



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE  
Laureate International Universities®

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca**

Tesis para obtener el  
**Grado de Licenciada en Comunicación**

Presentada por:

**Bch. Lis Jacinta Cerna Urbina**  
**Bch. Fresia Brunela Plasencia Saldaña**

Bajo la dirección del  
**Mcs. Luis Gómez Vargas**

Cajamarca, 2012

## **DATOS GENERALES**

### **A. Título de la investigación**

Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular "María de Nazaret" de Cajamarca

### **B. Nombre del investigador**

Lis Jacinta Cerna Urbina

Fresia Brunela Plasencia Saldaña

### **C. Nombre del asesor**

Luis Gómez Vargas

### **D. Tipo de la investigación**

Básica: su propósito es ampliar la frontera del conocimiento, sin que esto signifique la resolución de un problema concreto de la realidad social o comunicacional.

### **E. Institución y lugar donde se ejecutará el proyecto**

Institución Educativa Privada "María de Nazaret" de Cajamarca

### **F. Institución a la que pertenece**

Carrera de Ciencias de la Comunicación / Facultad de Humanidades

Universidad Privada del Norte - Sede Cajamarca

### **G. Cronograma**

Fecha de inicio: 04-01-2010

Fecha de término: 17-04-2012

## ÍNDICE

Dedicatoria

Agradecimiento

Presentación

Abstract

Resumen

Título

### **CAPÍTULO I**

#### **Introducción**

- |                               |    |
|-------------------------------|----|
| a. Planteamiento del Problema | 14 |
| b. Problema                   | 15 |
| c. Antecedentes               | 16 |
| d. Justificación              | 19 |

### **CAPÍTULO II**

#### **Bases Teóricas**

- |   |    |
|---|----|
| a. Marco Teórico  | 21 |
| a.1. Entrevista a Juan Faerman  | 21 |
| a.2. La autoestima  | 28 |
| a.3. Hacerse cargo de la autoestima                                     | 40 |
| a.4. Mejoramiento del autoconcepto                                      | 45 |
| a.5. Vernos como los otros nos ven                                      | 46 |
| a.6. Autorrevelación  | 48 |
| a.7. El poder de las profecías autocumplidas                            | 56 |
| a.8. Comunicación e identidad   | 59 |
| a.8. Aumento de la autoconciencia mediante la interacción con los demás | 61 |
| a.9. Revelación del sí mismo en las relaciones                          | 62 |
| a.10. TEORIA DE JOHARI  | 62 |
| a.11. Presentación de nuestro "sí mismo" ante los demás                 | 65 |

<b>a.12. TEORIA DE MARSHALL MCLUHAN “El medio es el mensaje”</b>	68
<b>a.13. Facebook es la más potente herramienta de comunicación</b>	72
<b>a.14. Facebook, McLuhan y usted</b>	73
<b>a.15. Las redes sociales: el nuevo medio de comunicación</b>	74
<b>a.16. La importancia de la foto en las redes sociales</b>	76
<b>a.17. Según Saussure</b>	78
<b>a.18. Según David K. Berlo</b>	79
<b>a.18.1. Un modelo de comunicación</b>	80
<b>b. Marco Conceptual</b>	83
<b>b.1. Medios de comunicación</b>	83
<b>b.1.1. Medio</b>	83
<b>b.1.2. Medios de comunicación</b>	83
<b>b.2. Estructura física de los medios de comunicación</b>	84
<b>b.2.1. Medios audiovisuales</b>	84
<b>b.2.2. Medios digitales</b>	84
<b>b.3. Redes Sociales</b>	85
<b>b.3.1. Red</b>	85
<b>b.3.2. Elementos básicos de una red</b>	85
<b>b.3.3. Red Social</b>	85
<b>b.3.4. Características de las redes Sociales</b>	86
<b>b.3.5. Características y diseño de las redes sociales</b>	87
<b>b.4. Facebook</b>	89
<b>b.4.1. Servicios que ofrece Facebook</b>	91
<b>b.5. Las redes sociales y medios de comunicación</b>	93
<b>b.6. La influencia</b>	95
<b>b.6.1. Influencia de las redes sociales</b>	96
<b>b.6.2. Grados de influencia de las redes sociales</b>	98

<b>b.6.2.1.</b> Influencia positiva	98
<b>b.6.2.2.</b> Influencia negativa	99
<b>b.7.</b> Redes sociales y adolescentes	99
<b>b.8.</b> La adolescencia	101
<b>b.8.1.</b> Características psicológicas del adolescente	102
<b>b.8.2.</b> Características sociológicas del adolescente	103
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>OBJETIVOS</b>	105
a. Objetivo general	105
b. Objetivos específicos	105
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>HIPOTESIS</b>	106
<b>CAPÍTULO V</b>	
Materiales y métodos	107
a. Instrumentos y procedimientos de la investigación	107
<b>a.1.</b> Instrumentos	107
b. Procedimientos de la investigación	108
<b>b.1.</b> Población y muestra	108
<b>b.2.</b> Diseño	109
<b>b.3.</b> Tratamiento estadístico	110
<b>b.3.1.</b> Cuadro resumen	109
<b>CAPÍTULO VI</b>	
Conclusiones y recomendaciones	112
a. Conclusiones	112
b. Recomendaciones	113
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>Anexos</b>	115

<b>Anexo N° 1</b>	116
Resultados de la encuesta sobre la red social Facebook	116
<b>Anexo N°2</b>	147
Resultados del test	147
<b>Anexo N°3</b>	149
Cuadros de las variables	149
<b>Anexo N°4</b>	209
Comentarios	209
<b>Anexo N° 5</b>	212
Glosario	212
<b>Anexo N° 6</b>	213
Test	213
<b>Anexo N° 7</b>	216
Encuesta	216
<b>Anexo N° 8</b>	217
Entrevista	217
<b>Anexo N° 9</b>	218
Síntesis de la entrevista	218
<b>Anexo N° 10</b>	220
Matriz de consistencia	220
Cuadro de cronograma de actividades	223
<b>CAPÍTULO VIII</b>	
Referencias bibliográficas	224

## **DEDICATORIA**

Con mucho aprecio y respeto, a mis padres, Luis y Áurea, por su apoyo absoluto, por su paciencia y tolerancia en la elaboración del presente trabajo de investigación.

A mis adorados hermanos,  
Gustavo y Gaby, por su  
comprensión en todo momento

**Lis Cerna**

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor y respeto a mis padres, Ana y Esmilton, que han sido pilares en mi camino sin esperar nada a cambio, brindándome siempre todo su apoyo, ya que mis padres son amigos y compañeros fieles en este recorrido de mi vida.

A mi amada hermana Haidy, gracias a ellos estando juntos guiaron mis pasos y me ayudaron a superar los obstáculos que se me presentaron a lo largo de mi vida, siendo así testigos de mis triunfos y fracasos.

**Fresia Plasencia**



## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darnos la vida y la salud tan necesarias, y por habernos brindado la oportunidad de llegar a esta etapa tan importante de nuestra existencia,

A todos(as) los(as) docentes de la Universidad Privada del Norte que, en forma honesta, supieron guiarnos durante estos cinco años de nuestra formación profesional,

A nuestros amados padres, por su preocupación, protección y paciencia incommensurables que supieron y saben brindarnos en todo momento,

De modo general, a todas aquellas personas que, de una u otra forma, estuvieron atentas a brindarnos su apoyo generoso, oportuno y necesario.

**Lis y Fresia**

## **PRESENTACIÓN**

En el presente trabajo de investigación damos a conocer una de las redes sociales más utilizadas en estos tiempos, el Facebook, que ha cosechado un gran éxito entre la mayoría de los internautas que buscan intercambiar ideas, establecer comunicación con otras personas, o promocionarse a sí mismos a través de sus fotografías, comentarios y anécdotas publicadas.

El Facebook ha causado revuelo especialmente en los adolescentes, ya que ellos dedican la mayor parte de su tiempo a esta red social. De una u otra manera, siempre está influyendo en la autoestima de los jóvenes. Esta es la razón más importante por la que se decidió realizar esta investigación. A través de este medio se busca determinar la influencia que ocasiona en la formación de la autoestima de los adolescentes, teniendo en cuenta factores psicosociales, interpersonales y socioafectivos de los adolescentes.

La investigación comprende seis capítulos. El Capítulo I comprende la Introducción. El Capítulo II incluye las bases teóricas del trabajo. En el Capítulo III se describen los objetivos. En el IV se muestra la hipótesis; el V trata sobre los materiales y métodos. El Capítulo VI contiene las conclusiones y recomendaciones; el Capítulo VII presenta los anexos, y, finalmente, el Capítulo VIII encierra las referencias bibliográficas.

## **ABSTRACT**

This study was conducted in order to determine and analyze the influence of Facebook on self-esteem of the students of 1, 2, 3, 4 and 5 years of Secondary Education of the IEP "Mary of Nazareth." This research type is Basic. The sample consisted of 112 students of 1, 2, 3, 4 and 5 years of secondary education in that institution. The variables studied were the influence of the use of Facebook and the formation of self-esteem. Data were collected through a survey of the students in the sample. The results speak for themselves: 94% of the students received positive feedback from their Facebook contacts and, simultaneously, 80% establishes a relationship of friends with your contacts. We also found that 51% does not fix your photos before posting on Facebook, and 57% frequently used the Facebook chat.

## RESUMEN

El presente estudio se realizó con la finalidad de determinar y analizar la influencia del Facebook en la autoestima de las alumnas de 1°, 2°, 3°, 4°, 5° años de Educación Secundaria de la I.E.P. “María de Nazaret”. Esta investigación es de tipo Básica. La muestra estuvo constituida por 112 alumnas de 1°, 2°, 3°, 4°, 5° años de Educación Secundaria de dicha institución. Las variables estudiadas fueron la influencia del uso del Facebook y la formación de la autoestima. Los datos se obtuvieron a través de una encuesta aplicada a las alumnas de la muestra. Los resultados son elocuentes: el 94% de las alumnas recibe comentarios positivos por parte de sus contactos del Facebook y a la vez, un 80% establece una relación de amigos con sus contactos. Además, encontramos que un 51% no arregla sus fotos antes de publicar en el Facebook, y un 57% utiliza con mucha frecuencia el chat del Facebook.

**Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca**

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### a. Planteamiento del problema

Justtino, columnista de la revista Kukulcán Desing, menciona que las redes sociales están cobrando gran importancia en la sociedad actual. Hoy en día nos encontramos en una era donde la Internet se está volviendo un estilo de vida de muchos jóvenes y adultos; es usada por negocios y empresas para darse a conocer y ofrecer sus productos, ya que es una excelente forma de hacer mercadotecnia y publicidad a bajo costo. Los mismos medios de comunicación lo utilizan para estar en contacto con la audiencia (Justtino, 2010).

La influencia del *Facebook* en países como Colombia, por ejemplo, va en aumento. La red se popularizó masivamente al convocar una marcha a través de la red social, la cual se llamó “Un millón de voces contra las FARC.”

La red ayudó a convocar cerca de 4 millones de personas en Colombia y varios millones a nivel mundial.

En Chile, se han realizado estudios respaldados por universidades que afirman que el 73% de los jóvenes chilenos entre 18 y 29 años es usuario de *Facebook*. (<http://www.taringa.net/posts/imagenes/7740118/Evolucion-visual-del-Facebook.html>)

En el Perú –refiere un experto– más de dos millones de personas tienen una cuenta en la red social *Facebook*, la misma que la utilizan para cultivar amistades, promocionar sus negocios o como espacio cultural.

(Bermudez, 2010), 2 300 000 personas tienen un perfil en *Facebook*, lo que ubica al país en el trigésimo cuarto puesto en el mundo en cuanto a número de usuarios de la red social se refiere. Asimismo, revela que diariamente se crean más de 17 000 cuentas en el país.

En un sondeo realizado durante el desarrollo de este trabajo, encontramos que, aproximadamente, el 95% de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” utiliza una red social, o pertenece a ella, a la página de *Facebook*.

La Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca fue fundada en el año 1982. Actualmente, el nivel secundario cuenta con 112 alumnas. El promedio de edad fluctúa entre los 11 y 17 años. De acuerdo con la información que nos alcanza la Directora de dicha institución Educativa, las alumnas cuelgan fotos de sus profesores, con la finalidad de criticarlos. Nos habló de un último caso de discusión entre una profesora y sus alumnas del 5º Grado. Esta actitud nos muestra palmariamente cómo se podría reflejar la influencia del *Facebook* en la autoestima de cada alumna. Es obvio que las alumnas tratan de llamar la atención de una u otra forma.

## **b. Problema**

¿Cuál es la influencia del uso de la red social Facebook en la formación de la autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”?

### **c. Antecedentes**

Los adolescentes son los usuarios predilectos de las redes sociales. De esta manera, el Facebook es actualmente una de las plataformas más utilizadas en Internet y una de las redes sociales más populares que afectan la autoestima de los adolescentes.

Son los adolescentes los grandes usuarios de las redes sociales. Esta es la razón fundamental por la que se ha creído conveniente elaborar el presente estudio de investigación. Para el efecto, se ha tomado como muestra un considerable grupo de alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, quienes no han podido escapar a esta influencia.

A continuación se consigna una relación de antecedentes relacionados con el tema de la presente investigación:

Según (Jesús, 2010), el estudio transversal, correlacional no experimental: *“Autoestima y el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en una muestra de adolescentes”* en la Escuela Superior José Felipe Zayas en el Municipio de Coamo de Puerto Rico, encontró que el nivel de alta autoestima en aquella Institución Educativa estaba representado por el 97,8%, mientras que la baja autoestima solo estaba representada por el 2,2%.

En la tesis de (Mehzizadeh, 2010). Titulada, *“Usuarios de Facebook: inseguros, narcisistas y baja autoestima”* se pidió a 100 estudiantes de la Universidad de York, en Canadá, a 50 hombres y 50 mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 25 años, que hablen acerca de sus hábitos respecto del uso del Facebook. Todos ellos se sometieron a exámenes



psicológicos para medir sus niveles de narcisismo, teniendo en cuenta que los usuarios de Facebook son “inseguros, narcisistas y tienen baja autoestima.”

(Cols, 2010), en su investigación cualitativa titulada *“La Influencia Negativa de los Nuevos Medios de Comunicación, Facebook, Twitter, entre los jóvenes de 16 a 18 años”*, pertenecientes al Instituto Comercial Bancario A.C. División de Estudios Superiores, refiere que estas dos redes sociales conducen al adolescente al aislamiento y se rodean de un ambiente sin un contacto humano real.

Por otro lado, el columnista Luis Enrique Sánchez (2011) refiere que en las redes sociales tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos. El sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada usuario aporta a la red. Además han logrado unir a las personas de todo el mundo, más allá de las distancias geográficas y las diferencias de idiomas, ha sido uno de los medios más adecuados para establecer afinidad con quienes comparten nuestros gustos. Dan al anónimo, popularidad; al excluido, integración e igualdad; a la malhumorada, educación. Son un medio donde la información viaja tan rápido a través de la red que te puedes enterar de las noticias del momento en tiempo y forma.

Según un dato proporcionado por (García A. R., 2011), el Perú cuenta con cuatro millones de usuarios en Facebook. Ocupa el vigésimo cuarto lugar en el mundo. Además, refiere el estudioso que en solo seis meses, más de un millón y medio de peruanos se registraron a Facebook.

Por otra parte, solo en el lapso de medio año, el número de usuarios de la Web creada por Mark Zuckerberg creció un 37,68% en Perú. Esta cifra supera largamente a la de Chile (8,15%), Argentina (16,13%), México (31,08

%), entre otros países; sin embargo, estamos por debajo de Brasil y Honduras, que crecieron más del 50% en el mismo lapso. (García A. R., 2011).

Augusto Ayesta, especialista en tecnología y colaborador de la página Web "larepublica.pe", sostiene que el "fenómeno" responde al abandono de redes sociales como Hi5, la cual caló tanto en nuestro país que incluso un grupo de cumbia creó una canción en su honor. (García A. R., 2011).

"La gente ya comenzó a cambiar a Facebook por una sencilla razón: si tus amigos se mudan de red social, y si tú quieres andar con ellos, busca mantener el contacto. No sirve de nada estar en un lugar donde no te van a responder", expresa Ayesta. (García A. R., 2011).

Por otro lado, Ayesta dice que los medios tradicionales de comunicación, como los periódicos, televisión o radio, habrían jugado un rol importante, ya que "tratan más noticias acerca de lo que suceden en redes sociales." (García A. R., 2011).

Según Google Insights en el Perú la red social Hi5 tuvo aproximadamente el 90% de usuarios. El fenómeno determinó el mayor auge en este año. Sin embargo, en el año 2010 la red social Facebook llega a su apogeo, con un 100%, aproximadamente, y con el consecuente desplazamiento del Hi5. (García A. R., 2011).

El especialista señala que el Perú es un país "relativamente joven" en el uso de Internet; por ello, a menor madurez en la difusión de la red de redes, hay "mayores oportunidades" para innovar y desarrollar *Facebook*, porque "nuestro mercado es más pequeño y por ello puede crecer más." (García A. R., 2011).

Por otra parte, al haber más personas en *Facebook*, es posible ver qué hacen nuestros conocidos, información que “puede remplazar el contacto telefónico”, además de causar “placer” al “ver lo que los demás hacen.” (García A. R., 2011).

#### **d. Justificación**

La necesidad de comunicarse es inherente al ser humano, ya que desde su existencia por medio de gritos, señales, símbolos, imágenes, sonidos, idiomas, historias, entre otros, lograron comunicarse. Posteriormente, con el transcurrir de los años, el hombre por el mero hecho de satisfacer sus necesidades y simplificar tiempo y espacio a través del empleo de la ciencia y la tecnología ha creado variedad de medios de comunicación sofisticados, los cuales hoy en día cumplen las funciones de: informar, divertir, persuadir y culturizar. En el caso de la Internet, traspasa fronteras produciendo la interacción con el mundo entero. Un ejemplo de este hecho es la red social Facebook que ha llegado a sustituir la necesidad de comunicarnos cara a cara, ya que antes salíamos a relacionarnos con los demás y eran nuestras amistades reales quienes de una u otra manera nos ayudaban a formar nuestra autoestima gracias a la interacción.

En la actualidad, el mundo utiliza con frecuencia las redes sociales ya que facilitan la comunicación entre sus conocidos y hasta la posibilidad de conocer gente de otros países teniendo una serie de beneficios gracias a este nuevo sistema de interacción. En este caso, es la población joven la que comprende a los usuarios predilectos de Facebook. Así lo indica una investigación de la CNN México, donde el 89% de mujeres entre 18 y 29 años utiliza las redes sociales, y el 69% de ellas dice que tiende a conectarse

a las redes sociales todos los días, frente a un 60% de los hombres. (Gross D. , CNN MEXICO, 2011).

Es por esta razón que se decidió trabajar con un público objetivo femenino, alumnas de 1°,2°,3°,4° y 5° Años de Educación Secundaria de la I.E.P “María de Nazaret”, quienes utilizan esta red social para reforzar su autoestima.

Este trabajo pretende ser una fuente informativa básica que intenta proponer nuevos conocimientos para los alumnos y otras personas que decidan hacer estudios posteriores.

## **CAPÍTULO II**

### **Bases Teóricas**

#### **a. Marco teórico**

##### **a.1 Entrevista a Juan Faerman - autor del libro “Faceboom”**

"Facebook es un placebo para la autoestima"

Facebook está cada vez más maleducado", afirma uno de los bloggers que reinan en Internet en su libro “Faceboom”, Juan Faerman. Esta acusación contra la red social más popular del momento no es una frase solo lanzada al viento. Puede corroborarlo usted mismo: abra su Facebook –en caso de que no tenga, créese un perfil, si quiere– y analice las palabras con las que le recibe esta red social. Exacto, la frase es "¿qué estás pensando?". Si eso nos lo preguntara un extraño muchos de nosotros responderíamos "¿y a ti qué te importa?", pero al tratarse de Facebook todo cambia y, lejos de molestarnos, le seguimos el juego. Muestra de ello es que la red social acumula ya 350 millones de usuarios, por lo que no es de exagerar decir que Facebook se está convirtiendo en un nuevo fenómeno de masas.

Pero, ¿qué tiene esta red que tanto engancha y gusta? ¿Puede una persona tener más de 4 000 amigos? Son algunas de las cuestiones que Faerman analiza. Y es que Facebook ha cambiado nuestro lenguaje, nuestra manera de encontrar amigos, de relacionarnos con conocidos e, incluso, de describir nuestro estado de ánimo. "Si Facebook fuera un país –asegura Mark Zuckerberg, el creador de la plataforma– estaría entre los cinco más poblados del mundo". Juan Faerman es, además de escritor, guionista de radio y televisión y directivo creativo publicitario. Cuando tiene tiempo y

ganas, escribe en *Qué blogudo!!!*, blog que mantiene desde el año 2005. Asegura que su libro, cuyo club de fans en Facebook fue dado de baja – además, del perfil del autor– no es ninguna crítica frontal contra esta red social. "Millones de usuarios no pueden estar equivocados" –concluye.

- ¿Por qué cada día siento la necesidad de entrar en Facebook?

- Facebook es un lugar que promueve sensaciones placenteras y evita a toda costa contrariarnos. Es un gran placebo para la autoestima, como una especie de droga socialmente aceptada y aparentemente inofensiva.

-¿Y cómo actúa esta droga?

- Imagínese que un día va caminando por la acera y de repente se topa con un lugar del que le han hablado mucho. Decide entrar y se encuentra con gente que daba por "muerta" y que forma parte de un pasado donde era más joven y libre que ahora. Todos ven exactamente lo que usted quiere que vean de usted. Su rostro es el de hace 15 años y no tiene defectos visibles a priori. ¿Sigue preguntándose por qué cada día siente la necesidad de dejar el afuera y entrar a ese lugar?

- Pero, cada usuario es diferente.

- Cada uno tiene su propia razón y eso es lo que lo hace popular –si no fuera popular, sería un aburrimiento feroz–. Hay quienes entran para matar el tiempo, otros para hacer contactos de trabajo, otros para reforzar su autoestima, otros para jugar, otros para espiar vidas ajenas, otros para jugar a ser otro por un momento, otros para ligar,... Por lo tanto, es un lugar donde millones de personas que no tienen nada que ver entre sí, algo tienen en común, y ese algo se llama Facebook.

– ¿Es un buen sitio para ligar?

– Yo estoy casado, pero me han dicho que sí... (Ríe).

– ¿Tenemos que abrirnos una cuenta en Facebook porque todos nuestros amigos lo hacen?

– No, en absoluto. Si Facebook no te ofrece nada de lo que andas buscando o necesitando, no hay ninguna razón para que te abras una cuenta. De hecho, conozco a muchísimas personas a quienes no les interesa Facebook, y no dan muestras de estar viviendo una vida incompleta o infeliz. Y si lo están, no es porque no tienen cuenta en Facebook.

– ¿Se ve como un "bicho raro" a quien no tiene Facebook?

– A mí, en lo personal, me parece más un bicho raro aquél a quien no le gusta los Beatles (ríe). Facebook es una tendencia muy popular y uno siempre quiere que los demás compartan sus elecciones. Pero eso sucede en muchos aspectos de la vida. Si pudiéramos, trataríamos de convencer a los demás de que sean de nuestro mismo equipo de fútbol o que les guste la misma comida que a nosotros.

– ¿Qué hacer cuando llegamos a la ventana de registro y leemos "Facebook te ayuda a comunicarte y compartir tu vida con las personas que conoces"?

– Podría decir "Facebook te da la bienvenida" y nada cambiaría. Y una vez que ya sabemos de qué va, bueno... tampoco creo que nos pongamos a pensar en la relativa verdad de esa frase, así como tampoco nos ponemos a pensar qué significa enviarle una caña virtual a un "amigo" a quien jamás hemos visto, o decir que iremos a un evento al que no tenemos intención de asistir.

– ¿Nuestros amigos en Facebook son realmente nuestros amigos?

– Pienso que la utilización de la palabra "amigo" en Facebook ha forzado la creación de una nueva categoría, que es la de "amigo de Facebook". En mi caso, he desarrollado relaciones virtuales muy valiosas con gente a la que no conozco personalmente, pero no son mis amigos. Sobre todo porque con mis amigos suelo compartir cosas que son imposibles de tener en Facebook. Sigo prefiriendo tomarme una caña fría con mi amigo Pablo antes que enviarle a mi mejor amigo de Facebook una caña.jpg.

– ¿Pero corremos el peligro de caer en un nido de impostores?

– Patrick Swayze me aceptó como amigo un mes después de muerto. Pero de ahí a decir que es un nido de impostores, hay un abismo. Aunque ahora que lo pienso mejor, un nido es donde las crías recién nacidas viven hasta que crecen lo suficiente como para volar. Entonces, si consideramos que todos ocultamos alguna que otra cosilla, somos pichones de impostores.

– Yo encontré a mis excompañeros de clase a través de esta red, ¿y usted?

– No sé si soy un parámetro en ese aspecto. A mí no se me perdió nadie en el camino, sino que elegí "perder" o dejar ir a cierta gente. Y no lo digo desde un lugar de pedantería, sino desde el hecho de que conservo a algunos de mis amigos de la infancia, y eso se debe a que me preocupé por mantener el contacto cuando lo consideré valioso.



– El gran dilema. ¿Facebook invade mi intimidad?

– Eso habría que preguntárselo a Google Earth más que a Facebook. Es como decir: si me meto en una piscina llena de agua... ¿me mojaré? Somos nosotros mismos quienes abrimos una cuenta y accedemos a poner nuestros datos, fotos, etc. ahí dentro. Facebook no nos obliga a hacerlo: si ahí hay retazos de nuestra intimidad es porque alguien los puso. Hasta que no se compruebe que la página prende automáticamente nuestra webcam y graba lo que sucede en nuestro hogar o que escanea nuestro PC y vuelca automáticamente lo que encuentre, preferiría usar otra palabra antes que "invasión". La pregunta que yo me haría en todo caso es: ¿Por qué victimizamos nuestro exhibicionismo?

– ¿Mejor poner nuestra foto o no ponerla?

– Si saliste bonita, ¡adelante!

– Otro handicap es tener un nombre y un apellido común.

– Eso puede ser bueno para confundirse en la multitud y pasar desapercibido, pero se lleva de patadas con el estar en Facebook, si lo que queremos es que nos perciban para interactuar. En todo caso, puede ser beneficioso en algunos aspectos, aunque no todos piensan igual. Por ejemplo, yo tengo un amigo con un nombre y apellido muy comunes, y cada paso por migraciones es una pesadilla ya que hay por lo menos 10 narcotraficantes con el mismo nombre.

– ¿Cómo ha logrado Facebook convertirse en un factor de poder capaz de inclinar la balanza en una elección presidencial como la de Estados Unidos o Francia?

– En el caso de Obama, por ejemplo, Facebook fue de gran ayuda pero como parte de una estrategia integral. Fue más el mensaje de mostrar a un candidato diferente, "progre", moderno y cercano que captar un voto por cada fan. La campaña que hizo con Sarah Silverman también lo ayudó en el mismo sentido. Pero todas son partes de un gran cuadro. Es decir, Facebook fue importante, pero supongo que si Bush intentara ir por la reelección usando solo Facebook, fracasaría estrepitosamente.

– Usted fue víctima de la censura. Facebook le borró su perfil.

– Después de presentar mi libro en Madrid, me di cuenta de que los perfiles personales de mi agente, su asistente, la mía propia y el grupo de fans del libro habían sido dados de baja en forma simultánea y sin previo aviso ni explicación.

– ¿Y qué hizo?

– Se enviaron decenas de correos electrónicos a Facebook y hasta cartas documento, que en Argentina tienen un valor legal, pero como no resultó, decidimos hacer un video denunciando los hechos. Esto forzó a Facebook a restituir nuestros perfiles –según ellos "se había tratado de un error"–, pero borraron definitivamente el grupo de fans del libro, ya que, según su versión, este violaba cuestiones de copyright.

– Facebook se sintió ofendido.

– Lo que demuestra que nunca leyeron el libro, ya que, si bien hace críticas, no ataca a Facebook *per se*, sino que ridiculiza algunas conductas que tenemos los usuarios, contrastándolas con la vida real.

– Algunos podrían pensar que se trata de una campaña de marketing para vender más libros.

– La verdad, sería hipócrita de mi parte si digo que no iba a aprovechar semejante sucesión de torpezas por parte de Facebook, pero si se detiene a pensar dos segundos, se puede dar cuenta de que es imposible fingir la deshabilitación de tres perfiles y un grupo de fans –basta con intentar hacer un login para comprobar si fuiste deshabilitado, o si te borraste a propósito–. Además, si fuera algo ficticio, el Facebook podría demostrarlo fácilmente a la opinión pública, demandarme por la mentira y yo me arruinaría la carrera tan solo por vender un par de libros más.

– ¿A Facebook le puede ocurrir lo mismo que a *Second Life*, red de la cual ahora nadie habla?

– Aunque *Second Life* no contemplaba un potencial versátil de aplicaciones productivas –que aún no existen, pero pueden surgir– y es bastante incomparable con Facebook porque lo lúdico tiene una presencia mucho mayor –sin olvidar las cuentas pagas–, por supuesto que puede suceder lo mismo. Aunque si Zuckerberg –el creador de FB– es lo bastante astuto, es improbable que suceda.

– Usted dedica la última parte de su libro a elaborar un posible escenario futuro de esta red social.

– Y me debato entre dos posibilidades: la de que desaparezca en unos meses si se queda solo con las trivialidades, o que incorpore esos elementos más orientados a la productividad de los que hablaba antes que hagan que Facebook se convierta en una especie de sistema operativo. Es una teoría en la que hay que evaluar múltiples variables, pero no es imposible.

– ¿Qué está pensando?

– Que tengo que escribirle a Patrick Swayze, a quien hace mucho que no saludo (Quelart, 2010).

Este autor recalca la gran importancia del uso de Facebook para reforzar nuestra autoestima día a día.

## **a.2. La autoestima**

La autoestima es la percepción valorativa que tenemos de nosotros mismos, de nuestra manera de ser, de quiénes somos. “¿Quién soy yo?”, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran la propia personalidad y, a la vez, influye sobre el adolescente en cómo se siente, cómo piensa, aprende y crea, cómo se valora, cómo se relaciona con los demás y cómo se comporta (Entee, 1996).

Massó (1997, p. 5) en (Entee, 1996) define a la palabra autoestima, auto (sí mismo/a) y estima (amor, aprecio). Quererse a sí mismo(a) no es egoísmo ni es una actitud enfermiza, es un sentimiento fundamental. Al tenerse amor a sí mismo la persona tiene la facultad de aceptarse tal como es.

Al amarse de verdad como dice el autor citado no se cae, de ningún modo, en el egoísmo, ya que al creerse superior y mejor no se aceptan los defectos y se termina pensando que uno no los posee. Entonces pierde la facultad de ser autocrítico, lo cual es malo para cada individuo porque la realidad es que todo ser humano tiene defectos y debe aprender a mejorarlos cada día (Entee, 1996).

La autoestima es la autovaloración de todas las cualidades que posee toda persona (Entee, 1996).

Branden (1997, p.15) en (Entee, 1996) conceptúa la autoestima como una evaluación de la mente, la conciencia y, en un sentido profundo, de la persona.

El autor es sumamente concreto, pero no cumple con las expectativas de una definición significativa. Define la autoestima como una autoevaluación del individuo.

Branden y Burns (1998, p. 23) en (Entee, 1996) consideran la autoestima “como una necesidad humana fundamental, que permite confiar en nuestra capacidad de enfrentarnos con éxito a los desafíos básicos de la vida. Es nuestro derecho a triunfar y ser felices, aun reconociendo nuestras limitaciones y diferencias.”

Estos dos autores describen la autoestima de la mejor forma posible sin contradicciones con una perspectiva muy positiva, especialmente para los jóvenes de hoy. La autoestima es la capacidad de enfrentarnos al mundo con éxito, reconociendo nuestras limitaciones y diferencias (Entee, 1996).

Rogers (1998, p. 24) en (Entee, 1996), menciona que la autoestima es un elemento determinante de la personalidad en las relaciones humanas y en la comunicación. Científicos del desarrollo humano afirman que es una parte fundamental para que el hombre alcance la plenitud y autorrealización en la salud física y mental, productividad y creatividad, la plena expresión de sí mismo.

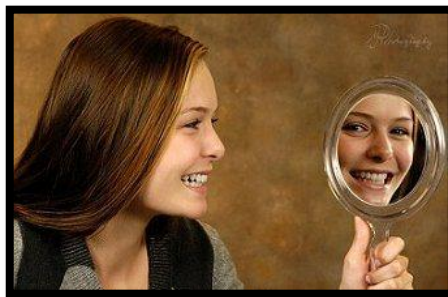
Carl no solo incluye su propia definición, sino que trata de ampliar un poco más el tema en base a aportes científicos, incluyendo al ser humano en su totalidad. La autoestima es fundamental en la vida del hombre, ya que afecta al ser humano en todos los aspectos (Entee, 1996).

Eilen Mc Entee menciona en su libro ***Comunicación oral para el liderazgo en el mundo moderno*** que el *autoconcepto* es “aquel proceso por medio del cual la persona conceptualiza (o categoriza) su conducta, tanto su conducta externa como sus estados internos” (Gergen, 1971:22 – 23) en (Entee, 1996). Abarca todo lo que percibimos de “nuestras competencias físicas, sociales y psicológicas desarrolladas por nuestras experiencias con otros mismos, con los demás y con nuestra posición en un entorno sociocultural específico” (Austin – Lett y Sprague, 1976:2) en (Entee, 1996). El autoconcepto debe ser flexible y realista (Adler, 1978:cap.2) en (Entee, 1996).

El autoconcepto es complejo y tiene varios componentes, uno de los cuales es la imagen. La imagen de una persona, a su vez, tiene diferentes facetas de las cuales identificaremos tres: 1) La imagen que tiene la persona de sí misma, 2) La imagen que cree que los demás tienen de ella y 3) La imagen que los demás tienen en realidad de ella (Hart, 1975: 96 - 97) en (Entee, 1996).

### Diseño propio

#### Figura N° 1



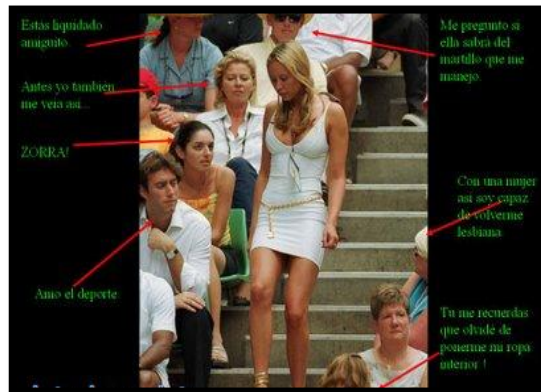
1) La imagen que tiene la persona de sí misma

**Figura N° 2**



2) La imagen que cree que los demás tienen de ella

**Figura N° 3**



3) La imagen que los demás tienen en realidad de ella

Cuando las tres imágenes se asemejan, es indicio de que la persona está bien adaptada a su entorno social (Andersen, 1978: 255) en (Entee, 1996).

El concepto que tienes de ti mismo es como un álbum de fotografías tuyas, en el que cada foto es diferente. Aunque todas son tuyas, representan diferentes épocas, poses, lugares, acompañantes y entornos.

Ese concepto tuyo, de ti mismo, es “un mosaico de imágenes, ideas y sentimientos siempre cambiantes...incluye tus impresiones de lo que vales, de tus talentos, limitaciones, relaciones con los demás, de tu cuerpo, tu sexualidad y un sinnúmero de otros componentes de tu ego” (Mc Auley, 1979:22) en (Entee, 1996).

Todas estas impresiones constituyen tu autoconcepto o identidad. Tú eres “lo que piensas, juzgas, sientes, valoras, admiras, amas, odias, temes, deseas, crees y en lo que te comprometes” (Powell, 1969:8, en Austin-Lett y Sprague, 1976:7) en (Entee, 1996). A continuación se transcribe parte de una entrevista de Richard Evans con el psicólogo Carl Rogers, donde éste habla del autoconcepto.

Tu autoconcepto debe ser flexible y realista. Flexible, porque desempeñas varios roles; durante las diferentes etapas de tu vida, cuando cambias tu posición social de niño a adolescente y de adolescente adulto joven, también cambia tu papel social. Cuando cambia tu posición social de adulto joven a estudiante, dependiente de tus padres o adulto joven empleado o emprendedor y casado, responsable por el bienestar de tu esposa o esposo y de tus hijos, cambia otra vez tu rol social y tu autoconcepto debe ser suficientemente flexible para incorporar las demandas de tus nuevos papeles sociales (Entee, 1996).

Incluso en una misma etapa de tu vida desempeñas diferentes papeles sociales, de acuerdo con las distintas personas con quienes interactúas. En un mismo día, por ejemplo, tendrás que ponerte el sombrero de hijo, estudiante, amigo, novio, quizás empleado o esposo y padre o madre. En los cuadros 1 y 2 podemos observar los diferentes sombreros o papeles sociales que debe desempeñar un alumno en un solo día (Entee, 1996).



### **Cuadro 1°**

Entre los sombreros que uso está el de hija frente a mis padres. Con mis padres soy obediente, aprecio sus consejos, les ayudo en lo que puedo, los quiero sobre todas las cosas, y por eso trato de darles gusto en todo lo que me piden.

Otro sombrero es el que uso con mi hermano. Con él soy buena onda, le ayudo en lo que puedo y me gusta consentirlo a pesar de que es mayor que yo. Lo respeto, pero no de igual manera que mis padres.

Uso otro sombrero con mi hermana. Cuando estoy con ella, asumo el papel de hermana mayor; trato de darle un buen ejemplo o de aconsejarle en lo que sea posible, porque, aunque solo es un año menor que yo la considero "mi hermanita." Siento que debo protegerla de todo y orientarla. Creo que sigue más mis consejos que los de mis papás. Eso es lógico, ya que yo también soy joven y tengo los mismos problemas e inquietudes que ella.

Con mis abuelitos, que gracias a Dios, todavía los tengo, mi comportamiento y la manera en la que me dirijo a ellos es de mucho respeto y formalidad.

Como estudiante, uso otro sombrero diferente. Como estudiante, me corresponde aprender, hacer mis tareas, estudiar y respetar a mis maestros. Con mis maestros guardo mucho respeto, orden y disciplina. Aunque hay algunos maestros que les gusta que les hablen de tú, siempre trato de conservar la relación alumno-maestro de manera más formal.

Con mis amigas tengo otro sombrero. Con ellas me siento muy libre para expresar mis opiniones y formas de ver las cosas. Me gusta conocerlas a fondo, por lo que me intereso por sus problemas y siempre trato de escucharlas y ayudarlas en lo que puedo.

Es con ellas con quienes también muestro mi sombrero de fiestas, relajó, convivencia, porque con ellas puedo hablar de todo.

Otro sombrero es de novia. Cuando lo llevo, trato de comprender y brindar todo mi apoyo a una persona especial con la cual comparto mis sentimientos y de la cual espero lo mismo.

**Los sombreros de una alumna** (Entee, 1996).

Podemos imaginar que la variedad de habilidades de comunicación que requieres para desempeñar exitosamente todos sus papeles sociales, tus sombreros, es muy grande.

