar, analizar y describir los diversos estudios que se han realizado y publicado en países latinoamericanos de habla española, sobre la autoestima y el uso del Facebook en adolescentes, tomando como base para el presente trabajo, las publicaciones realizadas desde el año 2008 al 2019. Para ello, se ha optado por un enfoque cualitativo, y la estrategia Investigación documental (Castillo, 2004; Galeano, 2007), realizando una codificación y sistematización de la información a partir de la construcción de una matriz de análisis topográfico, siendo esta el soporte para el análisis de contenido del corpus textual que conforma la muestra del estudio de las investigaciones encontradas sobre el tema en mención.

Aristóteles, mencionó “los seres humanos son seres sociales por naturaleza”, por lo tanto, se podría decir que existe un impulso natural, el cual, va en busca de empatizar con los demás para satisfacer necesidades, entre ellas las emocionales y sociales. Este tipo de relacionamiento en el transcurso del tiempo ha ido evolucionando, cambiando la manera de entablar vínculos con los demás, siendo potenciada y modelada por los avances tecnológicos, que han permitido, entre otras posibilidades, la conexión con otros sin los límites del tiempo y el espacio.

“Las redes sociales especialmente Facebook, actualmente se han convertido en el medio virtual más común utilizado por los jóvenes” (Tarazona, 2013, p.7), con el boom de la Web 2.0 o Web social¹, las interacciones mediadas por la tecnología acaparan el tiempo y la atención de

¹ Comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. (W-ictea, s.f.) recuperado de: <http://www.ictea.com/cs/index.php?rp=/knowledgebase/2342/iQue-es-la-web-20.html>

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

millones de usuarios, en su gran mayoría niños y jóvenes, quienes en populares escenarios virtuales como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram se comunican y socializan; consumen, producen e intercambian información. Teniendo de referencia a Martos (2010) el cual define las redes sociales como:

Formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Se puede ver como un sistema abierto y en construcción continua que involucra a conjuntos de individuos que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y además se organizan para potenciar sus recursos. (p. 2)

Se puede observar que, en la actualidad los adolescentes han instaurado la interacción en la red social Facebook como parte de sus vidas, frecuentemente comparten sus actividades, vida personal, intereses, conocimientos y emociones en un espacio virtual, donde la privacidad pasa a un segundo plano y convierten sus vidas en un dominio público. Por lo tanto, este fenómeno ha generado inquietud sobre los posibles efectos, relación o influencias, tanto positivas como negativas de esta manera de socialización. Tal como se evidencia en el estudio *“La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales”* realizado por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010), el cual, arroja en sus resultados que “las personas con adicción a Facebook, es decir un uso excesivo de la red, es más propenso a mostrar una autoestima baja”. Lo anterior, empieza a brindar indicios de posibles relaciones entre el Facebook y la autoestima en los adolescentes, con este y otros estudios se despierta el interés por realizar una investigación sobre tales comportamientos.

Teniendo en presente la información relacionada anteriormente, se genera una motivación para investigar realizando una revisión documental de estudios publicados en el intervalo de

tiempo de 2008 a 2019, de libre acceso, que abordan los conceptos uso del Facebook y la autoestima en adolescentes, en países de habla hispana.

Planteamiento del problema

La psicología, en contextos institucionalizados, ha intentado investigar y mejorar los diferentes indicadores de conducta humana que pueden verse reflejados en las diferentes problemáticas tanto a nivel social como individual, estos son los llamados conflictos sociales, por ejemplo: la corrupción, la pobreza, el desempleo, discriminación, adicción a las drogas o desigualdad de clases sociales, entre otros. Es necesario tener en cuenta cada momento de la historia para dialogar asertivamente con cada problemática y su respectivo contexto, esta es dinámica y siempre va a estar adaptándose a los diferentes momentos de la misma.

Es por ello, que se pretende poner en consideración la evolución o desarrollo que ha tenido el campo de la tecnología en términos generales y para este caso en particular las innovaciones que se han percibido en cuanto a las llamadas redes sociales como son YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, entre otros; así, encontrar investigaciones significativas frente la red social Facebook y la autoestima en los adolescentes a partir de una revisión documental.

En el siglo XXI se experimenta una transformación cultural, social y económica, pero para nuestro caso específico también una gran evolución tecnológica, la cual ha permitido establecer diferentes formas de comunicación, en las que se incluye el uso de las redes sociales, siendo estas de fácil acceso a través de diferentes dispositivos electrónicos como computadores,

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

tabletas y mayormente los Smartphone: esto se debe al avance continuo y dinámico que se vive en el mundo. Los cambios se han venido presentando por las “necesidades” de consumir y adquirir, las cuales tienen una intención inicial de mejorar la comunicación o el intercambio de información, impactando esto en cierta medida a los adolescentes y más específicamente a la generación Z mejor conocida como los Centennials², siendo esta la población con más tendencia al uso de estas tecnologías según diferentes autores consultados.

El internet en estos momentos hace parte de la sociedad, como medio para el desarrollo de muchas actividades, ya sean educativas, laborales y sociales, afirmándolo así Raacke y Bonds- Raacke (citado por Herrera et al., 2010) “Esta herramienta se volvió una potente rama de comunicación y hoy en día esta transformación se puede constatar gracias a las redes sociales existentes en línea”. (p.8)

El ciberespacio³ tiende a un crecimiento rápido y continuo por todo el mundo, en algunos lugares más acelerados que en otros, creando utilidad y necesidad, específicamente en el uso de las redes sociales, convirtiéndolas en una herramienta para el ámbito académico, no solo para los alumnos sino para los docentes y padres de familia. Por esta razón se toma como referencia a Martos (2010) quien afirma

Las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Se puede ver como un sistema abierto y

² Identifica a los individuos que son nativos digitales, por lo cual, los dispositivos móviles son para ellos facilitadores de la comunicación, el trabajo, el entretenimiento, etc., la mayoría de autores consideran que son todos aquellos individuos nacidos a partir de 1997 a la fecha.

Elaborado: Ivonne Tapia Villagómez. Publicado en “Síntesis” el 29 de mayo de 2018. Disponible en: <http://web.mediasolutions.mx/Notas/?id=201805290256042380&temaid=1194>

³ Así se denomina al entorno artificial que se desarrolla mediante herramientas informáticas. Pérez y Gardey (2016) Recuperado de: Definicion.de: Definición de ciberespacio (<https://definicion.de/ciberespacio/>)

en construcción continua que involucra a conjuntos de individuos que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y además se organizan para potenciar sus recursos. (p. 2)

En este rastreo de información se puede evidenciar que no todos los autores comparten el mismo punto de vista respecto a la utilidad de las redes sociales, tomando como modelo a Kujath (citado en Tarazona, 2013) quien considera que

Las redes sociales pueden jugar una doble función, por un lado, estas sustituyen la interacción interpersonal de manera directa; sin embargo, en otros momentos puede llegar a ser complemento de la comunicación directa, rompiendo de esta forma las barreras del espacio y del tiempo. (p.6)

En otras palabras, las redes sociales pueden llegar a acercar a los que están lejos y alejar a los que están cerca, esto, según el manejo que se les dé a las mismas.

La red social, que en la actualidad se considera que tiene mayor relevancia en la comunicación es Facebook, siendo una de las más usadas y visitadas por los cibernautas⁴, superando incluso a otras opciones virtuales como Google, YouTube, Instagram y Google News (Tarazona, 2013). Teniendo en cuenta la información anterior y otras fuentes, se toma esta red social como foco de estudio.

⁴ Se conoce como cibernauta a aquel que recorre el ciberespacio. Pérez y Gardey (2016) Recuperado de: Definicion.de: Definición de cibernauta (<https://definicion.de/ciberespacio/>)

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Además, es importante tener conocimiento de la manera cómo funciona esta herramienta de comunicación virtual, Zywicki y Danowski (citado en Herrera et al., 2010). La explican de la siguiente manera:

Facebook permite a sus usuarios crear perfiles personalizados que incluyen información general, como la educación, el sexo, la edad, etc. Los usuarios pueden escribir y poner mensajes en las páginas de sus contactos, subir fotos y etiquetar personas en esas (...), además de incluir videos y canciones. En esta red social los usuarios pueden tener como contactos: familiares, amigos, compañeros de trabajo e incluso personas de otros lugares del mundo, siendo estos totalmente desconocidos, lo que puede generar en los adolescentes mayor vulnerabilidad en cuanto a la exposición de información plasmada en esta red social. (p.9)

La anterior información sobre Facebook y los posibles efectos en los adolescentes, genera la necesidad de ampliar el concepto de adolescencia para encontrar una relación entre estas categorías. Inicialmente se tiene como referencia la Organización Mundial de la Salud (OMS), esta define la adolescencia como:

El periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más importantes en la vida del ser humano, que se caracteriza por un ritmo acelerado de crecimiento y de cambios, superado únicamente por el que experimentan los lactantes. (Organización Mundial de la Salud, 2013)

La adolescencia, además de ese significado individual, tiene trascendencia en el colectivo social: Los adolescentes de hoy son los ciudadanos de mañana, por lo que de ellos dependerá una

sociedad futura. Esto se puede observar desde las facilidades que trae consigo la tecnología en el mundo moderno, permitiendo al adolescente ubicarse en una posición desmotivadora y facilista.

Por lo mencionado anteriormente los adolescentes no desean compartir espacios familiares, buscan realizar actividades solos, llegando incluso a un estado de aislamiento. (Sierra, 2014)

El adolescente necesita tener nuevas emociones, probar diferentes estilos de relacionamiento y construir su identidad. Es la etapa de experimentar y sentir que es él quien decide. El adolescente piensa que, para alcanzar sus objetivos, debe ser aceptado por su entorno y esto incluye su aspecto, es por esto que se acude a Coopersmith⁵ quien conceptualiza a la autoestima como “la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso” (p.14). En este caso la autoestima es igualmente subjetiva, agregando que el sujeto puede aprobar o no, el resultado de dicha percepción.

Por otra parte, Rogers⁶ citado en (Válek de Bracho, 2007) establece que la autoestima es “la composición experiencial constituida por percepciones que se refieren al Yo, a las relaciones con los demás, con el medio y la vida en general, así como los valores que el sujeto concede a las mismas” (p.33). Es decir, para el autor la autoestima se forma con los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias individuales que se han tenido a lo largo de la vida, todo esto apuntando a la subjetividad.

⁵ Stanley Coopersmith (1926 -1979), nació en Nueva York, psicólogo humanista pionero en el estudio, desde la óptica de la psicología experimental de la autoestima. Creando el cuestionario Self-Esteem Inventory (S.E.I).

⁶ Carl Rogers (1902-1987), un defensor de la psicología humanista, teorizó que el origen de los problemas de muchas personas es que se desprecian y se consideran inútiles e incapaces de ser amados. Es por eso que Rogers creía en la importancia de dar aceptación incondicional a un cliente y cuando esto se hiciera, podría mejorar la autoestima.

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Lo anterior, brinda una variedad de elementos que permiten reflexionar sobre la necesidad de estar actualizados y conocer las problemáticas de carácter social, familiar y educativo que aquejan la sociedad contemporánea. Además, ofrecer un estudio adicional a los existentes para aumentar conocimientos sobre el tema descrito, a través de las investigaciones utilizadas, con el fin de plantear conclusiones que ayuden a comprender el fenómeno abordado, así, seguir incentivando al campo investigativo en temas actuales relacionados con esta etapa de la vida.