Probablemente habrá algunos que te queden mejor que otros y habrá algunos que te gusten más. Para desarrollar un autoconcepto sanamente flexible, es importante conocer cuáles de nuestros sombreros nos gustan más, cuales nos quedan bien y cuáles no. Siempre tenemos la opción de mejorar los papeles sociales que desempeñamos pobremente y seguir desempeñando con éxito los mejores que nos quedan (Entee, 1996).

Reconocer nuestras debilidades y fuerzas es indicio de un autoconcepto realista. Tu autoconcepto debe ser realista. Como hemos visto, el autoconcepto es muy complejo, tiene varios componentes. Uno de ellos es la imagen, la cual a su vez tiene varias facetas (Entee, 1996).

Para nuestros fines, identificaremos tres, de acuerdo con el análisis de Hart (1975:96-97) en (Entee, 1996) a saber: la imagen que tienes de ti mismo (imagen 1). La imagen que los demás tienen de ti (imagen 2) y la imagen que crees que los demás tienen de ti (imagen 3). Cuando la imagen que tienes de ti mismo se asemeja a la que las demás personas tiene de ti, y además a la que crees que tienen de ti, esto significa que estás bien adaptado a tu entorno (Andersen, 1978: 255) en (Entee, 1996), y por lo tanto, que tu autoconcepto es realista. En el cuadro 2. Podemos observar un ejemplo de una persona cuyas tres imágenes concuerdan, lo cual indica que tienen un autoconcepto realista (Entee, 1996).

La red social Facebook cumple con los tres tipos de imágenes de Hart, ya que la alumna al tomarse una fotografía piensa que esta bonita, la sube inmediatamente al Facebook y sus contactos confirman el concepto de bonita que la usuaria tiene de sí misma logrando de esta manera que la alumna refuerce su autoestima dentro de su entorno social.

## Cuadro 2°

Tengo varios sombreros:

Para con mis padres, el de buen hijo; trato de agradecerles en todo lo que esté a mi alcance, sacando buenas calificaciones, enseñándoles que puede ser un buen ejemplo para mis dos hermanas y mi pequeño hermano, tratando de hacerles sentir orgullosos por la labor que han hecho conmigo, al educarme. Esto lo demuestro tanto en los eventos sociales como en la casa, cuando nadie nos observa. Trato de cumplir con todos los deberes que tengo como hijo mayor.

Con mis hermanas, utilizo el sombrero de buen hermano, que las protege, que las ayuda cuando necesitan algo, cuando se les dificulta la tarea, cuando las relaciones entre ellas mismas o con mi hermanito no van del todo bien, cuando surge un problema con sus amigas o con mis padres, ayudándolas cuando tienen un accidente, enseñándoles lo poco o lo mucho de bueno que tengo.

Para mi pequeño hermano, el de ejemplo a seguir, el de buen hermano, el de buen estudiante. Hago hasta lo imposible porque nada le pase, enseñándole lo que pueda, gracias a las lecciones que me ha dado la vida. Le concedo todos sus caprichos, juego y paso mucho tiempo con él.

Tratado siempre de ser el mejor de los nietos, demostrando a mis abuelos lo responsable y dedicado que puedo ser. Con mis amigos, trato de ser siempre buena gente, de ser lo más útil posible, trato de aportar lo mejor de mí, a veces soy un poco necio y terco con mis compañeros de clase, a veces trato de explicarles a los que no entienden, trato de ayudarlos con las tareas, tratado de ganar su confianza y amistad, trato de que me respeten tanto como yo a ellos.

Siempre trato de aportar algo bueno a la clase; trato de cumplir con todo lo que me piden mis maestros, espero que me traten con respeto como yo a ellos.

En mi equipo de fútbol, soy el portero, el equipo me trata con mucho respeto debido a que mucha gente me considera muy buen jugador. Por esto estoy un poco incómodo, pero trato de llevarme bien con el equipo, bromeando. Todo el partido juego lo mejor posible, para no defraudarlos ni quedar mal.

En el club de tae Kwan do, soy uno más del grupo de alumnos, los cuales respetamos a nuestro maestro. El trato con los miembros del club es bueno, con todos bromeo, platico y siempre hay armonía. Estoy muy a gusto con todos ellos.

Para mi novia, soy cariñoso, trato de portarme de la mejor manera; soy sincero, realista, un poco enojón, ella es la persona que mejor me comprende y nos llevamos muy bien.

**Sombreros de un alumno** (Entee, 1996).

### **Cuadro 3°**

Mi padre es médico, con especialidades en ginecología, obstetricia, endocrinología y esterilidad. Él piensa que es un hombre trabajador que ha obtenido todas las metas que se ha impuesto a base de mucho sacrificio y esfuerzo. Piensa que es una persona que se podría sentir satisfecha con lo que ha logrado hasta el momento, sin embargo, sigue buscando metas que cumplir. Piensa que como padre, ha sido responsable, puesto que ha dado a sus hijos todo lo que han necesitado. Como esposo, piensa que, a pesar de haberse casado muy joven, ha sabido llevar su matrimonio felizmente por 30 años, gracias a la fidelidad que ha sostenido en ese tiempo (imagen 1). Mi mamá piensa que es un hombre maravilloso, mis hermanos creen que es el mejor papá del mundo y yo creo que no hay un hombre mejor que él. Sus padres se sienten orgullosos de tener un hijo tan espléndido y sobresaliente; sienten que es lo mejor que tienen en sus vidas.

Los compañeros de trabajo de mi padre se sienten muy bien con él, pues saben que es una persona amable y profesional. Sus alumnos creen que es muy exigente, pero comprensivo, y le tienen respeto (imagen2). Mi padre cree que mi madre, mis hermanos y yo lo queremos. Cree que sus compañeros de trabajo y sus alumnos (imagen 3). Hay concordancia en lo que mi padre cree de sí mismo lo que las personas piensan de él y lo que él cree que las personas piensan de él.

**Concordancia entre las tres imágenes** (Entee, 1996).

En el cuadro 1, 2 y 3, podemos relacionarlo con nuestras variables que son Facebook y la formación de la autoestima ocurre lo mismo ya que en este caso los sentimientos de afecto, amistad, confianza, respeto son mostrados al público por medio de las fotografías para que nuestras amistades y conocidos comenten libremente.

Figura N°4



En esta imagen una de las alumnas de la I.E.P. “María de Nazaret” hace público el cariño y admiración que se siente por sus padres.

Figura N°5



De la misma manera ocurre con su hermana muestra que su relación con ella es buena y esta es reforzada gracias a los comentarios de sus amistades.

Figura N°6



Figura N°7



En el colegio el trato de las alumnas con los maestros es amable, cordial y de un alto índice de confianza y respeto, tal como se puede apreciar en el lenguaje gestual de los fotografiados.

**Figura N°8**



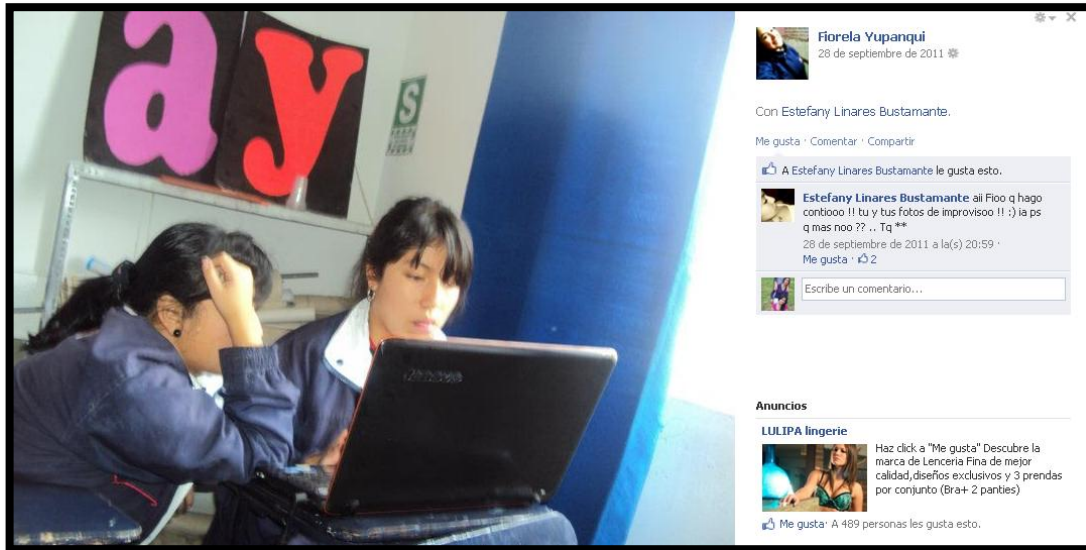
Por otro lado la consideración de las alumnas hacia sus abuelitos es notable ya que los incluyen en sus álbumes de Facebook. Así nos dan a conocer que los aprecian y los veneran.

**Figura N°9**



Las alumnas expresan al máximo sus sentimientos deseando que todo el mundo se entere que ama a alguien o tiene una relación con alguien y demostrándole a su enamorado lo importante que es para ella.

Figura N°10



En esta fotografía ella expresa que está desarrollando sus labores escolares y compartiendo su herramienta de trabajo con su compañera. Así demuestra a sus amistades y conocidos que es una buena amiga y alumna responsable.

### a.3. Hacerse cargo de la autoestima

La clave para desarrollar un autoconcepto positivo está en regular las influencias que moldean el desarrollo del “sí mismo”: la interacción con los demás, la adopción de roles y la exposición a los medios. Los seres humanos tienen la capacidad única de criticar su autoconcepto. Es difícil imaginar que la mascota familiar se preocupa de que tenga sobrepeso o mal aliento. Nuestra capacidad de pensar acerca de nosotros mismos y de evaluarnos nos permite desarrollar y refinar aún más nuestro autoconcepto.

Se denomina **autoestima** a cómo nos sentimos acerca de nosotros mismos y ésta constituye una parte fundamental de quiénes somos y cómo nos comunicamos. Consideramos algunas formas comunes en que la gente con baja autoestima podría interactuar con los demás. Quizás sean menos



asertivos o más fáciles de persuadir a hacer algo que no quiere hacer. En ocasiones, la gente con baja autoestima se siente más solitaria que aquellos con una autoestima elevada y son menos seguros en sus relaciones con los demás (Brage y Meredith 1993, 1994) en (Bethami A. Dobkin, 2007).

En un estudio se descubrió que los miembros de una pareja que tenían una baja autoestima tendían a “colgarse” del otro o a conductas posesivas en una relación, tales como espiar al otro, supervisado o llamarle por teléfono constantemente y limitar el acceso a rivales potenciales (Guerrero y Afifi 1998) en (Bethami A. Dobkin, 2007).

Afortunadamente, de la misma manera en que la comunicación de las personas consigo mismas y con los demás puede contribuir a una autoestima baja, la comunicación puede favorecer el crecimiento personal. Las estrategias que se incluyen a continuación pueden ayudarte a asumir el control de tu autoestima (Bethami A. Dobkin, 2007).

- Reconoce que eres una persona compleja. En cada momento y en cada situación, muestras solamente una pequeña parte de ti mismo a otros comunicadores.
- Acepta quien eres como punto de partida para cambiar y para fijar metas personales realistas. Si tus expectativas no lo son, es más probable que crees profecías autocumplidas negativas. Escoge desafíos que estén dentro de tu alcance; pide a algunos en quienes confíes que te ayuden a evaluar tales metas.
- Crea contextos de comunicación de apoyo. Cuando te compares con los demás, elige modelos que sean adecuados y que te hagan sentir bien y no deprimido. Igualmente, invierte tú tiempo hablando con otros que se expresen positivamente de ti y estén dispuestos a ayudar y

no con quienes resalten tus debilidades, se complazcan con tus dudas y te hagan sentir inseguro.

- Se estratégico respecto a qué partes de ti revelas a los demás. Puede ser reconfortante tener amigos que te conozcan bien; pero recuerda descubrirte a otros que merezcan tu respeto, preocupación y confianza.
- La gente con la que hablamos, los roles que adoptamos y las imágenes que nos proporcionan comparaciones sociales influyen en qué tanto nos queremos a nosotros mismos. Tenemos la capacidad de mejorar nuestra autoestima, cuando decidimos cambiar cómo nos sentimos acerca de nosotros mismos y escogemos estrategias positivas de comunicación, mejora tanto nuestro autoconcepto como nuestra comunicación con los demás. Además de elevar nuestra propia autoestima podemos escoger activamente las impresiones que queremos provocar en los demás. En la última sección de este capítulo, se presenta algunos consejos para presentarnos mejor ante los demás y para controlar las impresiones que ellos tienen de nosotros (Bethami A. Dobkin, 2007).

Otras importantes instituciones en la formación de nuestro autoconcepto son los medios masivos de comunicación, y en particular la televisión. La televisión, a través de sus programas informativos y de entretenimiento, así como por su publicidad influye sobre nosotros de manera definitiva. A continuación citamos a George Gerbner al respecto:

Los órganos de comunicación masiva (los medios impresos, la televisión y la radio) proveen la forma de seleccionar, grabar, ver y compartir

las nociones que tiene el *hombre sobre lo que existe, lo que es importante, lo que es correcto y la forma en la que se relacionan todas las cosas* (Gerbner, 1972: 113, en McAuley, 1979: 44) en (Entee, 1996).

La calidad de nuestra propia conducta también influye en la formación de la identidad o autoconcepto. La forma en que nos comportamos, nuestra eficacia o “capacidad de ejercer control sobre (nuestras) motivaciones, conductas y sobre las exigencias de (nuestro) entorno” (Rodin, 1990: 2) en (Entee, 1996), determina en gran parte la autoestima, que se ha identificado como el componente evaluativo del autoconcepto. Tu autoestima se refiere a lo que piensas y sientes de ti mismo, y se desarrolla tanto por la forma en que los demás se comunican contigo, como por los mensajes con que te comunicas contigo mismo.

Los mensajes que los demás dirigen hacia a ti, las expectativas que te manifiestan, especialmente cuando son de personas importantes para ti como tus padres, familiares más cercanos, quizá algún maestro o amigo, pueden influir en la forma en que te evalúas, afectando tu capacidad para hacer bien una actividad.

#### - **Mensajes que Levantan y Aplastan el Ánimo**

##### **Mensajes que levantan el ánimo**

- “Una vez ayudé a mi mamá y me dijo: “gracias por ayudarme, ¡qué lindo!”
- “Después de terminar un partido de básquetbol, uno de los árbitros me dijo: “Eres uno de los mejores jugadores del estado.”
- “Presenté un examen en el cual necesitaba sacar buena calificación para poder pasar y cuando fui a recoger el resultado, el maestro me dijo: “Lo lograste, hiciste un buen examen.”

- “En una ocasión mi novia me dijo: “¿Sabes? Te quiero mucho. Gracias por ser tan buena persona.”
- “Llegué un poco tarde a una clase de las 7 a.m., al tomar mi asiento, una amiga me dijo: “Aquí están las hojas que nos dio el maestro; sabía que llegarías tarde y te las junté.”
- “Un día mi papá estaba arreglando algo de la electricidad de la casa, llegué de repente y le pregunté que cuál era el problema. Aunque no tenía mucha confianza en mí, cuando se distrajo, hice lo que pensé que estaba bien, y quedó arreglado. Al verlo, mi papá me dijo: “De ahora en adelante voy a pedirte tu opinión para todo, eres muy inteligente.”
- “Una vez, a mi hermano que había obtenido una buena calificación en un examen, le dije: “¡Qué bueno! Porque le echaste muchas ganas y valió la pena.”
- “Una vez estaba participando en un juego de fútbol, evité que metieran un gol y todos me dijeron: ¡Bien hecho!”

#### **- Mensajes que aplastan el ánimo**

- Una vez me dijo una amiga: “Nunca te ríes, eres un amargado.”
- Me había acabado de cortar el cabello; fui a casa de una amiga y allí estaba un amigo, cuando me vio me dijo: “Voy a ser sincero: la regaste. Se te ve horrible.”
- Llevaba una semana de dieta, había sacrificado mucha comida muy sabrosa y en mi opinión yo ya estaba más flaco. Esa tarde me preguntó mi abuela: “¿Pues, qué comes tanto?”  
“Deberías ponerte a dieta, ya estás muy gordo.”

- Estuve entrenando y esforzándome por sacar adelante al equipo, fallé y el entrenador me dijo: “Siéntate, ya ocasionaste suficiente daño.”
- En una ocasión mi papá me pidió que le lavara su coche; me esforcé en lavarlo y me quedó más o menos. Cuando lo vio me dijo: “No sirves ni para lavar coches.”
- En cierta ocasión, una de mis hermanas me pidió que le buscara unos papeles que tenía guardados en mi cuarto. Como no los encontré me dijo: “Eres una tonta, nunca encuentras nada.”
- En una fiesta en la que acababa de entrar, me tropecé con uno de los meseros y le tiré todo lo que llevaba en su charola. En ese momento todo el mundo volteó y alguien gritó: Ten más cuidado, torpe.”

#### **a.4. Mejoramiento del autoconcepto**

Para mejorar el autoconcepto se sugiere 1) aceptar la responsabilidad por la propia vida, 2) desarrollar la autoaceptación, 3) intentar cambios específicos, uno a la vez, 4) ganar control sobre los mensajes interpersonales y 5) utilizar las relaciones interpersonales para desarrollar la autoestima (McAuley, 1979: 30 - 31) en (Entee, 1996).

Para contribuir a mejorar el autoconcepto de los demás se debe utilizar respuesta de confirmación en la comunicación interpersonal y abstenerse de usar las respuestas de rechazo y de desconfirmación.

El patrón de comunicación de confirmación es el que se usa cuando reconoce la presencia de la otra persona y se le demuestra aceptación. El patrón de comunicación de desconfirmación es el que se usa cuando se hace caso omiso de la persona, comunicándole no verbalmente que no merece ninguna atención. El patrón de comunicación de rechazo es el que

se usa cuando se manifiesta desacuerdo con la persona, indicando que no se acepta algo que dice o hace (DeVito, 1992:174) en (Entee, 1996).

### **a.5. Vernos como los otros nos ven**

En nuestra interacción con los demás comenzamos a evaluarnos basándose en cómo los otros están respondiéndonos. Los estudiosos llaman a este fenómeno el “sí mismo” del espejo” porque nuestro autoconcepto se refleja a través de nuestras interacciones con los demás y con la sociedad en la que vivimos (Mead 1934; Cooley 1964) en (Bethami A. Dobkin, 2007). Nos imaginamos cómo nos ven y nos juzgan los demás y desarrollamos impresiones de lo que somos con base en lo que nos imaginamos que otros piensan de nosotros. Por ejemplo, supongamos que Rebeca se está preparando para una entrevista importante. Ensayamos las posibles preguntas y respuestas con Leila, quien le dice cuando ampliar sus respuestas, que información adicional puede necesitar acerca del patrón y qué vestir para la entrevista. Con base en los comentarios de Leila, Rebeca evalúa su propio desempeño. Rebeca decide que está mejor preparada de lo que pensaba, que realmente es capaz y competente y que está lista para la entrevista. Cuando evalúa los comentarios de Leila, utiliza a ésta como un espejo que la refleja, con lo cual refina su autoconcepto y desarrollar una mejor comprensión de sí misma. (Bethami A. Dobkin, 2007).

Los comentarios que proceden de individuos específicos a quienes respetamos y en quienes confiamos, como los miembros de la familia, los amigos los profesores e incluso, los enemigos, son los que con mayor probabilidad moldearán nuestro autoconcepto y nos ayudarán a sortear numerosos y usualmente contradictorios encuentros. Por ejemplo, un cumplido que proviene de tu profesor acerca de un discurso que has pronunciado probablemente tendrá más credibilidad que el de un estudiante

que poco conoces. O bien, puedes comentarle a un amigo en el que confías que te escribió un determinado profesor acerca de una parte de tu trabajo final y pedirle que lo lea para que te dé una “segunda opinión”. Tu autoconcepto se refina y se modifica a medida que cambias de grupos y te relaciona con distintas personas. Cuando ingresaste a la universidad y comenzaste a interactuar con nuevos amigos y profesores, tus impresiones de cómo reaccionaban estas personas ante ti pudieron haber provocado que te vieras a ti mismo con nuevos ojos. Es probable que hayas desarrollado cada vez más confianza en tu capacidad de hacer nuevos amigos, o bien, que hayan aumentado tus dudas respecto a tus habilidades para estudiar. Cuando te gradúes de licenciatura o cambies de carreras, puedes encontrarte con que tu autoconcepto se modifica de nuevo como respuesta a tu interacción con nuevas personas. De esta manera, tu autoconcepto crece y se desarrolla a través de la comunicación con los demás (Bethami A. Dobkin, 2007).

Además de las personas importantes que moldean tu autoconcepto durante toda la vida, aprendes y llevas contigo una idea de cómo es que la sociedad considera que debes ser. Esta impresión generalizada adopta la forma de un “otro generalizado”. El **otro generalizado** representa un compuesto de las normas y valores de la sociedad (Bethami A. Dobkin, 2007).

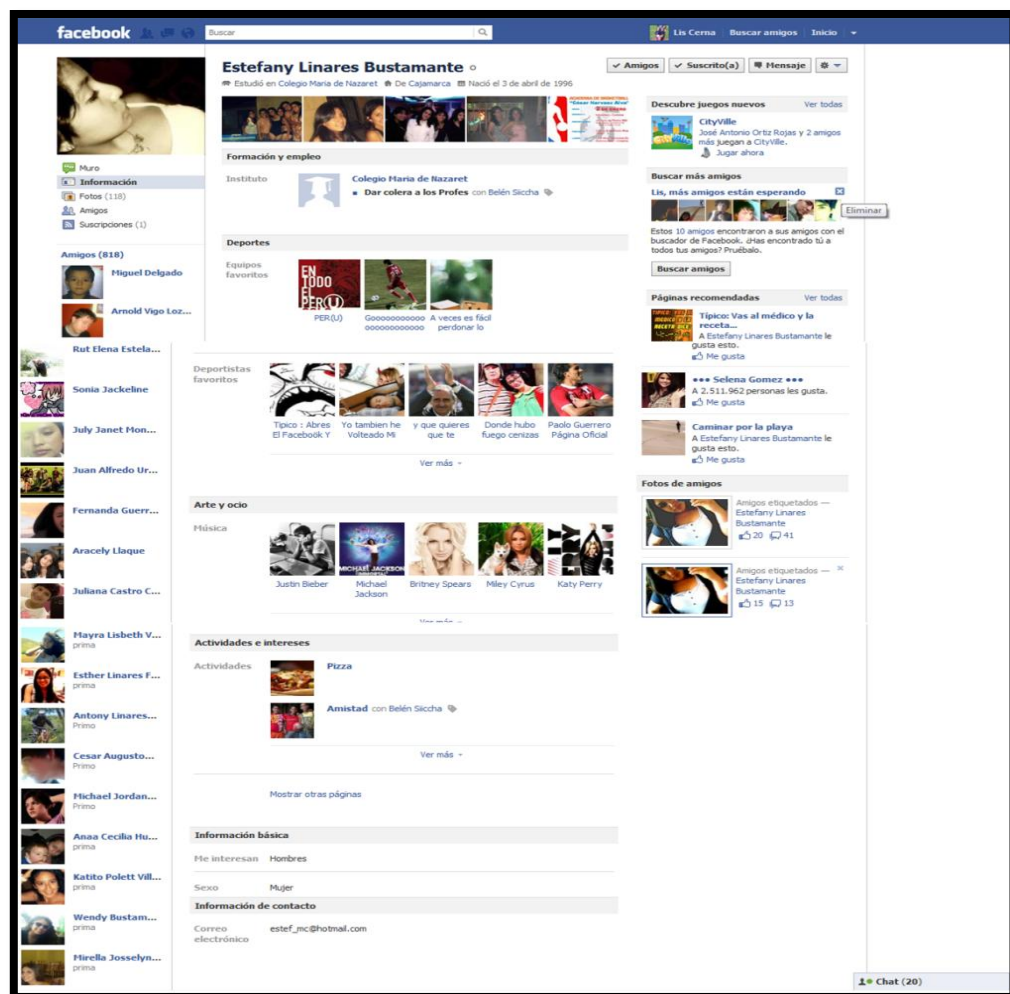
Nuestro autoconcepto crece y se desarrolla a través de la interacción con los demás. Las conclusiones a las que llegamos influyen en si nos sentimos bien o mal acerca de nosotros mismos. Entonces, la comunicación es más que un método para intercambiar mensajes; resulta central para el desarrollo de nuestro “sí mismo”. (Bethami A. Dobkin, 2007).

## a.6. Autorrevelación

El autoconcepto se revela con la autorrevelación, que es “el proceso de comunicar intencionalmente información personal y privada acerca de uno mismo a otra persona o personas” (McAuley, 1979: 74) en (Entee, 1996).

Un ejemplo de autorrevelación son los perfiles de Facebook donde las alumnas publican todos sus datos personales.

Figura N°11





Los factores que determinan la autorrevelación son: 1) el número de personas que escuchan, 2) el tema, 3) la calidad positiva y negativa de la autorrevelación, 4) el sexo de la persona a quien se revela, 5) la relación que lleva la persona que se revela con el que la escucha (DeVito, 1992:114) en (Entee, 1996).

El beneficio de la autorrevelación es que nos ayuda a estar conscientes de nosotros mismos, de nuestro entorno y de nuestras relaciones interpersonales con los demás (Wemburg y Wilmot 1973: 226 – 229) en (Entee, 1996).

Siempre corre el riesgo de perder algún bien personal o profesional con la autorrevelación. (Entee, 1996).

La autorrevelación debe ocurrir gradual y selectivamente, además debe ser recíproca y apropiada para la ocasión. (Entee, 1996).

#### **Cuadro 4°**

Número de personas que escuchan: Es más probable que la autorrevelación ocurra en grupos pequeños que en grupos grandes, y es más común entre las parejas. La autorrevelación ocurre más frecuentemente en las parejas porque es más fácil tratar con las reacciones de una sola persona que con las de varias. La persona que se revela (a una sola persona) puede monitorear más fácilmente las respuestas del que escucha, y con base en la existencia o no de apoyo, puede continuar o dejar de continuar el revelarse.

El tema: Influye en la cantidad y tipo de autorrevelación. Con ciertas áreas del yo hay más probabilidad que se revele la persona que con otras. Por ejemplo es más probable que la persona revele información acerca de su trabajo o de sus intereses, que de su sexualidad o situación financiera.

La calidad positiva o negativa de la autorrevelación: La autorrevelación positiva (con la que se ofrece información positiva acerca de uno mismo) es más común que la negativa (en la que se ofrece información negativa acerca de uno mismo) y además de ocurrir entre personas que se conocen entre personas que se conocen bien puede ocurrir entre personas que no se conocen bien. La autorrevelación negativa, por otra parte, ocurre generalmente entre personas que tienen una relación íntima, después de que la relación ha durado mucho tiempo. Este resultado es consistente con la evidencia que demuestra que hay una correlación positiva entre la autorrevelación y la confianza.

El sexo de la persona que se revela: Varios estudios demuestran que las mujeres tienden autorrevelarse más frecuentemente que los hombres, pero en cuanto a las autorrevelaciones negativas, tanto los hombres como las mujeres se revelan con igual frecuencia. Especialmente, las mujeres tienden a revelar más que los hombres lo que no les gusta de sus socios, sus relaciones románticas, los sentimientos que tienen hacia otras mujeres y sus más apremiantes miedos.

La relación que lleva la persona que se revela con la que escucha: Nuestra relación con la persona a quien revelamos información acerca de nosotros mismos tienen influencia en la frecuencia y la probabilidad de la autorrevelación. La mayoría de las investigaciones indican que las personas tienden autorrevelarse más frecuentemente con las personas más cercanas a uno: la esposa, la familia y amigos cercanos. Algunos estudios indican que la autorrevelación ocurre más frecuentemente con aquellos individuos que a la persona le gusta y no con aquellos que no le gustan, independientemente de si llevan una relación cercana con la persona o no. En este sentido por ejemplo, un estudiante podría autorrevelarse más frecuentemente con un maestro que le gusta, que con su hermano que no le gusta.

## Diseño propio

Figura N°12



Explicación del cuadro 4 en relación a la utilización de Facebook es que la alumna se autorrevela al hacer público un comentario acerca de sus sentimientos, donde solo sus conocidos le tomaran interés y es ella quien decidirá a quien confesarle su situación, como en este caso decide contarle a su hermana.

En cuanto a los beneficios de la autorrevelación, Myers y Myers en (Entee, 1996) señalan:

Cuando tienes la habilidad de revelarte a otras personas con sensibilidad, has dado un paso gigante para deshacerte de la soledad, y hacia el desarrollo de una alta capacidad de predecir cómo tú mismo y los demás van actuar en una variedad de situaciones. Te conviertes en tu propia herramienta de aprendizaje para comprender cómo debes comportarte verbal y no verbalmente para pertenecer, para dar, para compartir y para comunicar tus propias necesidades en una forma apropiada en relación con las necesidades de otras personas (Myers y Myers 1985: 80) en (Entee, 1996).

En seguida se transcribe una narración de Wenburg y Wilmot acerca de un poeta que compara un día normal con una piedra encontrada en el camino:

Caminaba el poeta por un camino cualquiera y, como siempre, pateaba las piedras que encontraba en su camino. De pronto y sin motivo aparente, se agachó a levantar una piedra la cogió y la examinó con cuidado. Notó que contenía unos trozos de mica que brillaban a la luz, y lucía algunos fragmentos de feldespato rosado esparcidos en un cuarzo blanco, incrustado en un cristal negro. Esta piedra de apariencia común, en realidad era muy bella y razonó que probablemente si se examinaba todas las piedras en su camino, iba encontrar que cada una tenía alguna belleza (Wenburg y Wilmot, 1973: 228) en (Entee, 1996).

Wenburg y Wilmot hacen un símil entre una piedra común y un día normal de la vida de una persona. Tendemos a vivir para los “días importantes”, como por ejemplo: el día de la Navidad, los cumpleaños, graduaciones, etc., y no nos fijamos en nuestros días normales. Esforcémonos en vivir despiertos cada día plenamente, examinemos cada uno de nuestros días para apreciar su belleza. Ello nos permitirá estar conscientes de nosotros mismos y de nuestro entorno. Al practicar la

autorrevelación nos permitirá apreciar cada día normal y conocernos mejor a nosotros mismos y a las personas con quienes interactuamos, nos ayudará a estar más en contacto con nuestro entorno inmediato y de ubicarnos en nuestro tiempo y espacio (Entee, 1996).

En concordancia con la red social Facebook, ocurre que una de las alumnas recibe un día cualquiera una solicitud de un chico de fisonomía no muy agradable, es así que después de un tiempo decide aceptar su invitación sin pensar que al momento de interactuar descubre a un gran amigo en el que puede confiar.

Por otro lado, tenemos que aclarar que aunque los beneficios de la autorrevelación son grandes, también conlleva algunos riesgos. Los riesgos de la autorrevelación se relacionan con la voluntad de la persona o personas con quienes compartimos información personal y privada. La comunicación siempre resulta de una decisión por parte de alguien referente a: 1) comunicarse o no comunicarse, 2) el contenido del mensaje que se comunica y 3) la forma en que se comunica. (Entee, 1996).

Si las personas a quienes has revelado información acerca de ti, la utilizan en beneficio propio a tus expensas, puedes perder bienes personales o profesionales. Por ejemplo, una persona podría querer su puesto de trabajo. Inicia rumores entre tus subordinados con base en información que tú le proporcionaste con el fin de estimular la inconformidad entre ellos. Al mismo tiempo, toma acciones dirigidas a aumentar su propio poder entre el grupo. Tú pierdes el control sobre tu trabajo porque tus subordinados ya no cooperan contigo, empiezan a colaborar con la persona que inició los rumores y tu administración es sustituida por esta persona, porque ha ganado el poder entre el grupo a tus expensas. (Entee, 1996).

Los riesgos de la autorrevelación son reales porque la condición humana es débil. Las personas se motivan por su propio beneficio y frecuentemente sus decisiones de comunicación, aunque comprensibles, no son éticas. Para perjudicarte podrían, en un momento dado, decidir utilizar información que tú les confiaste. Por esto es necesario que tengamos en cuenta algunos criterios para la autorrevelación. En el cuadro 4.5 citamos los criterios para la autorrevelación que propone McAuley (1979: 78-79) en (Entee, 1996).

### **Cuadro 5°**

La autorrevelación debe ocurrir gradualmente: Revelar mucha información acerca de uno mismo y muy pronto no es apropiado. Puede ser que no todas las personas involucradas estén emocional e intelectualmente preparadas para la autorrevelación, en cuyo caso la autorrevelación podría resultar amenazante para estas personas. Las personas deben iniciar con autorrevelaciones sobre temas no muy personales. A medida que llegan a conocerse mejor y se tienen mucha confianza, puede ocurrir la autorrevelación en forma más íntima.

La autorrevelación debe ocurrir selectivamente: La autorrevelación no siempre resulta beneficiosa y, a veces, la información personal y privada acerca de uno mismo podría resultar incómoda para personas que conocemos casualmente. Debemos reservar la autorrevelación muy personal para las personas con quienes tenemos una relación continua y de compromiso mutuo.

La autorrevelación debe ser recíproca: la autorrevelación requiere energía y compromiso por parte del receptor, así como por parte del emisor. Una señal de que tu compañero está dispuesto hacer este compromiso es cuando responde a tu autorrevelación con información personal acerca de él mismo. La conducta de mutua confianza requiere reciprocidad.

La autorrevelación debe ser apropiada para la ocasión: Puesto que la autorrevelación requiere energía física y emocional, debe ser apropiada para la ocasión. Cuando una persona está cansada, preocupada, e inclusive muy alegre y festiva, no estará en posibilidades de responder adecuadamente a tus esfuerzos de autorrevelación.

La autorrevelación debe hacerse en un momento en que el receptor pueda responder adecuadamente.

Figura N°13

The image shows a screenshot of a Facebook post by Estefany Linares Bustamante. The post text reads: "No quiero que este día termine tan mal :/ Por favor algo o alguien que me alegre el día !!". Below the post, there are several comments from different users. Red arrows point from three of these comments to red-bordered boxes containing the labels "Amigo", "Primas", and "Hermana".

**Estefany Linares Bustamante**  
No quiero que este día termine tan mal :/ Por favor algo o alguien que me alegre el día !!  
Me gusta · Comentar · 14 de febrero a la(s) 20:33 cerca de Cajamarca, Peru · 2

A 5 personas les gusta esto.

**Hugo Cerna** Que pacho amiguin ?  
14 de febrero a la(s) 20:34 · Me gusta · 1

**Katito Polett Villanueva Bustamante** yo tbm digo lo mismooooo :/  
14 de febrero a la(s) 20:34 · Me gusta · 1

**Estefany Linares Bustamante** Simplemente fue un día triste aburrido ... MALO /: solo espero que algo mejore y cambie mi día, todavía hay tiempo.  
14 de febrero a la(s) 20:39 · Me gusta · 1

**Michael Jordan Bustamante Anticona** Anda estudia oe hahaha prima mira una pelicula con canchita  
14 de febrero a la(s) 20:59 · Me gusta · 2

**Katito Polett Villanueva Bustamante** jajajaja.... q buena!! (:  
14 de febrero a la(s) 20:59 · Me gusta

**Evelyn Linares** Para ti todo es malo :p jajajajaa!!!  
15 de febrero a la(s) 1:23 · Me gusta · 1

Amigo

Primas

Hermana

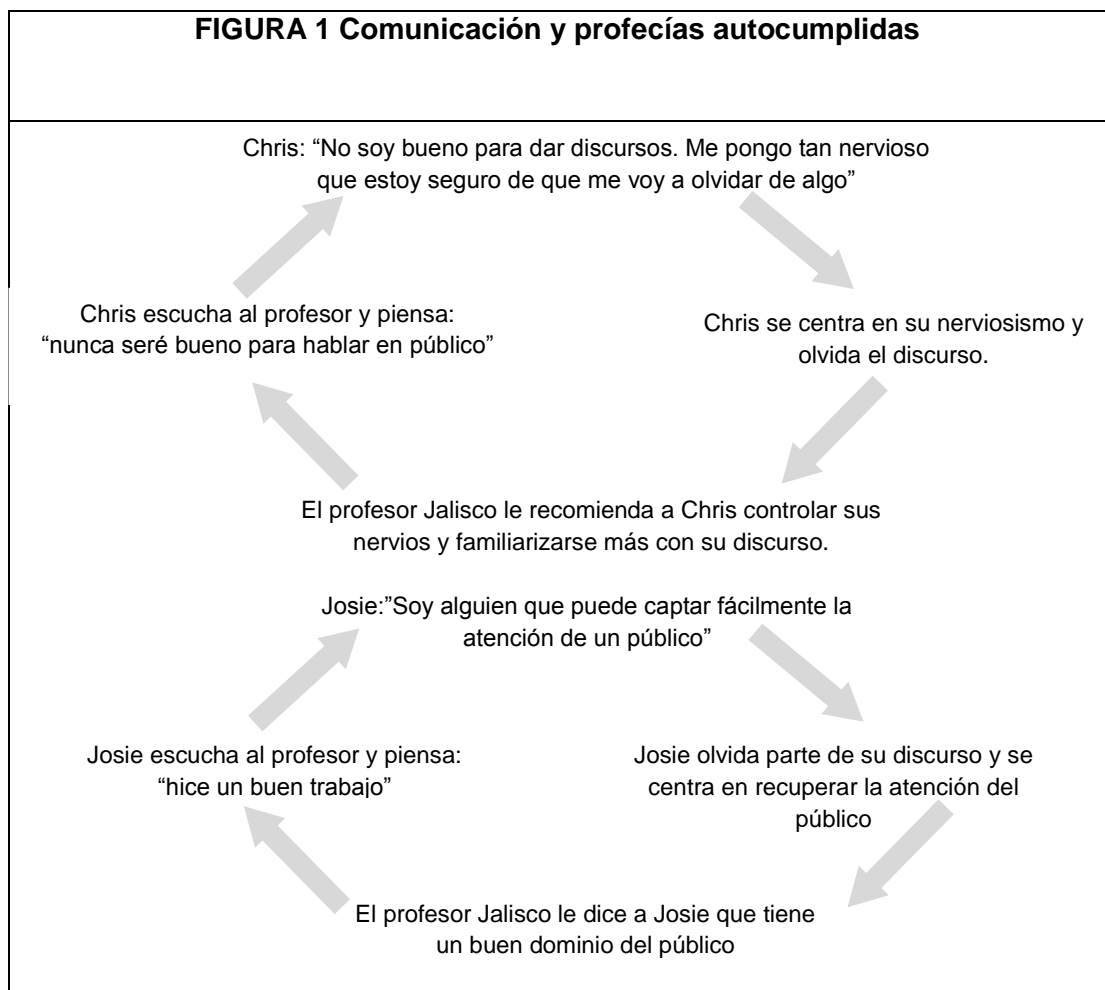
Un ejemplo notorio es cuando uno expresa sus sentimientos ante sus amistades pero muchos de ellos comentan sin tomar en serio lo que realmente le está pasando la usuaria, es así que no se logra una buena comunicación.

### a.7. El poder de las profecías autocumplidas

Esto es, la tendencia a vivir de acuerdo con las expectativas que se crean para nosotros (Bethami A. Dobkin, 2007).

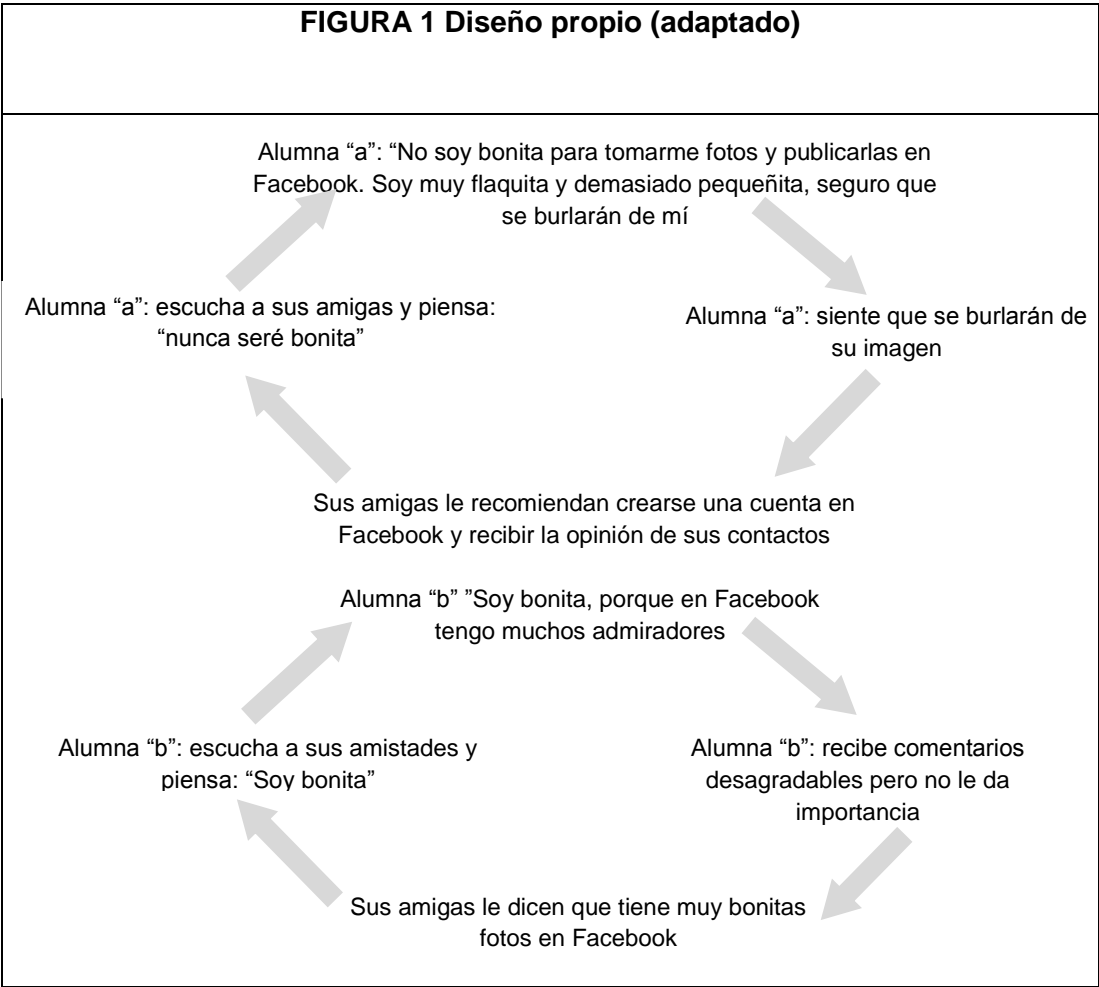
Aunque no siempre internalizamos los juicios que otras personas hacen respecto de nosotros, a menudo influyen en cómo nos sentimos y cómo nos comportamos. (Bethami A. Dobkin, 2007).

En ocasiones, una palabra o una frase pueden modificar la imagen que tenemos de nosotros mismos y ayudarnos a alcanzar una meta.



La comunicación puede tener una influencia poderosa en el autoconcepto a través de la creación de profecías autocumplidas (Bethami A. Dobkin, 2007)





En el diseño propio ponemos como ejemplo el caso real sucedido en la Institución Educativa con la cual trabajamos, la alumna aún no contaba con una cuenta en Facebook debido a que no estaba conforme con su apariencia física, llegando al extremo de no tener el valor de publicar una foto suya, pero sus amigas con el tiempo la convencen de formar parte de Facebook y que sean sus contactos quienes opinen sobre su aspecto físico, es así que a partir de esa fecha utilizó Facebook, hoy en día es una personal totalmente diferente a la que conocimos, tiene más amigos, admiradores y es mucho más alegre.

Por otro lado la alumna “b” representa a la gran mayoría de las alumnas que actualmente tienen una cuenta en Facebook, ellas poseen una notoria seguridad, son extrovertidas, amigables y aseguran estar conformes con su figura externa en conclusión el uso de Facebook les ayuda a reforzar su autoestima a través de los comentarios positivos que reciben de sus amistades.

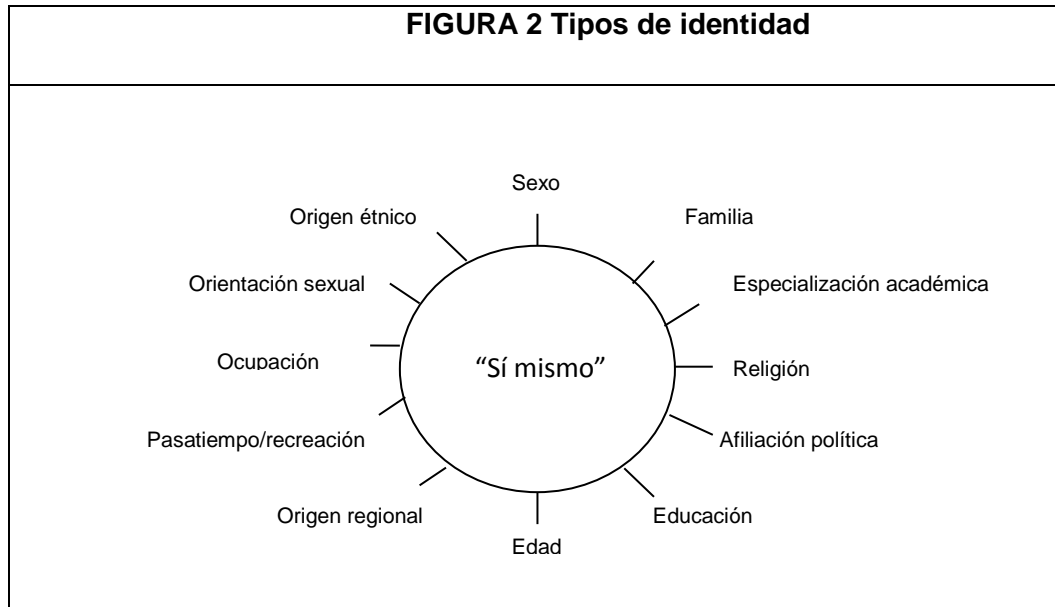
En nuestro análisis del “sí mismo” se ha subrayado la naturaleza cambiante del autoconcepto personal y de las maneras en que la comunicación influye en esos cambios. En el recuadro “¿Es tu “sí mismo” auténtico?” se te pide que medites sobre qué tan independiente y estable consideras que eres (Bethami A. Dobkin, 2007).

Una vez que reconocemos el papel potencial de la comunicación en la definición de nuestro autoconcepto, podemos comenzar a comprender nuestra conducta y a responsabilizarnos por ella. A medida que evaluamos y refinamos nuestra opinión de nosotros mismos, nos hacemos cada vez más conscientes de nuestra conexión con otros y de la manera en que tales conexiones influyen en nosotros. En la sección siguiente se explica de qué manera la comunicación acerca de la identidad y la cultura afecta cómo pensamos respecto a nosotros mismos y cómo interactuamos con los demás (Bethami A. Dobkin, 2007).

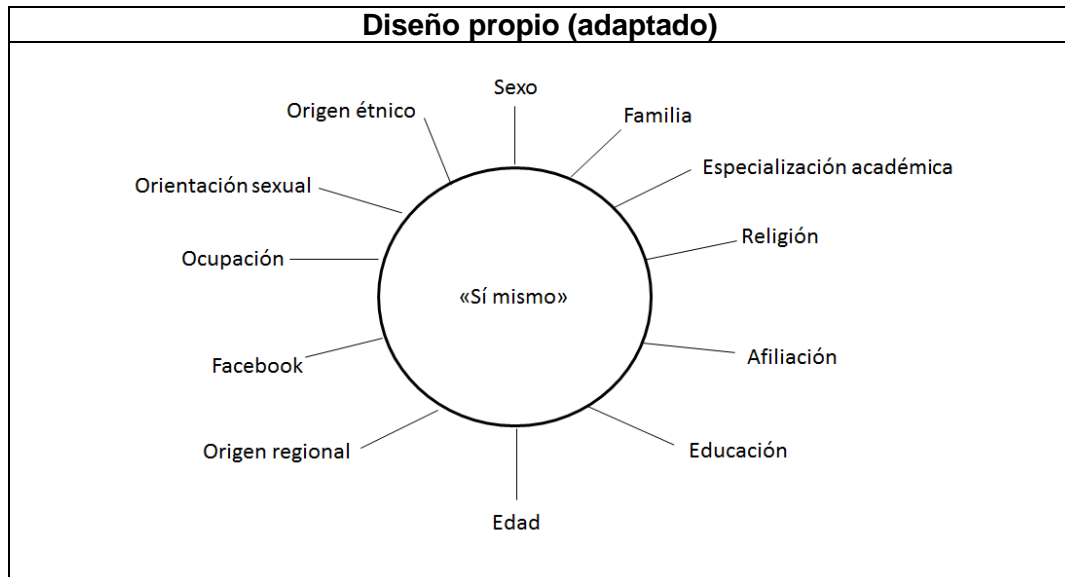
### **a.7. 1. Comunicación e identidad**

En el análisis del “Sí mismo” que hemos hecho hasta el momento, hemos subrayado los comportamientos de comunicación que ayudan a moldear nuestro autoconcepto, ya sea que pensemos que somos listos, honestos, divertidos o ambiciosos; y el grado hasta el cual las interacciones con los demás apoyan o ponen nuestras opiniones en entredicho. Nuestro autoconcepto también está formado por nuestra identidad. La identidad se refiere al concepto de uno mismo como miembro de un grupo o categoría. En la figura 2, La Rueda de la identidad, se muestran algunos de los grupos y categorías comunes en que los individuos frecuentemente se reconocen y que contribuyen a su identidad. Algunas de estas categorías probablemente son más significativas para ti que otras. Cuando observes el diagrama, determina qué conceptos son más importantes para ti. ¿Han cambiado con el tiempo los grupos y categorías que son más importantes para ti? (Bethami A. Dobkin, 2007).

Algunos aspectos de la identidad se escogen libremente, como en el caso de la decisión de unirse a un grupo o de participar en una actividad placentera. Por ejemplo, puedes ser miembro de un grupo de estudiantes que viaja grandes distancias para llegar a la universidad, de una fraternidad, de un club de aventuras en exteriores, de una organización política, de una iglesia, sinagoga o mezquita. Otras veces, la membresía en un grupo particular, y por lo tanto determinados aspectos de la identidad, se *asignan socialmente*, o bien, otros los asumen con base en nuestras características físicas, tales como la raza, el sexo, o la capacidad física o nuestra asociación con otros miembros de un grupo. Por ejemplo, si un hombre heterosexual participa en una actividad de orgullo gay, algunos individuos pueden suponer que es homosexual, basados en su relación con hombres que sí lo son (Bethami A. Dobkin, 2007).



(Bethami A. Dobkin, 2007)



En este cuadro el sí mismo se va construyendo debido a la interacción con los medios de comunicación, el grado de influencia que tienen ellos sobre nosotros los cuales los utilizamos como un pasatiempo o recreación, sin darnos cuenta que verdaderamente tienen un alto índice de persuasión

en la personalidad y autoestima de las personas en especial de los adolescentes.

La identidad incluso puede construirse en torno a un sentido de ubicación. Algunas residencias universitarias agrupan a los estudiantes con fundamento en sus intereses especiales, como la participación en deportes exteriores o programas académicos. En cambio, los estudiantes que residen en hogares juveniles públicos a menudo se conocen como “ los que viven en multifamiliares” y se les relaciona con actividades violentas y de uso o tráfico de drogas debido a los estereotipos sobre los hogares juveniles que los medios han perpetuado (Vale, 1995) en (Bethami A. Dobkin, 2007).

Tomamos las categorías de identidad para orientar nuestras decisiones acerca de qué decir y cómo responderle a los demás. Algunas de las categorías más comunes son el género y la identidad social y cultural. (Bethami A. Dobkin, 2007).

#### **a.8. Aumento de la autoconciencia mediante la interacción con los demás**

A lo largo de este capítulo hemos subrayado cómo es que las cosas que los otros nos dicen contribuyen a formar nuestro autoconcepto y nuestra identidad. También hay elecciones que hacemos cuando nos comunicamos con los demás que ayudan a desarrollar la autoconciencia y el autoconcepto. Nuestro “sí mismo” surge a medida que nos revelamos a los demás, adoptamos diversos roles de comunicación e interactuamos con muchos y diversos medios. Como se muestra en el mapa conceptual de la figura 3 hay muchas formas de acrecentar nuestra autoconciencia. (Bethami A. Dobkin, 2007).

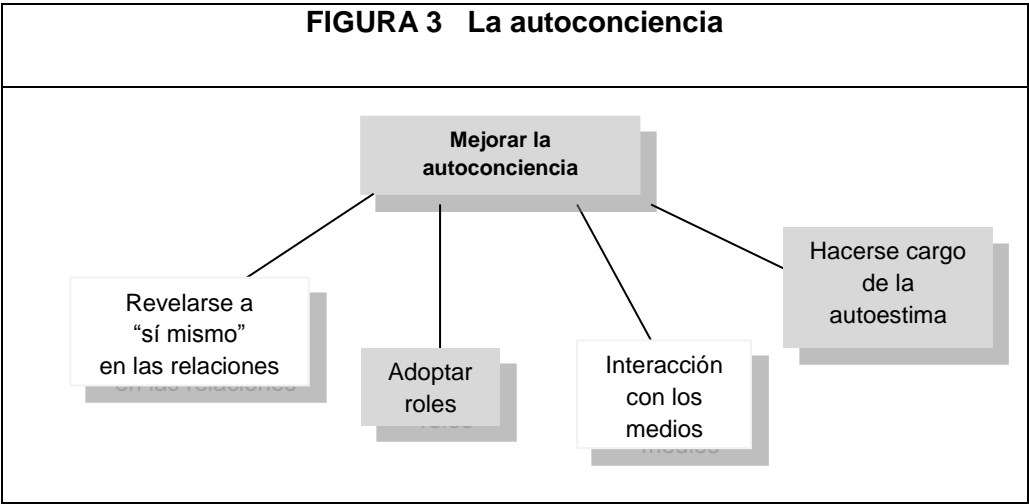
### **a.9. Revelación del “sí mismo” en las relaciones**

Cuando Sergio comenzó a salir con Chelsea se consideraba un tipo tradicional, fuerte y algo despreocupado. Aunque sus amigos consideraban que Chelsea era demasiado lista para ser divertida, Sergio disfrutaba su compañía. Habían ido algunas veces al cine juntos y estaban observando un juego de básquetbol cuando Chelsea le sugirió que visitaran un acuario local. La visita les dio la oportunidad de pasar varias horas platicando y Sergio se sorprendió a sí mismo por las cosas que le reveló a Chelsea. Para cuando se despidieron esa tarde, Sergio se imaginaba a sí mismo ligeramente más introspectivo y dispuesto a dejar que Chelsea sugiriera qué hacer la próxima vez que salieron juntos (Bethami A. Dobkin, 2007).

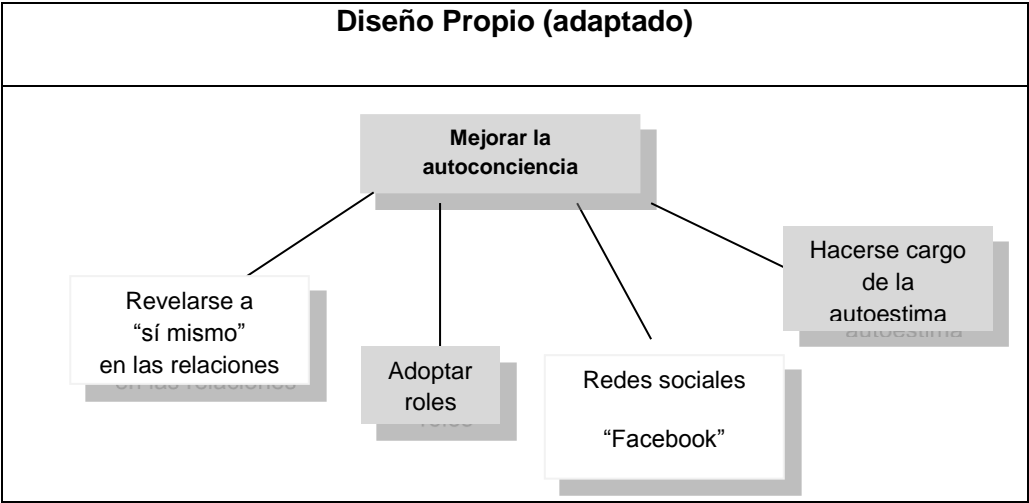
A medida que Sergio platicaba con Chelsea, comenzó a descubrir cosas nuevas sobre sí mismo y a reconsiderar qué partes de sí le gustaría revelar. Nuestro “sí mismo” es producto de nuestras experiencias, sentimientos y actitudes pasadas; también incluye una imagen de ello en lo que nos podemos convertir en el futuro porque tenemos la capacidad de reflexionar sobre nuestro potencial. A medida que nos comunicamos, aprendemos más acerca de nosotros mismos y escogemos lo que queremos compartir con los demás.

### **a.10. Teoría de Johari**

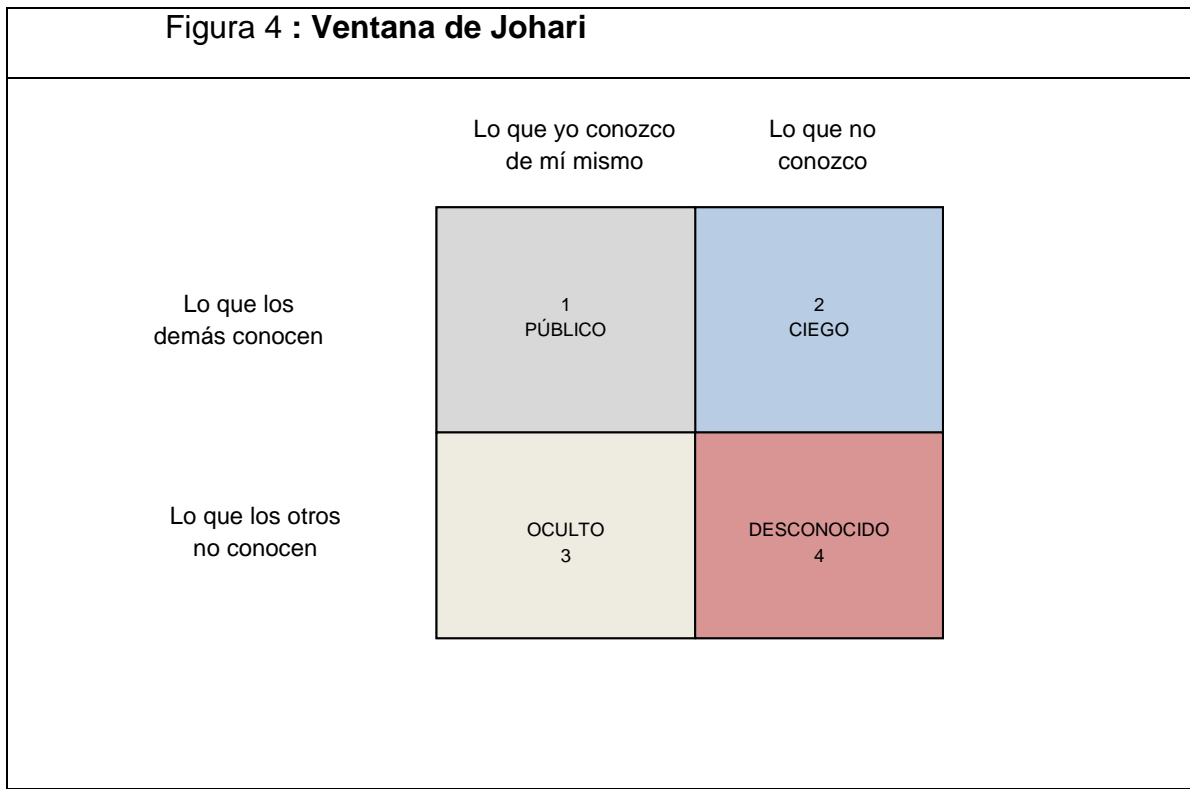
En la **Ventana de Johari** (Luft 1984) en (Bethami A. Dobkin, 2007), un modelo de autoconciencia, se diagrama la relación entre quienes somos y lo que permitimos ver a los demás sobre nosotros (véase figura 3) (Bethami A. Dobkin, 2007).



Existen muchas maneras de mejorar la conciencia de uno mismo. (Bethami A. Dobkin, 2007)



En este cuadro de la autoconciencia en la red social Facebook la encontramos en la interacción que tenemos con los medios, puesto que hoy en día es el medio que más utilizan los jóvenes para interactuar entre amigos y autorrevelarse descubriendo de esta manera su autoconciencia ya que la influencia es de manera notoria.



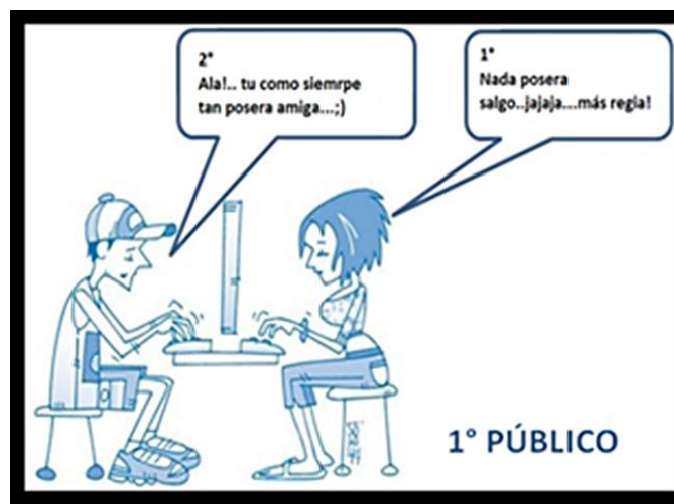
(Bethami A. Dobkin, 2007)

- **El cuadrante público.** El modelo divide la autoconciencia en cuatro áreas, o cuadrantes. El **cuadrante público** representa todo aquello que tú y los demás saben de ti. Tú presentas algunas características, como la apariencia física o la forma en que te conduces usualmente en una interacción cualquiera, pero generalmente se requiere tiempo y esfuerzo para comprender y compartir con otros las partes más complejas y significantes de ti mismo. A medida que desarrollas relaciones con *otros sujetos significantes*, también obtendrás una mayor conciencia de ti mismo. En la Ventana de Johari se diagrama la profundidad de conciencia en una relación cuando se modifica el tamaño de los cuadrantes. Si el cuadrante público es pequeño, la relación es nueva o “superficial”, como con un conocido o con un



compañero de clase con el que hablas muy de vez en cuando. En cambio, cuando el cuadrante es grande, el modelo representa una relación íntima o de largo plazo entre individuos que se conocen bien entre sí. (Bethami A. Dobkin, 2007).

**Figura N° 14 Diseño propio (adaptado)**



Representación gráfica vinculada a las variables (FACEBOOK Y FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA)

En el diagrama de Johari relacionado a nuestras variables podemos definirlo de la siguiente manera por ejemplo en el caso del **yo público** en la red social Facebook nuestras amistades nos ven como nosotros verdaderamente nos vemos.

#### **a.11. Presentación de nuestro “sí mismo” ante los demás**

La otra persona (o personas) en una interacción es el factor de más influencia y el que determina qué parte de nosotros mismos debemos revelar. Por ejemplo, piensa en la gente con quien te encontraste después de terminar el primer periodo universitario. Todas las personas probablemente te preguntaron lo mismo: “¿Qué tal la escuela?” ¿Les diste la misma respuesta

a todos? Si eres como la mayoría de los estudiantes, tu respuesta cambió según quién te preguntara. Si trabajaste lejos o dejaste a tu familia para asistir a la universidad, probablemente subrayaste a tus padres qué tan responsable eras refiriéndote a tu trabajo del curso y a las largas horas que estudiaste. Con tu mejor amigo, quizás resaltaste tu independencia y te referiste a tus experiencias sociales. Finalmente, si tenías novio o novia en casa, probablemente recalcaste la ausencia de cualquier intención romántica con otras personas en la escuela. ¿Cuál de todas estas respuestas es la “verdadera”? En realidad, todas lo fueron, aunque de manera incompleta. Escogiste revelar aspectos particulares de tu experiencia universitaria según la expectativa que percibiste en los demás. El sociólogo Ervin Goffman se refirió al acto de presentarse a sí mismo como a una “máscara expresiva” o “**cara social**” (Goffman 1967) en (Bethami A. Dobkin, 2007). Goffman, al igual que muchos otros científicos sociales, considera que esto es un esfuerzo de colaboración con los demás en la situación de comunicación. No solamente nos presentamos a los demás, sino que mostramos nuestra cara social con base en la forma en que los demás reaccionan ante nosotros. Existen tres reacciones posibles a la cara social que presentamos: confirmación, rechazo o ausencia de confirmación (Watzlawick, Beavelas y Jackson 1967) en (Bethami A. Dobkin, 2007).

Confirmación. Otras personas confirman nuestra cara social cuando aceptan nuestra presentación del “sí mismo” y actúan en armonía con la imagen que estamos ofreciendo. Esta confirmación nos da confianza en la interacción y nos alienta a mostrar cada vez más nuestro “sí mismo” a la otra persona. Por ejemplo, supongamos que le dices a alguien: “realmente disfruto al hablar contigo”. Si la otra persona confirma tu declaración y señala: “yo también”, es probable que reveles tus sentimientos aún más. La confirmación de nuestro “sí mismo” es una meta esencial en nuestra interacción cotidiana. Nutre y fomenta el crecimiento de nuestro ser y nos permite llegar al máximo de nuestro potencial al desarrollar nuestra

autoestima. Es una función necesaria en la interacción social que también nos ayuda a presentarnos en forma auténtica y confiada. (Bethami A. Dobkin, 2007) en (Bethami A. Dobkin, 2007).

Rechazo. Otras personas rechazan tu cara social cuando contradicen la presentación que haces y actúan en forma poco concordante con la imagen que estás revelando. Cuando otros muestran **rechazo** hacia nosotros, cambiamos lo que estamos diciendo, o bien, finalizamos la conversación. Veamos el intercambio siguiente: (Bethami A. Dobkin, 2007).

*Tyler:* Estoy molido. No puedo creer cuántas horas trabajé ayer. Debo haber sacado adelante un turno de 12 horas.

*Kellee:* Eso no es nada. Yo hago esos turnos todo el tiempo y no me tomo descansos de una hora para comer como tú.

Si fuera Tyler, ¿Sabrías cómo reaccionar al rechazo nada sutil de Kellee? ¿Cambiarías de tema o dejarías de hablar con ella? ¿Cambiarías de cara social enojándote y siendo sarcástico? Es posible que aceptes la definición que ella hizo de la situación, pero te sentirías lastimado por su falta de sensibilidad. (Bethami A. Dobkin, 2007).

En ocasiones el rechazo, no importa cuán doloroso pueda ser, resulta benéfico para el desarrollo del “sí mismo”, porque nos ayuda a ver partes de nosotros mismos que antes no conocíamos (el área oculta en la Ventana de Johari) y mejora nuestra comprensión de cómo nos ven los demás. Es posible que Reyna piense que está siendo cortés con sus nuevos asistentes al entrar y salir de su oficina sin pronunciar palabra, hasta que Tawana le dice que ella y los demás en la oficina preferirían que les dijera “adiós” para indicarles cuándo se está retirando al finalizar el día. Aunque Tawana puede temer ofender a su nueva supervisora, la información que le dio fue útil e importante (Bethami A. Dobkin, 2007).

El miedo al rechazo es una de las razones por las que revelamos solo una parte de nosotros mismos a los demás. Nuestro nivel de intimidad o nuestro grado de confianza con los demás determina en gran medida la cara social que mostramos. El rechazo a menudo evita la intimidad y limita nuestra presentación del “sí mismo” a un rango reducido de posibilidades. El rechazo también puede limitar nuestros encuentros futuros (Bethami A. Dobkin, 2007).

Algunas personas se vuelven “sensibles al rechazo” y evitan todas las situaciones en las que creen que éste es posible. También se vuelven defensivas y tienden a malinterpretar las declaraciones de los demás como si se tratara de ataques personales o rechazos (Bethami A. Dobkin, 2007).

#### **a.12. La teoría de Marshall McLuhan “el medio es el mensaje”.**

Para llegar a esta conclusión, McLuhan parte de un nuevo concepto de "medio". Mejor dicho aún, su visión es más totalizadora, afirmando que "medio" es: "toda prolongación de nuestro propio ser debido a cada nueva técnica" - "Porque todos los medios, desde el alfabeto fonético hasta la computadora, son extensiones del hombre...". Para él, un medio es un traje, la luz eléctrica o el televisor (Carlos Fernandez, 2009).

El medio es el mensaje, nos obliga a evaluar lo que entendemos tanto por MEDIO como por MENSAJE. Acabamos de ver como extendió el significado de MEDIO más allá del significado habitual. Con el MENSAJE hace exactamente lo mismo. McLuhan cree que si únicamente entendemos el MENSAJE como CONTENIDO o INFORMACION dejamos de lado una de las características más importantes de los medios: SU PODER PARA MODIFICAR EL CURSO Y FUNCIONAMIENTO DE LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES HUMANAS. El mensaje de un medio es todo CAMBIO que ese medio provoca en las sociedades o culturas (Carlos Fernandez, 2009).

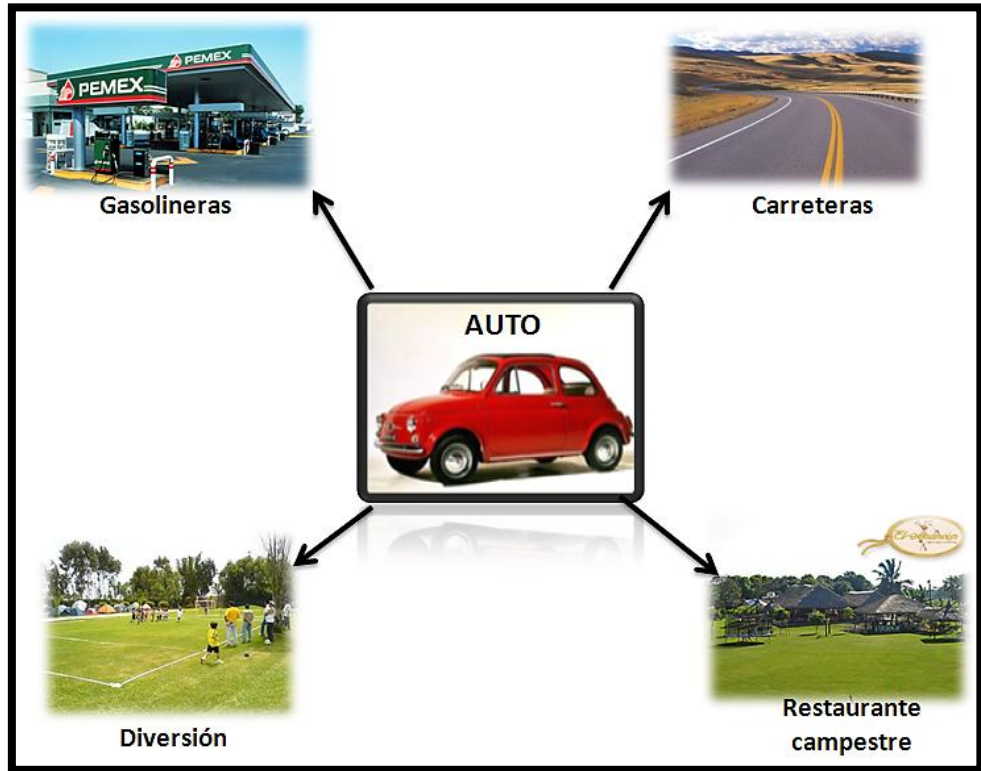
Otro motivo para explicar esta teoría radica en el hecho de que los medios actúan "en pares" y se contienen unos a otros. Por ejemplo El Telégrafo contiene palabra escrita que a su vez contiene discurso. De esta manera el medio contenido se convierte en el mensaje del medio continente (Carlos Fernandez, 2009).

Pero quien mejor, que el propio Mcluhan para explicarnos esta teoría del Medio es el Mensaje. Reproducimos aquí, la respuesta de Mcluhan a un periodista que le preguntó en 1973, ¿Qué quiso decir con la afirmación el medio es el mensaje?:

- "Déjeme explicárselo Sr. Periodista. - Responde McLuhan - tenemos por ejemplo un automóvil. El medio no es el coche, sino todo lo que existe debido al automóvil: las carreteras, las fábricas, las gasolineras, etc., todo lo que se crea a su alrededor y que cambia la vida de la gente. Lo mismo ocurre con la electricidad, que ha revolucionado nuestros horarios. Harold Innis, que fue el primero que estudió los efectos de los *mass media*, describió cómo la escritura sobre papel en vez de sobre piedra había revolucionado la historia de la humanidad. El militarismo proviene del papiro porque éste facilitaba el envío de mensajes. La caída del Imperio Romano se produjo cuando se secó el papiro. Lo que Innis no sabía es que los papiros del Nilo se secaron porque los romanos habían contaminado el río" (Marco, 2008).

Diseño propio (adaptado)

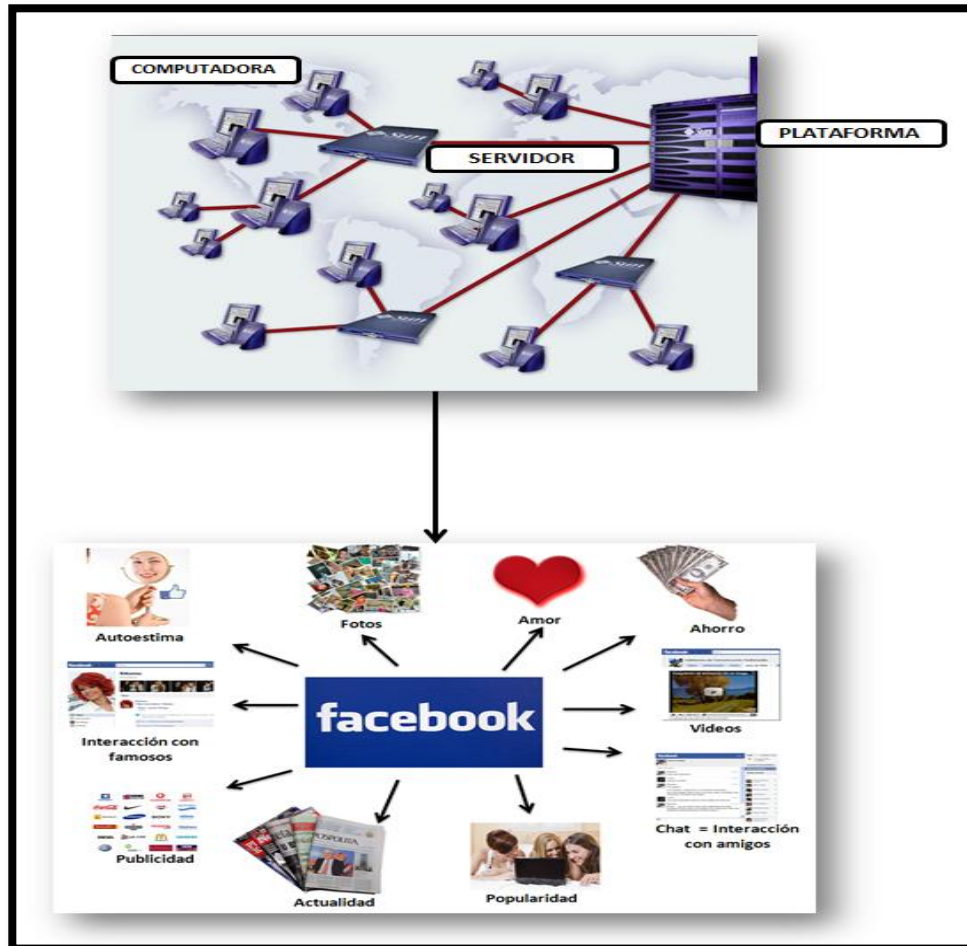
Figura N° 15



Representación gráfica de McLuhan

Diseño propio

Figura N°16



Comparación del ejemplo de McLuhan con Facebook (Adaptación)

Según el modelo de McLuhan la representación gráfica sería que una plataforma es conectada a un servidor y este a las computadoras por ende da origen a la red de redes "Internet" para acortar tiempo y espacio entre los humanos; por tal motivo la necesidad de comunicación de las personas es cada vez mayor es así que se crea la gran red social llamada "Facebook" cambiando notablemente el estilo de vida de los usuarios sobre todo en los jóvenes quienes son más persuasivos por su entorno social. Facebook ha logrado distintos aspectos positivos en los jóvenes debido a la variedad de utilidades que brinda donde el usuario puede sacarle bastante provecho;

como por ejemplo: el navegante puede conseguir popularidad, amor, ahorro, interacción permanente con sus amistades y a la vez con famosos, actualidad en general. Además nos permite una amplia libertad en cuanto a la publicación fotográfica y de comentar y recibir comentarios positivos o negativos, la aprobación y desaprobación de los amigos, conocidos, los interesados en conocerte y la posibilidad de conocer nuevas personas, es por esta razón que estos aspectos influyen de manera severa en la autoestima de los adolescentes quienes están en plena formación de su personalidad.

### **a.13. Facebook es la más potente herramienta de comunicación**

La potencia de Facebook como herramienta de comunicación. Recordando que Marshall McLuhan dijo que "lo que no está en los medios no existe", entiendo ahora un fenómeno que a muchos nos pasa: el encontrar en Facebook, revisando los mensajes de los parientes y amigos, e incluso por casualidad, a parientes que desconocíamos (por ejemplo primos y sobrinos) y que tan imprevistamente nos muestran que la familia a la que pertenecemos es mucho más extendida que lo que imaginábamos (Gross M. , 2008).

Aparte de esta faceta doméstica de las redes sociales, lo más trascendente de este fenómeno es la democratización de las comunicaciones al permitirnos no solamente informarnos mejor sino que además interactuar en términos personales con muchas personas y organizaciones que antes eran de más difícil acceso, pero la mala noticia es que esta democratización solo beneficia a los conectados a Internet. Los otros, los que no pueden y los que no quieren, quedarán cada vez más separados de la modernidad mediante una brecha crecientemente más ancha. Y en ese lado oscuro de la brecha se están quedando los políticos chantas (Gross M. , 2008).



Queda demostrado que Facebook se ha convertido en nuestro punto de encuentro para interactuar con nuestros contactos conocidos y por conocer.

#### **a.14 Facebook, McLuhan y usted**

Por mucho tiempo Facebook será el medio que suplirá las fuertes carencias de relaciones y acercará a la gente en esta aldea.