Al no encontrar estudios numerosos frente al tema, carece el investigador de herramientas necesarias para abordar el fenómeno, como también se dificulta la comprensión de los diferentes comportamientos en adolescentes y para este caso puntual, la incidencia sobre el uso del Facebook y la autoestima de esta población, siendo este un fenómeno contemporáneo, por esto se pueden generar inquietudes sobre el mismo para resolver en futuras investigaciones.

Por lo expuesto anteriormente se genera la inquietud de saber, ¿Cuál es el estado actual de las investigaciones sobre la autoestima y el uso del Facebook en adolescentes, desarrolladas en países latinoamericanos, de habla hispana, publicadas entre los años 2008 y 2019?

Antecedentes

Para mostrar un enlace con el planteamiento del problema, a continuación, se detallarán los antecedentes que fueron el soporte para desarrollar la presente investigación y que tienen que ver con algunos de los aspectos trabajados como lo son las redes sociales, la tecnología, la autoestima, la generación Z, también conocidos como los Centennials, y la adolescencia.

Esta búsqueda fue realizada en las bases de datos nacionales e internacionales como Dialnet, Ebscohots, Scopus, Sciencedirect, Academia, Proquest Ebook, entre otras,

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

seleccionando artículos, monografías y tesis, publicados entre los años 2008 - 2019, utilizando palabras claves como: redes sociales, autoestima, personalidad, conocimiento de sí mismo, adolescentes, las TIC, Facebook y Centennials; indicadas así en tesaurus UNESCO.

Uno de los artículos relevantes para el desarrollo de esta propuesta fue “*Redes sociales y jóvenes. Uso del Facebook en la juventud colombiana y española*” elaborada por Almansa, Fonseca y Castillo (2013) en la que se analiza: “Cómo se usa Facebook por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello”. (párr.1)

Este estudio inició en el año 2011 y finalizó en el 2012, la metodología utilizada fue: Una metodología mixta con técnica cualitativa (entrevistas en profundidad) y cuantitativa (análisis de contenido) (sic), en los países de Colombia y España, realizando 100 análisis de perfiles de Facebook y 20 entrevistas en profundidad, tomando una muestra de adolescentes entre los 12 y los 15 años de edad, de la Institución Educativa Distrital Técnico Internacional de Bogotá y en España la muestra fue tomada de Institutos (IES) de Andalucía (p.129).

Como conclusiones principales los autores plantean que para los adolescentes colombianos tener un perfil en Facebook es muy importante, porque esto significa administrar su personalidad; mientras que en España se obtuvo como conclusión que gran parte de los adolescentes crean sus perfiles de Facebook con contenidos disponibles para toda persona que desee observarlo. (Almansa et al., 2013, p.131).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede inferir que la red social Facebook tiene gran importancia para los adolescentes debido a que en esta pueden establecer nuevos contactos, lo que les permite sentirse parte de un grupo de amigos con quienes se tiene afinidad, además en

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

esta etapa de la vida, es decir, la adolescencia necesita de la aprobación del otro, en tanto su imagen se ve afectada según la aceptación que obtenga de sus publicaciones.

Otro artículo que se considera significativo al abordar estos temas como lo es el Facebook, la autoestima y la adolescencia es: “*Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos.*”, elaborado por Rodríguez y Fernández (2016), del cual se presenta el siguiente resumen:

Determinar si hay diferencias entre grupos de adolescentes de grado 7° de la ciudad de Bogotá, con diferentes tiempos de uso de las redes sociales en problemáticas de tipo internalizante, externalizante, la soledad percibida y el funcionamiento familiar por medio de una investigación correlacional descriptiva en la que participaron 96 estudiantes con un rango de edades entre los 11 y 15 años. En la que se encontró que, entre los participantes con un elevado tiempo de uso de las redes sociales, eran mayores los problemas de tipo externalizante (conducta agresiva, ruptura de reglas y problemas de atención). Se discute la necesidad de que en futuras investigaciones se enfatizen los factores positivos que para el desarrollo de los adolescentes puede tener el uso de las redes sociales a través de Internet. (p.131)

La anterior investigación permite dar cuenta de que adolescentes con alto uso de las redes sociales presentaban un mayor índice de problemas cognitivos como el déficit de atención, lo cual podría convertirse en la base para desencadenar problemas conductuales.

Se observa también que en el artículo “*Internet, redes sociales y adolescencia: Un estudio de centros de educación secundaria de la región de Murcia*”, se aproxima a conocer la influencia y el riesgo de las redes sociales, en las relaciones de los adolescentes y valorar el papel

de las familias sobre el uso de sus hijos de internet, realizado por Ballesta, Lozano y Cerezo (2014):

Se realizó dicho estudio a 119 estudiantes y esta investigación de enfoque cuantitativa y con diseño transversal nos acercó de manera particular a un dicho grupo de estudiantes. [...] la mayoría del alumnado considera que Internet es un lugar seguro y que nunca han sido acosados a través de las redes sociales, al mismo tiempo que toman medidas de seguridad al “subir” imágenes, puesto que un 60% nunca lo hacen públicamente, ni tampoco contactan con desconocidos o han tenido una cita con personas que no conocen. Aunque hay un grupo muy reducido (5%) que siempre “suben” fotos a Internet y al mismo tiempo son los que contactan con desconocidos, por lo que ellos no son conscientes el riesgo que conlleva el acceso a Internet cuando no protegemos nuestra privacidad. (p.115).

Del estudio anterior se puede notar el desconocimiento que tienen estos adolescentes al momento de acceder y permanecer de manera directa o indirecta en las redes sociales, aunque cabe aclarar que para algunos adolescentes el internet es seguro, ya que nunca han experimentado algún tipo de acoso a través de redes sociales, además expresan realizar publicaciones seguras, porque no son públicas.

Paralelamente se encuentra relevante para los antecedentes el siguiente artículo: *“La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales”* realizado por Herrera et al., (2010) el cual tiene como objetivo encontrar si existía relación alguna entre la adicción a Facebook, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales, en el cual se realizó la investigación de la siguiente manera:

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Participaron 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana, respecto a los resultados, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento se dedujo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja (p.14).

Según lo descrito en los resultados por esta investigación las personas con adicción a Facebook, es decir un uso excesivo de la red, son más propensos a mostrar una autoestima baja, lo cual ayuda a fundamentar la investigación propuesta, convirtiéndose en una fuente relevante, dando respaldo a la presente investigación.

Un artículo adicional revisado es: *“Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima”* realizado por Salcedo (2016) teniendo como objetivo la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima

Se evaluó a 346 alumnos de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre los 16 y 25 años de edad. Se les administró la Escala de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014). Los resultados indican una relación negativa ($r = -.469$, $p < .01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes, además se observan diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en la dimensión de la variable autoestima (p.3)

Este antecedente en una de sus conclusiones estima que los jóvenes que presentan mayor puntuación en la escala de adicción a redes sociales, puntúan más bajo en el inventario de autoestima, es decir, poseen niveles de autoestima bajo. Lo anterior, permite pensar que las personas que usan más tiempo internet tienen baja autoestima.

También se tomó como referencia el artículo “*Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria*” lo realiza Chalco, Rodríguez y Jaimes (2016) el cual tiene como propósito determinar la relación entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol en estudiantes de 4to y 5to año del nivel secundario de una institución educativa pública de Lima Metropolitana.

La muestra estuvo conformada por 135 estudiantes con edades entre 14 y 16 años. Se encontró que existe relación significativa inversa entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol ($r = -.287$; $p = .001$ y $r = -.288$; $p = .001$; respectivamente), es decir a menor autoestima y autocontrol mayor será el riesgo de adicción a redes sociales. (p.2)

El artículo mencionado anteriormente da cuenta que a medida que los estudiantes muestren inseguridad, aislamiento y una baja autoestima, mayor será el riesgo de adicción a las redes sociales.

Otro de los textos que nos ayuda a dar una mirada a estos fenómenos como lo son el Facebook y la autoestima en los adolescentes es: “*Nuevos patrones de integración social. El uso del Facebook y el Twitter en adolescentes y el impacto en su autoestima*”, realizado por López (2015), en el cual se evidencia buscan

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Analizar a partir de diversos artículos, el uso del Twitter y en particular del Facebook en los jóvenes, el apoyo social conseguido mediante estas redes sociales, el impacto que ostentan las mismas en su propia autoestima, y su relación con ciertas características del narcisismo. Cada revisión bibliográfica utilizó diferentes herramientas para obtener los resultados esperados en adolescentes entre los 12 y 16 años. De los diferentes resultados obtenidos tenemos el siguiente: “El uso de Facebook se encontró asociado con medidas de bienestar psicológico, sugiriendo que el mismo podría ofrecer mayores beneficios para los usuarios que experimentan baja autoestima y baja satisfacción con la vida (p.51).

De la investigación anterior se puede comentar que existe una relación entre las variables de uso de Facebook con las áreas de los cuestionarios de autoestima, los cuales fueron revisadas detalladamente a lo largo de la investigación; y posteriormente se puede concluir que el uso intenso de Facebook está asociado con ciertas características de la Autoestima y el Narcisismo.

Por último, otro texto que arroja información que ayuda el pleno desarrollo de la presente investigación es, “*Relación de los menores con las redes sociales y el WhatsApp: Causas y consecuencias*”, realizado por Moreno e Isideo de Pedro (2018) quienes a través de su investigación plantea relacionar la preocupación por colgar fotografías e información personal en las redes sociales con carencias en la vida personal, como la falta de autoestima, del cual se extrae que para llevar a cabo la investigación se utilizó una metodología cuantitativa y se utilizó una muestra de 134 adolescentes con un promedio de edad de 14.8 años, a los cuales se les aplicó el cuestionario AD HOC y luego de dicha aplicación a mencionada población se obtuvo los siguientes resultados:

Hay personas que exhiben sus vidas, logros o fotografías en las que salen especialmente bien con el objetivo de recibir retroalimentación a través de likes, como si se tratase de un

reconocimiento. Son particularmente vulnerables a estas acciones aquellas personas con baja autoestima o carencias en su vida personal, cuyo estado de ánimo puede mejorar o empeorar en función de la retroalimentación obtenida en las redes (p.213)

La investigación que se acaba de revisar realizada en el 2018, una de las más recientes, da cuenta de cómo los adolescentes que están inmersos en las redes sociales terminan exponiendo su intimidad y privacidad a las demás personas, queriendo de alguna manera una aceptación en la sociedad, de no obtener un número determinados de likes, traería ciertas consecuencias negativas con respecto a su autoestima.

Justificación

En la actualidad las redes sociales se han convertido en objeto de estudio para el análisis, abordaje y posterior investigación de diferentes fenómenos que se presentan en la sociedad contemporánea, es por ello que esta revisión documental intenta describir el estado actual de las investigaciones desarrolladas sobre el uso del Facebook y la autoestima de los adolescentes en países Latinoamericanos de habla hispana entre los años 2008 y 2019.