De pronto en Facebook se sintoniza con una hipnótica búsqueda, que para cualquier siquiatra podría ser una carrera por encontrarse a sí mismo o el camino. El argumento de hallar amigos, antiguos amores o formar grupos pasa a segundo plano cuando nos damos cuenta de que estamos solos e interactuamos mejor con quienes no conocemos o de quienes tenemos a suficiente distancia como para que no interfieran en nuestras vidas (Gross M. , 2008).

Se habla que Facebook es la herramienta que se convertirá en el medio de mayor potencia en la historia de la comunicación y quizás su publicidad podría ser la más cara. Se dice que es un fenómeno. No, no lo es. ¡Es un negocio espectacular! Si lo entendemos como algo sorprendente y no natural, limitamos su avance y beneficios, convirtiéndose en un nuevo espacio público, donde se conversa, se mira y se hacen nuevas amistades, casi como la prolongación de los parques y los malls (Gross M. , 2008).

Su actual formato es el comienzo que amenaza seriamente a los correos, el teléfono y el celular, y bastante más completo que todos ellos y eso que está en su etapa inicial. Es cuestión de tiempo. Sin embargo, siempre existe un pero: es un espacio abierto que actúa como gran agenda pública de los ciudadanos y entrega índices claros sobre tendencias de consumo (Gross M. , 2008).

Se están configurando visiones apocalípticas de una sociedad única y conectada, hipervisible y con un fuerte componente de angustia. Es una proyección y no una sentencia, pero que no está lejos de la realidad dada las evidencias que nos invaden hoy en este tema. Aun cuando la venta de la información personal es una práctica extendida y una lapidaria invasión, el Facebook vendría a ser el medio más completo, amable, confiable y creíble con la impresionante capacidad de conectarte y ¡mostrar con quienes tú compartes intereses y te relacionas! (Gross M. , 2008).

Bueno, por mucho tiempo Facebook será el medio que suplirá las fuertes carencias de relaciones y acercará a la gente en esta aldea que lucha por crear medios que nos reúnan pero nos mantengan a distancia donde todos buscamos el reconocimiento en la calle y el anonimato en la red, averiguando con quién te juntas. Mientras, MacLuhan sigue sonriendo por la reacción que tendremos en la próxima estación virtual (Gross M. , 2008).

Como profetizó McLuhan, que el medio es el mensaje; el Facebook se ha convertido en el medio que está remplazando a los demás medios de comunicación ya que es el más completo y el más utilizado por los usuarios.

#### **a.15. Las redes sociales: el nuevo medio de comunicación**

No sé si os pasa a vosotros pero yo no paro de encontrarme en Facebook cada día a más gente que conozco o he conocido en la vida real. Lo curioso de esto, y lo que marca la diferencia, es que es gente que no es ni heavy user de Internet, ni adicto a las comunidades, chats o foros, ni trabaja en Internet, ni depende de él, ni en definitiva le da más uso a Internet que leer su correo y buscar algo en Google. Es gente que acaba en Facebook porque otros les dicen que pueden encontrar viejos amigos allí, compañeros de trabajo, de estudio, etc. Es gente que empieza a usar de forma cada vez más potente Facebook para comunicarse. ¿Cuántas veces no ocurre que entre cervezas hablando con amigos unos empezamos a comentar temas y

alguno no se entera de nada? El pobre de repente dice en alto: ¿pero de qué demonios estáis hablando? Entonces otro responde: ah claro, es que él no está en Facebook. Tío, es que deberías entrar de una vez (Tomas, 2009).

Diálogos como estos se repiten cada vez más:

No usuario de Facebook: Ey, me tienes que pasar las fotos de la boda.

Usuario de Facebook: Están en Facebook, las subí hace un mes.

No usuario de Facebook: He perdido el teléfono de María, ¿alguien lo tiene?

Usuario de Facebook: Pero tío, si está en Facebook, agrégatela.

No usuario de Facebook: Oye, ¿sabéis algo de Paco? Hace un montón que no hablo con él.

Usuario de Facebook: Es que está chungo, le han despedido, lo puso en su estado de Facebook (Tomas, 2009).

El que no es usuario de Facebook acaba convenciéndose de que debe entrar para tener más contacto con la gente que le rodea (Tomas, 2009).

A mi esto me recuerda a los teléfonos móviles, a cómo empezaron siendo usados de forma habitual solo por unos pocos y como rápidamente se extendieron a todo el mundo. Fue uno de los ejemplos más claros del triunfo del marketing: se creó la necesidad. Se creó hasta tal punto que ahora nos sentimos desnudos si nos dejamos el móvil en casa (Tomas, 2009).

Yo fui bastante precoz y tuve mi primer móvil a los 15. Uno de esos que era de tamaño walkie-talkie, y del que he conseguido encontrar una foto. Pues recuerdo perfectamente que cuando estudiaba la carrera que muchos compañeros míos aún no tenían móvil. Es más, se resistían a tenerlo porque no les parecía necesario. Obviamente al terminar la carrera todos ellos habían caído presos de la necesidad (Tomas, 2009).

Cada vez veo más potentes las redes, comunidades (llamémoslas como queramos) o sites tipo Facebook como medio de comunicación necesario o mejor dicho, medio que ha provocado la necesidad en la gente (Tomas, 2009).

Facebook se ha convertido en un medio indispensable para los usuarios ya que los que no tienen Facebook se sienten excluidos de la actualidad.

#### **a.16. La importancia de la foto en las redes sociales**

Según Seth Godin, a medida que ponemos un porcentaje mayor de nuestra vida en la red, aspectos como la imagen que transmite nuestra foto y la impresión que da nuestra elección de la misma van a ir teniendo una importancia cada vez mayor. Y como dice Seth, si tras leer su entrada decides cambiar la foto que tienes en tu perfil, adelante: no hay ninguna razón para no hacerlo.

Ciertamente la imagen es importante. Y lo es en todos los ámbitos de nuestra vida. Pero en internet, donde mucha gente nos conoce por primera vez en el mundo online, puede tener incluso un peso mayor. Yo siempre he apostado porque en nuestros perfiles brille una foto clara de nosotros mismos, en la que se nos puede identificar de modo correcto, sin tener que hacer peripecias.

Sin embargo, navegando por internet, me he encontrado una fila de imágenes Facebook que sin mostrarnos ningún rostro son capaces de hacernos pensar en un personaje famoso, y todo bajo el estilo Facebook. (Dans, 2009).

Pasar tiempo en Facebook podría mejorar la autoestima de los usuarios

¿Te sientes mal contigo mismo? Solo entra un rato a Facebook.

Los investigadores de la Universidad Cornell, que realizaron el estudio, dicen que mirar Facebook, donde todos tendemos a presentar la mejor versión de nosotros mismos, parece proveer un rápido impulso a la autoestima.

"A diferencia de un espejo, que nos recuerda quiénes somos realmente y puede tener un efecto negativo en la autoestima, Facebook puede mostrar una versión positiva de nosotros mismos", dijo el profesor Jeffrey Hancock. "No estamos diciendo que sea una versión falsa de sí mismo, sino una versión positiva.

Hancock es el autor de *Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of the exposure to Facebook on self-esteem* (Espejito, espejito en mi muro de Facebook: efectos de la exposición a Facebook en la autoestima). El reporte fue publicado el pasado 24 de febrero en la revista *cyberpsychology Behavior and Social Networking*.

En el estudio, 63 estudiantes fueron dejados solos en un laboratorio de la universidad frente a una computadora. Algunas computadoras estaban apagadas y otras estaban prendidas mostrando la página de Facebook del estudiante. Algunos de los ordenadores apagados tenían un espejo colocado contra el monitor.

A las personas que estaban en Facebook se les permitió pasar tres minutos revisando su página, luego todos los estudiantes recibieron un cuestionario para medir su autoestima.

Los estudiantes que estuvieron en Facebook dieron una retroalimentación más positiva acerca de sí mismos que los otros dos grupos, de acuerdo con el artículo. Aquéllos que hicieron un cambio en su perfil se dieron a si mismo las mayores puntuaciones.

Para muchas personas, existe un supuesto inmediato de que el internet es malo", dijo Hancock. Este es uno de los primeros estudios que muestra que existe un beneficio psicológico de Facebook. (Gross D. , CNN México, 2011).

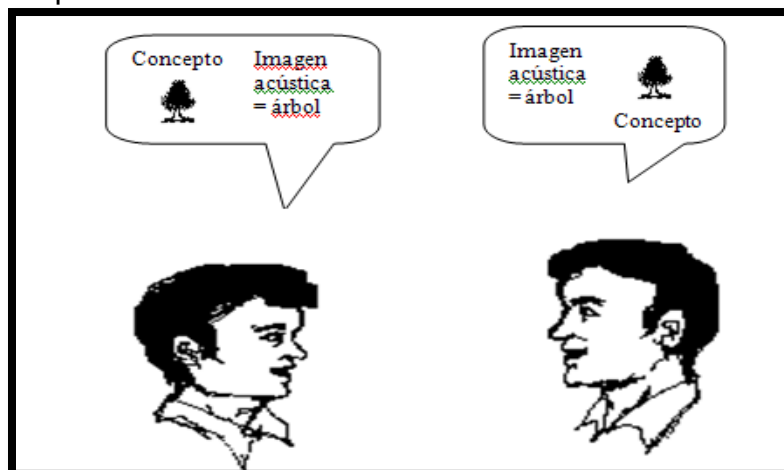
El usuario debe colocar siempre su foto ya que esta es la carta de presentación, de lo contrario es como si no existiera en Facebook.

### a.17. Según Saussure

El lingüista ginebrino plantea que todo acto comunicativo "supone por lo menos dos individuos." Es un número mínimo de personas que pueden intervenir en una comunicación; en decir, un hablante y un oyente. El oyente se puede convertir en hablante y viceversa. Así, por ejemplo, dos personas: A y B en conversación. He aquí el esquema: (García J. R., 1982)

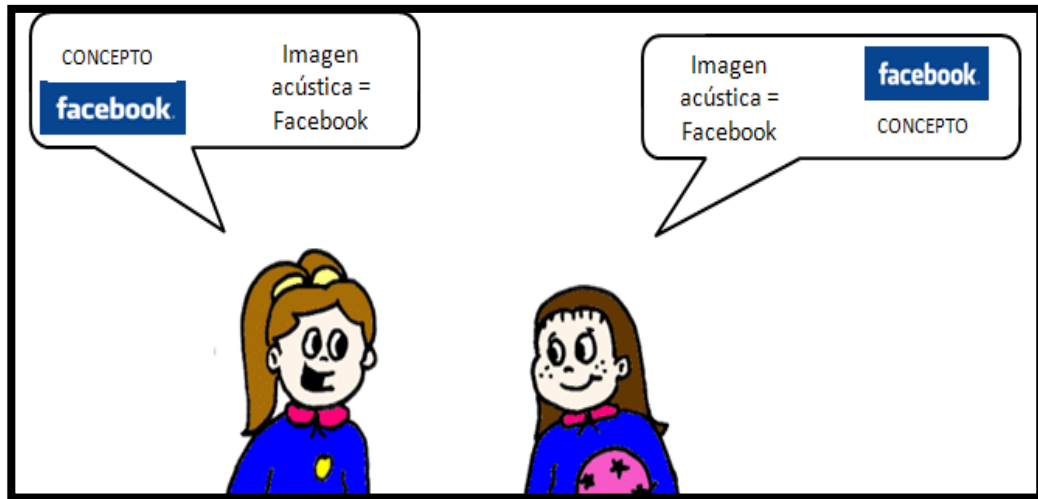
Figura N°17

Esquema de Saussure



## Diseño propio (adaptado)

Figura N°18



En la adaptación del esquema de Saussure la imagen acústica viene a ser la palabra Facebook y el concepto es la representación gráfica de Facebook, esta acción ocurre en el emisor y el receptor.

Hasta este momento solo A ha hablado; pero si B se convierte en hablante y A oyente, el circuito sigue exactamente las mismas fases sucesivas, como sucede en el esquema que presenta Saussure (García J. R., 1982).

### a.18. Según David K. Berlo

Presenta un esquema más complejo. Seis son los componentes de la comunicación según este connotado estudioso de la comunicación norteamericano: fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor. (Berlo, 1984).

Este modelo del proceso de la comunicación se ha convertido en el clásico. Aquí le presentamos en cuanto que distingue los diversos componentes del sistema de comunicación. (Berlo, 1984).

### a.18.1 Un modelo de comunicación

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna *fuentes*, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de *mensaje*. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos. (Berlo, 1984).

¿Cómo llegan a traducirse en código, en lenguaje, los propósitos de la fuente? Este proceso requiere un tercer componente, un *encodificador*. El encodificador es el encargado de tomar las ideas de la "fuente" y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje. En la comunicación de persona a persona la función de encodificar es efectuada por medio de la capacidad motora de la "fuente": mecanismos vocales (que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales, etcétera); los sistemas musculares de la mano (que dan lugar a la palabra escrita, los dibujos, etcétera); los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo (que originan los gestos del rostro y ademanes de los brazos, las posturas, etcétera) (Berlo, 1984).

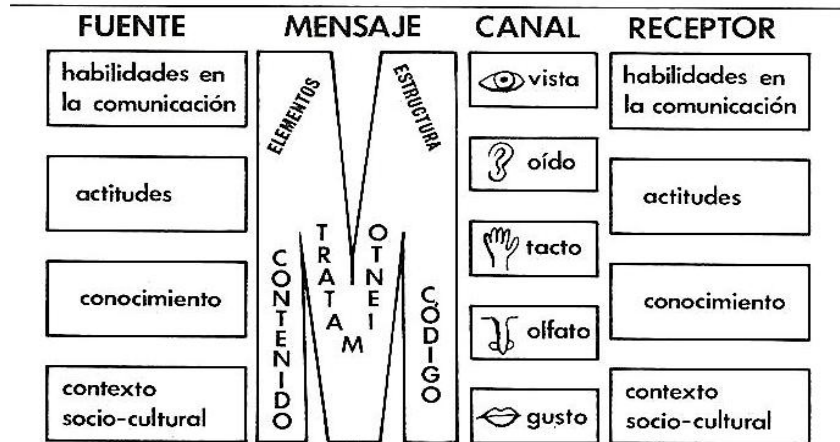
Por el momento, en lo que se refiere al modelo de Berlo, nos atendremos a la menor complejidad. Tomaremos, pues, solamente la fuente de comunicación con su objetivo y un encodificador que traduzca o exprese ese objetivo en forma de mensaje. Entonces estaremos preparados para introducir un cuarto elemento: el *canal* (Berlo, 1984).



Figura N° 19

MODELO DE DAVID K. BERLO

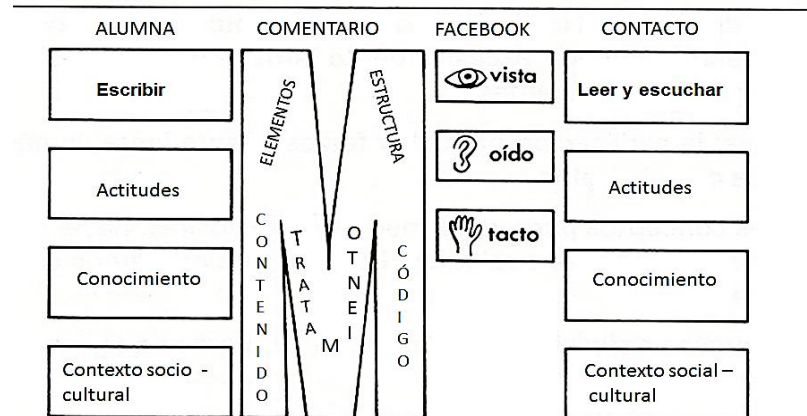
**F** CIFRA **M** **C** DESCIFRA **R**



*Este modelo del proceso de la comunicación se ha convertido ya en clásico. Aquí le presentamos en cuanto que distingue los diversos componentes del sistema de comunicación.*

Figura N° 20 Diseño Propio (adaptado)

**F** **M** **C** **R**



En el diagrama de David Berlo adaptado a nuestras variables encontramos que la fuente viene a ser la alumna quien emite un mensaje (foto, comentario o video), por medio del canal (Facebook) a su receptor (contacto). Es la alumna la fuente quien tiene la habilidad de escribir y toma

una determinada actitud ya sea positiva o negativa poniéndose al mismo nivel de conocimiento dentro de su contexto socio – cultural para transmitir un mensaje el cual tendrá un contenido de elementos debidamente estructurado y escogido respectivamente por medio de un código, símbolos (emoticones) que suelen utilizarse en esta red social. Facebook es el canal donde las personas utilizamos los sentidos como la vista, para leer, observar las fotografías y videos, el oído sirve en este caso para escuchar música, videos informativos, humorísticos, etc.; que suben los contactos finalmente utilizamos el tacto para escribir en la computadora, celulares y así poder realizar las acciones deseadas ya sea de la fuente o del receptor. El receptor es el contacto este escucha y lee lo que emite la alumna quien también toma una respectiva actitud frente al mensaje que recibe encodificándolo al mismo nivel de conocimiento que el receptor en un mismo contexto socio – cultural, produciéndose de esta manera una comunicación efectiva.

Hemos introducido, en cuanto a la comunicación, una *fuentes*, un *encodificador*, un *mensaje* y un *canal*. Si nos detenemos aquí, ninguna comunicación se habrá producido. Para que ésta ocurra ha de haber alguien en el otro extremo del canal. Si tenemos un objetivo, encodificamos un mensaje y lo ponemos en uno u otro canal, habremos efectuado tan solo una parte de la tarea. Cuando hablamos, se hace necesario que alguien escuche; cuando escribimos, alguien tiene que leernos. La persona o las personas situadas en el otro extremo del canal pueden ser llamadas el *receptor* de la comunicación, el blanco de ésta (Berlo, 1984).

## **b. Marco Conceptual**

### **b.1. Medios de comunicación**

**b.1.1. Medio:** en el sentido estricto, medio es un agente de transmisión. Los antiguos creían que el universo estaba conformado por el medio del éter. Para que se entienda mejor, el aire, o el agua constituyen medios. En este sentido, un medio de transmisión o comunicación es un agente neutro. Sin embargo, se puede apreciar con facilidad que a pesar de su estado aparentemente objetivo, la naturaleza de un medio ya determina el tipo y la calidad de la información que puede pasar por él (Arango, 2000).

El uso moderno se apropió del término con el significado de *medios de comunicación*. Aunque en la actualidad consideraríamos al libro o la prensa como medios, el término tomó vigencia con el surgimiento de la *comunicación a larga distancia a través de la tecnología*, o la *telecomunicación* (Arango, 2000).

**b.1.2. Medios de comunicación:** son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera cómo las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede en su alrededor en el aspecto económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica (Arango, 2000).

## **b.2. Estructura física de los medios de comunicación**

**b.2.1. Medios audiovisuales:** son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información (Arango, 2000).

**b.2.2. Medios digitales:** también llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías." Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de Internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo. Se ha podido verificar que existe un mayor número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a la realidad anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar convierten a estos medios en una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos; basta una sola persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada; por ello, día a día, un gran número de personas se inclinan por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar (Arango, 2000).

### **b.3. Redes sociales**

#### **b.3.1. Red**

Cuando se habla de una red se entiende como un grupo de individuos que, en conjunto o individualmente, se relacionan con otros con un fin específico, caracterizado por la existencia de flujos de información. Las redes pueden tener muchos o pocos actores y una o más clases de relaciones entre pares de actores. Una red se compone por tanto de tres elementos básicos: nodos o actores, vínculos o relaciones, flujos (Norman, 2005).

#### **b.3.2. Elementos básicos de una red**

- **Nodos o actores.** Son las personas o grupos que se encuentran en torno de un objetivo común. Usualmente, los nodos o actores se representan por círculos. La suma de todos los nodos representan el tamaño de la red (Norman, 2005).
- **Vínculo.** Son los lazos que existen entre dos o más nodos. En una red de amistad, por ejemplo, un actor muestra un vínculo directo con otro actor. Los vínculos o relaciones se representan con líneas (Norman, 2005).
- **Flujo.** Indica la dirección del vínculo y va representado por flechas (Norman, 2005).

#### **b.3.3. Red social**

Son formas de interacción social entendidas como intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad en tiempo real (Norman, 2005).

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribe y Myspace (Norman, 2005).

Rápidamente, algunas empresas ingresan en las redes sociales. Google lanza en enero de 2004 Orkut, apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo y otros (Norman, 2005).

Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico (Norman, 2005).

De esta manera se transforma en un interesante negocio. Un buen ejemplo de esto es Facebook, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a Myspace, con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft (Norman, 2005).

#### **b.3.4. Características de las redes sociales**

Las redes sociales están construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con el contenido (Norman, 2005):

- Son interactivas, ya que poseen un conjunto de salas de chat y foros, una serie de aplicaciones basadas en una red de juegos, a fin de poder conectarse y divertirse con los amigos (Norman, 2005).
- Impulsado por la comunidad puesto que no solo permiten descubrir nuevos amigos sobre la base de intereses, sino

que también pueden volver a conectarse con viejos amigos con los que se había perdido contacto desde hacía muchos años (Norman, 2005).

- Establecen relaciones permitiendo que el contenido publicado por un usuario prolifere a través de una red de contactos y subcontactos mucho más grande de lo que se puede imaginar (Norman, 2005).

### **b.3.5. Características y diseño de las redes sociales**

- **Multimedia.** Las redes sociales permiten que los usuarios suban a la red contenidos multimedia, como audios, fotografías o sonidos. El multimedia, que siempre ha sido el elemento más complicado por su naturaleza tecnológica, ahora se simplifica. Se crean aplicaciones sencillas en estos espacios, que apenas ralentizan la carga de la Web, y que se pueden ver u oír en la misma página, sin que remita a ventanas externas (Triviño, 2009).
- **Hipertexto.** La naturaleza de Internet se basa en los enlaces que permiten conectar las páginas entre sí. Los enlaces son los componentes fundamentales que dirigen hacia los contenidos cargados por el usuario. Precisamente, en el caso de los medios de comunicación, los usuarios suben los enlaces de las noticias en las redes sociales. Por lo tanto, se potencia la navegación entre hipertextos, aportando una mayor profundidad a los contenidos o comentarios publicados (Triviño, 2009).

- **Interactividad.** Las redes sociales permiten el mayor estadio de interactividad posible en la red. No solo existe una comunicación bidireccional, sino múltiple, ya que en un mismo instante, todas las personas conectadas a la red pueden escribir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario. Para las nuevas generaciones, que rechazaban realizar comentarios en los medios de comunicación (Bernal, 2009) en (Triviño, 2009) esta opción es una oportunidad que se adapta más a sus preferencias de interactividad. Con esta nueva solución no interactúan directamente con el medio de comunicación sino que usan una noticia del medio para interactuar con sus amigos o seguidores de una red social. A diferencia de los comentarios que un usuario puede hacer en una noticia de un medio, donde su reflexión pasa por un filtro (el del redactor) para su definitiva publicación; en las redes sociales pueden comentar las noticias que hayan enlazado otros amigos con total libertad y sin restricción alguna. En algunas ocasiones, los medios de comunicación usan aplicaciones de las redes sociales específicas para la retransmisión de noticias en directo, alcanzando la “potencialidad de instantaneidad”, es decir, “la posibilidad de ofrecer informaciones en el mismo momento en que se producen” (Cabrera, 2000) en (Triviño, 2009).
- **Actualización.** La actualización depende, no de la propia red social, sino que al ser el usuario y los amigos asociados los creadores de sus perfiles, son ellos los que



determinan el grado de renovación de los contenidos (Triviño, 2009).

Al margen de la naturaleza de la red social, otra característica de su aceptación se debe a su diseño, basado en estructuras sencillas y fáciles que permitan navegar y publicar con rapidez en la Web. Los rasgos definitorios más significativos se pueden concretar en los siguientes puntos: (Triviño, 2009).

- Fondos claros que potencian el contraste con la tipografía y mejoran la lectura.
- Utilización de tipografías sansserif.
- Potenciación del multimedia con aplicaciones sencillas de usar y de visualización rápida.
- Interactividad directa (sin intermediarios) y fácil de identificar.
- Mensajes breves, con un número de caracteres determinado.
- Uso de navegación por pestañas, dentro de la misma página, sin abrir nuevas ventanas.
- Uso adecuado del contraste de color con tonos básicos que separan contenidos.

#### **b.4. Facebook**

Es una red social creada por Mark Zuckerberg, estudiante de Harvard, quien vio la luz el 4 de febrero del 2004. Inicialmente se creó como una red social para los estudiantes de la Universidad de Harvard en la que tan solo los estudiantes de esta universidad podían darse de alta. En cuestión de

meses, el modelo se extendió a otras universidades de la región de Boston. No tardó en extenderse al resto de universidades del país. No fue sino hasta el 11 de setiembre de 2006 cuando se abrió el acceso al público en general pudiéndose darse de alta cualquier persona que tuviese una dirección de correo electrónico (Abat, 2007).

El nombre tiene que ver mucho con su origen, puesto que el término Facebook hace referencia a los folletos que entregan las universidades norteamericanas a los estudiantes que van a realizar el primer año de sus estudios con el objetivo de que éstos se familiaricen con el entorno (Abat, 2007).

La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva. Ya David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Geocities tuvo éxito en los 1990. En 1998 fue el tercer Web, pero no logró consolidarse después de que fuera adquirido por Yahoo! Actualmente, Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y Myspaces, por lo que se enfrenta a grandes desafíos en su afán de poder llegar a crecer y desarrollarse (Abat, 2007).

La fortaleza de la red social Facebook, en los últimos tiempos, radica en los 600 millones de usuarios que ha creado, basada en conexiones de gente real. Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español. Pronto se extendió por los países de Latinoamérica. De este modo, cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales (Abat, 2007).

#### **b.4.1. Servicios que ofrece Facebook**

- **Lista de amigos.** El usuario puede agregar en ella a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos (Uriel, 2009).
- **Grupos y páginas.** Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y, a diferencia de los grupos, no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria (Uriel, 2009).

Además, los grupos también tienen su normativa entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un enlace en cada grupo que se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas (Uriel, 2009).

- **Muro.** Se trata de un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Solo es visible para usuarios registrados.

Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite añadir animaciones, flash, etc. (Uriel, 2009).

- **Fotos.** Según Facebook hay:
  - 5 mil millones de fotos de usuarios.
  - 160 terabytes de almacenaje (Uriel, 2009).
  
- **Regalos.** Los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado. En este caso, el nombre y el mensaje del donante no se presentan para otros usuarios (Uriel, 2009).

Una opción "anónima" está también disponible. En este caso, cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje (Uriel, 2009).

Algunos regalos son gratuitos y los demás cuestan un dólar cada uno, (es necesario un número de tarjeta de crédito o cuenta Paypal) (Uriel, 2009).

- **Aplicaciones.** Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quién es tú mejor amigo, o descubrir cosas de tu personalidad (Uriel, 2009).

- **Juegos.** La mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relaciona con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit, o pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de Playfish y los juegos de ZyngaGames como Farmville (Uriel, 2009).

El Facebook es una de las redes sociales que alcanza un nuevo prisma cuando se trata de medir el grado de asimilación que produce en la población adolescente. Al interactuar en una red social, la influencia del Facebook en la autoestima puede ser de forma positiva o negativa (Uriel, 2009).

### **b.5. Las redes sociales y medios de comunicación**

El triunfo de las redes sociales puede deberse a que es una herramienta que conjuga todos los elementos que componen la naturaleza de Internet y que acentúan su singularidad en el sistema comunicativo (Triviño, 2009).

La relación entre medios de comunicación y redes sociales. En el I Congreso Iberoamericano de Redes Sociales, dirigido por Rosalía Lloret, directora general de desarrollo digital de Unidad Editorial, Ignacio Escolar, periodista y analista político y Gumersindo Lafuente, director adjunto de Elpais.com.se menciona que los medios de comunicación y las redes sociales son casi la misma cosa, dos caras de la misma moneda, "*amplificadores de la sociedad.*" Aún más, Lloret ha querido destacar que "desde el principio los medios de comunicación han ido utilizando las diferentes tecnologías para realizar su función, y así ha recordado las

gacetillas, los periódicos, la radio o la televisión, hasta llegar a los medios interactivos hoy (Triviño, 2009).

La evolución de la información se ha basado, según Lloret, en que ésta se erigía como una moneda social, "un elemento privilegiado para la conversación." Así, antes, "el hecho de que fueran pocos títulos hacía que esa moneda social, esa compartición fuera mucho más sencilla." Sin embargo, la llegada de Internet ha cambiado este panorama y ahora nos encontramos ante "**centenares, millones de conversaciones y altavoces**" por los que discurre la información. Mientras que antes nos limitábamos a leer lo que nos ofrecían los medios, ahora el lector puede –y de hecho lo hace– recurrir a recomendaciones de amigos o familiares, por ejemplo, o a lo que un 'twittero' aconseja leer (Triviño, 2009).

De esta misma opinión es Ignacio Escolar, quien asegura que "hay un lector cada vez mayor y cada vez más importante que llega al medio porque alguien se lo ha dicho." El papel del periodista en este caso sigue siendo importante y, asimismo, asegura el autor de Escolar.net: "**antes no sabíamos de qué hablaba la sociedad, lo intuíamos**; ahora ese diálogo se hace evidente. Es lo que se llama 'trendingtopic', por ejemplo (Triviño, 2009).

Gumersindo Lafuente, sin embargo, asegura que el informador ha de ser "complementario y tiene que tener algo que decirle a la audiencia." Para él, es fundamental el "reivindicar cada día la necesidad de seguir estando presente en esta conversación, el **revalidar el servicio público frente a un nuevo escenario**" que, afirma, es "apasionante." (Triviño, 2009).

Estos tres expertos no logran ponerse de acuerdo en el papel de los tradicionales medios de comunicación ante **redes sociales tales como Twitter, Facebook y el poder que éstas ejercen sobre el periodismo** y en

la manera de ejercerlo. Mientras Lafuente, por ejemplo, asegura que el futuro de la comunicación se encuentra en el contenido bajo demanda. Lloret, por su parte, asegura que el consumo de medios de comunicación tradicionales, como televisión o periódicos sigue teniendo su reducto dentro de la audiencia, independientemente de los cambios que están aconteciendo (Triviño, 2009).

Sí hay un punto en el que Lafuente, Escolar y Lloret coinciden, es que los medios de comunicación tradicionales han de cambiar. Para Lafuente, nos encontramos ante "dinosaurios que han de convertirse en ardillas o terminarán desapareciendo." Es fundamental, asegura también Rosalía Lloret, que un "medio de comunicación esté constantemente reinventándose." (Triviño, 2009).

#### **b.6. La influencia**

Es la acción y efecto de influir. Dicho de una persona o de una cosa: Ejercer predominio, o fuerza moral, poder, autoridad de una persona para con otra para conseguir o decidir algo. Es la capacidad de controlar y modificar las percepciones de los demás (Guerre, 2011).

La influencia utiliza métodos más flexibles, entre los cuales se destaca *el poder de convencimiento*, para su aceptación y deja al criterio del sujeto quien decidirá si aceptarla o por el contrario rechazarla. (Guerre, 2011).

En la sociedad la influencia se presenta en las relaciones de agentes humanos y se muestra claramente en los cambios de actitud que presenta un determinado grupo de personas a las que va dirigida, teniendo en cuenta el grado de los cambios. De este modo queda determinado el grado (Guerre, 2011).

### **b.6.1. Influencias de las redes sociales**

Las redes sociales están desempeñando un papel cada vez más importante en la configuración del comportamiento de los usuarios en la Web. Los servicios de redes sociales cada vez cuentan con un mayor tráfico y un uso en constante crecimiento por parte de los usuarios. No cabe duda de que se están convirtiendo en espacios de comunidad, donde los usuarios interactúan con su entorno y acercan distancias. A través de comportamientos individuales podemos comprender el comportamiento del usuario en general. No obstante, cuanto mayor es la cifra de usuarios de una determinada comunidad y menos específica en su orientación temática, de contenido, de servicios, de participación... mayor es la diferencia que encontramos entre unos y otros (Carreras, 2011)

Lo verdaderamente importante en la mayor parte de las ocasiones es interpretar la acción de los usuarios en un contexto en línea con las personas a las que están conectadas socialmente y la influencia que entre ellas se produce. Sin duda, la influencia social en su esencia más pura es la que nos lleva a utilizar este tipo de servicios que la mayor parte de nuestros amigos ya están utilizando, sucumbimos a esa presión social y trasladamos las interacciones a la vida online (Carreras, 2011).

En este sentido, la influencia que sobre nosotros ejercían nuestros amigos, o viceversa, se amplifica a nuevos horizontes de contactos. La influencia que ejerce sobre nosotros nuestro entorno, por ejemplo, nos lleva a comprar un producto porque uno de nuestros amigos recientemente compró un producto. Traslado a la vida online, la influencia nos llevaría a tener en cuenta las recomendaciones que sobre una determinada marca, campaña, producto, servicio... realizan nuestros contactos / amigos en las redes sociales o aquéllas personas que consideramos que cuentan con la



opinión acertada, la cual valoramos positivamente, como para dejarnos orientar nuestra propia opinión personal (Carreras, 2011)

La influencia que ejercen determinadas personas sobre nosotros en la vida digital también nos lleva a tener un núcleo determinado de amistades, construidas en función de afinidades comunes. En este sentido, identificar las situaciones en las que la influencia social es la causa de la correlación es determinante. La influencia social determina que una idea, un comportamiento o un producto se difundan a través de las redes sociales como una epidemia (Carreras, 2011).

La clave en el entorno digital pasa por no supeditar la importancia de la herramienta por encima de la esencia social del ser humano. En su sentido amplio, tal como recogen Nicholas A. Christakis y James H. Fowler en su libro *‘Conectados’*: *“las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Y también en nuestros deseos. Además, esas conexiones no terminan en las personas que conocemos. Más allá de nuestros horizontes sociales, los amigos de los amigos de nuestros amigos pueden impulsar reacciones en cadena que acaben por alcanzarnos, como olas que, venidas de tierras ajenas, rompen en nuestras playas.”* (Carreras, 2011).

Así, es evidente la influencia que otras personas ejercen sobre nosotros para actuar de manera similar, ya sea en la moda, en la adopción de una tecnología, en una acción de Marketing Viral, en el boca a boca (*World of Mouth*), etc., y pocos han expresado de una manera tan clara esta serie de conceptos como Malcolm Gladwell en su libro *“The Tipping Point”* (podéis encontrar un buen resumen, del que he obtenido algún, extracto realizado por Cograf Comunicaciones), en el que realiza un excelente análisis sobre el

funcionamiento de las “epidemias sociales.” Para él, *“la respuesta radica en que el éxito de una epidemia social depende enormemente de la participación en ella de un cierto tipo de persona, dotada de unos rasgos especiales y poco habituales.”* (Carreras, 2011).

## **b.6.2. Grados de influencia de las redes sociales**

### **b.6.2.1. Influencia Positiva**

La influencia de las redes sociales en los adolescentes puede tener sus valores positivos que se ven a simple vista, tales como: (Luis, 2009).

- Ayudan a la afirmación del joven dentro de un grupo. Sentirse social es una de las partes fundamentales del desarrollo humano.
- Les permite conocer distintos puntos de vista alternos a los suyos, demostrándoles que no todos los entornos son iguales en el mundo.
- Pueden constituirse en un excelente medio para consultar tareas, realizar investigaciones, pedir asesorías sobre algún tema en especial, o que necesiten aclarar.
- En muchos casos ayudan a mantener un contacto permanente con el círculo íntimo (familiares, y amigos cercanos), sobre todo si se encuentran lejos.
- Son excelentes vitrinas para desarrollar la creatividad creando interfaces gráficas –tapices, dibujos, letras– subiendo archivos propios como vídeos, PowerPoint,

textos o creando determinados grupos de opinión (Luis, 2009).

#### **b.6.2.2. Influencia Negativa**

Las consecuencias negativas a largo plazo que podrían generar, si no se les concede un uso adecuado, podrían ser: (Luis, 2009).

- En los países donde existe la brecha digital, muchos usan el hecho de que un joven no esté inscrito en una red social como un acto discriminatorio.
- La constante interacción en una de estas redes puede alejar gradualmente a un pequeño o un muchacho de sus relaciones en el mundo exterior.
- Anclado a lo anterior, existen numerosos casos de demostraciones de apatía, falta de compromiso en todo tipo de actividades, etc., por el uso casi adictivo de estas plataformas.
- Los numerosos enlaces y en fin “amigos” que pueden llegar a tener un niño o un adolescente en sus contactos lo hacen, más que un contacto personal, una experiencia en masa (Luis, 2009).

#### **b.7. Redes Sociales y Adolescentes**

Las horas que pasan los **adolescentes** en internet - sobre todo en redes sociales tipo Tuenti o Facebook - no son en absoluto tan peligrosas

como empiezan a pintarlas algunos medios de comunicación ni una pérdida de tiempo como insisten en señalar desde generaciones anteriores. Interesante echarle un vistazo a un estudio realizado por la MacArthur Foundation (vía NYT), analizando a 800 jóvenes en Estados Unidos durante tres años (Ortiz, 2008)

La conclusión del estudio es que el tiempo empleado por los **adolescentes en redes sociales** no solo no es una pérdida de tiempo, sino que resulta valioso en términos de cultivar habilidades sociales y técnicas. Señala dos tipos de interacción con medios digitales: uno motivado por mantener el contacto con los amigos durante todo el día (que por aquí hemos llamado la búsqueda de lo relevante en el plano personal) y por otro el motivado por otros intereses que implican el acceso a contenidos y comunidades centradas en una temática (la búsqueda del contenido de calidad) (Ortiz, 2008).

Todavía hay quien se escandaliza porque el **adolescente medio emplea su tiempo en Tuenti** y no accediendo a "contenidos de calidad" creados por medios de comunicación, entonando a continuación la típica canción "esta juventud se pierde". Por un lado, es algo completamente lógico: lo que ofrecen los servicios de redes sociales en internet como Facebook y Tuenti es mantener el contacto con el grupo, la pandilla: comentar la fiesta de ayer, saber lo que anda haciendo esa persona que tanto le interesa, las fotos y comentarios de los últimos días... todo mucho más cercano a su área de intereses personales que el mejor contenido editorial que desde cualquier medio se pueda construir (Ortiz, 2008).

Por otro lado, lo que este estudio apunta es algo que cualquier adolescente nos podría explicar, **los servicios de redes sociales** ayudan a socializar de una manera muy similar que otras experiencias en grupo.

Gestionar la imagen personal dentro del grupo, aceptar y procesar el feedback proporcionado por los contactos ante sus conductas o la búsqueda y perfeccionamiento de formas de expresión personal son algunas de las habilidades sociales que potencian los servicios de redes sociales, que no sustituyen las relaciones "del mundo real" en forma de "segunda vida" (como he leído recientemente a más de uno) sino que extienden y complementan a las mismas (Ortiz, 2008).

Como señala Albert analizando otro estudio de redes sociales hecho en España (Zed Digital, PDF), **la privacidad** es el argumento esgrimido más habitualmente contra las redes sociales tipo Facebook o Tuenti. Comparto la preocupación, pero siempre me gusta señalar dos puntos: **la privacidad es un derecho**, no una obligación, un servicio que permita controlar al usuario qué comparte y con quién deja la responsabilidad a quien debe tenerla, al usuario (es el motivo por el que Facebook Beacon me pareció inaceptable); segundo punto, los adolescentes están migrando de entornos privados como **Messenger** a otros semipúblicos como Tuenti. ¿Los motivos? A mi entender dos, el descubrimiento del valor de las comunicaciones asíncronas (en contra de los que clasificaban la "generación Y como síncrona") y el deseo de menos privacidad para algunos tipos de mensaje (Ortiz, 2008).