“En estos momentos se puede hablar de un crecimiento considerable tanto de los usuarios de redes sociales como de nuevos perfiles creados en Facebook”. (Eslava, 2017, párr. 5) Facebook es una de las redes sociales más usadas en el mundo, en este se puede subir contenidos que ostenten los lujos materiales, los momentos más felices y los más grandes logros, este material compartido puede generar una distorsión de la realidad para los usuarios de esta red social; incluso, la autoestima de los jóvenes puede llegar a depender del número de likes conseguidos en una foto, ya que asemejan la percepción de sí mismos con la percepción de sus pares, sustentado por Moreno e Isidro de Pedro (2018).

De esta forma, hay personas que exhiben sus vidas, logros o fotografías en las que salen especialmente bien con el objetivo de recibir retroalimentación a través de likes, como si se tratase de un reconocimiento. Son particularmente vulnerables a estas acciones aquellas personas con baja autoestima o carencias en su vida personal, cuyo estado de ánimo puede mejorar o empeorar en función de la retroalimentación obtenida en las redes. (p.221).

Los resultados que se obtuvieron en la presente investigación, arrojan información importante, para estudiantes, docentes e investigadores de las ciencias humanas y sociales, aportando conocimientos, datos y elementos relevantes para la construcción de futuras investigaciones relacionadas al tema, ampliando la información actual en los artículos, revistas, monografías y otros, publicados en las diferentes bases de datos.

La actual revisión documental tiene como propósito profundizar y describir lo concerniente al uso del Facebook con relación a la autoestima en adolescentes; dicho fenómeno es contemporáneo y no hay suficientes investigaciones que ahonden en estos efectos en la sociedad, dado que, las redes sociales han tenido un evidente posicionamiento a nivel global como dispositivo de relacionamiento, generando en los investigadores motivación o necesidad de producir más conocimientos sobre el tema.

Además, se presume que Facebook pasó de ser un simple medio de comunicación para convertirse en un instrumento de interacción de uso cotidiano; sin embargo, se pueden hallar investigaciones referentes a las herramientas digitales, pero son pocas las que muestran la forma como los adolescentes se relacionan con la red social Facebook y en la forma cómo esta relación incide en la configuración de su autoestima, además de la influencia que puede tener en otros aspectos de la psicología de un individuo.

La presente investigación busca identificar la información relacionada con el uso del Facebook y la autoestima en adolescentes, a través de la revisión de artículos desarrollados en países de Latinoamérica entre los años 2008 y 2019, examinando información relevante frente a este, ya que al ser un tema que dialoga con el capitalismo, puede llegar a tener mucha resonancia en cuanto a los hallazgos encontrados.

Además, sirve para tener conocimientos sobre los problemas que pueden generar las redes sociales en la salud mental de los adolescentes, es un tema contemporáneo, por ello, no está explorado en su totalidad, se quiere ahondar en el para aportar conocimientos sobre temas actuales que conversen entre el concepto de sí mismo en el adolescente y el uso de Facebook; generando un impacto en los padres, docentes y profesionales que manifiesten interés en este fenómeno, así, conocer uno de los medios más frecuentes que utiliza esta generación . En la actualidad, un número significativo de Centennials establece vínculos a través de las redes sociales, por ello, en gran medida lo que sucede por medio, influye en diferentes aspectos de la vida.

Este estudio pretende aportar información relevante a través de la revisión documental al campo investigativo relacionado con la virtualidad, está en continua evolución, siendo este un nuevo estilo de vida del siglo XXI, transformando la manera de entablar relaciones, existiendo posibles influencias en los adolescentes y no se conoce de una manera concreta este fenómeno, convirtiéndose en una problemática para abordar desde la psicología.

Objetivos

Objetivo general:

Interpretar el estado actual de las investigaciones sobre la autoestima y el uso del Facebook en adolescentes, desarrolladas en países Latinoamericanos, de habla hispana y publicadas entre los años 2008 y 2019

Objetivos específicos:

- Identificar la información relacionada con el uso del Facebook y la autoestima en adolescentes, encontrados en países de Latinoamérica entre los años 2008 y 2019.
- Seleccionar las categorías de análisis referidas con el uso del Facebook y la autoestima en adolescentes.
- Realizar el análisis de las categorías identificadas mediante el instrumento matriz de análisis topográfico.

Marco Conceptual

Desde la aparición de las redes sociales se han llevado a cabo diferentes investigaciones que buscan dar cuenta y responder a las particularidades de estas y a la relación con la salud mental. Esto es, particularidades de las estructuras relacionales que propician y nuevas formas de relacionarse de las personas con los otros, sobre lo cual Sanz (2013) afirma que:

En el análisis de redes se describen y estudian las estructuras relacionales que surgen cuando diferentes organizaciones o individuos interaccionan, se comunican, coinciden, colaboran etc., a través de diversos procesos o acuerdos, que pueden ser bilaterales o multilaterales; de este modo la estructura que emerge de la interrelación se traduce en la existencia de una red social (p.22)

Dichas investigaciones acercan a conocer las experiencias que han tenido los diferentes grupos sociales y comunidades en cuanto a las redes sociales y las reacciones que pueden presentarse en temas comportamentales, de carácter, de significantes, entre otros, y en particular para nuestra revisión documental, variables como la autoestima y la adolescencia.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, la presente revisión documental se propone interpretar el estado actual de las investigaciones sobre la autoestima y el uso del Facebook de los adolescentes, desarrolladas en países Latinoamericanos, de habla hispana y publicadas entre los años 2008 y 2019. Para la realización del marco conceptual se tiene en cuenta diferentes nociones relevantes para esta investigación, las cuales se escribieron desde el concepto macro hasta llegar al micro. Todos estos están descritos a continuación iniciando con redes sociales y finalizando con la concepción de Centennials.

Redes sociales

¿Qué es una red social?

Para tener una mejor comprensión de lo que significa una red social se tiene como referencia la apreciación brindada por el autor Speck (1989):

Una red social es el campo total de relaciones de una persona o una familia... es un grupo de personas: miembros de la familia, vecinos, amigos y otros capaces de aportar una ayuda y un apoyo tan reales como duraderos a un individuo o a una familia. Es en síntesis un capullo alrededor de una unidad familiar que sirve de almohadilla entre ésta y la sociedad. Es lo que subsiste del aspecto tribal de las sociedades primitivas. (p.232)

Los seres humanos buscan establecer relaciones sociales por naturaleza, con la finalidad de satisfacer diversas necesidades y encontrar en estas un soporte para llevar a cabo diferentes actividades a lo largo de su vida, se debe tener presente que con los avances tecnológicos estas interacciones con los grupos sociales han pasado de ser presenciales a tenerse por medios de un contacto virtual.

Redes sociales virtuales

Las redes sociales virtuales han surgido con los avances tecnológicos, estas han aportado cambios en muchos sentidos transformando la forma de comunicación, trayendo consigo ventajas y desventajas. Pero ¿qué es una red social virtual? Según Cajal (2017):

Una red social es un sitio en internet que tiene como finalidad el servir de herramienta de comunicación entre diversos usuarios que se unen en un mismo espacio virtual para

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

compartir información en diversos formatos como texto, video, imágenes, música...
entablando diálogos sobre algún interés o tema en común. (párr.4)

Cuando se habla de una red social lo primero que se viene a la mente son los sitios como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros, los cuales han causado infinidad de discusiones, como la falta de privacidad que hay en estos, también, han servido como medio de comunicación de eventos, manifestaciones o protestas públicas. Por medio de estas, también se crean o se promocionan empresas. En el ámbito de la psicología, el estudio en relación con las redes sociales cada vez se vuelve más una necesidad, dadas sus consecuencias en el modo de relacionarse y la manera como se experimenta el entorno a través de ellas.

Hoy en día las redes sociales forman parte de la cotidianidad y sus orígenes históricos son recientes, se remontan a 1994, cuando el avance tecnológico permitió que algunas webs pudieran ofrecer la posibilidad de añadir comentarios en foros, mensajes instantáneos y listas de amigos.

Ahora bien, la primera red social que no solo permitió crear perfiles personales, sino también listas de amigos y navegar por éstas, fue Sixdegrees.com. Durante el periodo de 1997 al año 2001, los avances tecnológicos también permitieron nuevas herramientas de interacción, que fueron utilizadas por Livejournal o LunarStorm. Ryze.com es considerada la primera red social enfocada a los negocios, que surgió también en esa época. Más tarde apareció Friendster, un portal para ligar. En 2003 nació Myspace, y meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerberg creó la red social más importante y conocida de todas: Facebook.

Teniendo presente esta definición podría entenderse que una red social está compuesta por un conjunto de individuos u organizaciones que están relacionados de acuerdo algún criterio ya sea una relación profesional, amistad, parentesco, etc. Que comparten intereses en común o

hay líneas de conexión que los une. En esta investigación en particular se pretende ahondar en las redes sociales creadas a través del campo virtual.

Tipos de redes sociales virtuales

Las redes sociales permiten crear comunidades de individuos con intereses comunes, pero existen distintos tipos, cada uno de ellos con sus características. ¿Cómo se clasifican las redes sociales virtuales?

Redes Sociales horizontales: Son el tipo de redes sociales generales, donde cualquier tipo de usuario puede entrar y participar de ellas, sin tener a priori características comunes. Son, por ejemplo, Facebook, Instagram o Twitter. (Fernández, 2018, párr. 3).

Redes Sociales verticales: Aquí es algo diferente. Los usuarios buscan o tienen puntos en común, y estas redes sociales sirven para una o varias finalidades concretas a nivel profesional: empleo, networking, viajes, etc. Aquí entran el tipo de redes sociales como LinkedIn, Tripadvisor, Soundcloud, Spotify, Vimeo, etc... (Fernández, 2018, párr. 4).

Facebook

Realizando una búsqueda sobre Facebook y recopilando información acerca de su creación y el uso estimado que se le da a esta red, se encuentra que Zywicki y Danowski (citados en Herrera et al., 2010).

Facebook fue fundado en 2004 como una red social sólo para estudiantes de Harvard, pero a mediados del 2005 fue adoptado por alrededor de otras 2.000 universidades y colegios tan sólo en Estados Unidos. A lo largo de este último año, 22.000 organizaciones

comerciales se unieron a esta red y a finales de él, dos tercios de usuarios se conectaban a diario y estaban en el sitio un promedio de 20 minutos. (p.9).

Además, Escobar (2018), afirma que es una red social creada en el 2004 y con más de 2 mil millones de usuarios activos. Se trata de una red social gratuita y que permite subir fotos, videos, publicaciones o transmitir en vivo. También nos facilita comunicarnos con otras personas y marcas, crear grupos y eventos, buscar avisos clasificados y también crear páginas públicas en torno a un determinado tema o interés. (párr.6)

Facebook es considera la red social más utilizada en el mundo. Esta red social es muy atractiva porque es fácil de usar, interactuar con otros usuarios y permite varios tipos de formatos como vídeo, imagen o texto. Aunque en el último año se ha visto bastante afectada debido a las leyes que velan por la protección de datos personales.

Los creadores de la red social Facebook la promocionan como una red para toda la familia, la cual pueden utilizar desde los más jóvenes hasta los más mayores. Esta red social es de las pocas donde se pueden encontrar publicaciones de compañeros o amigos y de tus tías o tus padres. Debido a que “Facebook es la red social favorita de los Millennials y la Generación Z”. (Fernández, 2018, p.6).

Es la red social más importante del mundo en este momento, por lo que es muy probable que las futuras generaciones también estén registradas en este sistema. Se trata de una red generalista, donde podemos encontrar a todo tipo de personas. La enorme cantidad de datos e información personal que posee esta red la hace estar en el centro del debate acerca de la intimidad de los usuarios.