### **b.8. La adolescencia**

La adolescencia es la etapa de **transición entre el infante y el adulto**. Se trata de un cambio de cuerpo y mente, pero que no solo acontece en el propio adolescente, sino que también se conjuga con su entorno (Motta, 2009).

La adolescencia, según la OMS, se define como el período de vida en que el individuo adquiere la madurez reproductiva, transita por los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y adquiere la independencia socioeconómica de su grupo de origen, como el grupo de edad comprendido

entre los 10 y 19 años; siendo **adolescentes menores** aquellos que están entre los 10 y 14 años de edad y **mayores** los que tienen entre 15 a 19 años (18) (Motta, 2009).

### **b.8.1. Características psicológicas del adolescente**

- **Emociones y sentimientos**

Existe gran excitabilidad emocional. Sus vivencias emocionales son ricas, variadas, complejas y contradictorias con los adultos y con los coetáneos. (Núñez, 2010)

Aparecen vivencias relacionadas con la maduración sexual. Sus sentimientos se hacen cada vez más variados y profundos, apareciendo los sentimientos amorosos (Núñez, 2010)

- **Pensamiento**

Se concretiza el pensamiento teórico conceptual -reflexivo (realiza reflexiones basadas en conceptos, elaborando hipótesis y juicios enunciados verbalmente, expone ideas con un carácter lógico. Su pensamiento carece de esencia y originalidad (Núñez, 2010).

- **Conciencia moral**

Su moral no resulta lo suficiente estable. El grupo influye en la formación de la opinión moral y de la valoración que hace el adolescente de ella (Núñez, 2010)

Se van formando ideales morales que van adquiriendo un carácter generalizado (Núñez, 2010)

La opinión del grupo tiene más valor que la de los padres y maestros (Núñez, 2010)

El interés por el sexo opuesto tiene mucha importancia para ella para el desarrollo de su personalidad; por eso es de mucho valor la profundización en la información sobre los aspectos que tienen que ver con la identidad y la orientación social (Núñez, 2010).

### **b.8.2. Características sociológicas del adolescente**

En estas edades el escolar se encuentra inmerso en la docencia, o sea la actividad de estudio; la cual cambia en su esencia tanto en su contenido como en su forma. Aparecen otras actividades de tendencia social (artística, laboral, deportiva, recreativa, etc.), las cuales se realizan en grupo y de forma práctica (Núñez, 2010).

Las relaciones con sus coetáneos posibilitan la relación íntimo-personal, la cual es fuente importante para desarrollar sus vivencias y reflexiones, así como su camaradería, respeto mutuo y confianza entre ellos, como por ejemplo: (Núñez, 2010).

#### **- La amistad**

Las amistades juegan un doble papel en la adolescencia: (Núñez, 2010).

- En el desarrollo de la personalidad reforzando el “yo.”

- En el proceso de socialización.

Es la primera vez que se establece una relación no-biológica y no-institucional con el otro (Núñez, 2010).

La amistad juvenil permite que se tome conciencia de la realidad del otro, se forman actitudes sociales, se toma experiencia en las relaciones interpersonales. Si las amistades juveniles contribuyen a un aprendizaje de las relaciones interpersonales, el pertenecer a un grupo o a una banda puede aparecer como un aprendizaje de la vida en sociedad (Núñez, 2010).

Para los adolescentes la amistad significa entablar relaciones duraderas basadas en la confianza, la intimidad, la comunicación, el afecto y el conocimiento mutuo (Núñez, 2010).

#### - **El grupo**

El adolescente espera del grupo que le permita la conquista de su autonomía, pero una vez que llega a ser independiente abandona el grupo porque la noción de autonomía y la de grupo se oponen. Es normal que el adolescente se salga del grupo para comprometerse en relaciones personales, y en relaciones con el otro sexo (Núñez, 2010).

#### - **Importancia de la amistad.**

Las amistades hacen contribuciones específicas al desarrollo que no son aportadas por ningún otro tipo de relación, como por ejemplo el sentimiento de igualdad y el de pertenencia a un grupo (Núñez, 2010).

Dado que las relaciones con amigos son igualitarias por naturaleza, además son íntimas. Las amistades permiten que el adolescente experimente dentro de ellas una amplia gama de sentimientos y valores que



pueden ser tanto positivos (cariño, confianza, lealtad,...) como negativos (celos, ira, agresividad,...) (Núñez, 2010).

Las amistades son también logros sociales significativos, son indicadores de la competencia social. En definitiva el establecimiento de nuevas amistades es posible que aumente la autoestima (Núñez, 2010).

### **CAPÍTULO III**

#### **OBJETIVOS**

##### **a. Objetivo General**

- Determinar el nivel de influencia del uso del Facebook en la formación de la autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2012.

##### **b. Objetivos Específicos**

- Determinar el uso y la frecuencia de la utilización del Facebook en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2012.
- Identificar el nivel de autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria.
- Señalar el uso que las alumnas otorgan a la red social.

## **CAPÍTULO IV**

### **Hipótesis**

Existe una influencia positiva del uso de la red social Facebook en la formación de la autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2012.

## **CAPÍTULO V**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **a. Instrumentos y Procedimientos de la Investigación**

##### **a.1. Instrumentos**

En el presente trabajo se utilizó como instrumentos de recolección de datos los test de autoestima, “INVETARIO DE AUTOESTIMA VERSIÓN JÓVENES” (Anexo N° 3), que consta de 58 preguntas que fueron respondidas por las 112 alumnas de la I.E.P. “María de Nazaret”, marcando con un aspa (x), verdadero o falso, según el criterio de cada alumna. El Test ha sido diseñado por Stanley Coopersmith y traducido por Panizo M.I. en 1997.

Además, se aplicó una encuesta sobre el uso de la red social Facebook (Anexo N° 4) elaborada por las autoras. La misma que consta de los datos personales que solo incluyen la edad y un listado de 12 preguntas relacionadas con el Facebook, que contienen una respuesta de selección múltiple con tres o cuatro alternativas, según cada interrogante.

Finalmente se realizó una entrevista sobre el Facebook (Anexo N°5) elaborada por las autoras, constituida por 15 preguntas designadas a 5 alumnas por cada grado del nivel secundario.

La recolección de los datos se realizó de la siguiente manera:

Se aplicó el test “INVETARIO DE AUTOESTIMA VERSIÓN JÓVENES” (Anexo N° 3) a las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria, además de la encuesta elaborada por las autoras (Anexo N° 4) y

la entrevista sobre el uso del Facebook y su influencia en la vida diaria la cual también fue diseñada por las autoras.

1. Una vez obtenidos los datos, el procesamiento de estos se realizó de forma manual y computarizada.

2. Se tabuló y almacenó en una base de datos y luego fueron procesados en los programas de Microsoft Word y Microsoft Excel.

A continuación, se presentan las variables estudiadas y su respectiva operacionalización:

- **Uso del Facebook.** Es una de las redes sociales que alcanza un nuevo prisma, cuando se trata de medir el grado de asimilación que produce en la población adolescente. Al interactuar en una red social, la influencia del Facebook en la autoestima puede ser de forma positiva o negativa.

- Influencia positiva
- Influencia negativa

- **Formación de la autoestima.** Es la autovaloración de todas las cualidades que posee toda persona. Al tenerse amor a sí mismo la persona tiene la facultad de aceptarse tal cual es.

## **b. Procedimientos de la investigación**

### **b.1. Población y muestra**

La población y muestra estarán conformadas por 112 alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa

Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2012. Sus edades fluctúan entre los 11 y 17 años.

**Muestra Censal:** Esto porque por conveniencia hemos considerado que la muestra sea igual a la población.

**Tipo de muestreo:** Por conveniencia, es decir, que la cantidad de la población era susceptible de medición dentro de los recursos materiales y de tiempo.

## **b. 2. Diseño**

El tipo de diseño será correlacional; ya que se determinará la relación que existe entre el uso del Facebook y el nivel de autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2012.

**RG1.....X.....O1**

**RG2..... (-).....O2**

**RG1: Grupo 1**

**RG2: Grupo 2**

**X: Tienen Facebook**

**(-): No tienen Facebook**

**O1: Autoestima**

**O2: Baja autoestima**

### b.3. Tratamiento estadístico

Estadística explicativa. Los datos se presentarán en tablas de contingencia, las cuales permitirán explicar, interpretar y analizar los resultados obtenidos.

#### b.3.1 CUADRO RESUMEN

n= 112		100%					
PREGUNTA 1	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA	PORCENTAJE	AUTOESTIMA PROMEDIO	PORCENTAJE	
<b>1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?</b>							
De 1 a 2	39	35%	11	10%	28	25%	
De 3 a 5	39	35%	25	22%	14	13%	
Más de 5	28	25%	21	19%	7	6%	
No poseen Facebook	6	5%	57	51%	49	44%	
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>					

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 3	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA		AUTOESTIMA PROMEDIO	
<b>3 ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?</b>						
Siempre	39	35%	22	20%	17	15%
A veces	64	57%	33	29%	31	28%
Nunca	3	3%	1	1%	2	2%
No poseen Facebook	6	5%	56	50%	50	45%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>				

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 4	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA		AUTOESTIMA PROMEDIO	
<b>4. ¿Arreglas tus fotos?</b>						
Sí	49	44%	25	22%	24	21%
No	57	51%	30	27%	27	24%
No poseen Facebook	6	5%	55	49%	51	46%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>				

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 7	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA	AUTOESTIMA PROMEDIO
<b>7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?</b>				
Amical	90	80%	52	34%
Familiar	13	12%	1	11%
Otro tipo de relación	3	3%	1	2%
No poseen Facebook	6	5%	54	46%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>		

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 8	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA	AUTOESTIMA PROMEDIO
<b>8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?</b>				
De 100 a 150	30	27%	9	19%
De 150 a 200	19	17%	13	5%
Más de 200	57	51%	33	21%
No poseen Facebook	6	5%	55	46%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>		

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 9	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA	AUTOESTIMA PROMEDIO
<b>9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?</b>				
Diario	30	27%	18	11%
Interdiario	59	53%	30	26%
Una vez al mes	17	15%	8	8%
No poseen Facebook	6	5%	56	45%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>		

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

PREGUNTA 10	CANTIDAD DE ALUMNAS	PORCENTAJE	AUTOESTIMA ALTA	AUTOESTIMA PROMEDIO
<b>10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?</b>				
Positivos	105	94%	59	41%
Negativos	1	1%	1	1%
No poseen Facebook	6	5%	59	42%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>		

**El 5% de las alumnas que no poseen Facebook tienen Autoestima baja**

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### a. CONCLUSIONES

Según el estudio realizado y los resultados obtenidos, llegamos a las siguientes conclusiones:

- Del 100% de las alumnas de 1° a 5° Años de Educación Secundaria de la I.E.P “María de Nazaret” de Cajamarca, el 35% posee de 3 a 5 álbumes; tiene en un 22% autoestima alta, mientras que el 13% tiene autoestima promedio y finalmente el 5% no posee Facebook quienes tienen autoestima baja.
- El 57% de las alumnas utiliza el chat Facebook de las cuales el 29% tiene autoestima alta, mientras que el 28% obtiene autoestima promedio.
- El 51% no arregla sus fotos y tiene el 27% de autoestima alta por lo tanto el 24% cuenta con autoestima promedio.
- El 80% establece una relación amical con sus contactos siendo el 46% las que posee autoestima alta, el 34% autoestima promedio.
- El 51% posee más de 200 amistades quienes cuentan con el 29% de autoestima alta, a diferencia del 21% de autoestima promedio.



- De manera interdiaria el 53% se relaciona con sus contactos, el 27% muestra una autoestima alta, frente a un 26% de autoestima promedio.
- Finalmente el 94% recibe comentarios positivos con el 53% de autoestima alta contra un 41% de autoestima promedio.

Demostrando de esta manera que el uso de la red social Facebook influye de manera positiva en la formación de la autoestima de las alumnas de 1° a 5° de Educación Secundaria de la I.E.P “María de Nazaret” ya que está comprobado que las alumnas que no poseen Facebook tienen baja autoestima.

## **b. RECOMENDACIONES**

### **A todos los adolescentes de 11 a 18 años de edad**

- Se recomienda utilizar la red social Facebook con una finalidad específica, como por ejemplo: Aprovechar para generar una imagen personal positiva y atractiva, buscar tus amistades y familiares con las cuales no te comunicas desde hace mucho tiempo; además para ayudarnos mutuamente a fortalecer día a día nuestra autoestima por medio de los comentarios positivos, mostrando información personal solo para vista de nuestros contactos, también este medio nos ayuda a ahorrar distancia, tiempo y dinero

ya que puedes ingresar a esta red social en la comodidad de tu casa, por medio de un celular moderno o una cabina de internet. (pertinencia frente a las variables)

- Sugerimos a los adolescentes que no poseen Facebook la creación de una cuenta en esta red social, ya que les permitirá estar en constante comunicación y a la vanguardia con sus contemporáneos y con el mundo que vive en constante cambio en general.
- A las alumnas de la I.E.P “María de Nazaret” que ya tienen una cuenta en Facebook y que les ha permitido elevar su autoestima les proponemos que le den un adecuado uso a Facebook sin que los comentarios negativos que puedan recibir a la larga les afecte personalmente y que incentiven a sus amigas a formar parte de esta reconocida red mundial.

# ANEXOS

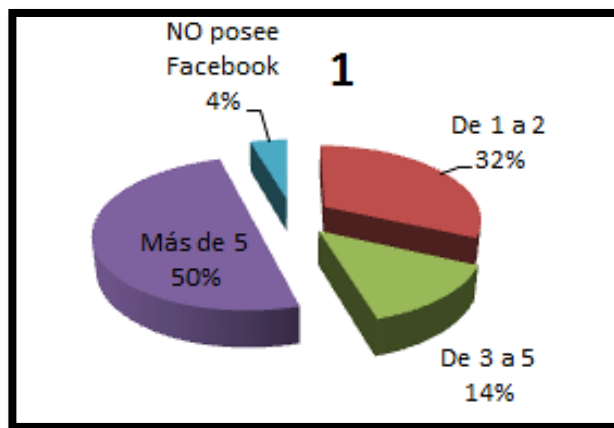
## ANEXO N°1

### Resultado de la encuesta sobre la red social Facebook, realizada a la I.E.P “María de Nazaret”

#### a. Primero de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

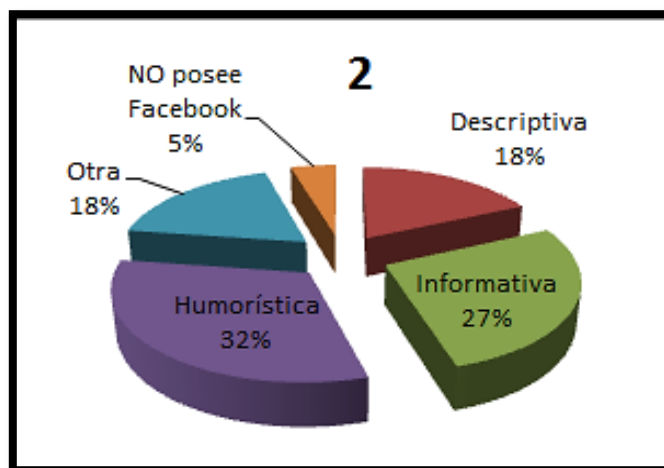
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que el 50 % de las alumnas poseen más de 5 álbumes en Facebook, el 32 % de 1 a 2 álbumes, el 14 % de 3 a 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

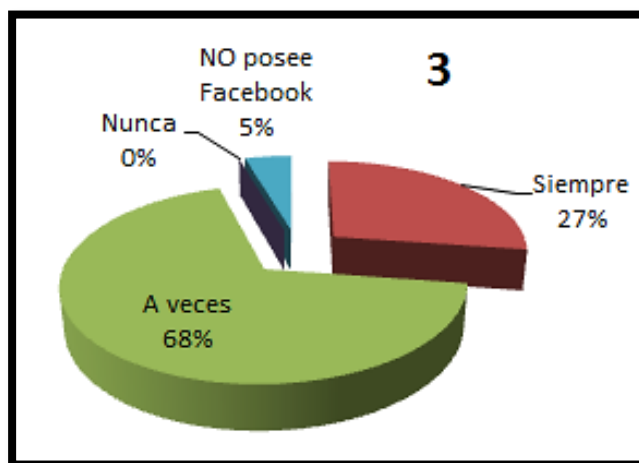
Gráfico N° 2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 32% de las alumnas publica información humorística, el 27% de tipo informativa, un 18% publica otro tipo de información, el otro 18% descriptiva y el 5% constituye a la alumna que no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

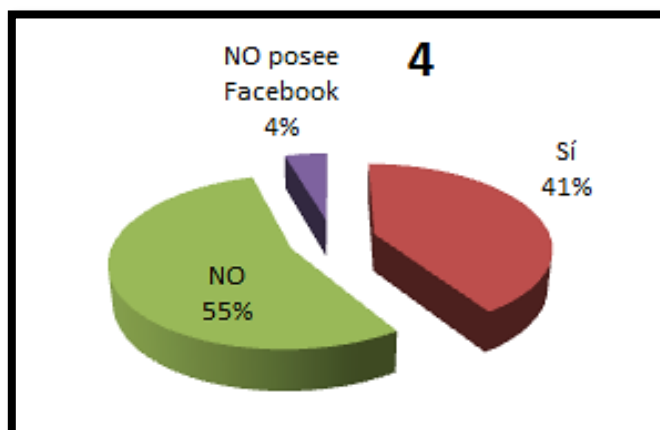
Gráfico N° 3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 se aprecia que el 68% a veces utiliza el chat de Facebook, un 27% siempre utiliza el chat, mientras que el 5% de las alumnas no tiene Facebook y el 0% nunca utiliza el chat.

4. ¿Arreglas tus fotos?

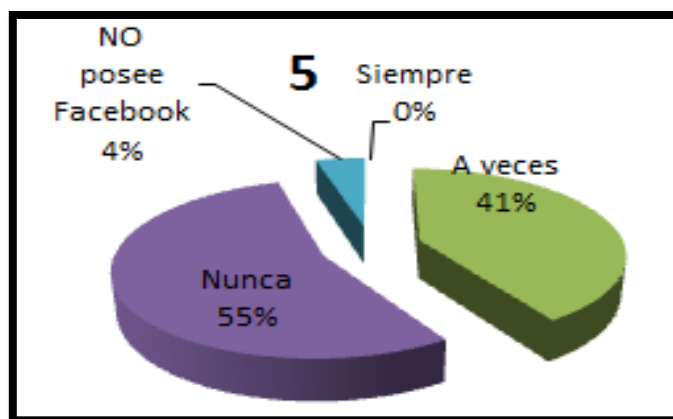
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 55% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 41% sí arreglan sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

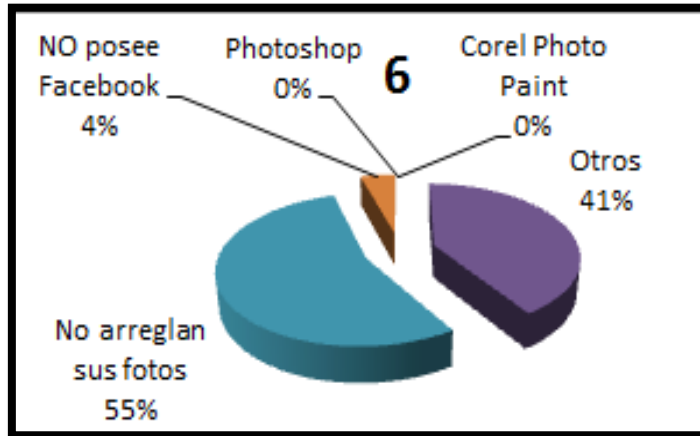
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 55% de las alumnas nunca arregla sus fotos, el 41% a veces las arreglan y un 0% siempre arregla sus fotos y el 4% no posee Facebook.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

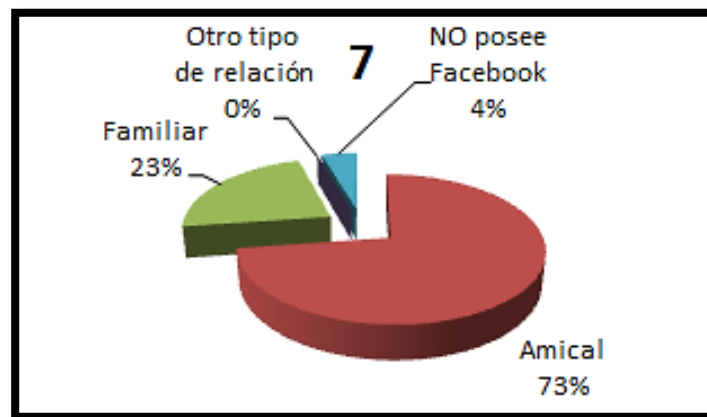
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 55% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 41% utilizan otros programas, el 4% no poseen Facebook, el 0% en Photoshop y un 0% usa el Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

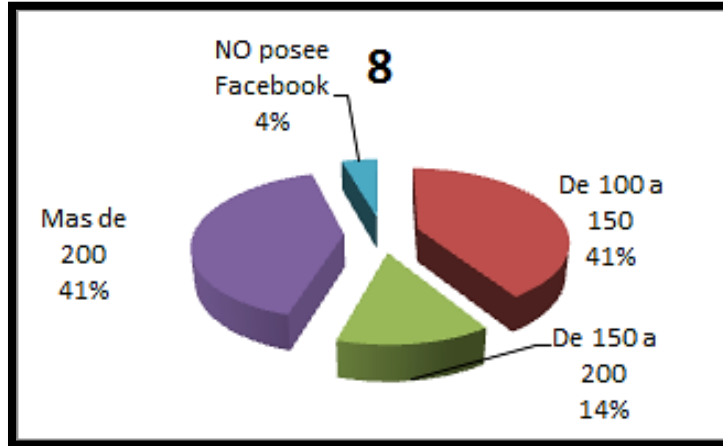
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 73% de las alumnas establecen una relación amical con sus contactos, el 23% una relación familiar, el 4% no posee Facebook y el 0% tiene otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

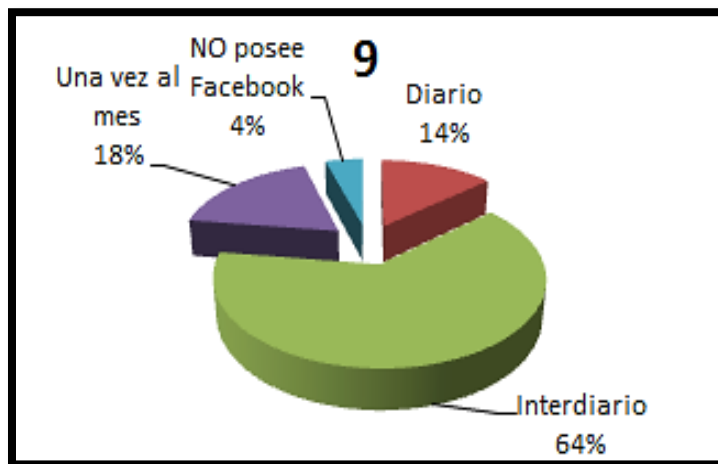
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 41% de las alumnas poseen más de 200 amistades en Facebook, otro 41% tienen de 100 a 150 amistades, el 14% de 150 a 200 y 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9

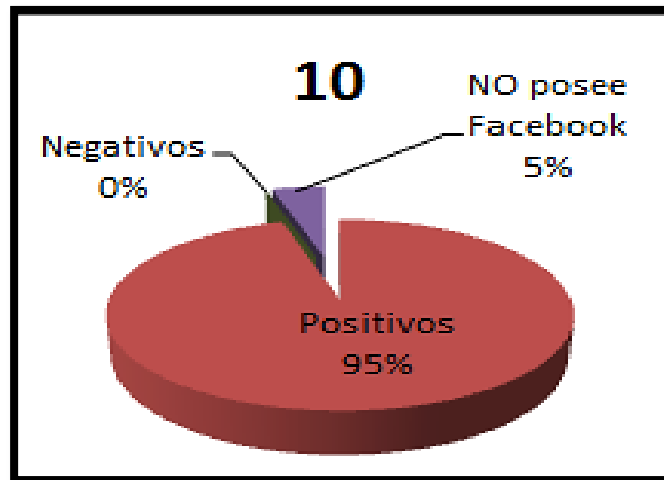


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 64% de las alumnas se relacionan con sus contactos de manera interdiaria, el 18% una vez al mes, un 14% diario, finalmente el 4% no posee Facebook.



10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

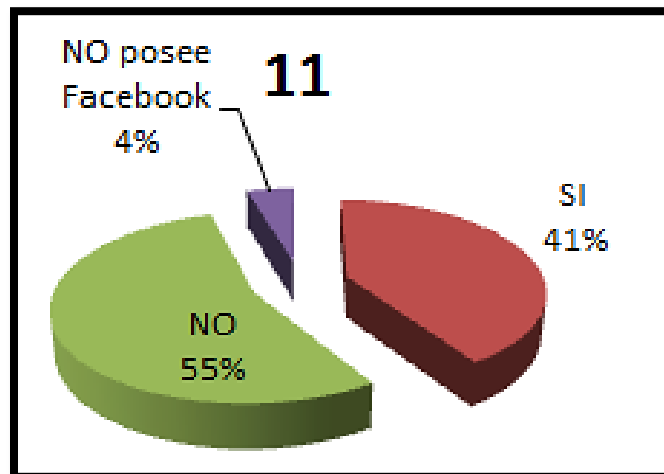
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 95% de las alumnas respondieron que reciben comentarios positivos, un 5% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 55% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el 41% sí poseen amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

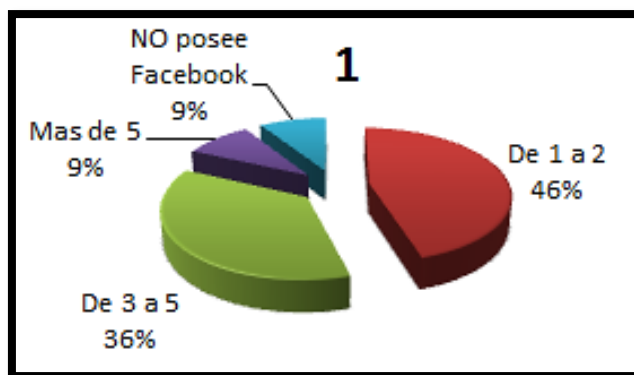


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 55% de las alumnas no tienen amistades extranjeras, un 32% tienen menos de la mitad, el 9% la mitad y un 4% no poseen Facebook.

### b. Segundo de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

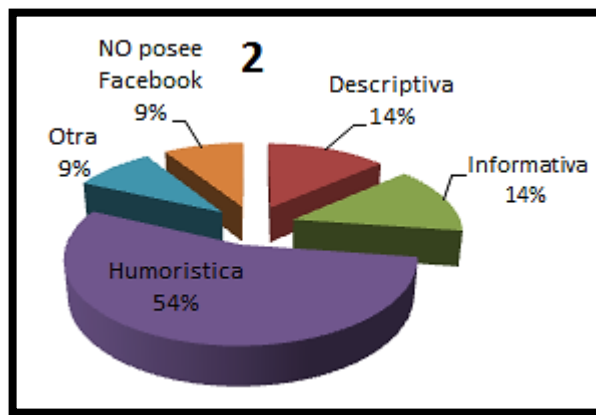
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que el 46 % de las alumnas posee más de 1 a 2 álbumes en Facebook, el 36 % de 3 a 5 álbumes, el 9 % más de 5 y finalmente un 9% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

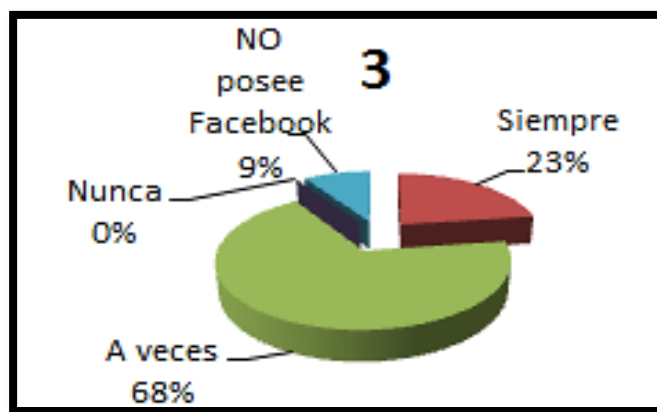
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 54% de las alumnas publica información humorística, el 14% de tipo informativa, el otro 14% publica información descriptiva, el otro 9% otra información y el 9% constituye a las alumnas que no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

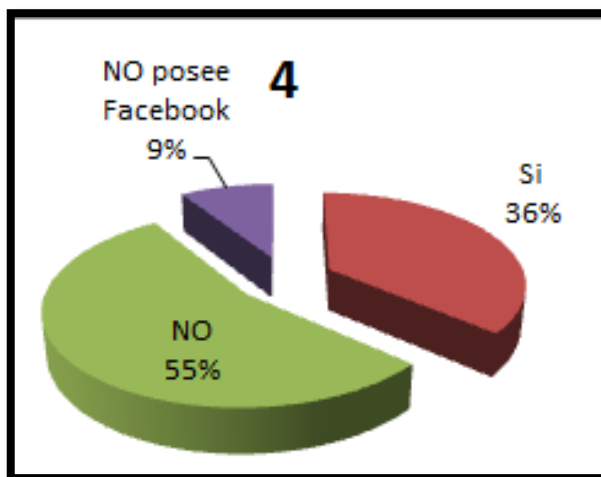
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 se aprecia que el 68% a veces utiliza el chat de Facebook, un 23% siempre utiliza el chat, mientras que el 9% de las alumnas no tiene Facebook y el 0% nunca utiliza el chat.

#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

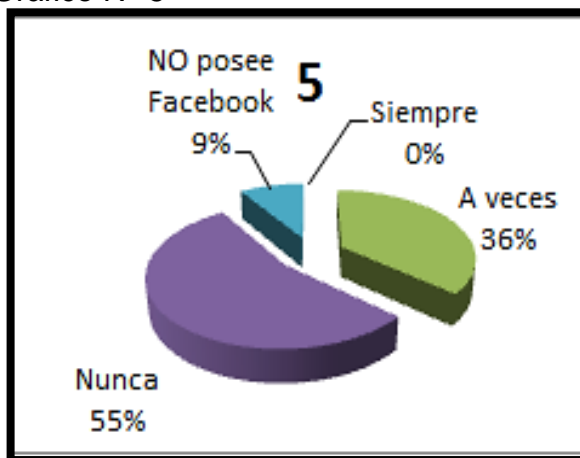
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 55% de las alumnas no arregla sus fotos, el 36% sí arregla sus fotografías y el 9% no posee Facebook.

#### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

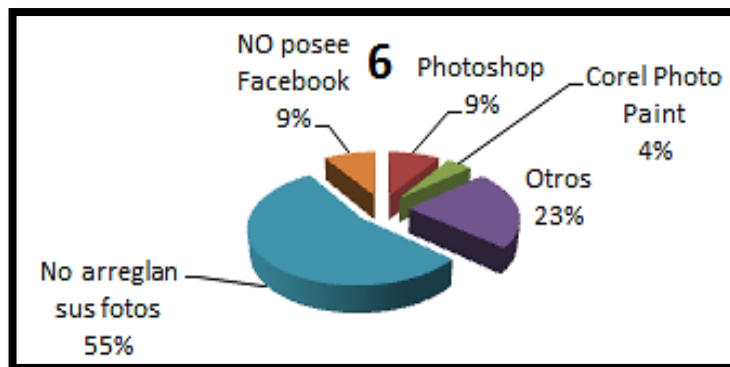
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 55% de las alumnas nunca arregla sus fotografías, 36% a veces las arregla, el 9% no poseen Facebook y el 0% siempre arregla sus fotos.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 55% de las alumnas no arregla sus fotos, mientras que un 23% usa otros programas, un 9% phothoshop, el otro 9% no posee Facebook y por último el 4% usa el Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

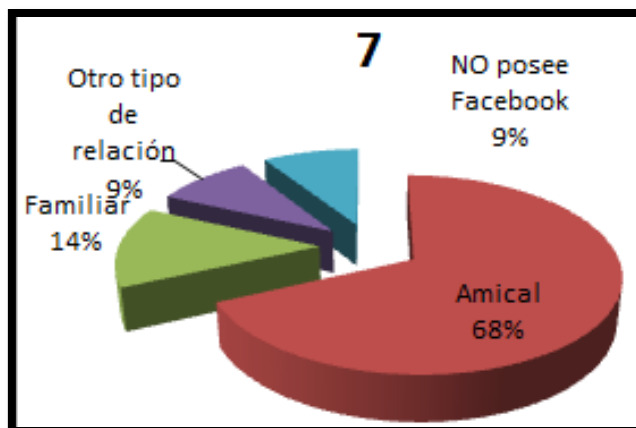
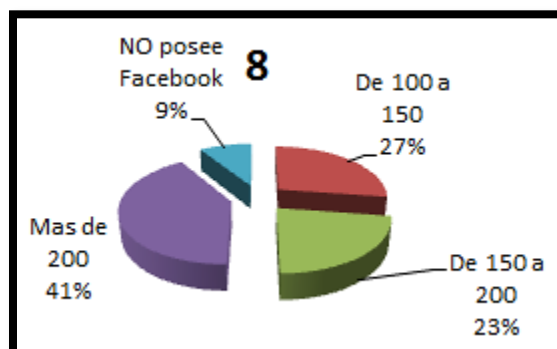


Gráfico N° 7

Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 68% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 14% una relación familiar, el 9% tiene otro tipo de relación, el 9% no posee Facebook.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

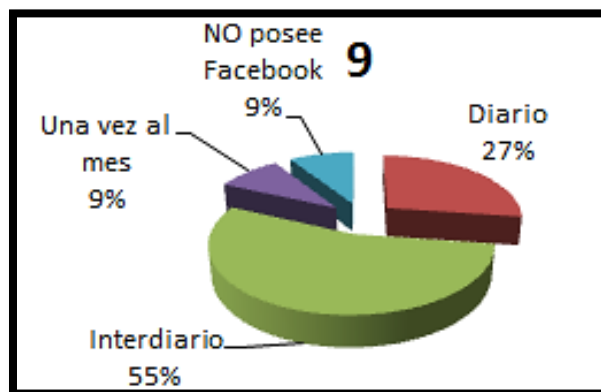
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 41% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 27% tiene de 100 a 150 amistades, el 23% de 150 a 200 y 9% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

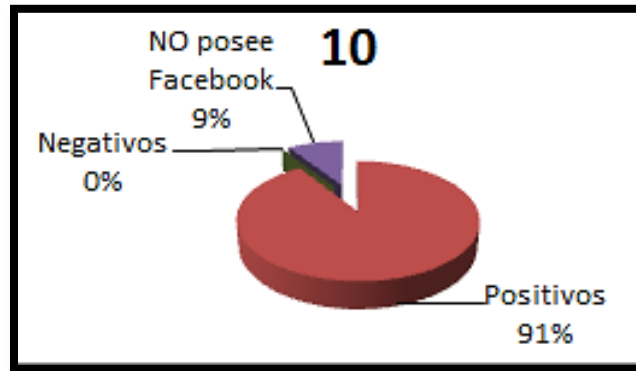
Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 55% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 27% se relaciona a diario con sus contactos, un 9% una vez al mes y el 9% no poseen Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

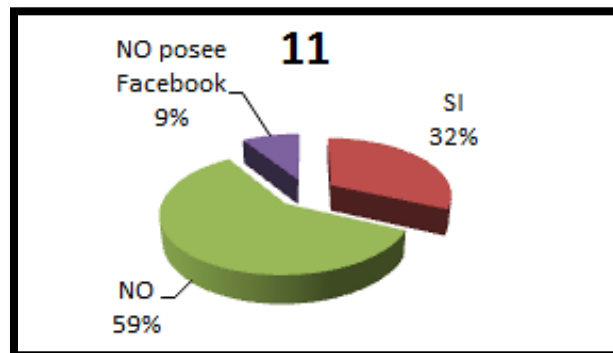
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 91% de las alumnas respondió que recibe comentarios positivos, un 9% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

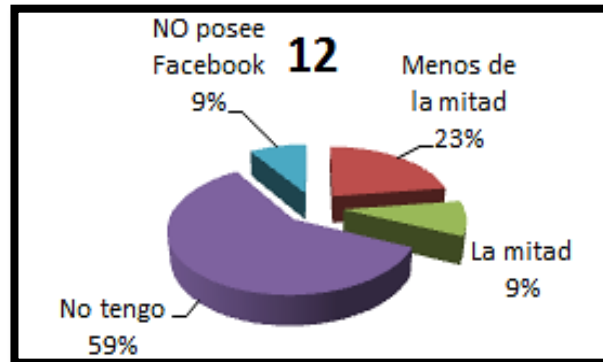
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 59% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el 32% sí posee amistades del extranjero finalmente el 9% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

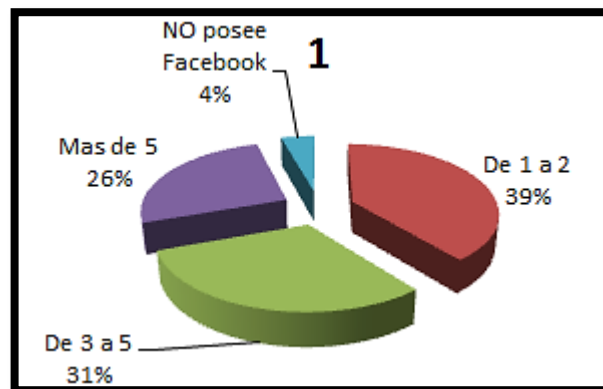


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 59% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, un 23% tiene menos de la mitad, el 9% la mitad, el otro 9% no posee Facebook.

c. Tercero de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

Gráfico N° 1

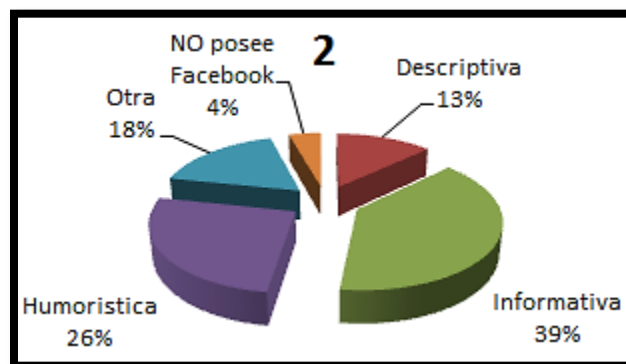


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 39 % de las alumnas posee más de 1 a 2 álbumes en Facebook, el 31 % de 3 a 5 álbumes, el 26% más de 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.



2. ¿Qué tipo de información pública?

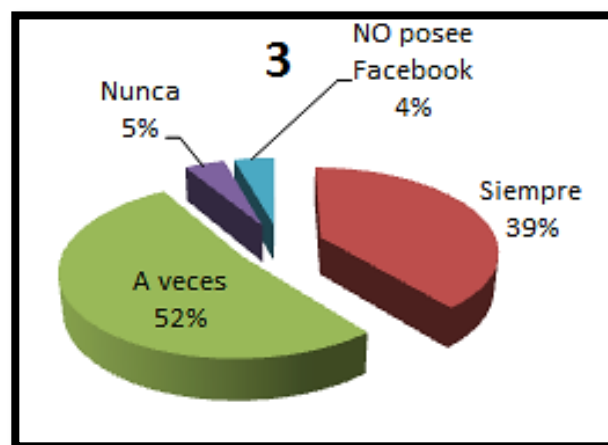
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 39% publica de tipo informativa, el 26% de tipo humorística, el 18% publica otro tipo de información, el 13% publica información descriptiva, finalmente el 4% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

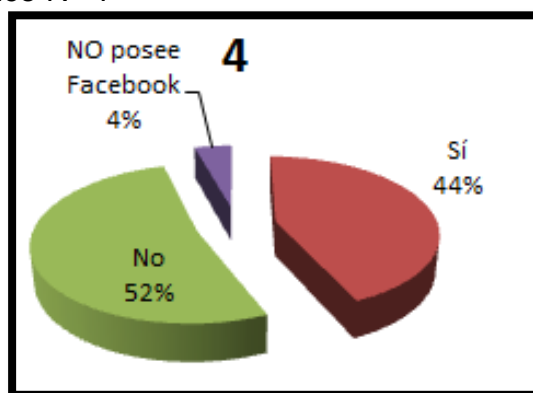
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 52% a veces utiliza el chat de Facebook, un 39% siempre utiliza el chat, mientras que el 5% nunca utiliza el chat y por último el 4% de las alumnas no tiene Facebook.

4. ¿Arreglas tus fotos?

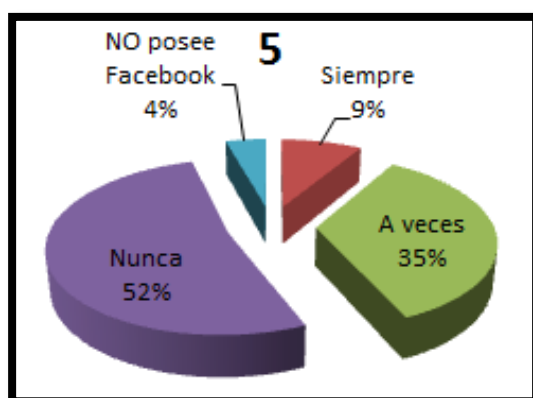
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 52% de las alumnas no arregla sus fotos, el 44% sí arregla sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

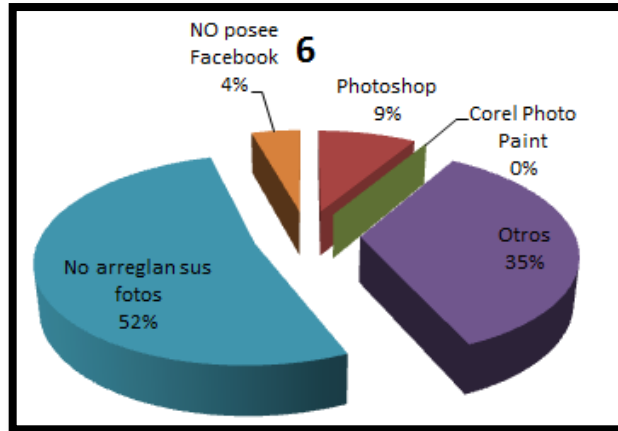
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 52% de las alumnas nunca arregla sus fotos, 35% a veces arregla sus fotografías, el 9% siempre arregla sus fotos, finalmente el 4% no posee Facebook.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

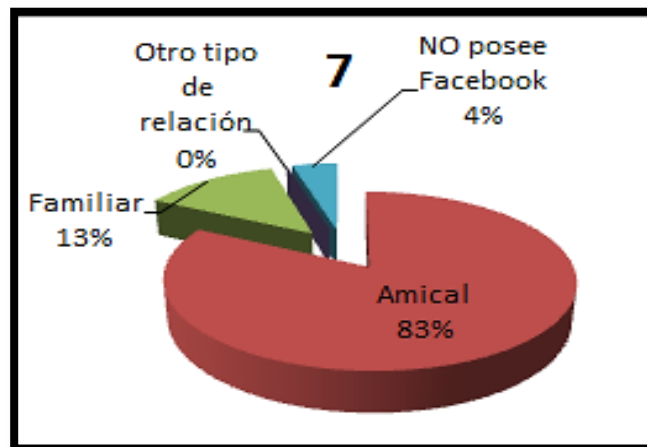
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 52% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 35% utilizan otros programas, un 9% utilizan el Photoshop, el otro 4% no poseen Facebook, finalmente el 0% en el Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

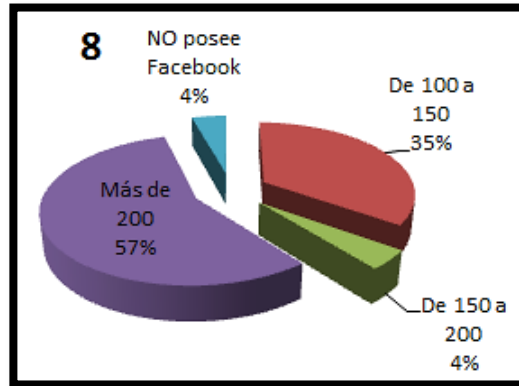
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 83% de las alumnas establecen una relación amical con sus contactos, el 13% una relación familiar, el 4% no poseen Facebook y el 0% otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

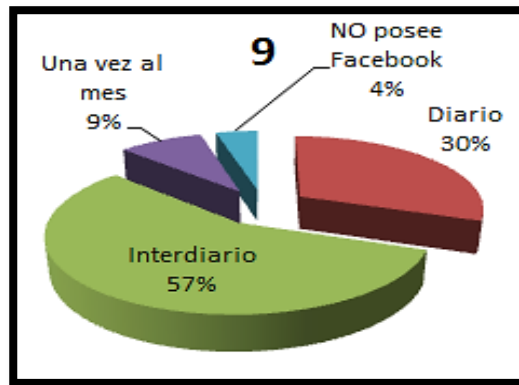
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 57% de las alumnas poseen más de 200 amistades en Facebook, otro 35% tienen de 100 a 150 amistades, el 4% de 150 a 200 y el otro 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

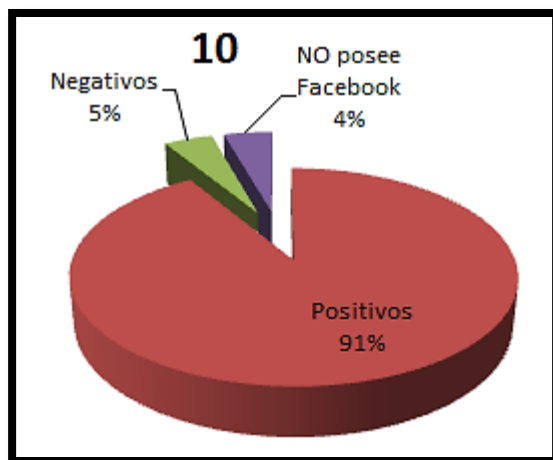
Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 57% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 30% se relaciona diariamente, un 9% una vez al mes y el 4% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

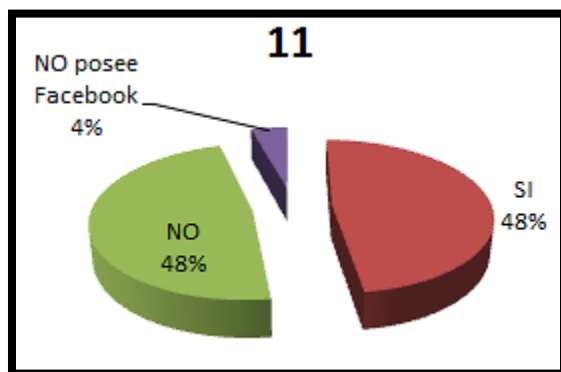
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 91% de las alumnas respondió que reciben comentarios positivos, un 4% no posee Facebook y el 5% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 48% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el otro 48% sí posee amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

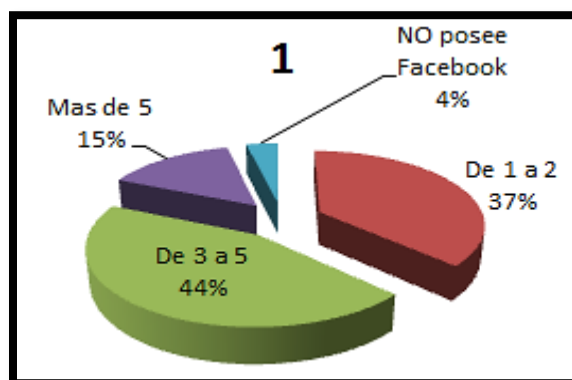


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 48% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, un 39% tiene menos de la mitad, el 9% la mitad, el 4% no posee Facebook.

#### d. Cuarto de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

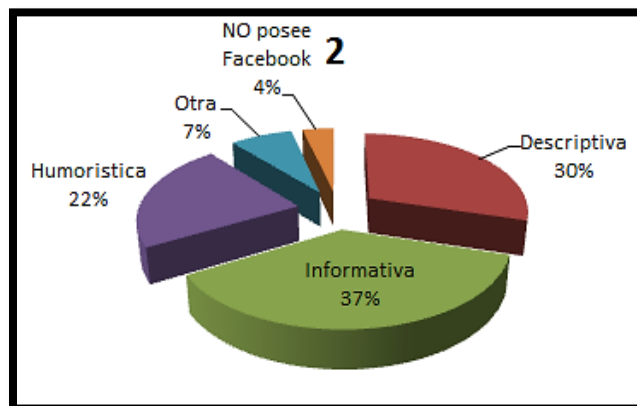
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 44% de las alumnas posee de 3 a 5 álbumes en Facebook, el 37 % de 1 a 2 álbumes, el 15% más de 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

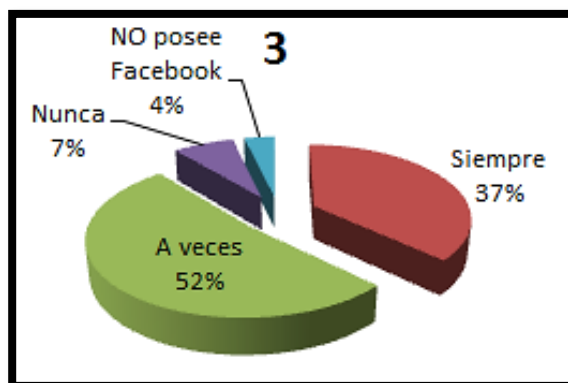
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 37% publica de tipo informativa, el 30% de tipo descriptiva, el 22% humorística, el 7% otro tipo de información, finalmente el 4% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

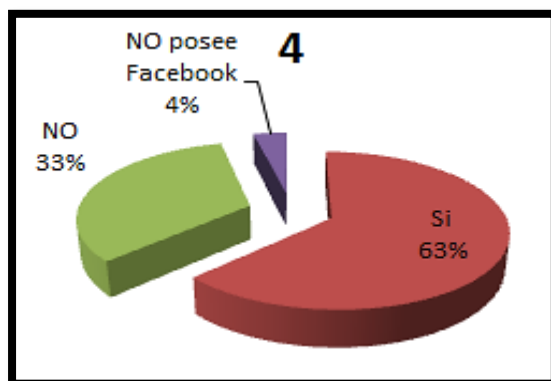
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 52% a veces utiliza el chat de Facebook, un 37% siempre utiliza el chat, mientras que el 7% nunca utiliza el chat y por último el 4% de las alumnas no tiene Facebook.

4. ¿Arreglas tus fotos?

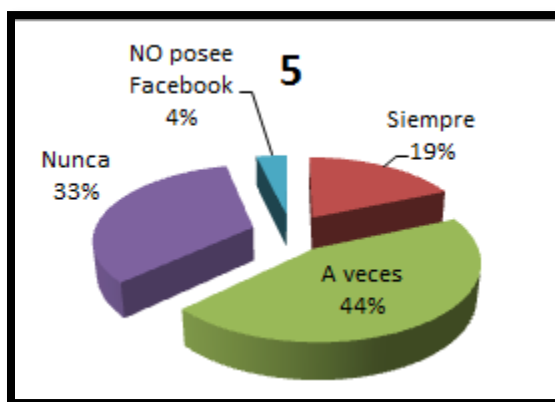
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 63% de las alumnas sí arreglan sus fotos, el 33% no arreglan sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

Gráfico N° 5

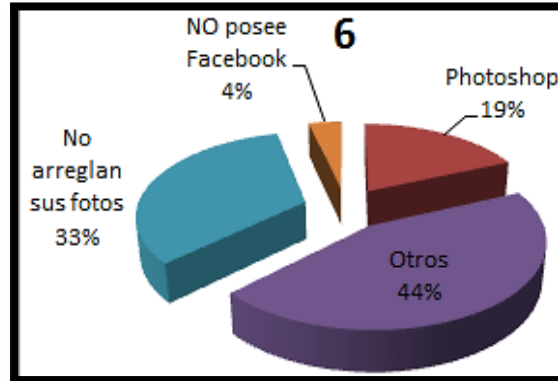


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 44% de las alumnas a veces arregla sus fotografías, 33% nunca las arreglan, el 19% siempre arregla sus fotos, finalmente el 4% no posee Facebook.



6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

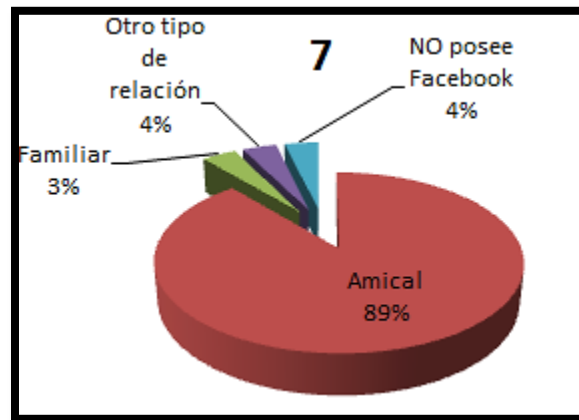
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 44% de las alumnas utiliza otros programas para arreglar sus fotos, mientras que un 33% no arregla sus fotos, un 19% en Photoshop y por último el 4% no posee Facebook.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

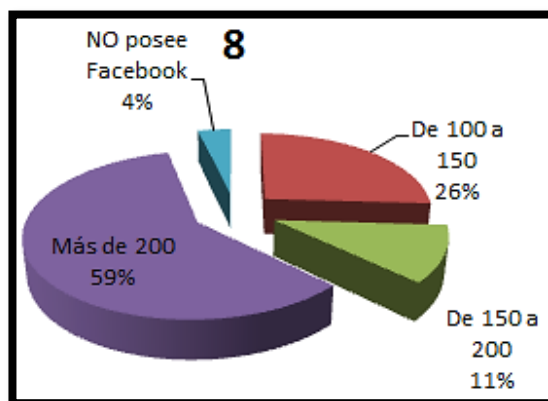
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 89% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 4% otro tipo de relación, el otro 4% no posee Facebook y el 3% una relación familiar.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

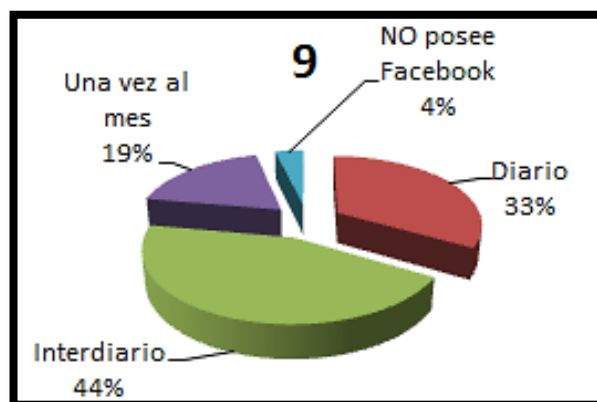
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 59% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 26% tienen de 100 a 150 amistades, el 11% de 150 a 200 y el otro 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 44% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 33% se relaciona diariamente, un 19% una vez al mes y el 4% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

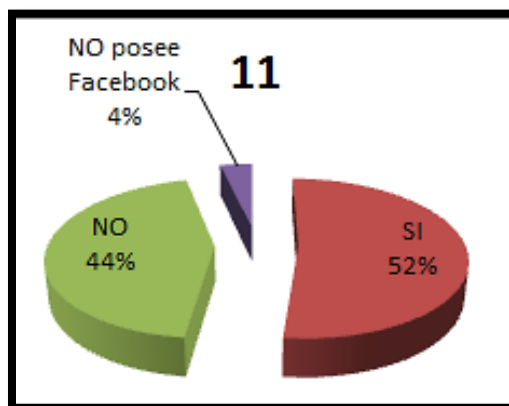
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 96% de las alumnas respondió que reciben comentarios positivos, un 4% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

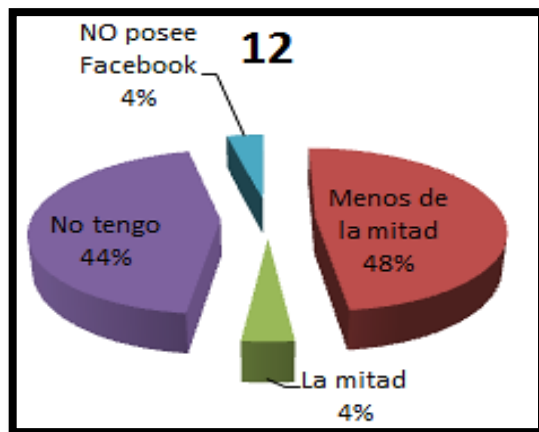
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 52% de las alumnas si tiene amistades extranjeras, el otro 44% no posee amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

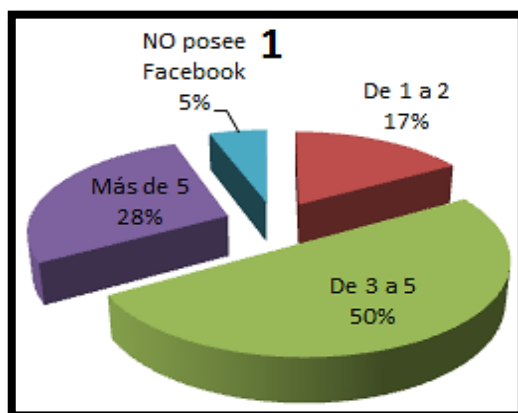


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 48% de las alumnas tiene menos de la mitad, un 44% no tiene, el 4% tienen la mitad, el 4% no posee Facebook.

#### e. Quinto de secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

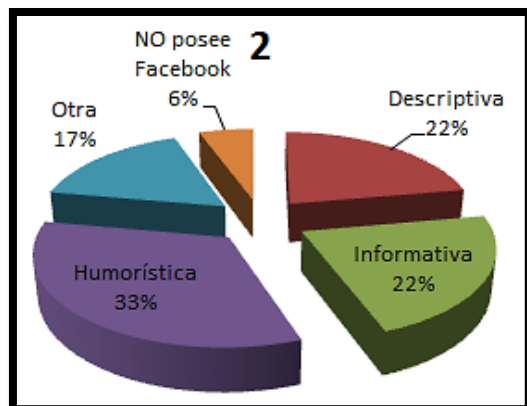
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 50% de las alumnas poseen de 3 a 5 álbumes en Facebook, el 28% más de 5, el 17% de 1 a 2 álbumes y finalmente un 5% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

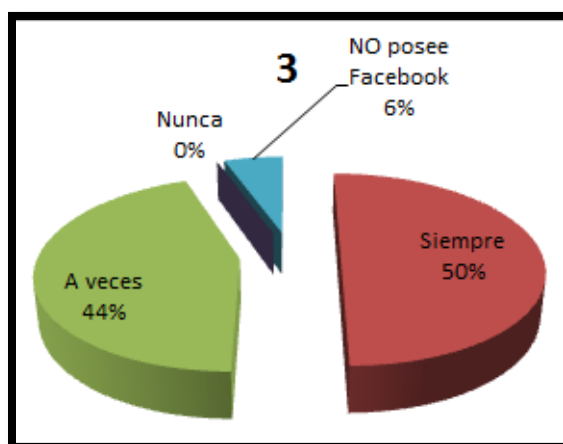
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 33% publica de tipo humorística, el 22% de tipo informativa, el 22% descriptiva, el 17% otro tipo de información, finalmente el 6% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

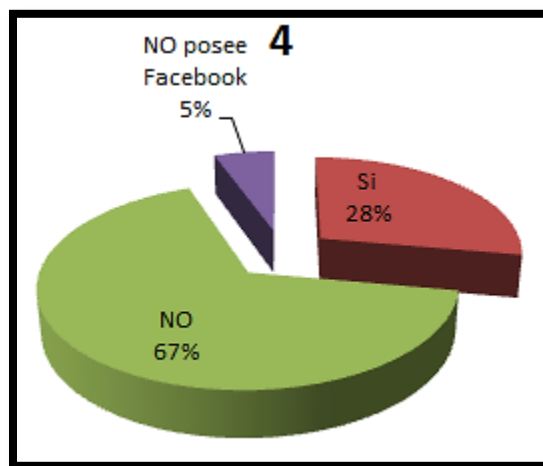
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 50% siempre utiliza el chat de Facebook, un 44% a veces utiliza el chat, mientras que el 6% de las alumnas no tiene Facebook y por último el 0% nunca utiliza el chat.

4. ¿Arreglas tus fotos?

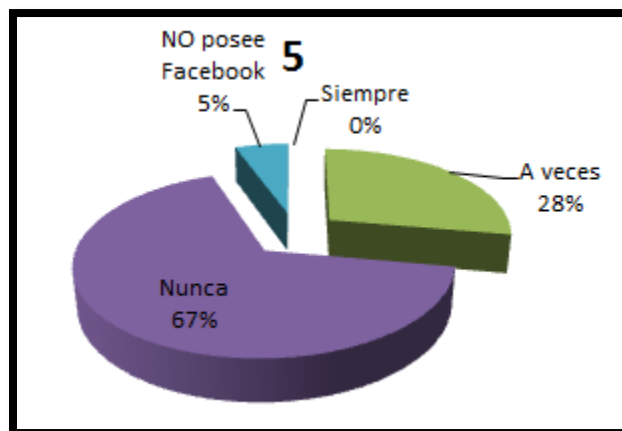
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 67% de las alumnas no arregla sus fotos, el 28% sí arreglan sus fotografías y el 5% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

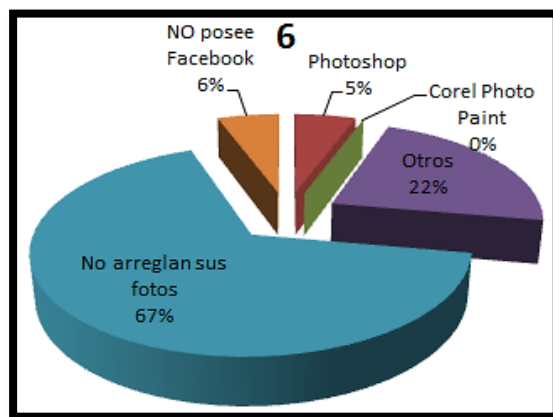
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 67% nunca las arregla, 28% de las alumnas a veces arregla sus fotografías el 5% no poseen Facebook, finalmente el 0% siempre arregla sus fotos.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

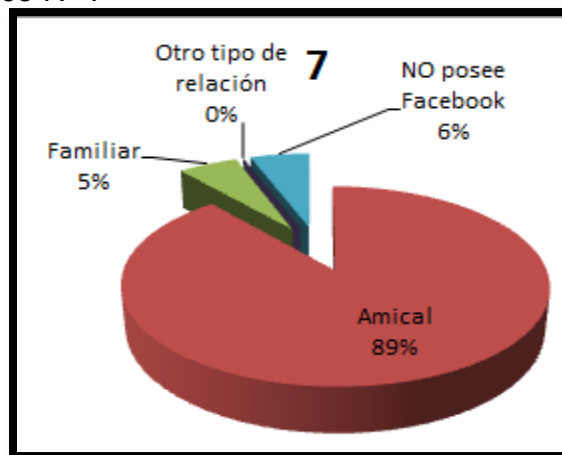
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 67% de las alumnas no arregla sus fotos, mientras que un 22% utiliza otros programas, el 6% no posee Facebook, el 5% en Photoshop y el 0% Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

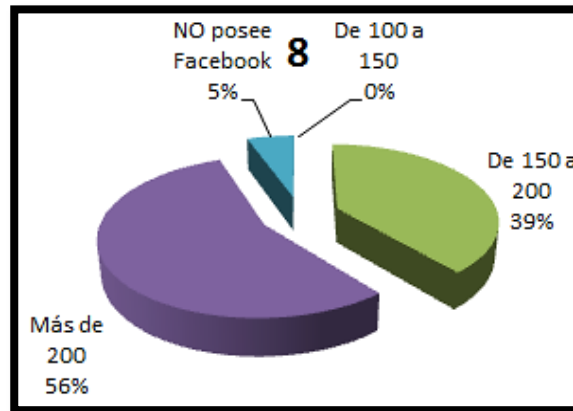
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 89% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 6% no posee Facebook, el 5% una relación familiar y el 0% otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

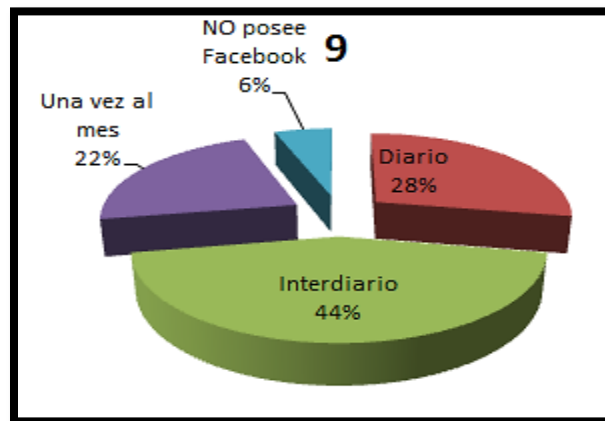
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 56% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 39% tiene de 150 a 200 amistades, el 5% no posee Facebook y el 0% de 100 a 150.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9

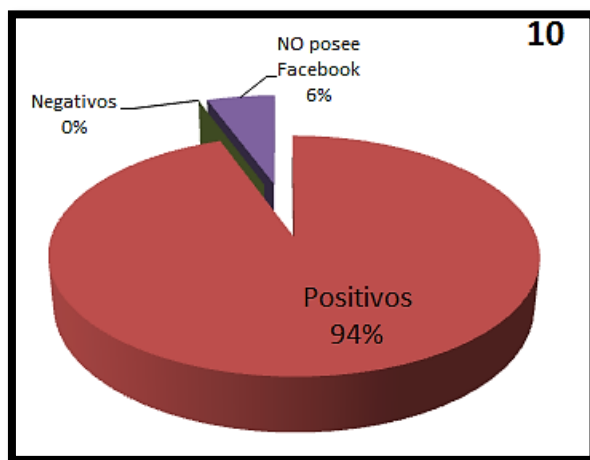


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 44% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 28% se relaciona diariamente, un 22% una vez al mes y el 6% no posee Facebook.



10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

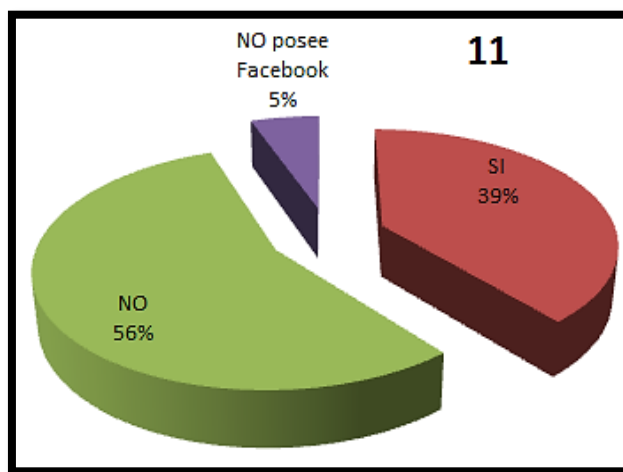
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 94% de las alumnas respondieron que recibe comentarios positivos, un 6% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

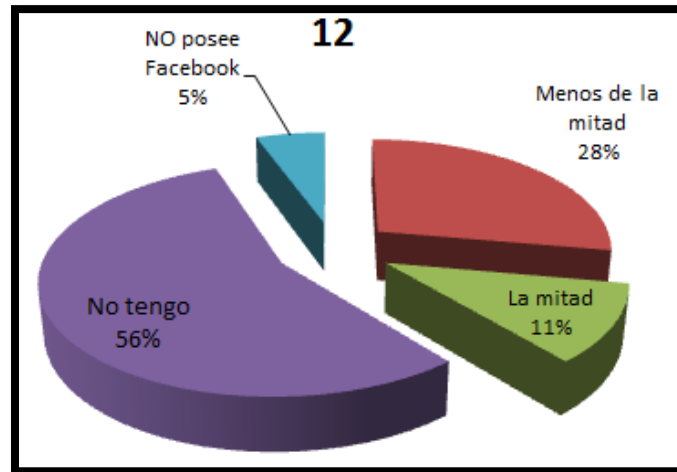
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 56% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el otro 39% sí posee amistades del extranjero finalmente el 5% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12



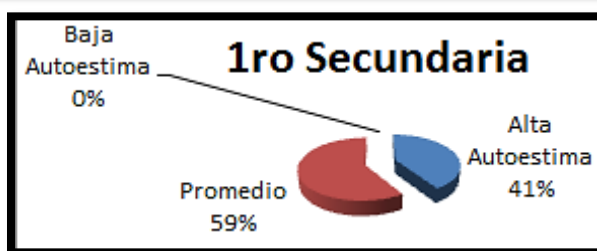
Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 56% no tiene amistades extranjeras, un 28% menos de la mitad, el 11% tiene la mitad, el 5% no posee Facebook.

## ANEXO N° 2

### a. RESULTADOS DEL TEST

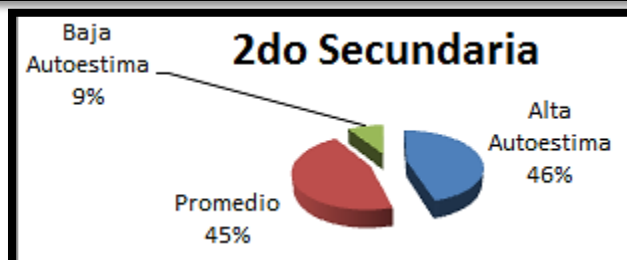
#### a.1. Gráfico 1°

1ro Secundaria	n= 22	
Alta Autoestima	9	40.9%
Promedio	13	59.1%
Baja Autoestima	0	0



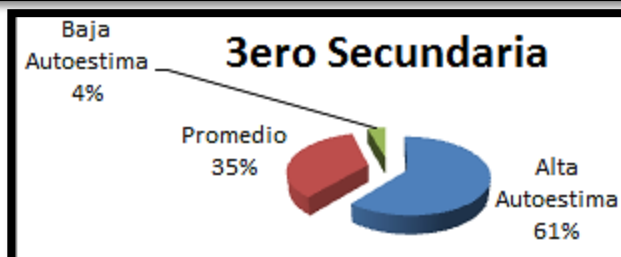
#### a.2. Gráfico 2°

2do Secundaria	n= 22	
Alta Autoestima	10	45.5%
Promedio	10	45.5%
Baja Autoestima	2	9.1%



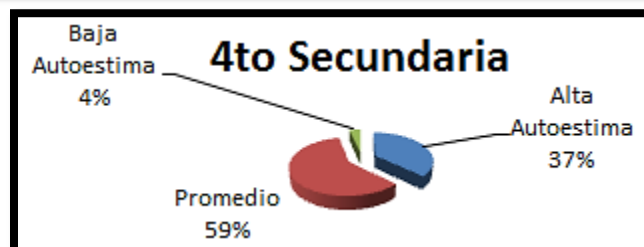
a.3. Gráfico 3°

3ro Secundaria		n= 23	
Alta Autoestima	14	60.9%	
Promedio	8	34.8%	
Baja Autoestima	1	4.3%	



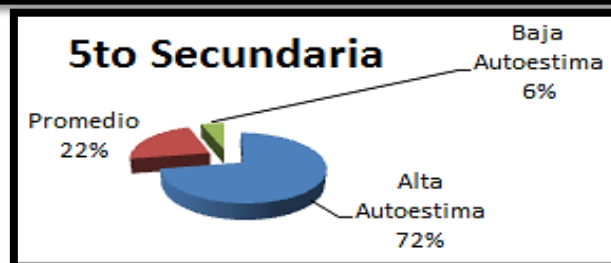
a.4. Gráfico 4°

4to Secundaria		n= 27	
Alta Autoestima	10	37.0%	
Promedio	16	59.3%	
Baja Autoestima	1	3.7%	



a.5. Gráfico 5°

5to Secundaria		n= 18	
Alta Autoestima	13	72.2%	
Promedio	4	22.2%	
Baja Autoestima	1	5.6%	



## ANEXO N°3

### CUADROS DE LAS VARIABLES

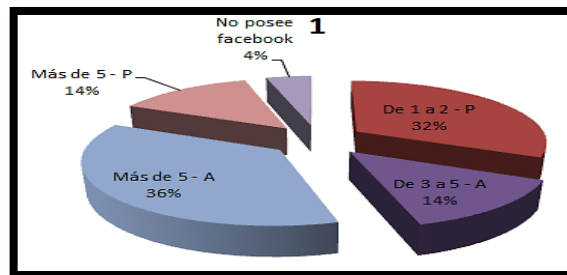
#### PRIMERO DE SECUNDARIA

#### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

De 1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	7	32%		
	PROMEDIO				
	BAJA AUTOESTIMA				
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	3	14%		
	PROMEDIO				
	BAJA AUTOESTIMA				
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	8	36%		
	PROMEDIO			3	14%
	BAJA AUTOESTIMA				
No posee Facebook		1	5%		

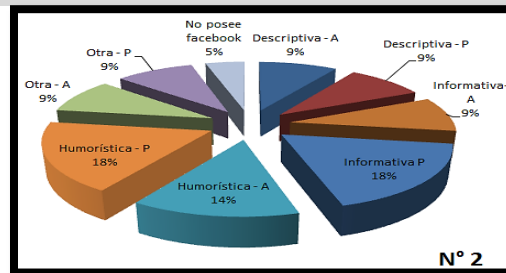


## 2. ¿Qué tipo de información pública?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

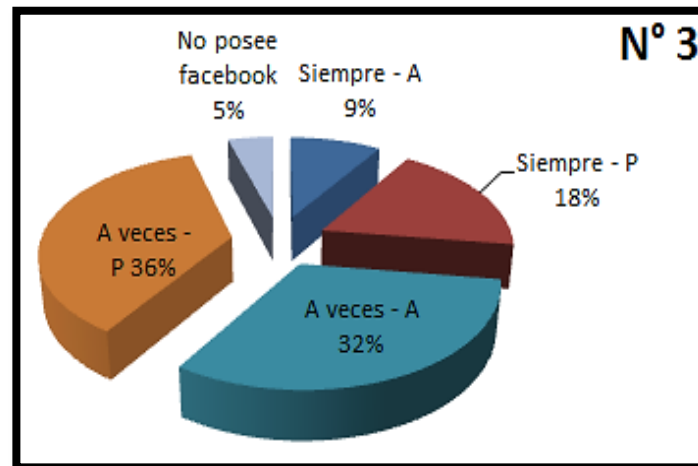


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat de Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	32%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

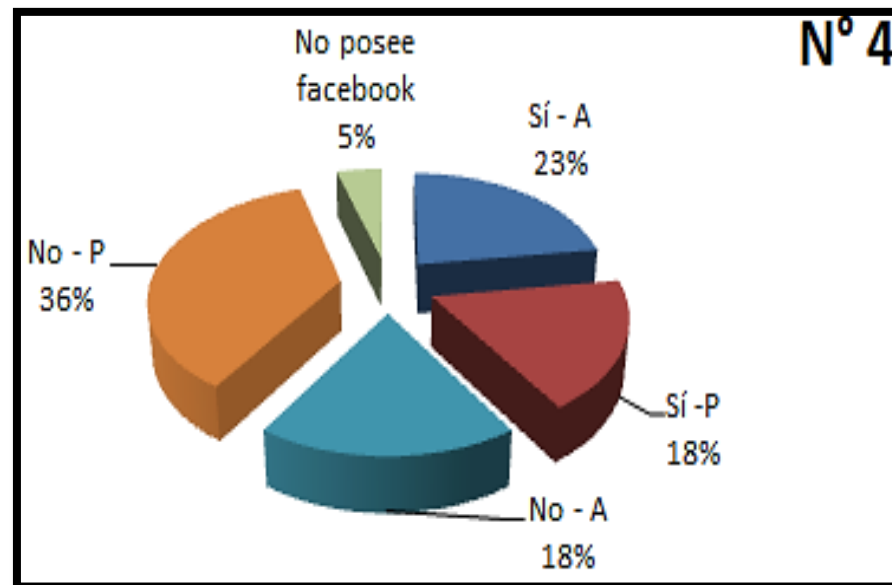


#### 4. ¿Arreglas las fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	18%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%



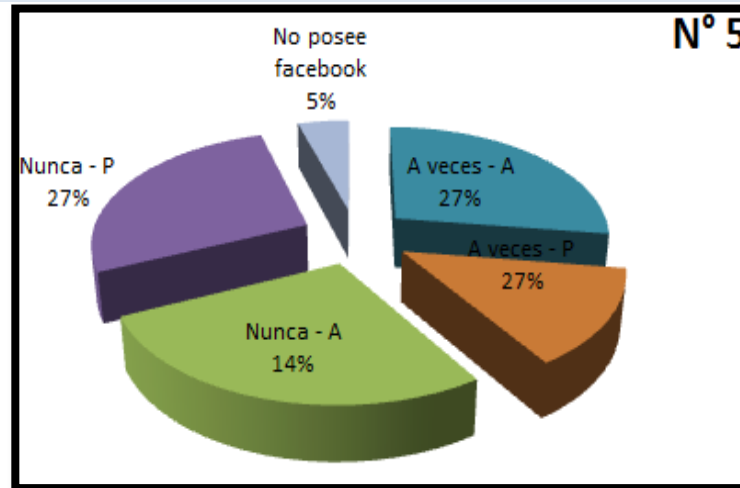


### 5. ¿Con que frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 3	27% 14%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 6	27% 27%
No posee Facebook		1	5%

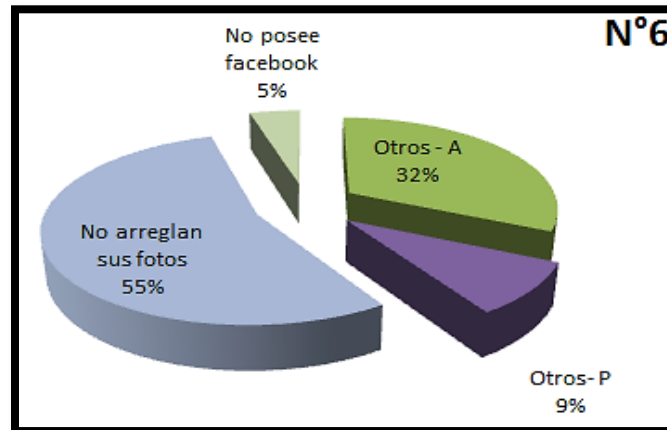


## 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Corel photo paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	7 2	32% 9%
No arreglan sus fotos		12	55%
No posee facebook		1	5%