Autoestima

¿Qué es la autoestima?

“La autoestima es la valoración que tiene el ser humano de sí mismo, la actitud que manifiesta hacia sí mismo, la forma habitual de pensar, de sentir, de comportarse consigo mismo y que la autoestima puede ser académica, social, interpersonal” (Vicente,1997, p.38)

De acuerdo con Caso y Hernández (citado por Sparisci, 2013) propone “el concepto de autoestima es multifacético debido a que la literatura psicológica ha abordado el estudio de la misma ya sea como sinónimo, como parte o como constructo inclusivo de términos como autoconcepto, autorreconocimiento, autoeficiencia, autocontrol o autoconciencia” (p.5)

Para realizar la revisión de esta categoría es necesario abordar diferentes teóricos que han hecho importantes aportes al desarrollo de la misma Mejía, Pastrana y Mejía (citado por Panesso y Arango, 2017) que:

La autoestima es considerada como la valoración que se tiene de sí mismo, involucra emociones, pensamientos, sentimientos, experiencias y actitudes que la persona recoge en su vida). Este proceso se va desarrollando, a lo largo del ciclo vital, a partir de las interacciones que realice el sujeto con los otros, lo cual posibilita la evolución del “Yo”, gracias a la aceptación e importancia que se dan las personas unas a otras. (p.2)

Otra de las definiciones que nos ofrecen los diversos autores es la indicada por Valencia (2019):

La autoestima se refiere a la necesidad de respeto y confianza en sí mismo. La necesidad de la autoestima es básica, todos tenemos el deseo de ser aceptados y valorados por los demás. Satisfacer esta necesidad de autoestima hace que las personas se vuelvan más seguras de sí mismas. El no poder tener reconocimiento por los propios logros, puede llevar a sentirse inferior o un fracasado (p.1)

Ortega (citado por Quezada, 2018) señala que “La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad.” (p.2)

De otra parte, Casados (2010) agrega su punto de vista sobre la autoestima y sobre ella es él quien dice: “La autoestima es un juicio objetivo, realista y positivo sobre uno mismo al haber conseguido un desarrollo personal coherente, fundado en los elementos básicos del ser humano: físicos, psicológicos, sociales/ profesionales y culturales”. (párr. 1)

No podemos aislar la autoestima de la salud mental de las personas y en nuestro caso en particular en los adolescentes y por ello tenemos el aporte dado por Clemente (2018) quien dice que:

La adolescencia es un período de complejo, lo sabemos. Una etapa del desarrollo evolutivo donde asentar identidades, valores, autoconceptos (...) De ahí la necesidad de experimentar, conocer y posicionarse en diversos roles. Por eso, es especialmente importante que la autoestima en los adolescentes sea alta, fuerte y saludable. De lo contrario, pueden emprender un camino desafortunado. (p.1)

Autoconcepto

El autoconcepto es un término de gran relevancia en el ámbito de la psicología y en particular para nuestra investigación, lo concerniente al desarrollo y relación de los adolescentes con este término. Este concepto incluye la percepción de nuestras capacidades y nuestra propia singularidad frente a una sociedad y nosotros mismos. A continuación, veremos algunas definiciones: Massenzana (2017) plantea:

El autoconcepto y la autoestima desempeñan un papel fundamental en la vida de las personas ya que el bienestar psicológico, la satisfacción de uno mismo, el conjunto de relaciones sociales, entre otros aspectos, llevan su impronta. Sin embargo, a pesar de que durante los últimos años la investigación desarrollada en el área de la psicología social ha puesto un mayor énfasis en dichos constructos, por lo general los términos autoestima y autoconcepto son utilizados en gran parte de la literatura especializada como sinónimos, cuando, aunque se encuentran íntimamente relacionados, son diferentes entre sí. (p.1).

Otra definición podría ser lo planteado según Vera y Zebadúa (citado por Cazalla y López, 2013) quien menciona:

El autoconcepto se considera una necesidad humana profunda y poderosa, básica para la vida sana, con un buen funcionamiento y para la autorrealización. Está relacionado con nuestro bienestar en general. Muchos de los problemas psicológicos actuales como la depresión o los malos tratos conyugales se relacionan con un autoconcepto bajo o defectuoso. (p. 44)

Vemos de igual manera lo planteado por Calcáneo (2007), quien propone que:

Se puede decir que el autoconcepto se refiere a las ideas, pensamientos, creencias y conceptos que una persona tiene con respecto de sí y de sus propias características las cuales pueden ser de su agrado o desagrado y por lo tanto le hacen valioso o no y le conducen a comportarse de una forma determinada en los diferentes ambientes en los que se desenvuelve. (p.8)

Siguiendo con las diversas definiciones que nos presentan los anteriores autores propuestos, pretendemos continuar fortaleciendo teóricamente este concepto y anclarlo con el desarrollo de los adolescentes hasta donde estas mismas definiciones nos lo permitan. En esa lógica presentamos las siguientes definiciones y sus respectivos autores como por ejemplo Harter (citado por Moral, Ovejero y Pastor, 1998) nos dice que:

Si atendemos a ciertos aspectos psicosociales y evolutivos, sin duda, la adolescencia es un período peculiar respecto a la evolución del autoconcepto ya que se produce un cambio que atenta contra la estabilidad del concepto de sí mismo de los adolescentes, y una posterior consolidación y perfeccionamiento. A estas edades la apariencia física junto con la aceptación social (atractivo físico y popularidad) constituyen los elementos más poderosos a la hora de considerarse a sí mismo como competente y capaz. (p. 156-157).

Autoimagen

Para el adecuado desarrollo y objetividad de la presente investigación es importante dar una mirada amplia a los diversos conceptos que están alrededor del adolescente en cuanto a la definición de cada uno de ellos, a continuación, daremos una mirada y una revisión teórica al concepto de autoimagen que nutre de manera significativa nuestra investigación. El adolescente

crea una interpretación subjetiva de sí mismo en cuanto a su imagen corporal como lo plantean Harter (citado por Moral, et. al, 1998), quienes dicen que:

La propia percepción del adolescente de su autoimagen corporal, así como la interpretación subjetiva de la misma y de la modulación de la que es objeto por sus otros significativos, constituye uno de los factores que conforman su identidad personal, si bien cabría apuntar la posibilidad de que los adolescentes posean varias identidades, tantas como percepciones, más o menos subjetivas, de su imagen por los miembros integrantes del grupo cuyas opiniones modulan la propia autoimagen. (p.172)

Como lo plantea Vernieri 2006 (citado por Cifuentes 2016) dice que: “La autoimagen es la aceptación positiva, de lo que se refleja a otros, que está basada en la apariencia personal y el cuidado que se tiene de sí mismo, el adolescente tiene que estar firme en su autoimagen amarse, quererse. (p.7)

Es importante contar con una revisión amplia de los diferentes términos planteados que están directamente relacionados de una u otra manera con el adolescente y su desarrollo que responden a la percepción, concepto, imagen y pensamiento de cada uno de ellos. Siguiendo este orden nos preguntamos por la percepción de estos adolescentes en cuando su imagen corporal que responden su percepción.

Imagen Corporal

Este concepto a la luz de según Colás y Castro (2011), propone que:

La imagen corporal es un aspecto esencial en la identidad personal de los/as adolescentes. Es precisamente en esta etapa cuando se producen los mayores cambios físicos que

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

afectan directamente a la imagen corporal, y ésta, a su vez, a su autopercepción y autoestima” (p.347)

Por otro lado, también vemos lo propuesto por Rosen (citado por Raich, 2004) quien plantea que la “Imagen Corporal es un concepto que se refiere a la manera en que uno percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo. O sea que se contemplan: aspectos perceptivos, aspectos subjetivos como: satisfacción o insatisfacción, preocupación, evaluación cognitiva, ansiedad, y aspectos conductuales” (p.16)

Adolescencia

La adolescencia es uno de nuestras variables más relevantes sobre la cual queremos indagar, ya que es una etapa de desarrollo como lo menciona inicialmente Sierra (2014) al referirse al dicho termino, define que: “El término adolescencia se origina en el latín *adolescens*, y alude a la presencia del periodo, de crecimiento, de maduración”. (p.19)

Diferentes autores proponen la adolescencia como una etapa trascendental en el desarrollo psicológico, social, entre otros, del adolescente y es por ello que es entendido como un fenómeno psicológico, el cual revisaremos a la luz de los siguientes autores:

La adolescencia según Elkind se caracteriza por un tipo de pensamiento egocentrista y por el inicio del pensamiento crítico. En este periodo, el puente que se construye entre el niño y el adulto está repleto de emociones contradictorias. En la más tierna infancia, las figuras de referencia son los padres y en ellos reside, para el niño, el criterio de verdad y realidad. (Hidalgo, 2019, párr. 1)

Además, la adolescencia desde diferentes autores, se encuentra dividida por etapas, como se muestra en la siguiente cita:

Este período de transición entre la infancia y la edad adulta transcurre entre los 11-12 años y los 18-20 años aproximadamente. El amplio intervalo temporal que corresponde a la adolescencia ha creado la necesidad de establecer subetapas. Así, suele hablarse de una adolescencia temprana entre los 11-14 años; una adolescencia media, entre los 15-18 años y una adolescencia tardía o juventud, a partir de los 18 años. (Moreno, 2015, p.10)

Siguiendo con la búsqueda de referentes que ayudan a esclarecer el término se encuentra una cita donde se puede encontrar un apoyo para reafirmar el cuestionamiento inicial que se tiene, donde afirma:

La adolescencia representa para el individuo la experiencia de la confrontación entre lo que se pierde y lo que se gana, lo que se desea y lo que es, entre ideales y afectos contrapuestos, que generan también una fuerte resistencia al cambio en la generación precedente. (Fuentejada y Castro, 2014, p.16)

Los Adolescentes de hoy, son aquellos que nacieron en una era tecnológica y quienes entienden de una manera diferente el mundo, construyen vínculos desde la virtualidad y su manera de relacionarse no se llegó a imaginar desde tiempo atrás.

Los procesos mentales de la adolescencia están dirigidos prioritariamente a consolidar lo que al individuo le hace único y diferente frente a otros, es decir, su identidad. En esta conquista adopta un rol diferente al que tenía hasta ese momento y también obliga a que se modifique el de las personas de su alrededor. (Fuentejada y Castro, 2014, p.19)

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Cabe resaltar que es importante tener en cuenta la dimensión sexual del adolescente en el cual se encuentra: “El descubrimiento de ese cuerpo que se transforma lleva a la hiper observación y a la vigilancia. Es el momento de las quejas, pero no sólo en cuanto a su imagen”. (Fuentejada y Castro, 2014, p.23) Además, este autor habla sobre la definición de los procesos psicológicos en el adolescente afirmando

“Definir los procesos psicológicos que tienen lugar en la adolescencia ha sido el objetivo de múltiples tratados, pero si hubiera que buscar los elementos comunes a todos ellos, nos encontraríamos, por un lado, con el concepto de identidad y, por otro, con la toma de conciencia de un cuerpo en transformación”. (Fuentejada y Castro, 2014, p.24)

El cuerpo en las generaciones de este momento, tiene una representación, una valoración, y un uso, que contrasta con el de las generaciones que las proceden. En la actualidad se observan, fenómenos que interrogan profundamente la relación que está haciendo el sujeto contemporáneo, con su corporalidad; el culto al cuerpo, es uno de ellos. (Sierra, 2014, pp.30-31)

En la adolescencia la corporalidad cobra más importancia, generando una gran preocupación por la apariencia e imagen física. La revisión de los problemas de Imagen Corporal en adolescentes y jóvenes muestra una excesiva preocupación por el aspecto físico y una sobrevaloración del cuerpo en ambos sexos, en especial la Imagen Corporal (IC) negativa que influye en mayor grado en mujeres que en hombres. (Montserrat et al., 2013, p.172).

Es relevante hablar de los procesos cognitivos del adolescente debido a que en esta etapa se es muy perceptivo y sensible a los cambios de este proceso, por lo tanto, Piaget (cita en Triglia, s.f.) afirma que existen cuatro etapas en el desarrollo cognitivo, a continuación, se mencionara la que coincide con el periodo de adolescencia:

“La fase de las operaciones formales es la última de las etapas de desarrollo cognitivo propuestas por Piaget, y aparece desde los doce años de edad en adelante, incluyendo la vida adulta”. (Triglia, s.f, párr. 20)

Es en este período en el que se gana la capacidad para utilizar la lógica para llegar a conclusiones abstractas que no están ligadas a casos concretos que se han experimentado de primera mano. Por tanto, a partir de este momento es posible "pensar sobre pensar", hasta sus últimas consecuencias, y analizar y manipular deliberadamente esquemas de pensamiento, y también puede utilizarse el razonamiento hipotético deductivo. (Triglia, s.f., párr.20)

“La construcción de la propia imagen, de la visión global sobre quién es uno, es un proceso de carácter evolutivo complejo, que va intrínseca - mente unido a la constitución de la identidad”. (Fuentejada y Castro, 2014, p.26)

Es frecuente que entre amigos se demande explícitamente algún signo, o rasgo, cuando no una definición, acerca de cómo se es. El «¿tú cómo me ves?», resume ese intento de llegar al objetivo, quizás, aunque sin saberlo, utilizando falsos atajos. Decíamos antes también que lo que se busca es la aceptación, pero no de cualquiera. La aceptación tiene que provenir de otras figuras valoradas, y el grupo de iguales (...) (Fuentejada y Castro, 2014, p.28)

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores propuestas a la hora de hablar del concepto de adolescente, es prudente indicar que este presenta en esta etapa unos comportamientos típicos y propios como lo indica por ejemplo Sierra (2014), diciendo que: “Nuestros adolescentes no quieren compartir espacios familiares (...), buscan realizar todas sus actividades solos, (...)” (p.22)

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Incluso no es correcto quedarnos solamente con los comportamientos típicos en la adolescencia, sino también notar que existen factores exteriores de carácter cultural y social y permean su desarrollo y les pone en diferentes situaciones no solo físicas sino también psíquicas como lo plantea Sierra (2014)

La tecnología y todas las facilidades que ofrece el mundo moderno, han permitido que los jóvenes de esta época, se ubiquen frente a los retos en una posición de desgano y desmotivación, que es de anotar, corresponde a una posición psíquica y no física. (p.20)

Sierra (2014) en el desarrollo de sus aportes a la adolescencia continua en el ahondamiento de la movilización emocional y psíquica que acarrea esta etapa, y es por ello que propone que “esta adolescencia se ubica en la lógica de la rapidez, y el cambio, para evitar la confrontación que exige la existencia y hacerle el desquite al malestar propio de algunos procesos en la vida”. (p.21).

Centennials

Al comprender un poco más sobre ese adolescente, llega un término que en la actualidad tiene peso, en el cual se comprende la relación del adolescente con las redes sociales, llamado Centennials.

Este término (Centennials) no es muy común su uso, pero, constantemente estamos relacionados con las características de este y por ende a su relación con los adolescentes, Fromm (2016) nos trae el siguiente planteamiento:

Si bien a menudo nos referimos a los miembros de la generación del milenio como nativos digitales, los adolescentes de hoy, también conocidos como la esquiwa generación

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Z, son realmente la primera generación de consumidores que ha crecido en una era completamente post-digital. (párr.1)

Para ampliar más la información que se tiene sobre las particularidades de este calificativo (centennials) y su participación en la población general, miremos la información brindada por McGorry, (s.f), quien indica

Los Centennials son los que nacieron en el cambio de siglo desde aproximadamente 1997 hasta 2015. Según los EE. UU. Oficina del Censo, este grupo de edad de la población representa casi el 26% de la población en América. Esta generación puede llamarse Gen Z, iGen, Fundadores o Centenarios.

Los Centennials están conectados continuamente en las redes sociales, estos sujetos no les cuestan renunciar a momentos típicos sociales, como el estar en familia, porque prefieren estar conectados con sus pares a través de redes sociales.

Les importa más los “likes” que el dinero. Creen en las causas sociales, pero no siempre lo sustentan con sus acciones. Son globales y de mente abierta. Individualistas y muy competitivos. Así son los Centennials, la generación de jóvenes entre 12 y 18 años que le sigue a los Millennials. (Revista semana, 2019, párr.1)

Anteriormente Sierra ponía en dialogo dos elementos que son pertinentes para la revisión de los centennials y es preciso los retos que a diario se le presentan al adolescente gracias al desarrollo cultural y el otro elemento es la dinámica de la rapidez y el cambio en la que ellos inmensos. Fromm (2016) articula la dinámica del adolescente con lo que nos brinda el desarrollo de la información digital

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Desde el momento en que nacieron, nunca han vivido en un mundo en el que no puedan simplemente "buscarlo en Google"(...) desde un teléfono inteligente a través de Wi-Fi (probablemente gratis). Esta disponibilidad inmediata de información, y la facilidad con la que pueden acceder a ella, ha moldeado por completo la forma en que gen Z interactúa con las marcas, toma decisiones de compra y se conecta con sus redes de pares. (párr. 3)

Existen diferentes autores que han abordado el término de Centennials, los cuales se mencionaran a continuación.

Fromm 2016 (citado por Joe Cox, s.f) afirma: “están hiperconectados. Han crecido con un teléfono inteligente. No es un complemento o una molestia, es parte de ellos. No están al punto de no hacer cosas físicamente debido a la tecnología, pero se está acercando” (párr. 8)

Otro participe en la definición, planteada en Fromm 2016 (citada por Mia Dand 2016) donde concluye que

La Generación Z está súper conectada a sus redes de amigos debido al fácil acceso a la tecnología. Constantemente conectados es su norma. Están creciendo en un mundo siempre móvil y solo con aplicaciones de mensajería que les permiten conectarse de manera instantánea y sin esfuerzo con cualquier persona en todo el mundo en tiempo real. (párr. 8)

Metodología

Enfoque

El enfoque elegido para la realización de este estudio es el cualitativo. Es posible por medio de este, comprender la realidad desde la mirada de los actores que están inmersos en ella. Se seleccionó este enfoque para la investigación, debido a que permite identificar y caracterizar elementos y conceptos actuales sobre la autoestima referenciada en los documentos analizados, en los cuales, a partir del análisis de criterios de inclusión, se identificó en ellos la indagación del fenómeno en poblaciones de adolescentes que hacían uso del Facebook como la red social más utilizada.

El enfoque cualitativo se identifica porque busca comprender la perspectiva de los participantes. Siendo una de las características fundamentales en el enfoque cualitativo, profundizar en las experiencias, perspectivas, opiniones y significados que cada persona le da a una situación en particular. En el presente trabajo se analizarán los hallazgos, resultados y conclusiones obtenidos en sus procesos investigativos realizados en las poblaciones reportados en estos, entorno a los conceptos de autoestima y Facebook.

Así mismo, Hernández, Fernández, y Baptista (2014) afirman que el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7). En este sentido, la presente investigación busca a partir de los diferentes documentos, interpretar los hallazgos más representativos con base al tema propuesto.

Tipo de investigación

El tipo de investigación seleccionada para la realización de este estudio es revisión documental en aras de responder al interrogante ¿Cuál es el estado actual de las investigaciones sobre la autoestima y el uso del Facebook en adolescentes, desarrolladas en países latinoamericanos, de habla hispana, publicadas entre los años 2008 y 2019? El análisis documental permite interpretar y describir el contenido de determinados documentos. Es un tipo de estudio que permite la recuperación de la información referenciada en la producción académica, de acuerdo con criterios definidos por el interés del investigador y así, luego de realizar un análisis categorial de la información, la interpretación y respectiva síntesis, transmitir los hallazgos y conclusiones a la comunidad académica.

También, desde el estudio documental se posibilita la comunicación y la transformación del contenido inicial a uno secundario de mejor acceso y difusión; tal y como afirma Castillo (2004):

El análisis documental es una operación intelectual que da lugar a un subproducto o documento secundario que actúa como intermediario o instrumento de búsqueda obligado entre el documento original y el usuario que solicita información. El calificativo de intelectual se debe a que el documentalista debe realizar un proceso de interpretación y análisis de la información de los documentos y luego sintetizarlo. (p. 1).

En la presente investigación se analizaron los diferentes documentos que componen la muestra atendiendo a las categorías de análisis definidas por los investigadores y que orientan la producción de un texto final en el que se presentan respuestas a los objetivos de la investigación

y que sintetizan aspectos relevantes sobre el estudio del fenómeno en países de habla española en Latinoamérica, como aporte a la comprensión de la producción textual en el tema.

Muestra

Esta investigación orientada desde una revisión documental preciso el abordaje de un número considerable de documentos, con los cuales se podrá realizar un adecuado desarrollo a dicha revisión. Se desarrolla el accionar a partir de bases de datos certificadas que tenían como criterio de selección palabras claves, las cuales con la ayuda de tesoro de la UNESCO permitió una mejor clasificación de estas.

Se determinó que los documentos que se tendrían en cuenta y aplican para la revisión teórica son documentos científicos, estudios, artículos, monografías, trabajos de grado aprobados, investigaciones científicas y otros materiales que reporten resultados de estudios en población adolescente, que trabajen las categorías autoestima o subcomponentes de esta y uso de la red social Facebook. estos documentos deben ser publicados en Latinoamérica, en países de habla hispana.

Se identificaron aproximadamente un total de 120 artículos publicados entre los años 2008 y 2019, de los cuales se sistematizó su contenido en una matriz de análisis primario de contenidos, para identificar entre ellos, aquellos que cumplieran a cabalidad con los criterios de inclusión en la muestra. Luego de este filtro quedaron seleccionados 30 documentos, los cuales configuran el cuerpo de conocimiento sobre las variables que guían el estudio, cumpliendo con los criterios de inclusión. Como criterios de inclusión para la búsqueda de estos, se tuvieron en cuenta los siguientes: año, país donde se realizó la investigación, idioma, tema, población y metodología, y que fueran de libre acceso.

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Esta búsqueda fue realizada en las bases de datos nacionales e internacionales como Dialnet, Ebscohost, Scopus, Sciencedirect, Academia, Proquest Ebook, entre otras, seleccionando artículos, monografías y tesis, publicados entre los años 2008 - 2019, utilizando palabras claves como: redes sociales, autoestima, personalidad, conocimiento de sí mismo, adolescentes, las TIC, Facebook y Centennials; indicadas así en tesauro UNESCO.