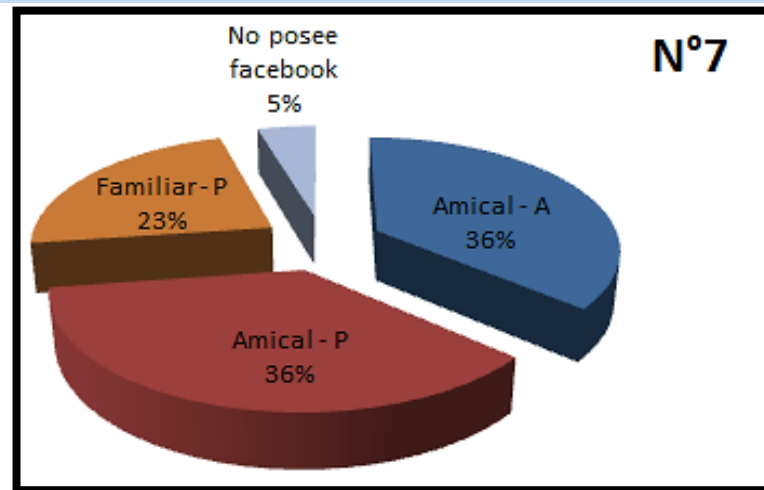


7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

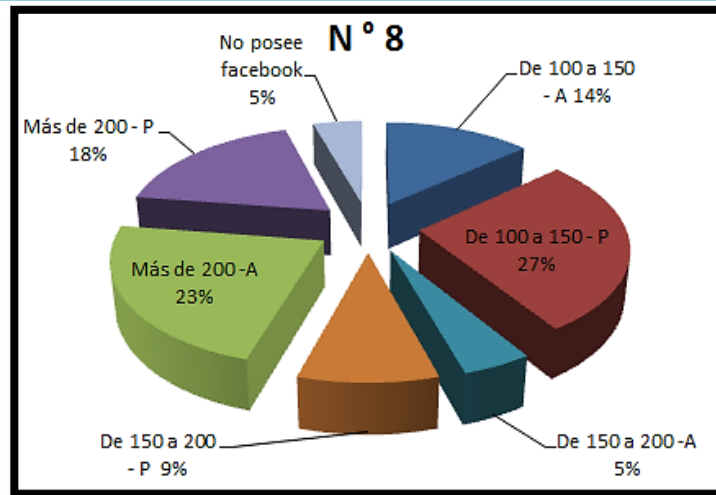


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

De 100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
De 150 a 200	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

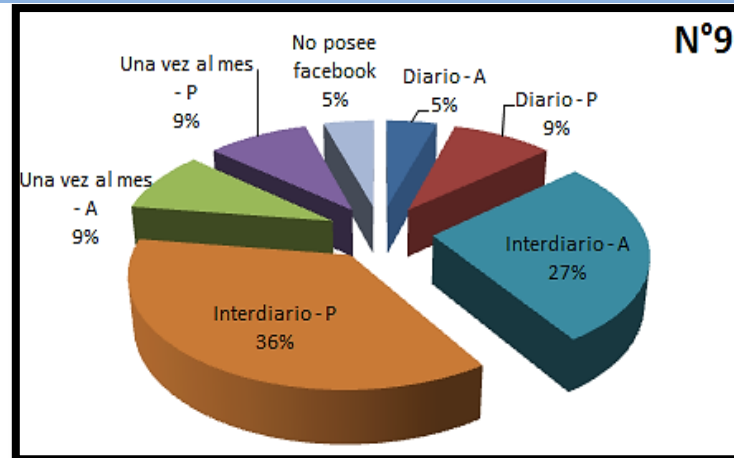


9. ¿Con que frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

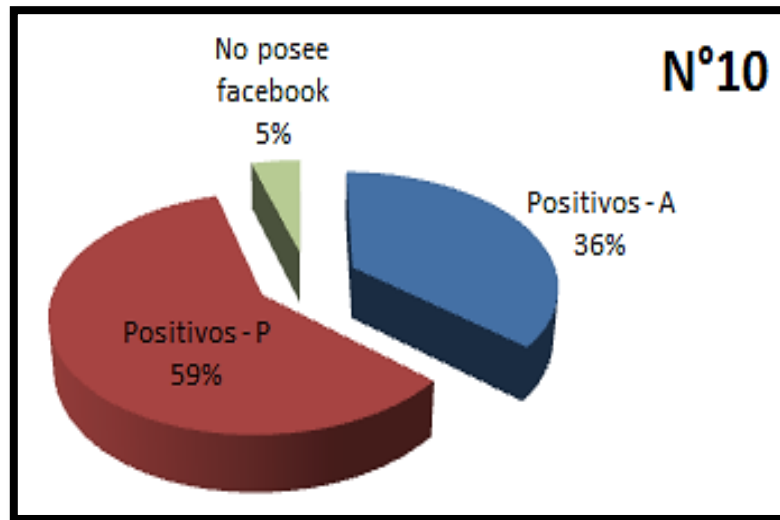
Diario	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%



## 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

### USO DE FACEBOOK

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Positivos	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	13	59%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

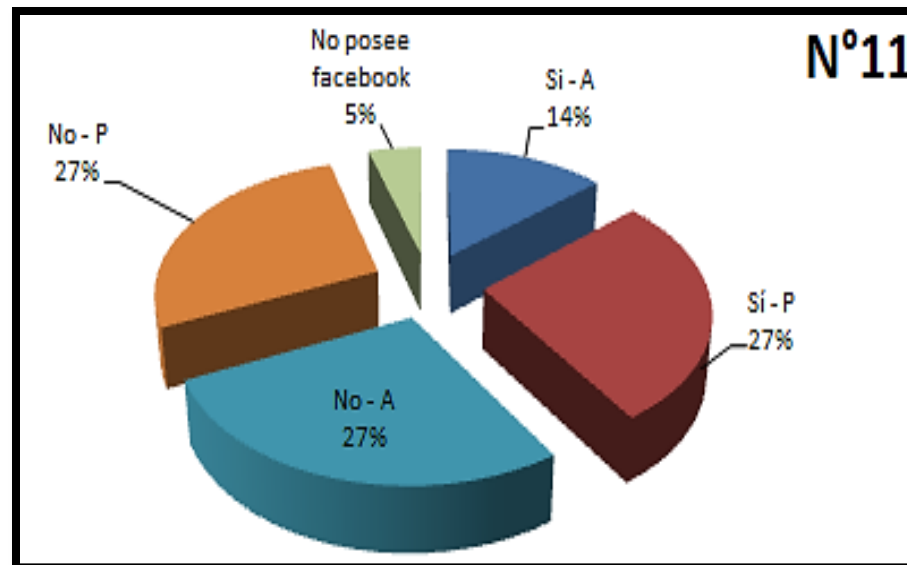


11. ¿Posees en tu cuenta de Facebook amistades del extranjero?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

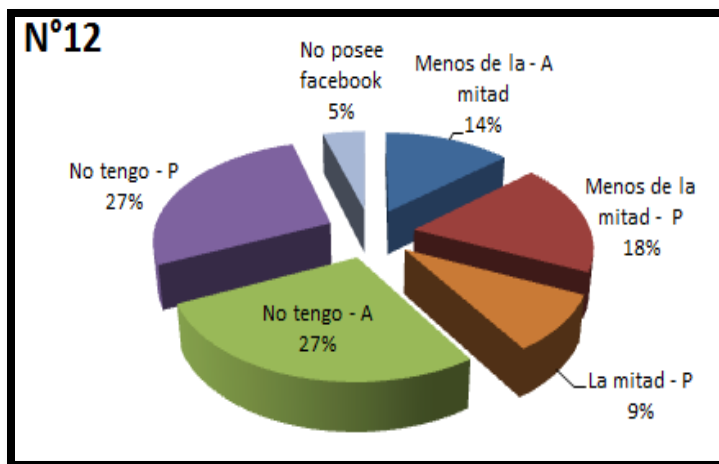


12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%





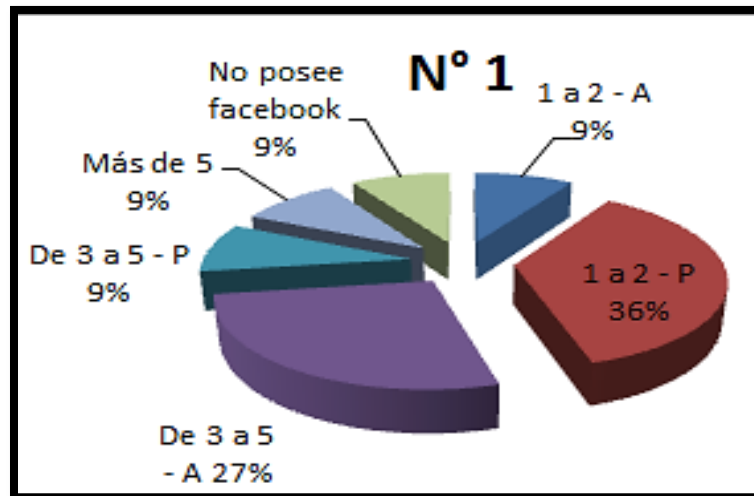
## SEGUNDO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	8	36%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	2	9%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
No posee Facebook		2	9%

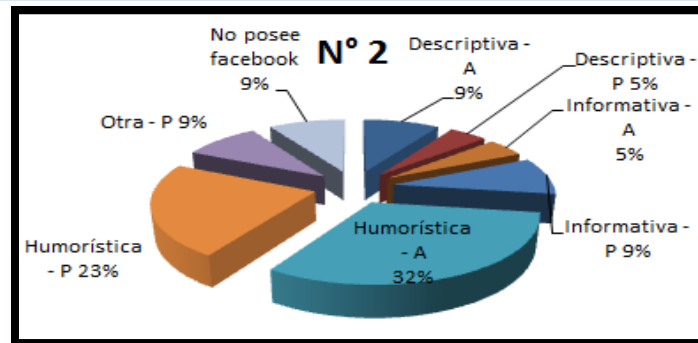


## 2 ¿Qué tipo de información pública?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	1	5%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	7	32%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA		0%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

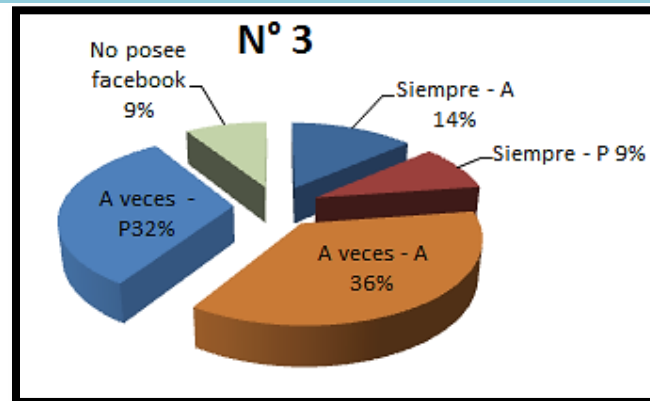


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
A veces	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	7	32%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

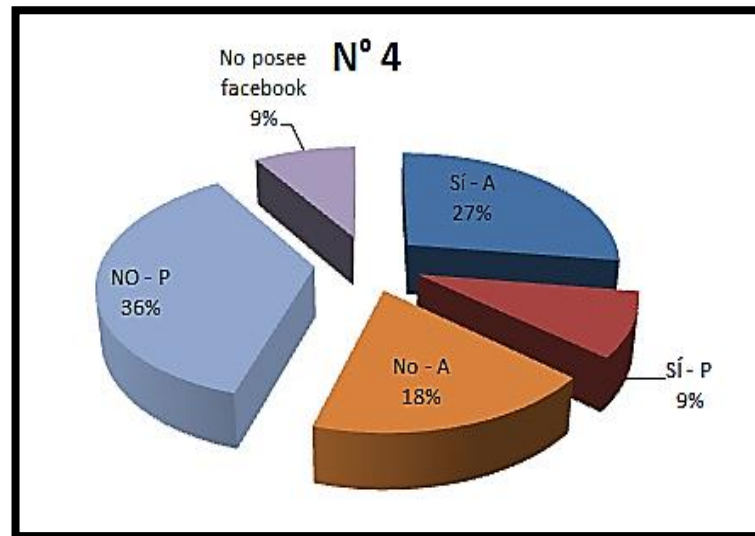


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No	ALTA AUTOESTIMA	4	18%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No posee Facebook		2	9%

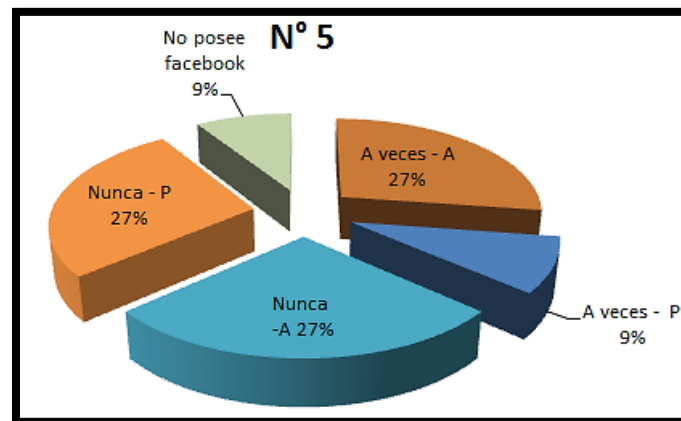


### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 2	27% 9%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 6	27% 27%
No posee Facebook		2	9%

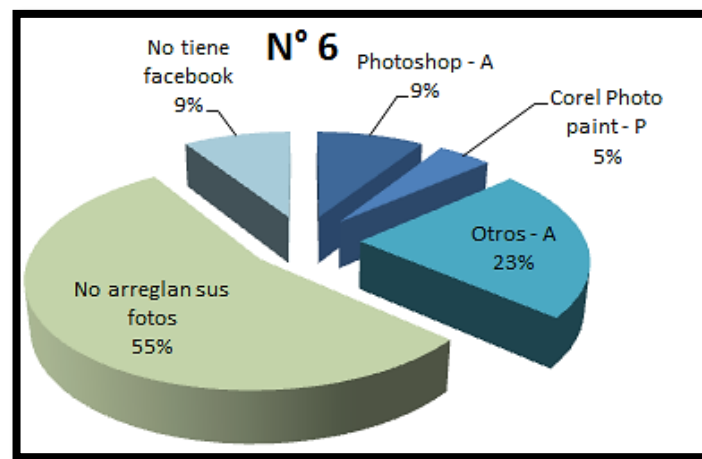


## 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	2	9%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	1	5%
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	5	23%
No arreglan sus fotos		12	55%
No tiene Facebook		2	9%

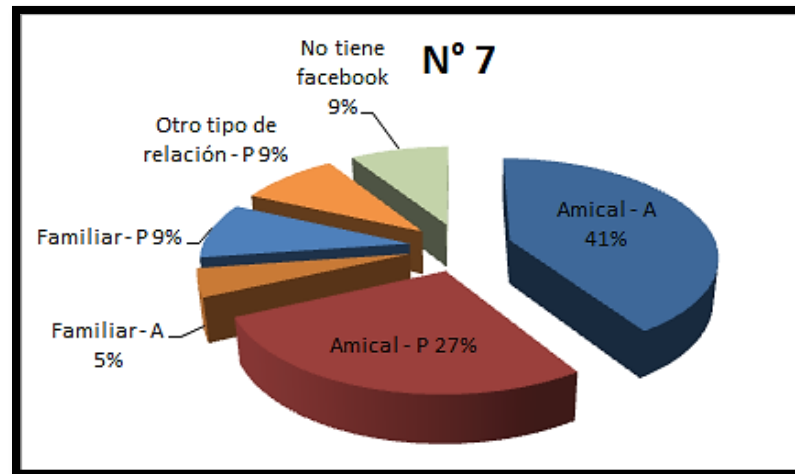


### 7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	9	41%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%

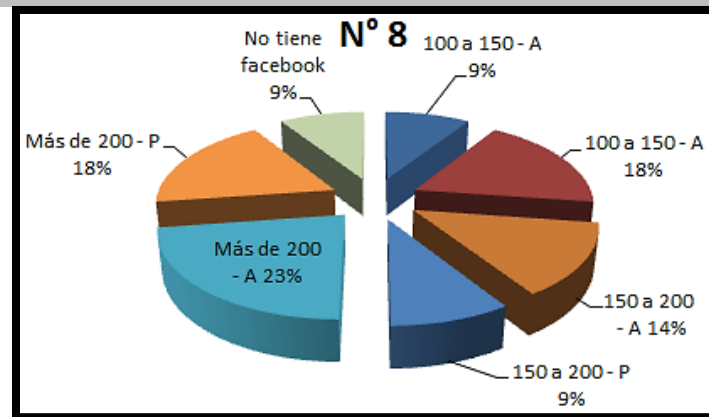


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%



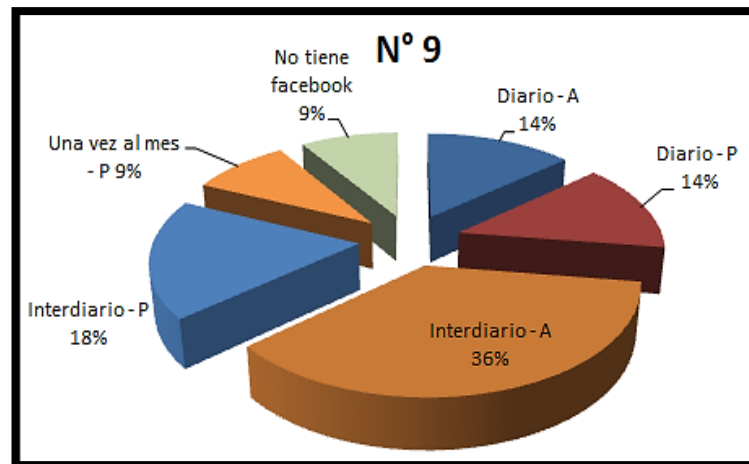


9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	3	14%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		

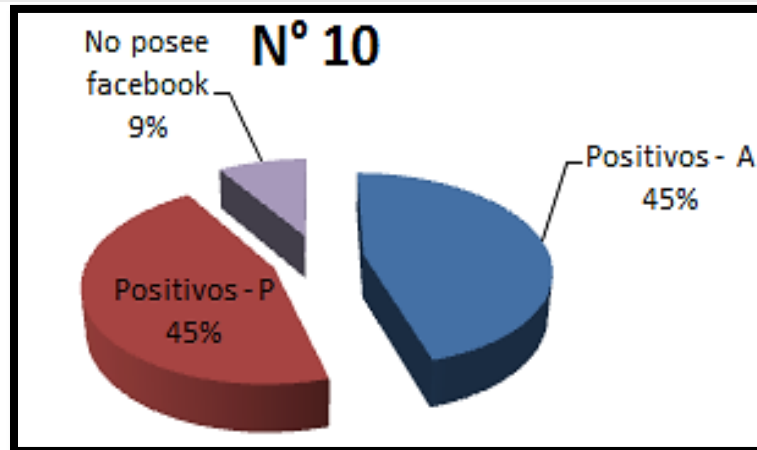


10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Positivos	ALTA AUTOESTIMA	10	45%
	PROMEDIO	10	45%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

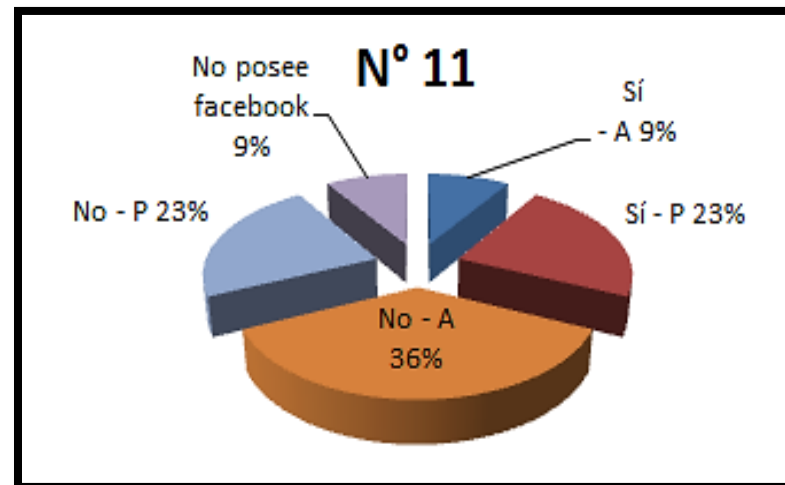


11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

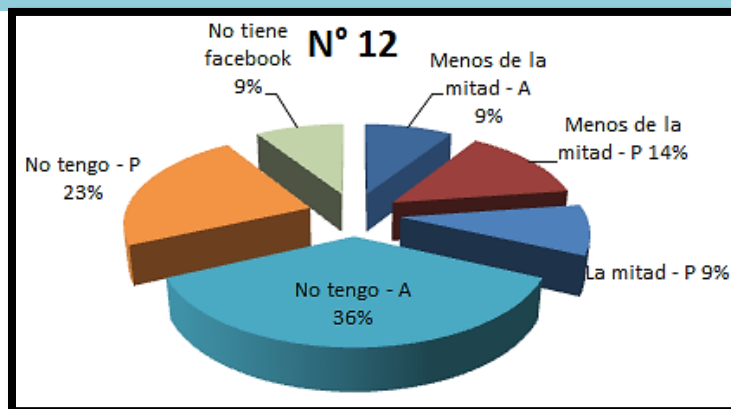


12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

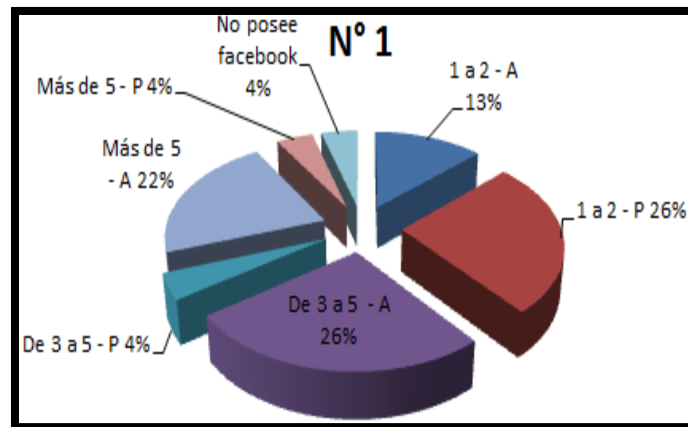
Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	3	14%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA		0%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%



## TERCERO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	3	13%
	PROMEDIO	6	26%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	1	4%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	1	4%
No posee Facebook		1	4%

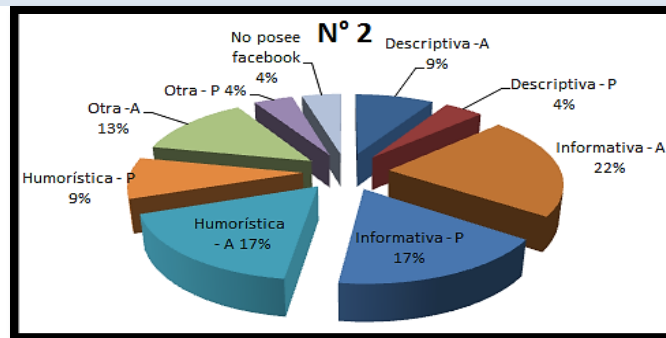


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	3	13%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

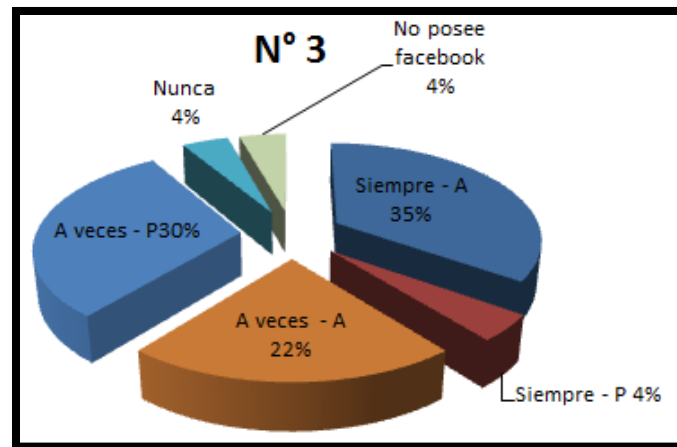


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

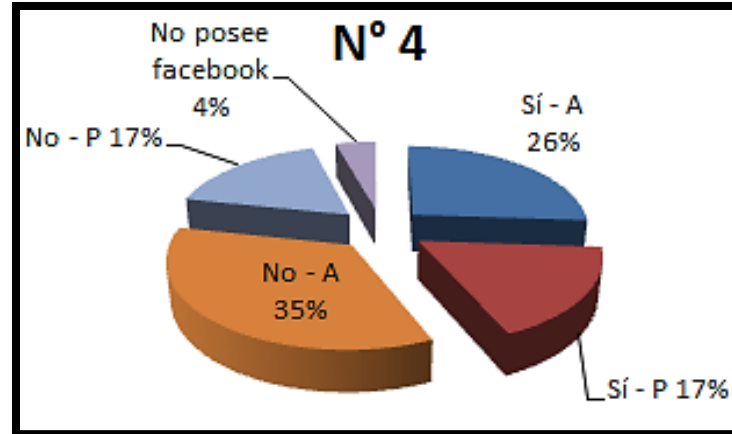


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

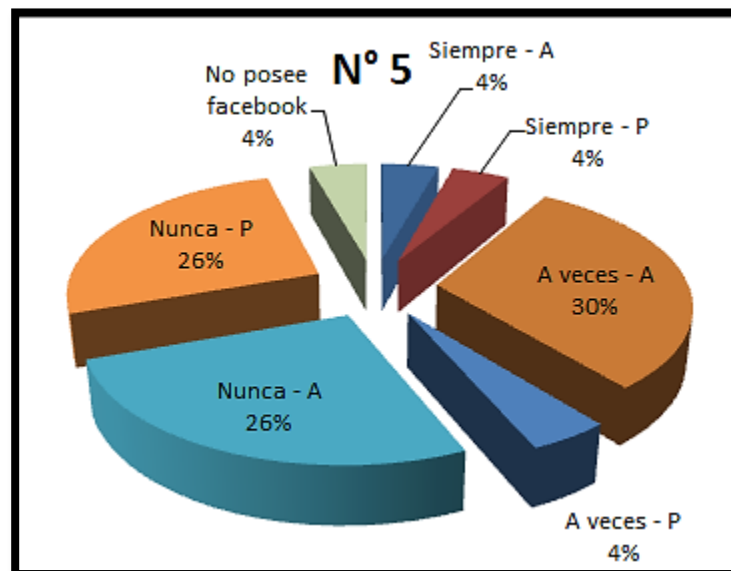
Sí	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No posee Facebook		1	4%





### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Siempre	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	30%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	6	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

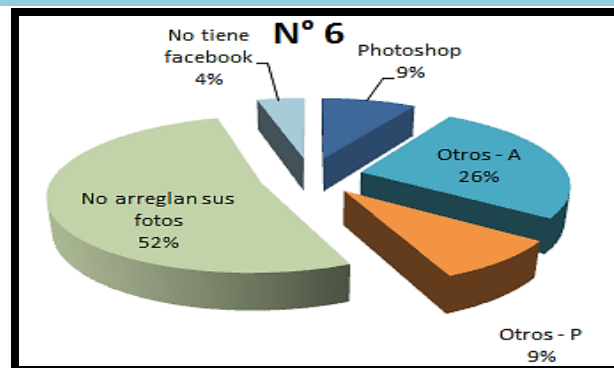


### 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	2	9%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 2	26% 9%
No arreglan sus fotos		12	52%
No tiene Facebook		1	4%

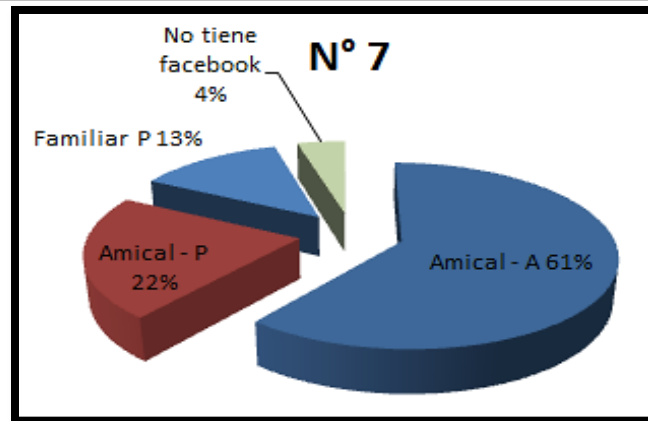


7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	14	61%
	PROMEDIO	5	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	3	13%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%

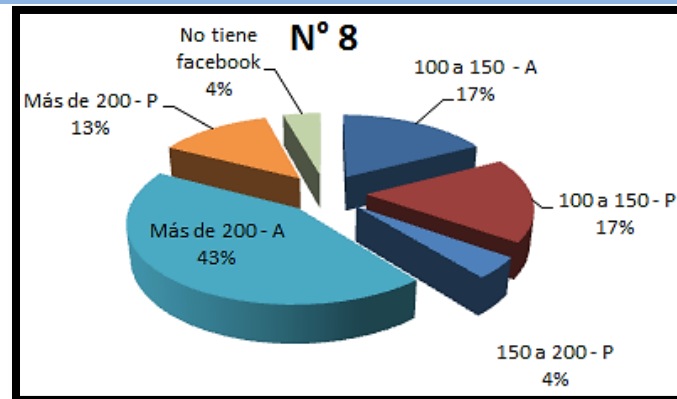


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	10	43%
	PROMEDIO	3	13%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%

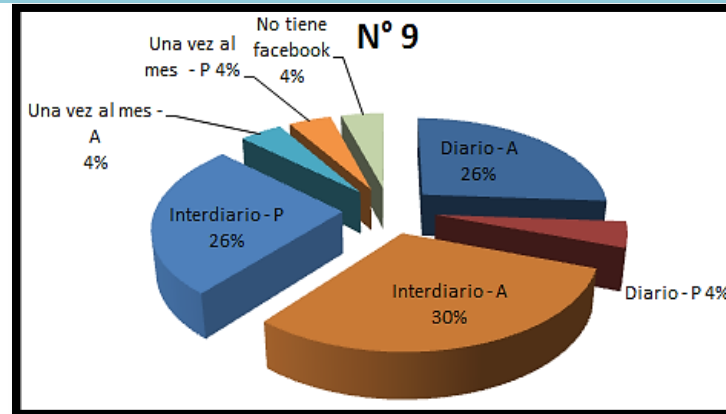


9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

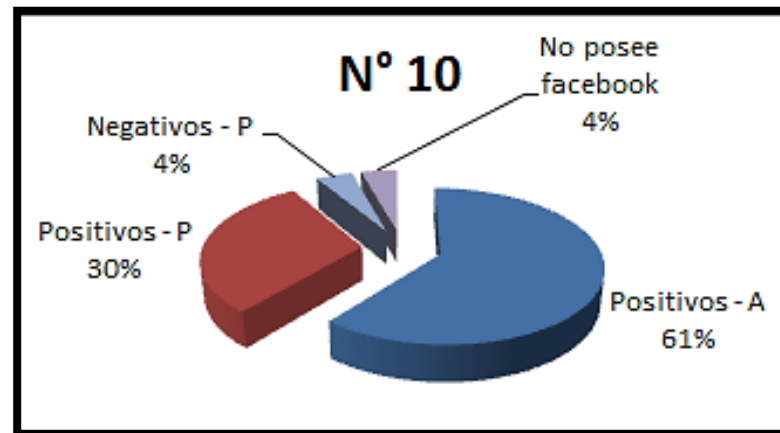
FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	7	30%
	PROMEDIO	6	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%



### 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Positivos	ALTA AUTOESTIMA	14	61%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

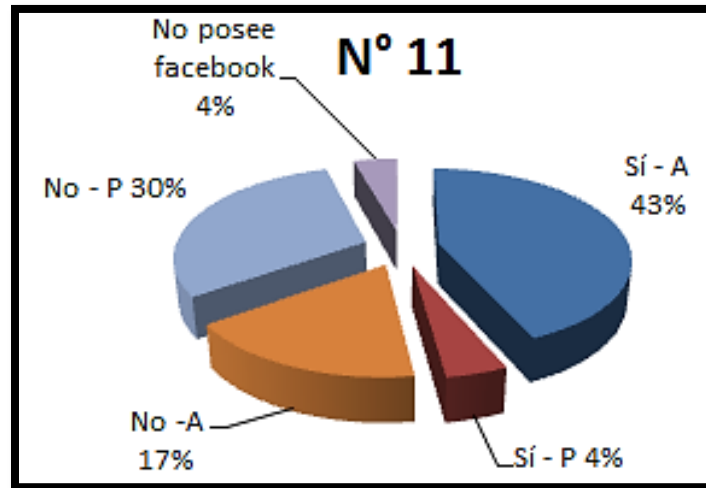


11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	10	43%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

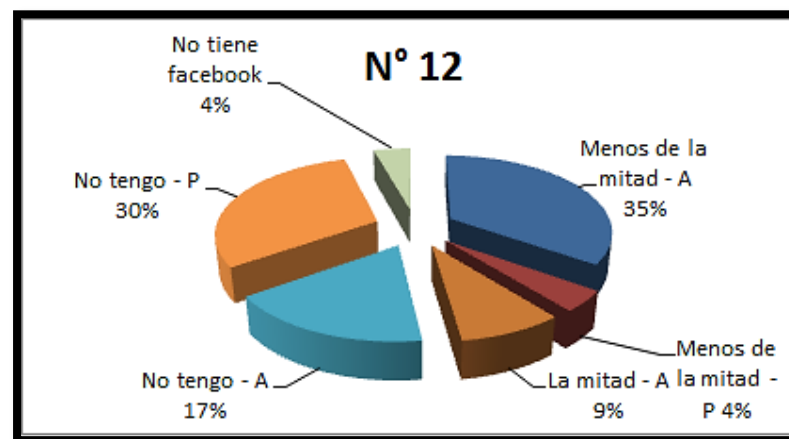


**12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?**

**USO DE FACEBOOK**

**FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA**

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%





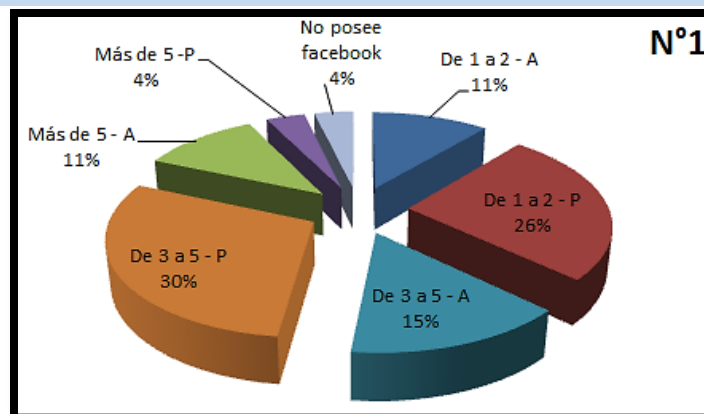
## CUARTO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

De 1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

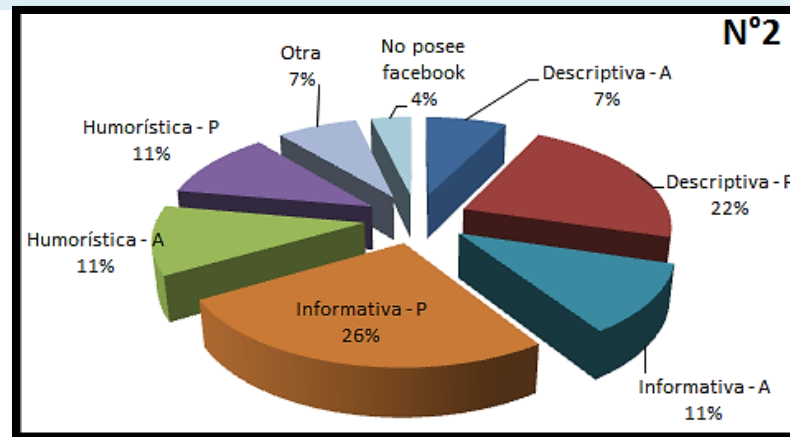


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	6	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

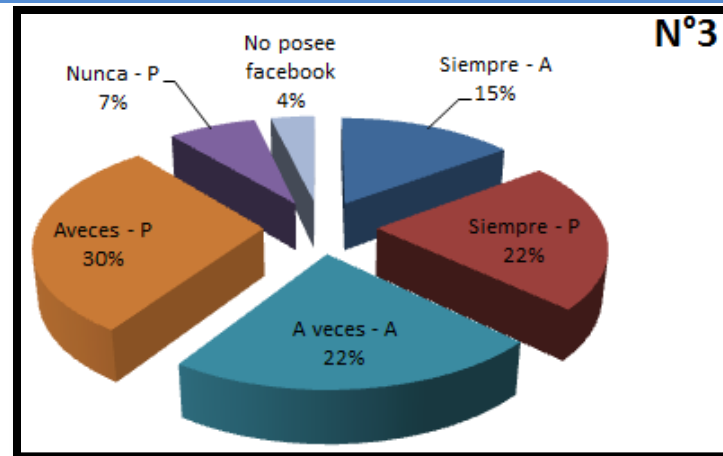


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat de Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	6	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	6	22%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	7%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	4%

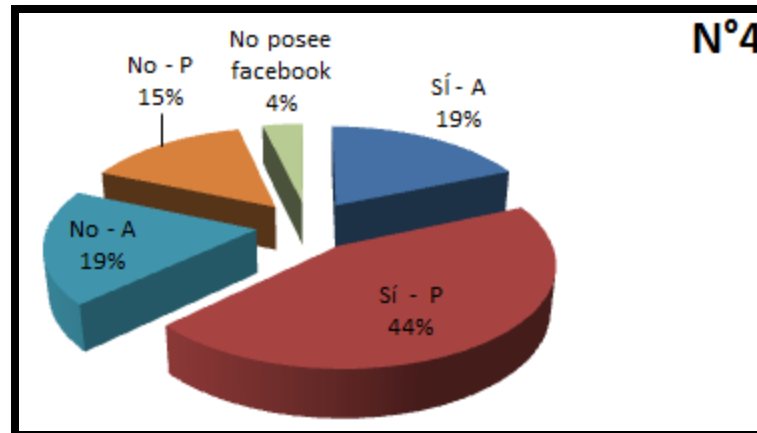


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	12	44%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

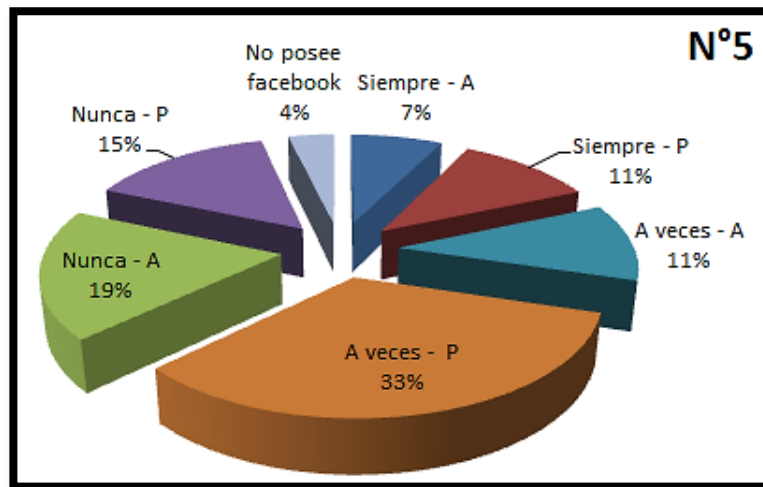


### 5. ¿Con que frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	9	33%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