Instrumento de sistematización y análisis de la información

El instrumento utilizado para sistematización de la información de la presente investigación fue una matriz de análisis topográfico, la cual tiene como función organizar la información de cada uno de los artículos utilizados en esta revisión teórica de manera detallada, facilitando el análisis axial inicial de los contenidos de estos. Este análisis está compuesto por aspectos formales en donde se evidencia el número de artículos, autores, el año en el que fue publicado, título, ubicación (dónde se realizó el estudio), temas centrales, subtemas, y conceptos centrales del marco o referente teórico utilizado, resultados, conclusiones, instrumentos de recolección de información y metodología de investigación implementada. Luego se procedió a realizar un Análisis de contenido a la información para acceder el significado de esta y configurar las categorías y subcategorías estudiadas en los documentos abordados.

Proceso Metodológico

El proceso que se llevó a cabo está basado en lo propuesto por Galeano (2007) para la realización de la Investigación Documental. Los pasos seguidos en la presente investigación presentan de manera sintética e integrada los diferentes momentos que la mencionada autora reporta, ellos son los siguientes:

Fase 1º: Construcción del objeto de investigación: Definición de categorías psicológicas del estudio, de las estrategias de búsqueda de la información. Se rastrean fuentes de información, utilizando palabras claves de acuerdo con el Tesauro de la UNESCO, en las diferentes Bases de datos referenciadas con anterioridad. En esta fase se identifican 120 artículos y documentos publicados entre los años 2008 y 2018, en los países de habla hispana de Latinoamérica.

Fase 2º: Lectura de documentos, codificación y clasificación de fuentes: se realiza una lectura detallada de los documentos encontrados con el fin de hacer el primer filtro, para decidir cuáles artículos entran en la muestra, según criterios.

Fase 3º: Sistematización de la información en la matriz de análisis topográfico: los documentos identificados para configurar la muestra son sistematizados en la Matriz de análisis topológica. Se realiza de acuerdo a las categorías y subcategorías definidas para dar respuesta a la pregunta y a los objetivos de la investigación.

Fase 4º: Análisis e interpretación de resultados: en esta fase, a través de un análisis de contenido, se identifican repeticiones, concordancias, discordancias y particularidades o singularidades, en la muestra del corpus textual seleccionado, en un proceso comprensivo en el que se consolidan las diferentes categorías y subcategorías definidas.

Fase 5º: Discusión: después de tener los resultados se definen las problemáticas que se tuvieron en la discusión para que el público pueda observar y tomarlas en cuenta para próximos proyectos, posteriormente a estos en esta fase se define y se da respuesta a los objetivos específicos de la revisión documental.

Fase 6º: Interpretación de los datos y conclusiones: se avanza en lo que Galeano (2007) nombra el paso a un dominio diferente al de los datos organizados, “el de las realidades subyacentes, que

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

han determinado la producción de esos textos” (p.129). Sobre lo que también afirma: “este proceso implica resumir, y representar datos, descubrir sus conexiones, relacionar aquellos obtenidos mediante el análisis de contenido con otros obtenidos con otras técnicas (convalidar), y, por último, interpretar” (pp.129-130). Se obtiene el texto en el que se presenta la elaboración propia de los investigadores respecto al fenómeno objeto de estudio.

Fase 7º: Elaboración final del documento: se elabora un documento comprensivo y descriptivo de los aspectos conceptuales y metodológicos de los estudios reportados en el corpus textual analizado, que da respuesta al propósito y a los objetivos de la presente investigación.

Consideraciones éticas

Resolución 8430 de 1993

Investigación sin riesgo: Son estudios que emplean técnicas y métodos de investigación documental retrospectivos y aquellos en los que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio, entre los que se consideran: revisión de historias clínicas, entrevistas, cuestionarios y otros en los que no se le identifique ni se traten aspectos sensitivos de su conducta. (Resolución 8430,1993, art 11)

Análisis de la información

Esta revisión documental interpreta el estado actual de las investigaciones desarrolladas sobre el uso del Facebook y la autoestima, lo que permite identificar indagaciones e intervenciones que aun hacen falta por hacer, entorno a esta población, más específicamente los adolescentes. Por consiguiente, el análisis de los documentos identificados reporta sobre: la participación en publicaciones por países, la producción de documentos científicos por año de publicación, los métodos o enfoques de investigación implementados, así como sobre las nociones y conceptos utilizados por los investigadores para explicar y analizar el fenómeno estudiado. También, se reportan los resultados de investigación presentados en los documentos analizados y las conclusiones a las que llegaron los autores de los estudios.

Análisis de Países donde se realizaron las investigaciones

A continuación, se relacionan los resultados obtenidos del proceso de tabulación e identificación de los componentes de la categoría Países donde se realizaron las investigaciones, correspondientes a 30 documentos (Tabla 1) del lugar donde se desarrolló el estudio: España (6), Perú (5), México (5), Argentina (4), Ecuador (2), Chile (2), Colombia (2), Costa Rica (1), Venezuela (1), Uruguay (1), República Dominicana (1) y Colombia y España (1). Estos documentos desarrollaron la temática de uso del Facebook y la autoestima en países latinoamericanos de habla hispana publicados por diferentes autores en población que actualmente se encontraba en su adolescencia.

Tabla 1.

Lugar donde se desarrolló el estudio

Ubicación	Cantidad	Porcentaje
España	6	20%
Perú	5	17%
México	5	17%
Argentina	4	13%
Ecuador	2	7%
Chile	2	7%
Colombia	2	7%
Costa Rica	1	3%
Venezuela	1	3%
Uruguay	1	3%
Colombia y España	1	3%
Total	30	100%

Nota: En esta tabla se mencionan los países donde se realizaron las investigaciones utilizadas, autoría propia.

Como se aprecia en la Tabla 1, el 20% de los documentos fueron desarrollados en España, siendo este el país con más estudios sobre el tema investigado mostrando un mayor interés por temas relacionados con autoestima y redes sociales. 17% fueron generados tanto en Perú como en México, siendo estos los segundos países con más estudios después de España. Luego se ubica Argentina con un 13,3%. Colombia está con un 7%, al igual que Chile y Ecuador. Finalmente están Costa Rica, Venezuela, Uruguay y una producción compartida por Colombia y España con un 3,3%, siendo estos los países con menos estudios. Esto nos lleva a afirmar que España en el tema investigado es el país que lidera la producción científica.

Análisis de Fechas de publicación de los estudios

Con respecto a los años de publicación de los documentos (Tabla 2), se identificó que en el lapso de 2008 a 2019, cuya distribución porcentual estableció que el año con mayor publicación de artículos con el 20% corresponde al 2013, seguido del 2014 (17%), 2015 y 2016 (13%); estos fueron los años con un índice más alto de publicación, mientras que los demás años, inclusive el 2019 estuvieron entre un 3% y 7% siendo estas las épocas con menos investigaciones frente al tema en cuestión. Llama la atención que, en los últimos 3 años, las publicaciones sobre esta temática disminuyeron significativamente, lo cual puede tomarse como un motivo para continuar investigaciones sobre el tema, primero por ser poco estudiado en los últimos años y segundo afianzar el tema en Colombia, ya que según este análisis y el anterior, se evidencia que Colombia no tiene investigaciones numerosas sobre el tema, por ende, la información aún no está saturada. Considerando que la búsqueda arrojó que en Colombia los estudios encontrados fueron en el año 2014.

Tabla 2.

Años en los que se publicaron las investigaciones

Año	Cantidad	Porcentaje
2008	1	3%
2010	2	7%
2011	1	3%
2012	2	7%
2013	6	20%
2014	5	17%
2015	4	13%
2016	4	13%
2017	2	7%
2018	2	7%
2019	1	3%
Total	30	100%

Nota: Años en que fueron publicadas las investigaciones, las cuales fueron parte de la muestra, autoría propia.

Análisis del Enfoque utilizado para investigación

Dentro de las investigaciones analizadas, se evidencia una mayor tendencia a desarrollar estudios desde el enfoque cuantitativo con (47%), seguido, se encuentra el enfoque cualitativo con (43%) y por último se puede observar que para los temas relacionados con el uso del Facebook y la autoestima en adolescentes, se encuentra poca producción científica desde el enfoque Mixto, desde este enfoque se reporta un 10%, como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3.

Enfoque metodológico

Universidad	Total	Porcentaje
Cuantitativo	14	47%
Cualitativo	13	43%
Mixto	3	10%
Total	908	90

Nota: *Enfoques metodológicos utilizados por las investigaciones analizadas, autoría propia.*

Análisis de conceptuales teóricos, nociones e instrumentos

En la revisión de la información contenida en los documentos científicos, estudios, artículos, monografías, trabajos de grado aprobados e investigaciones científicas que hicieron parte de la selección de la muestra para la realización de esta investigación, se logró evidenciar que en el marco teórico había tendencia a citar más conceptos y nociones tomados de diferentes autores en los que se destaca Roxana Morduchowicz, quien es profesora e investigadora universitaria en comunicación y dirige el Programa Escuela y Medios en el Ministerio de Educación de la Argentina.

Esta autora es conocida por realizar investigaciones sobre *adolescentes y las redes sociales*. En los estudios se encuentran citas como “Hoy en día la vida social de los jóvenes ya no solo se da cara a cara, sino que se ha trasladado gran parte de ella a la esfera virtual” (Morduchowicz, 2012, p. 48), apoyando las ideas investigativas de que las relaciones sociales han dejado de ser en gran parte de manera presencial y están adquiriendo mayor fuerza desde lo virtual como se hace a través de las redes sociales.

Otra de las referencias más citadas de la autora, es aquella en la que la afirma que: “mediante las redes sociales, los adolescentes buscan conocerse a sí mismos y construir una imagen ante los demás que les permita integrarse al grupo y ser uno más entre sus pares.” (Morduchowicz, 2012, p. 17), dando a entender que los adolescentes no solo utilizan las redes sociales para relacionarse, sino que también pretenden *conocerse a sí mismos* desde la perspectiva que tienen los otros y lo que esperan de él para poder ser aceptados. Roxana

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Morduchowicz, aporta conceptos bastante relevantes sobre el *uso del Facebook* y la *autoestima en adolescentes*, es un buen referente teórico para futuras investigaciones.

También se puede observar que dentro de los autores más referenciados se encuentra Stanley Coopersmith, creador del *Inventario Escala de Autoestima*, siendo este el instrumento más utilizado dentro de las investigaciones analizadas, además se apoyan en este autor para contextualizar *la autoestima*, Coopersmith (1999) la define:

Como la evaluación que hace el sujeto respecto de sí, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo (p. 9).

La mayoría de los estudios se basan en esta definición para comprender los actos que realizan los adolescentes en las redes sociales y pueden intervenir en la autoestima, donde buscan ser aceptados confundiendo la aprobación de un acto con la aprobación de sí mismo. También se puede encontrar que otras investigaciones prefieren tomar la definición de este concepto desde la perspectiva de por Carl Rogers (1998), quien considera *la autoestima* “como un conjunto de experiencias constituidas por percepciones que se refieren al sujeto, en otras palabras, es lo que el sujeto reconoce como descriptivo de sí, y que él percibe como datos de su propia identidad” (p. 9).

Para encontrar apoyo teórico respecto a la *utilización de internet y redes sociales* se observa una alta tendencia a referenciar al autor Castells (2001), se encuentran citas como “el internet posee ventajas extraordinarias para la vida en la actualidad, como la realización de actividades económicas, políticas y culturales, asimismo facilita la comunicación sincronizada a

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

tiempo real por medio de las redes sociales.” (p. 10), el autor manifiesta la aprobación de las redes sociales considerándolas nuevas formas y escenarios de organización social que superan las fronteras del tiempo y el espacio sin limitantes.

Para determinar a Facebook como la red social más utilizada por los adolescentes se encuentra que la mayoría de las investigaciones optan por utilizar el *Cuestionario de Uso de Facebook* tomado del estudio de Tarazona (2013). Este autor prevalece en referencias de los marcos teóricos de los estudios analizados por su interés en el desarrollo de investigaciones relacionadas con el uso de Facebook y la autoestima en adolescentes, una de sus citas más representativas refiere:

Una red social, que en la actualidad se considera como de mayor relevancia en la comunicación es Facebook, siendo una de las más usadas y visitadas por los cibernautas, superando incluso a otras opciones virtuales como Google, YouTube y Google News (p. 6).

Análisis de los resultados de los estudios que conforman la muestra

A continuación, se categorizan los Resultados encontrados en las investigaciones analizadas, las cuales, a través de la matriz de análisis topográfico, permitió una organización de estos, mencionando los resultados más relevantes de tales estudios.

Uno de los estudios “Uso de Facebook y niveles de autoestima en adolescentes de secundaria” en sus resultados principales aseguran “Los resultados obtenidos sugieren que existen diferencias significativas en las puntuaciones de autoestima a partir de la frecuencia de uso, información compartida y número de amigos en Facebook” (Tejada y Méndez, 2018, p.47). Por lo anterior se identifica que a partir de un uso que se le da a la red social Facebook se

obtienen diferentes puntuaciones en cuanto al autoestima del adolescente, siendo esto evaluado a través del Inventario de autoestima de Coopersmith, además esto, se puede apoyar tal afirmación en otra investigación que tiene por título “La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales” en la cual Herrera et al (2010) afirman:

Respecto de los resultados, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento se dedujo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja. (p.45)

En la misma línea de resultados mostrados, se encontró que en el estudio “Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de lima”, los autores reportan que los jóvenes que presentan mayor puntuación en la escala de adicción redes sociales, puntúan más bajo en el inventario de autoestima, teniendo niveles de autoestima bajos, descritos así:

Los resultados indican una relación negativa ($r = -.469$, $p < .01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes, además se observan diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en las dimensiones de la variable autoestima. (Salcedo, 2016, p.7)

Por lo mencionado en la investigación anterior, se puede contemplar que las personas que poseen un nivel de autoestima bajo buscan refugiarse más en el uso de las redes sociales, aunque no podría considerarse de forma tajante que los bajos niveles de autoestima serían una de las causas de la adicción a las redes sociales; para ello sería necesario realizar un análisis retrospectivo y de causalidad, que permitiría sustentar dicha premisa.

Otro resultado importante hallado a través de la matriz fue en el estudio “Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria” en el que se arrojó el siguiente resultado: “Se encontró que existe relación significativa inversa entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol ($r = -.287$; $p = .001$ y $r = -.288$; $p = .001$; respectivamente)” (Challco, et al, 2016, p.12) es decir, será mayor el riesgo de adicción a redes sociales si hay menor autoestima y autocontrol.

Los resultados encontrados en las investigaciones analizadas reportan relación negativa entre el uso del Facebook, la adicción al Facebook y los niveles de autoestima de los adolescentes evaluados, a mayor uso de Facebook menor nivel de autoestima. En la Tabla 4. se muestra en qué porcentaje de estudios analizados se reportan dichos resultados.

Tabla 4.

Porcentaje de estudios analizados que reportan relación entre uso de Facebook y niveles de autoestima en adolescentes.

Nivel de autoestima en adolescentes que usan Facebook	Total de estudios	Porcentaje
Autoestima baja	7	23%
Autoestima moderada o alta	8	27%
Total	30	100%

Nota: Número de artículos que en sus resultados mostraron autoestima baja, autoestima moderada o simplemente no posee relación con ambas categorías o tiene solo una de las dos categorías.

La tabla anterior nos muestra que en los artículos utilizados para esta revisión documental un 23% en sus resultados, arrojaron una autoestima baja, esto en relación al uso del Facebook, luego con un 27% muestran que con el uso de esta red social la autoestima es moderada o alta. Estos artículos en su mayoría fueron cuantitativos, utilizando en su investigación instrumentos para la medición de estas categorías.

En el 50% de los documentos, es decir la mitad de los artículos revisados se encuentra que no estudian la relación entre el uso del Facebook y los niveles de la autoestima en la población objeto de estudio. Entre estos estudios, se encuentran aquellos que solo trabajaban un solo concepto. Con estos resultados no cabe duda que se puede seguir creando investigación en cuanto a este tema, debido a que no hay una gran diferencia entre los que muestran autoestima baja y moderada, además de esto en una tabla anterior se pudo evidenciar que en los últimos años no existen estudios numerosos con este tipo de relaciones y según Tarazona (2013) “Las redes sociales especialmente Facebook, actualmente se han convertido en el medio virtual más común utilizado por los jóvenes” (p.7), es por esto que al ser una de las redes sociales más usadas por esta población, empieza a ser una línea importante para investigar, teniendo en cuenta que la adolescencia es una etapa de suma importancia en el desarrollo de la autoestima de esta, Fuentejada y Castro (2014) afirman sobre este concepto

Representa para el individuo la experiencia de la confrontación entre lo que se pierde y lo que se gana, lo que se desea y lo que es, entre ideales y afectos contrapuestos, que generan también una fuerte resistencia al cambio en la generación precedente. (p.16)

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Con lo anterior y lo mencionado, no cabe duda que el adolescente está en una constante confrontación, y en una aceptación continua por sus pares, quizá por esto, pueden puntuar con una autoestima baja quienes utilizan más su red social Facebook.

Análisis de las conclusiones de los estudios incluidos

Posterior a la revisión y análisis de la literatura que fue considerada apropiada para el acercamiento tanto al desarrollo de los objetivos de la presente revisión como a los fenómenos propuestos (adolescentes, redes sociales/Facebook y la autoestima), se pudo observar en ellos una diversidad de conclusiones. Las conclusiones de los diferentes artículos permiten una amplia mirada sobre estos fenómenos antes mencionados, a tal punto que podemos observar desde influencias altas en la autoestima de los adolescentes como simplemente usadas como espacio para relacionarse. A continuación, se relacionarán dichas conclusiones:

En la investigación realizada por (Herrera et al., 2010), concluyeron que “la autoestima general de los 63 sujetos era considerablemente más baja en el grupo de personas adictas a Facebook, lo que concuerda con los resultados del estudio citado”. (p.16), conclusión que está en la misma línea de hallazgos y conclusiones, respecto a las relaciones que se establecen entre estas variables y otros factores analizados concomitantes a la autoestima de los adolescentes, de otros autores como los mencionados a continuación.

Las investigaciones realizadas por Salcedo y Monserrat (2016), y otra realizada por Montserrat y Lorea en el año 2013, coinciden en sus conclusiones cuando se manifiesta en Salcedo y Montserrat (2016) que, “los resultados indican una relación negativa entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes o dimensiones” (p. 52), y en Montserrat y Lorea (2010) que:

Respecto a la 3ª hipótesis en la que se decía que se esperaban encontrar correlaciones positivas entre autoestima corporal física, social y erótica, colgar más publicaciones estéticas y eróticas en la red, hacer mayor uso de EAS y sentir más emociones positivas ante la sexualidad, se confirma casi totalmente ya que, excepto la autoestima corporal física, el resto de las variables presentan correlaciones positivas entre sí. (p. 178).

Ambas conclusiones previamente mencionadas permiten dar cuenta que las redes sociales y la autoestima en los adolescentes se presenta una correlación negativa.

Diferente a los anteriores análisis, a continuación, se presenta una cantidad representativa de artículos que en la conclusión de sus investigaciones tuvieron resultados compartidos, resultados que indican que efectivamente existe una relación cualitativa en la autoestima de los adolescentes con el uso del Facebook. A esta relación no se le da algún tipo de calificación (alta, media, baja), sino que solo indica una relación que se encuentra adherida a otros elementos o variables como los contenidos, el uso, su manejo, estabilidad emocional, etc. Siguiendo esta lógica presentamos dichos artículos:

Inicialmente tenemos la investigación de López (2011), quien llega a concluir:

Finalmente podemos afirmar que la influencia de Facebook en la autoestima de los jóvenes depende de los contenidos que ellos deciden socializar y de las personas con las deciden interactuar en dicho entorno virtual, así como del grado o nivel de estabilidad emocional y de autoestima previo a su interacción online (p. 82).

Notamos que en el anterior apartado se concluye que son importantes los contenidos y la estabilidad emocional previo a la interacción por este medio, para que se dé la relación o la influencia entre estos contenidos y realidad emocional del adolescente y su autoestima.

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Luego está lo descrito por Chuquitoma (2016), quien en su investigación concluye que las características de la autoestima inciden en la forma como usan las redes sociales los adolescentes y lo indica de la siguiente manera:

Los adolescentes del nivel secundaria de la Institución Educativa Manuel Muñoz Najar, Arequipa, que usan las redes sociales en forma no adecuada tienen a su vez una autoestima baja, los adolescentes que usan las redes sociales en forma medianamente adecuada tienen a su vez autoestima Media y los adolescentes que usan las redes sociales en forma adecuada tienen a su vez autoestima Alta. (p. 1)

Yanchaguano, (2019), presenta en su investigación un aspecto relacionado con el nivel de autoestima presente en los sujetos de la investigación, elemento diferente a los mencionados en las investigaciones anteriores, y lo expone a través de la siguiente conclusión:

En cuanto al nivel de autoestima, predomina la autoestima alta con un 64,1% estudiantes, el 22,3% de la población presentó autoestima media y en un porcentaje mínimo (13,6%) mantenían una autoestima baja, esto se puede deber al contexto educativo que proporciona la institución que imparte talleres y realizan retiros espirituales enfocados al crecimiento personal de los estudiantes (p. 100).

Todas estas conclusiones luego de sus respectivos análisis y discusiones nos permiten notar como estos fenómenos aún tienen mucho por investigar e indagar y que, al momento de acercarnos a los sujetos de investigación desde su subjetividad, se tiene mucho por conocer y descubrir.

Discusión

La revisión teórica permite descubrir el estado actual a partir de diferentes estudios sobre el comportamiento de la autoestima en adolescentes con respecto al uso del Facebook. Los hallazgos obtenidos a través del análisis realizado a las investigaciones, es decir, los 30 artículos seleccionados como parte de la muestra, permitieron encontrar diferentes componentes psicológicos como identidad, habilidades sociales, depresión, construcción de relaciones, sexualidad y narcisismo, estos asociados al uso de esta red social.

Teniendo en cuenta el trabajo realizado a partir de la matriz de análisis topográfico, en cuanto a los años en los que fueron publicadas las investigaciones, se observa como en los últimos tres años no hay investigaciones numerosas frente al uso del Facebook y la autoestima en adolescentes. En cambio, entre los años 2014 al 2016, se evidenció una cantidad considerable para el abordaje de este fenómeno, las cuales, sirven como un referente para sustentar futuras investigaciones. Esto da pie para incentivar a investigadores a profundizar en el tema, porque actualmente los adolescentes o más específicamente los Centennials, son nativos digitales, es decir, es la población que más frecuenta las redes sociales, en consecuencia, es un fenómeno moderno, siendo este, una razón más para ser abordada.

Además, es relevante tener en cuenta los países en los que se desarrollaron dichas investigaciones, donde se puede observar un bajo índice en Colombia (7%), en comparación a países como España (20%), México y Perú (17%). Es por esto que es importante fortalecer en la comunidad académica el ámbito investigativo; la psicología principalmente como campo que se ocupa de este fenómeno, es decir, las redes sociales y su posible relación con la salud mental de

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

los adolescentes. Las pocas investigaciones realizadas en Colombia, tienden a dificultar el análisis de las mismas y el desarrollo de futuras, de esta manera, la falta de instrumentos creados o adecuados en el país pueden sesgar la efectividad y objetividad de los estudios llevados a cabo en esta población.

Se logró evidenciar que el 50% de las investigaciones en sus resultados no muestran relación entre la categoría autoestima y uso de Facebook, es decir, estos artículos revelan un interés por ahondar en otras categorías de análisis como habilidades sociales, narcisismo, depresión, estabilidad emocional, entre otras. Lo anterior, da soporte a las conclusiones de las investigaciones analizadas, las cuales proponen una variedad de factores relacionados con el uso del Facebook, esto es, no solo la autoestima se encuentra como categoría principal, sino que, existen otras que se relacionan con el uso de esta red social.

Finalmente, la revisión documental genera un aporte significativo para conocer las investigaciones que se han realizado en la actualidad frente al tema del uso del Facebook y la autoestima de los adolescentes, promoviendo e incentivando a ampliar las investigaciones e intervenciones futuras.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados, se concluye que España es el país del que más se registran documentos publicados sobre el tema de estudio y las variables asociadas a este, siendo el 20% de la producción analizada. En Colombia se registra el 2%. De lo que se puede colegir que en otros países de la región hay mayor interés en producir conocimiento sobre el tema de estudio Colombia, como lo es en Perú y México, de quienes se registra una producción del 17% en cada uno.

Los años de mayor número de publicaciones de investigaciones en la autoestima de adolescentes que usan Facebook fueron el 2013, con el 20% y el 2014 con el 17%. Los años de menor publicación fueron 2008, 2011 y 2019, con un 3% de las publicaciones en cada año.

El enfoque desde el cual se realizó el mayor número de trabajos de investigación fue el cuantitativo, con el 47% en las investigaciones analizadas.

Se registra que los autores más referenciados son Morduchowicz (2012); Coopersmith (1999) y Rogers (1998), para soportar los conceptos de red social, autoestima, utilización de la red social y evaluación de la autoestima. Se cita a Castells (2001), para trabajar el concepto uso de Internet y redes sociales. Se resalta citación de Tarrazona (2013) para fundamentar la utilización de instrumentos de medición del uso del Facebook.

Al realizar esta revisión documental se concluye que, los hallazgos identificados en las diferentes investigaciones, realizadas en países latinoamericanos entre los años 2008 y 2019,

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

arrojan información relevante en cuanto al uso del Facebook y la autoestima en adolescentes, encontrando que varios estudios manifiestan una relación entre el uso de esta red social y la autoestima en la población mencionada. Algunas investigaciones presentan nexos en cuanto a su nivel de autoestima, es decir, se presentaron resultados con autoestima alta, moderada y baja, pero no se limitan directamente al uso del Facebook.

Entre las conclusiones sobre la relación entre las variables Uso del Facebook y Autoestima, se encuentran las siguientes:

La relación en ambas direcciones entre la autoestima y varias variables que se asocian al estudio. Es así como se registran las siguientes conclusiones: “existen diferencias significativas en las puntuaciones de autoestima a partir de la frecuencia de uso, información compartida y número de amigos en Facebook” (Tejada y Méndez, 2018, p.47). También, en el abordaje de conceptos asociados a la autoestima y al uso de las redes sociales como el de depresión y habilidades sociales, sobre lo cual se concluye que: “los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja”. (Salcedo, 2016, p.7)

Sobre los niveles de autoestima se concluye que existe una relación negativa entre la adicción a redes sociales y los niveles de la autoestima, es decir, hay mayor riesgo de adicción al uso del Facebook si existen bajos niveles de autoestima y autocontrol como lo reportan, Chalco, et al (2016, p.12), y se concluyó también que a mayor adicción al uso del Facebook, menores niveles de autoestima (Salcedo y Monserrat, 2016; Montserrat y Lorea, 2010; Herrera et al., 2010). Otra conclusión de los investigadores es que existe relación entre autoestima social y erótica con el número de publicaciones estéticas y eróticas, no así, relación con las publicaciones

mencionadas y la autoestima corporal física (Montserrat y Lorea, 2010). De otro lado, se concluye que,

la influencia de Facebook en la autoestima de los jóvenes depende de los contenidos que ellos deciden socializar y de las personas con las deciden interactuar en dicho entorno virtual, así como del grado o nivel de estabilidad emocional y de autoestima previo a su interacción online. (López, 2011, p. 82)

Además, como lo propone Tarazona (2013) “Las redes sociales en especial Facebook, actualmente se han convertido en el medio virtual más común utilizado por los jóvenes” (p.7), siendo un argumento más para ampliar los estudios en este tema.

Referencias

- Almansa Martínez, A., Fonseca, Ó., & Castillo Esparcia, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud Colombiana y Española. *Revista científica de edocumunicación*, 127-135.
- Ballesta, J., Lozano, J., & Cerezo, C. (2014). Interenet, redes sociales y adolescencia: Un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia. *Campo Abierto*, 22.

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

- Cajal, M. (21 de 06 de 2017). *Marketing y turismo digital*. Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redes-sociales-para-que-sirven.html/>
- Calcáneo, I. M. (2007). Análisis sobre la investigación de autoestima y autoconcepto en tesis y tesinas. . *Universidad Pedagógica Nacional* , 9.
- Casados, E. F. (2007). La autoestima. *La autoestima*, 55.
- Castillo, L. (2004). *Análisis documental*. Biblioteconomía.
- Cazalla Luna, N., & López Barajas, D. (18 de 03 de 2013). *Revista Reid*. Obtenido de Revista Reid: <http://www.revistareid.net/revista/n10/REID10art3.pdf>
- Challco, K., Rodríguez, S., & Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista científica de ciencias de la salud* , 7.
- Cifuentes Fuentes, L. E. (Enero de 2016). *Recursos Bibliográficos* . Obtenido de Recursos Bibliográficos : <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/42/Cifuentes-Luz.pdf>
- Clemente, S. (5 de Diciembre de 2018). *La mente es maravillosa*. Obtenido de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-autoestima-en-los-adolescentes/>
- Colás Bravo, P., & Castro Lemus , N. (2011). *Idus*. Obtenido de Idus: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/39536/Pages%20from%20Investigacion_Genero_11-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Escobar, C. (07 de 09 de 2018). *Sproutsocial*. Obtenido de <https://sproutsocial.com/insights/tipos-de-redes-sociales/>
- Eslava, C. (24 de 01 de 2017). *Ceslavan*. Obtenido de Ceslavan: <https://ceslava.com/blog/estadisticas-uso-e-impacto-las-redes-sociales/>
- Fernández, J. N. (04 de 09 de 2018). *inboundemotion*. Obtenido de <https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%20ADsticas>
- Fromm, J. (2016). What Marketers Need To Know About Social Media And Gen Z. *Forbes*.
- Fuentejada , A. M., & Castro, Á. (2014). *Adolescencia: límites imprecisos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Galeano, E. (2007)- Estrategias de investigación social cualitativa. Medellín, La Carreta Editores.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México, Editorial McGrawHill.
- Herrera, M. F., Pacheco, M. P., Palomar, J., & Zavala, D. (2010). La adicción al facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 6-18.
- Hidalgo, A. E. (30 de Julio de 2019). *La mente es maravillosa*. Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/la-adolescencia-segun-elkind/>
- López, P. D. (2015). Nuevos patrones de integración social. El uso del Facebook y el Twitter en adolescentes y el impacto en su autoestima. *Revista de Investigación en Psicología Social*, 51-67.
- Martos, E. (2010). *Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales*. Valencia: Gandia.
- McGorry, S. (s.f.). *Who are the Centennials: Marketing Implications of Social Media Use and Preferences*.
- Monje, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva.
- Montserrat, P., Maganto, C., & Kortabarría, L. (2013). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *Psychology and Education*, 171-180.
- Moral, M. D., Ovejero, A., & Pastor Martín, J. (1998). *Aula abierta*. Obtenido de Aula abierta: <http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/29699/1/AulaAbierta.1998.71.145-171.pdf>
- Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet. . *Fondo de cultura económica*.
- Moreno Martín, T., & Isideo de Pedro, A. I. (2018). Relación de los menores con las redes sociales y el Whatsapp: Causa y consecuencias. *Revista INFAD de psicología* , 213-222.
- Organización Mundial de la Salud*. (Diciembre de 2013). Obtenido de https://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/
- Panesso Giraldo, K., & Arango Holgín, M. J. (2017). La Autoestima, proceso humano. *Psyconex*, 2.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2016). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/ciberespacio/>
- Quezada, R. A. (2018). *Estudio del psicoanálisis y psicología*. Obtenido de Estudio del psicoanálisis y psicología: <http://psicopsi.com/Autoestima>

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes

Raich, R. M. (2004). Avances en Psicología Latinoamericana. *Urosario*, 16.

Revista Semana. (2019). Así es la generación de centennials en Colombia. *Semana*.

Rodriguez, A. P., & Fernadéz , A. (2016). Relacion entre el tiempo y el uso de las redes sociales en internet y la salud mental de los adolescentes colombianos . *Acta colombiana de psicología* , 7.

Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. Lima.

Sanz, L. (2013). Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Digital Csic*, 22.

Sierra, G. L. (2014). ¿ De qué adolecen los adolescentes hoy? En G. L. Agudelo, *Lógicas del movimiento psíquico, familiar y social en la adolescencia*. Medellín: Coporación ser especial.

Sparisci, V. M. (Diciembre de 2013). *Reprsentación de la autoestima y la personalidad*. Obtenido de Reprsentación de la autoestima y la personalidad:
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC113919.pdf>

Tarazona, L. (2013). *Variables Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios. (Tesis para optar por el título de Licenciado en Psicología con mención en Psicología Social)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. . Perú.

Triglia, A. (s.f.). *Psicología y mente*. Obtenido de
<https://psicologiaymente.com/desarrollo/etapas-desarrollo-cognitivo-jean-piaget>

Válek de Bracho, M. (2007). *Autoestima y motivaciones sociales en estudiantes de educación superior (Trabajo de gradospa para optar al título de magister en psicología educacional)*.

Valencia, C. (2019 de Julio de 2019). *Abraham Maslow* . Obtenido de Abraham Maslow:
<https://www.laautoestima.com/abraham-maslow/>

Vicente, B. J. (1997). *Sé amigo de tí mismo*. Bilbao: Sal Terrae. Obtenido de Jesuitas.

W-ictea. (s.f.). Obtenido de <http://www.ictea.com/cs/index.php?rp=/knowledgebase/2342/iQue-es-la-web-20.html>

Uso del Facebook y la autoestima en adolescentes