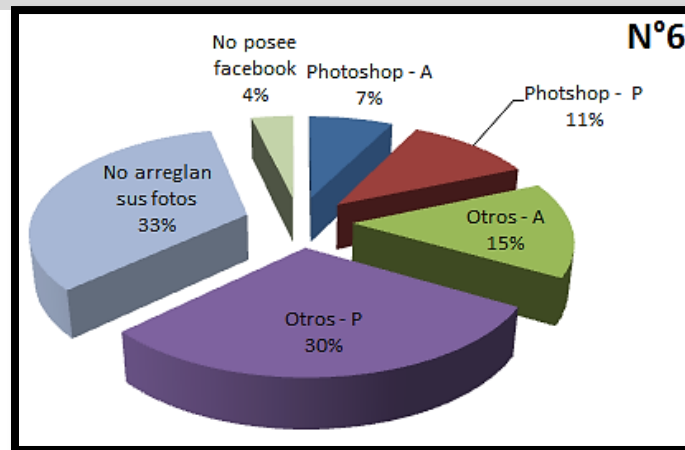


### 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Corel photo paint	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No arreglan sus fotos		9	33%
No posee Facebook		1	4%

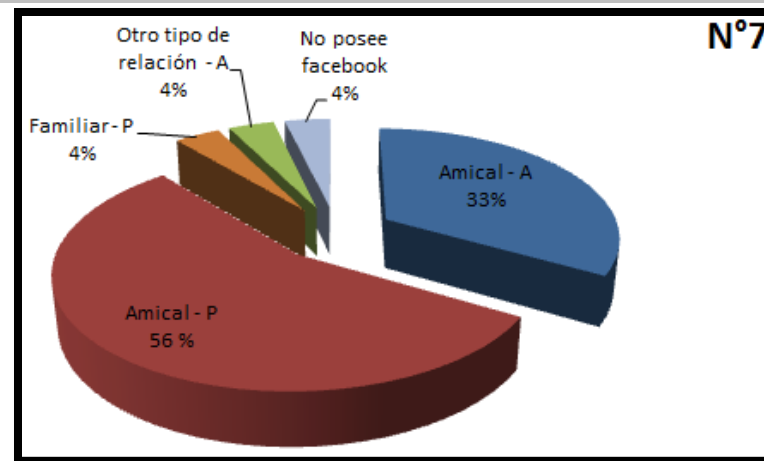


### 7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	9	33%
	PROMEDIO	15	56%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

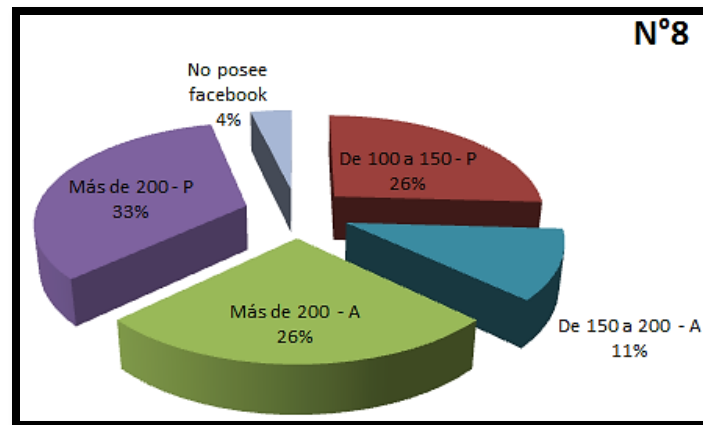


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

De 100 a 150	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	7	26%
De 150 a 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	3	11%
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	7 9	26% 33%
No posee Facebook		1	4%



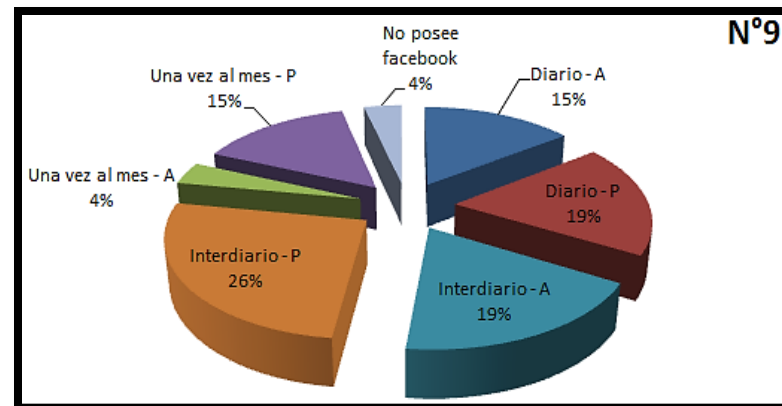


### 9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	5	19%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

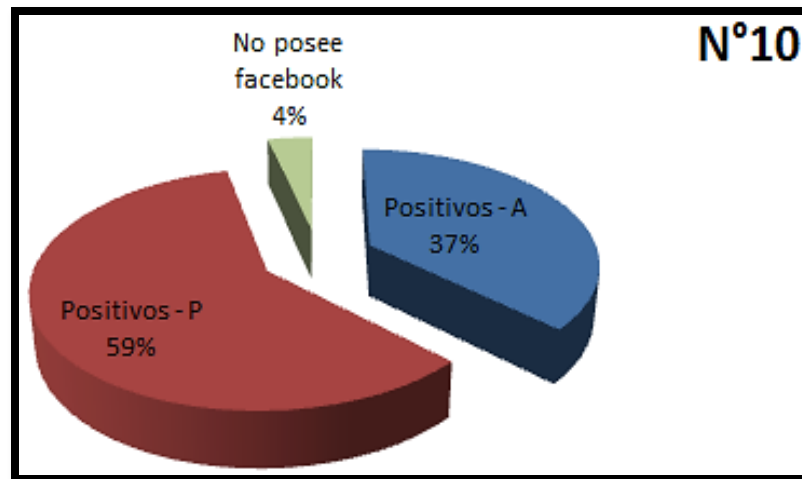


**10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?**

**USO DE FACEBOOK**

**FORMACION DE LA AUTOESTIMA**

Positivos	ALTA AUTOESTIMA	10	37%
	PROMEDIO	16	59%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

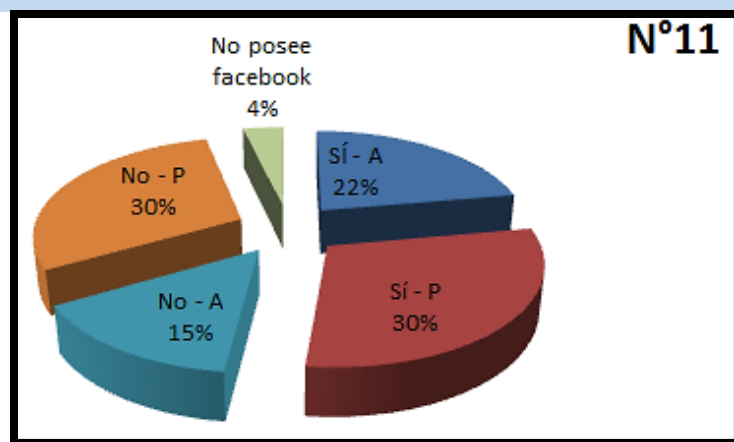


### 11. ¿Posees en tu cuenta de Facebook amistades del extranjero?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	6	22%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

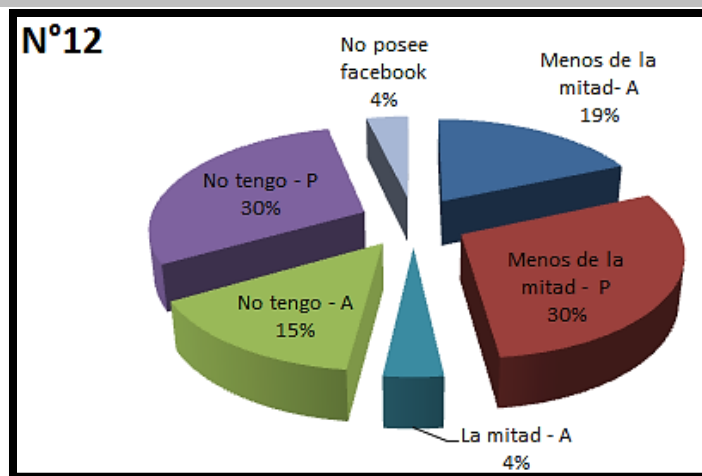


**12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?**

**USO DE FACEBOOK**

**FORMACION DE LA AUTOESTIMA**

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%



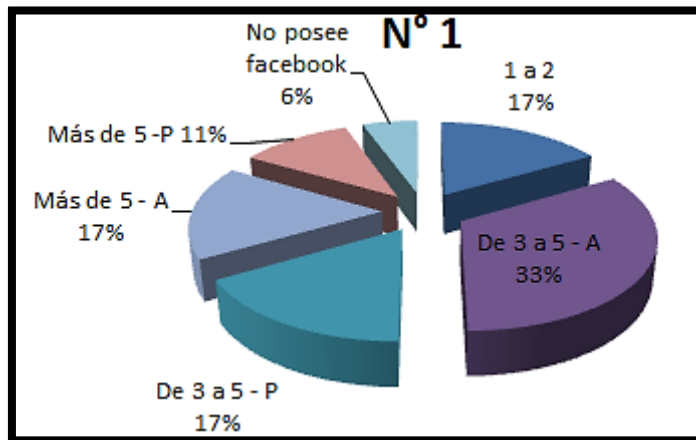
## QUINTO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

1 a 2	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	3	17%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	6 3	33% 17%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	3 2	17% 11%
No posee Facebook		1	6%

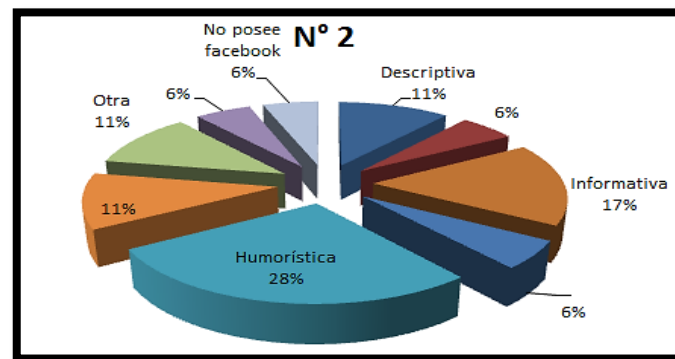


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	11%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	3	17%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	11%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%

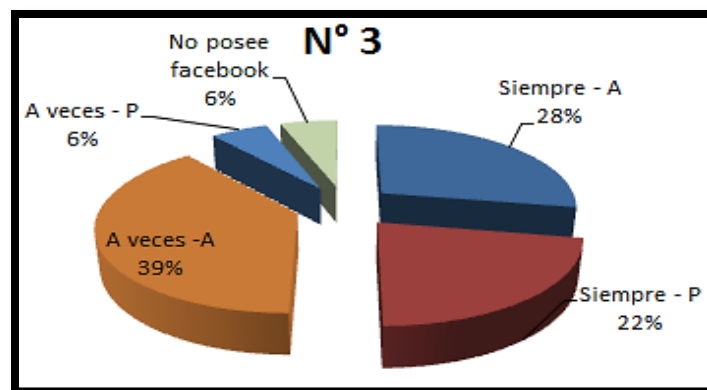


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%

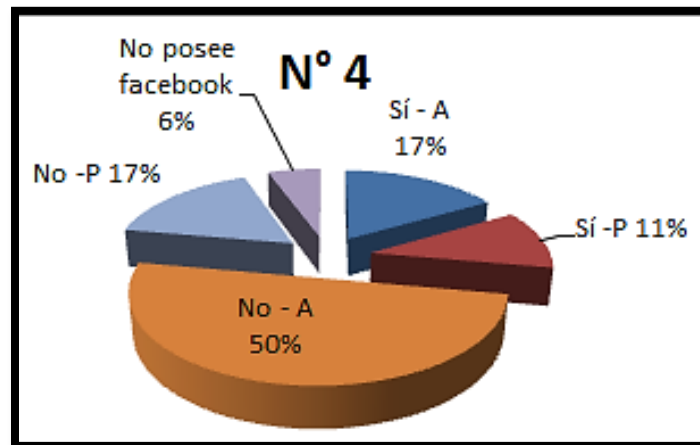


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	3	17%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	9	50%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%



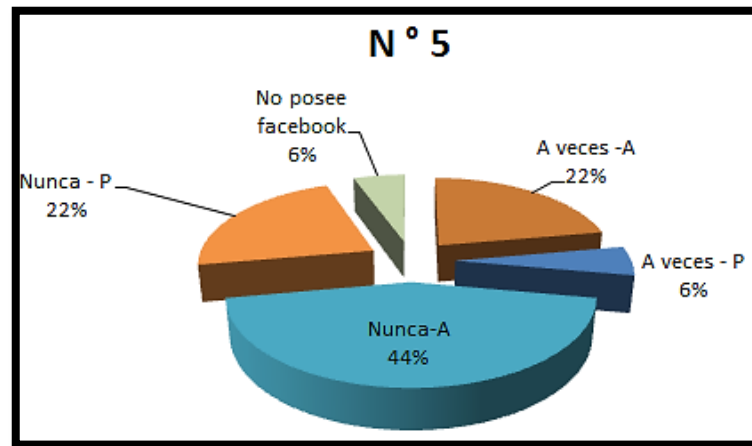


### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	4 1	22% 6%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	8 4	44% 22%
No posee Facebook		1	6%

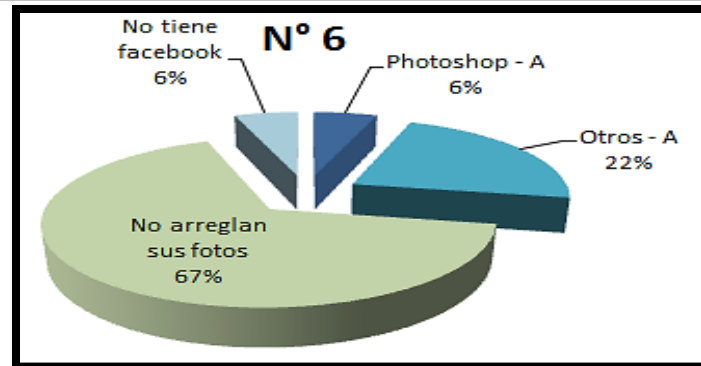


**6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?**

**USO DE FACEBOOK**

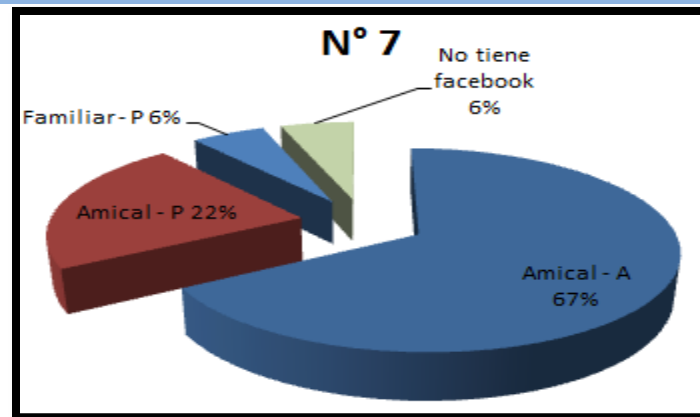
**FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA**

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	1	6%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	4	22%
No arreglan sus fotos		12	67%
No tiene Facebook		1	6%



7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Amical	ALTA AUTOESTIMA	12	67%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%

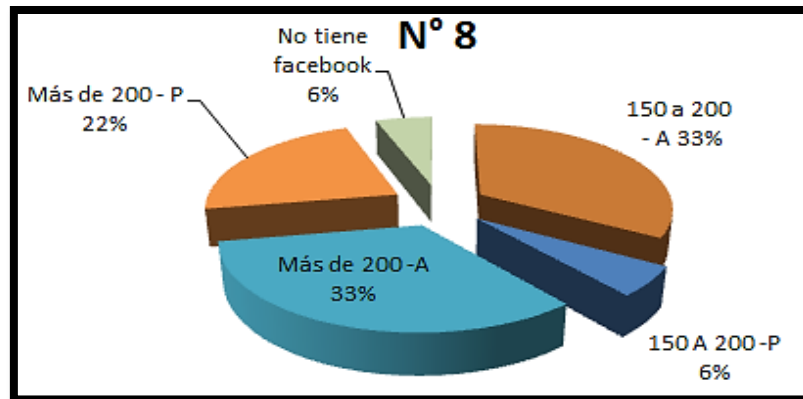


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 1	33% 6%
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 4	33% 22%
No tiene facebook		1	6%

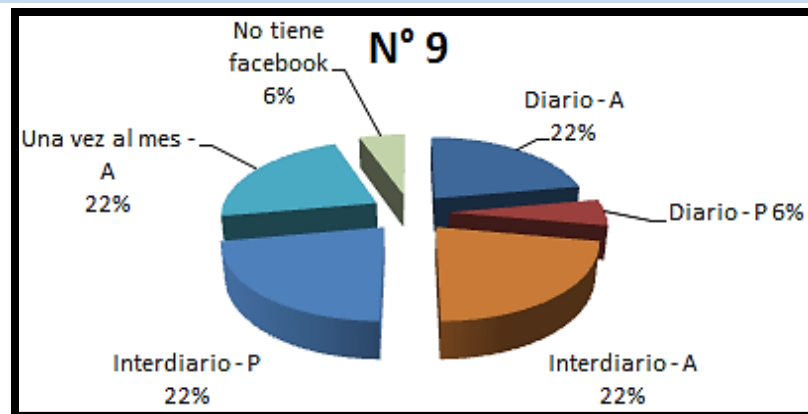


9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%

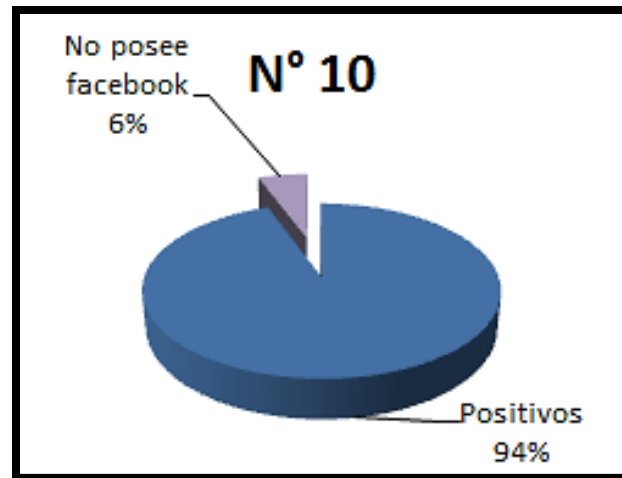


### 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

#### USO DE FACEBOOK

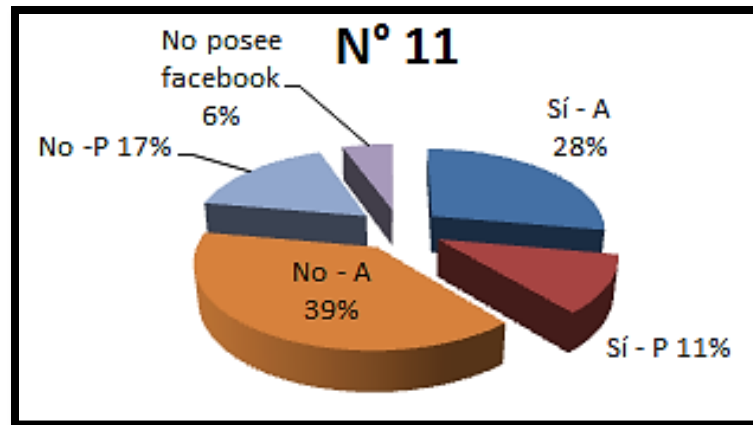
#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Positivos	ALTA AUTOESTIMA	17	94%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	6%



11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Sí	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	6%

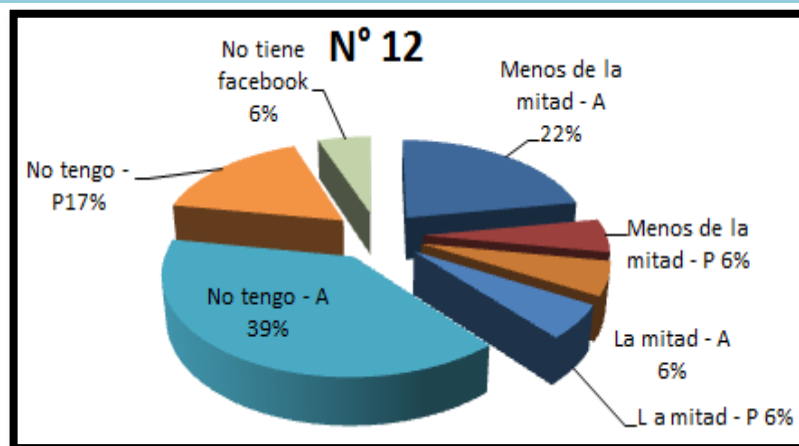


12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	1	6%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%





## ANEXO N° 4

### COMENTARIOS DE LAS ALUMNAS EN FACEBOOK

En este cuadro encontramos los comentarios positivos que reciben las alumnas en la red social FACEBOOK los cuales repercuten en la formación de su autoestima logrando reforzar su imagen personal.

Comentarios que levantan el ánimo en Facebook	Links y argumentación de los comentarios
1) <a href="#">Que Sexy, Que Sexy: \$:</a>	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=252677068121569&amp;set=a.115438151845462.24517.100001378322242&amp;type=3&amp;theate">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=252677068121569&amp;set=a.115438151845462.24517.100001378322242&amp;type=3&amp;theate</a>
2) Siempre encantadora con esa belleza incomparabl:-D	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2987082634305&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theate">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2987082634305&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theate</a>
3) k dinda shirrr cn el cueerpaso !!!(:	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2202959471716&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2202959471716&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theater</a>
4) toa una top mamamcिताaaaaa XD	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100000585162361">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100000585162361</a>
5) ♥ sales bacán...	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=191763177565502&amp;set=a.110001725741648.16354.100001954638783&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=191763177565502&amp;set=a.110001725741648.16354.100001954638783&amp;type=3&amp;theater</a>
6) Aichhh que rica estaaas! te como (: mamasotaaa	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=102446183175013&amp;set=a.102445509841747.4891.100002288945540&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=102446183175013&amp;set=a.102445509841747.4891.100002288945540&amp;type=3&amp;theater</a>
7) Mi flaquita bonita jeny te quiero mucho	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3325701104427&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3325701104427&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater</a>
8) Te recontra amooo fer !!!! ;) a pesar de todo ... Seguiremos juntos ;)	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3294270998694&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3294270998694&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater</a>

Comentarios que aplastan el ánimo en Facebook	Links y argumentación de los comentarios
1) MUELONA ♥	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=10150149965628715&amp;set=a.429457513714.223270.696683714&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=10150149965628715&amp;set=a.429457513714.223270.696683714&amp;type=3&amp;theater</a>
2) Ok. Osea que cuando por fin te encuentro en face y te hablo ni hola me dices. que mal :(	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
3) q feaaa no!!!! haces provocar jum!!!!	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
4) osea oviooo hahahha . La mas creida hahah entiraa :)	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
5) Eres una enojonaaa aaa aaa !!! - Siii:). ** ): I hate me !	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
6) Te broncearaas mínimo!! ♥ - Clarooo. no vez que con el cuerpazo q tengo voy a ir a la playa en bikini -- hahahaha. pero ya me veras (:	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
7) Eres linda yaa!!! No me des coleraaa!!! - Sii lo dices solo porque eres mi hermanaa !	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/permalink.php?story_fbid=279604422095500&amp;id=100001378322242&amp;comment_id=3130288">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/permalink.php?story_fbid=279604422095500&amp;id=100001378322242&amp;comment_id=3130288</a>
8) Ya no diré nada porque sino me gritan y se enojan. Y lo peor es que se olvidan de mi y ya no me hablan... pero buenooo ):	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100001378322242</a>

Mencionamos también los comentarios negativos que reciben las alumnas en Facebook porque lo toman en son de broma sin perjudicar de manera severa su autoestima como en el caso de los mensajes positivos.

Por último, incluimos los links de las cuentas en Facebook de algunas alumnas ya que se extrajo esta información con el permiso de cada una de ellas para no tener ningún tipo de problemas de plagio o tráfico de imágenes más adelante y para fortificar la veracidad de la información.

## ANEXO N° 5

### GLOSARIO

- **Adolescente.** Es el individuo que se encuentra entre los 10 y 19 años de edad. Persona que está en el período de transición entre la infancia y la juventud.
- **Autoestima.** Es el sentimiento valorativo de nuestro ser, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad.
- **Facebook.** Es un sitio Web del tipo red social. Inicialmente era exclusivo de estudiantes universitarios, pero se ha ampliado a cualquier persona que tenga correo electrónico.
- **Influencia.** Es la habilidad que puede ostentar una persona, un grupo o una situación particular, en el caso de que sus consecuencias afecten a una amplia mayoría de personas, de ejercer un concreto poder sobre alguien o el resto de las personas.
- **Influencia positiva.** Ve y juzga las cosas en su aspecto favorable.
- **Influencia negativa.** Que produce daño o perjuicio.
- **Socialización.** Proceso que convierte a la persona en un miembro activo y de pleno derecho de la sociedad de la que forma parte.
- **Afecto.** El afecto es la acción a través de la cual un ser humano le profesa su amor a otro ser humano. Ese sentimiento no es exclusivamente hacia otro individuo; se puede materializar y profesar hacia una mascota, por ejemplo.
- **Descriptiva:** Que describe por ejemplo en el caso del uso del Facebook las alumnas describen como se sienten, qué planes tienen, que piensan, en qué lugares se encuentran, etc.
- **Informativa:** Que da noticia de algo. Las alumnas publican los acontecimientos que suceden en su entorno y a nivel mundial ya sea información de artistas, cultura, política, arte, etc.
- **Humorística:** Las alumnas comparten publicaciones cómicas, burlescas, risueñas con sus contactos.

## ANEXO N° 6

### INVENTARIO DE AUTOESTIMA VERSIÓN JÓVENES

NOMBRE:.....EDAD:..... SEXO: (M)(F)

AÑO DE ESTUDIOS:.....FECHA:.....

Marque con un Aspa (X)debajo de V ó F de acuerdo a los siguientes criterios:

**V** cuando la frase SÍ coincide con su forma de ser o pensar

**F** si la frase NO coincide con su forma de ser o pensar

N°	FRASE DESCRIPTIVA	V	F
1	Las cosas mayormente no me preocupan		
2	Me es difícil hablar frente a la clase		
3	Hay muchas cosas sobre mí mismo que cambiaría si pudiera		
4	Puedo tomar decisiones sin dificultad		
5	Soy una persona agradable		
6	En mi casa me molesto muy fácilmente		
7	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo		
8	Soy conocido entre los chicos de mi edad		
9	Mis padres mayormente toman en cuenta mis sentimientos		
10	Me rindo fácilmente		
11	Mis padres esperan mucho de mí		
12	Es bastante difícil ser yo mismo		
13	Mi vida está llena de problemas		
14	Mis compañeros mayormente aceptan mis ideas		
15	Tengo una mala opinión acerca de mí mismo		
16	Muchas veces me gustaría irme de mi casa		
17	Mayor mente me siento incomoda en mi colegio		

18	Físicamente no soy tan simpático como la mayoría de las personas		
19	Si tengo algo que decir generalmente lo digo		
10	Mis padres me comprenden		
21	La mayoría de las personas caen mejor de lo que yo caigo		
22	Mayormente siento como si mis padres estuvieran presionándome		
23	Me siento subestimado (a) por mis compañeros de estudio		
24	Desearía ser otra persona		
25	No se puede confiar en mí		
26	Nunca me preocupo de nada		
27	Estoy seguro de mí mismo		
28	Me aceptan fácilmente en un grupo		
29	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos		
30	Paso bastante tiempo imaginando mi futuro		
31	Desearía tener menos edad que la que tengo		
32	Siempre hago lo correcto		
33	Estoy orgulloso de mi rendimiento en el colegio		
34	Alguien siempre tiene que decirme lo que debo hacer		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago		
36	Nunca estoy contento		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo para conseguir logros académicos		
38	Generalmente puedo cuidarme solo		
39	Soy bastante feliz		
40	Preferiría jugar con los jóvenes menores que yo		
41	Me agradan todas las personas que conozco		
42	Me gusta cuando me invitan a exponer un tema de mi profesión		

43	Me entiendo a mí mismo		
44	Nadie me presta mucha atención en casa		
45	Nunca me resonarán		
46	No me está yendo tan bien en el colegio como yo quisiera		
47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48	Realmente no me gusta ser joven		
49	No me gusta estar con otras personas		
50	Nunca soy tímido		
51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo		
52	Soy el centro de las bromas que realizan mis compañeros		
53	Siempre digo la verdad		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz		
55	No me importa lo que me pase		
56	Soy un fracaso		
57	Me fastidio fácilmente cuando me llaman la atención		
58	Toda acción que realizo siempre debo comunicárselo a los demás		

## ANEXO N° 7

### Universidad Privada del Norte

#### Encuesta sobre la Influencia del Facebook en la Autoestima

Edad:

Fecha:

La presente encuesta pretende determinar el nivel de Influencia del Facebook en la autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2011.

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?  
a) 1 – 2                      b) 3 – 5                      c) más de 5
2. ¿Qué tipo de información pública?  
a) Descriptiva              b) Informativa              c) Humorística              d) Otra:.....
3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?  
a) Siempre                  b) A veces                  c) Nunca
4. ¿Arreglas tus fotos?  
a) Sí                              b) No
5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?  
a) Siempre                  b) A veces                  c) Nunca
6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?  
a) Photoshop              b) Corel photo paint      c) Otros, especifique.....
7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?  
a) Amical                      b) Familiar                      c) Otro tipo de relación.....
8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?  
a) 100 – 150              b) 150 – 200              c) más de 200
9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?  
a) Diario                      b) Interdiario              c) Una vez al mes
10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?  
a) Positivos                  b) Negativos
11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?  
a) Sí                              b) No
12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?  
a) Menos de la mitad      b) la mitad                  c) No tengo



ANEXO N° 8



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE  
Laureate International Universities®

ENTREVISTA A LAS ALUMNAS DEL NIVEL SECUNDARIO DE LA  
I.E.P “MARÍA DE NAZARET” 2012

Nombre:.....Edad:.....

Grado:.....Fecha:.....

1. ¿Para qué utilizas Facebook?
2. ¿Utilizas Facebook todos los días?
3. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook?
4. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook?
5. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente?
6. ¿Qué significa Facebook para ti?
7. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook?
8. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos?
9. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo?
10. ¿Cómo te animaste en crearte una cuenta en Facebook?
11. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué?
12. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho?
13. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías?
14. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real?
15. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?

## ANEXO N° 9

### SINTESIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A 25 ALUMNAS DE 1° A 5° DE SECUNDARIA DE LA I.E.P “MARÍA DE NAZARET”

**1. ¿Para qué utilizas Facebook?**

Para chatear con mis amigos y familiares que están lejos, subir fotos y enterarnos de los acontecimientos del día a día.

**2. ¿Utilizas Facebook todos los días?**

Sí

**3. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook?**

De 2 a 3 horas diarias

**4. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook?**

Sí

**5. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente?**

200 a 5000

**6. ¿Qué significa Facebook para ti?**

Es una red social

**7. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook?**

Conocer más personas

**8. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos?**

Bien y felices

**9. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo?**

No

**10. ¿Cómo te animaste en crearte una cuenta en Facebook?**

Por familiares y amigos

**11. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué?**

No

**12. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho?**

No.

**13. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías?**

La mayoría

**14. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real?**

A la mayoría

**15. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?**

Normal

ANEXO N° 10

# **MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Variables	Aspectos	Sub aspectos	Indicadores	Preguntas	Respuestas
FACEBOOK	Aspectos tecnológicos	Álbums Fotografías Muro de información Chat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de álbumes fotográficos</li> <li>• Tipo de información que utiliza</li> <li>• Comunicación con el entorno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?</li> <li>• ¿Qué tipo de información publicas?</li> <li>• ¿Con qué frecuencia utilizas el chat?</li> <li>• ¿Qué tipo de programas utilizas?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ a)1-2, b)3-5,c)más de 5</li> <li>✓ a)Descriptiva, b)Informativa, c)Humorística d) Otra</li> <li>✓ Siempre, b) A veces, c)Nunca</li> <li>✓ a) Photoshop, b) Corel photo paint, c) Otros especifique)</li> </ul>
	Aspectos de red social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociabilidad</li> <li>• Pluralidad</li> <li>• Puntos de vista</li> <li>• Construcción de identidad</li> <li>• Construcción de nuevas relaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación que establece con las personas</li> <li>• Amistades que posee</li> <li>• Concepto que tienen otros hacia uno</li> <li>• Favorece o no la autoestima</li> <li>• Interés por nuevas culturas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipo de Relación estableces con los contactos?</li> <li>• ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?</li> <li>• ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?</li> <li>• ¿Qué tipo de comentarios recibes?</li> <li>• ¿Arreglas tus fotos?</li> <li>• ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?</li> <li>• ¿Qué porcentaje de tus amistades representa la extranjera?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amical, b)Familiar, c) Otro tipo de relación</li> <li>✓ a)100 – 150, b) 150 – 200, c) más de 200</li> <li>✓ a) Diario, b) Interdiario c) Una vez al mes</li> <li>✓ a) Positivos, b) Negativos</li> <li>✓ a) Sí, b) No</li> <li>✓ a) Sí, b) No</li> <li>✓ a) Menos de la mitad, b) la mitad, c) No tengo</li> </ul>

Variables	Aspectos	Sub aspectos	Indicadores	Preguntas
<p><b>INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>USO DEL FACEBOOK</b></p>	<p>Aspectos del uso del Facebook</p>	<p>a) Cuenta b) Fotografías c) Muro d) Comentarios e) Chat</p>	<p>a) Usos de Facebook en su vida diaria b) Publicaciones en Facebook c) Comunicación con sus contactos d) Importancia de la red social Facebook</p>	<p>16. ¿Para qué utilizas Facebook? 17. ¿Utilizas Facebook todos los días? 18. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook? 19. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook? 20. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente? 21. ¿Qué significa Facebook para ti?</p>
<p><b>DEPENDIENTE</b></p> <p><b>FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA</b></p>	<p>Aspectos de la formación de la autoestima</p>	<p>f) Autoconcepto g) Autoconciencia h) Autorrevelación i) Profecías auto cumplidas j) Comunicación e identidad k) Ausencia de confirmación</p>	<p>f) Imagen de sí mismo g) Comunicación intrapersonal h) Cómo se muestra frente a los demás i) Influencia del entorno j) Interacción que establece con sus contactos k) Falta de integración</p>	<p>22. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook? 23. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos? 24. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo? 25. ¿Cómo te animaste en crear una cuenta en Facebook? 26. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué? 27. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho? 28. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías? 29. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real? 30. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?</p>

## CUADRO DE CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes \ Actividad	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1° Realización de Proyecto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
2° Presentación de Proyecto													■	■	■	■																
3° Realización de Encuestas																	■	■														
4° Tabulación de encuestas																					■	■										
5° Análisis de resultados																									■							
6° Investigación y análisis de los temas																									■	■	■	■				
7° Avance y desarrollo de los temas																													■	■		
8° Presentación y sustentación de tesis																													■	■	■	■

**Inversiones:** Presupuesto y **Financiamiento:** Recursos propios

MATERIALES	COSTO
Fotocopias	S/. 2.00
Impresiones	S/. 5.00
Luz	S/. 35.00
Internet	S/. 50.00
Pasajes	S/. 20.00
Imprevistos	S/. 10.00
Folders	S/. 5.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 127.00</b>

## CAPÍTULO VII

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#### Bibliografía

- Abat, J. (22 de 09 de 2007). *unblogmas*. Recuperado el Lunes de agosto de 2011, de unblogmas: <http://www.unblogmas.com/posts/facebook-el-pasado-2004-2006/>
- Arango, L. A. (2 de octubre de 2000). *Biblioteca Virtual*. Recuperado el 15 de agosto de 2011, de Biblioteca Virtual: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>
- Berlo, D. K. (1984). El proceso de la comunicación. En D. K. Berlo, *El proceso de la comunicación* (pág. 75). Buenos Aires: El Ateneo.
- Bermudez. (30 de abril de 2010). *El comercio.pe*. Recuperado el 22 de julio de 2010, de El comercio.pe: <http://elcomercio.pe/tecnologia/469815/noticia-peru-tiene-mas-dos-millones-usuarios-facebook>
- Bethami A. Dobkin, R. C. (2007). Comunicación en un mundo cambiante. En R. C. Bethami A. Dobkin, *Comunicación en un mundo cambiante* (págs. 38 - 60). México: Mc Graw - Hill.
- Carlos Fernandez, L. G. (2009). Teoría de la comunicación. En L. G. Carlos Fernandez, *Teoría de la comunicación* (págs. 160-169). México: Mc Graw Hill.
- Carlos Fernández, L. G. (2009). Teoría de la comunicación. En L. G. Carlos Fernández, *Teoría de la comunicación* (págs. 160 - 170). México: Mc Graw - Hill.
- Carreras, R. (13 de Julio de 2011). *robertocarreras.es*. Recuperado el 22 de Agosto de 2011, de robertocarreras.es: <http://robertocarreras.es/que-es-la-influencia-en-las-redes-sociales-herramientas-para-medirla/>
- Cols, X. J. (7 de Junio de 2010). *Buenas tareas*. Recuperado el 24 de Julio de 2011, de Buenas tareas: <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Influencia-Negativa-Del-Facebook-y/432693.html>
- Dans, E. (5 de Abril de 2009). *El blog de Enrique Dans*. Recuperado el 1 de Junio de 2012, de El blog de Enrique Dans: <http://www.enriquedans.com/2009/04/la-importancia-de-la-foto-en-las-redes-sociales.html>
- Dominick, J. R. (2006). La dinámica de la comunicación. En J. R. Dominick, *La dinámica de la comunicación* (págs. 297 - 304). México: Mc Graw Hill.



- Entee, E. M. (1996). COMUNICACIÓN ORAL PARA EL LIDERAZGO EN EL MUNDO MODERNO. En E. M. Entee, *COMUNICACIÓN ORAL PARA EL LIDERAZGO EN EL MUNDO MODERNO* (págs. 132 - 182). Mexico: Mc Graw - Hill.
- García, A. R. (8 de marzo de 2011). *LaRepublica.pe*. Recuperado el 25 de Julio de 2011, de *LaRepublica.pe*: <http://www.larepublica.pe/08-03-2011/peru-cuatro-millones-de-usuarios-en-facebook>
- García, J. R. (1982). *Teoría de la comunicación*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Gross, D. (2 de marzo de 2011). *cnn mexico*. Recuperado el 2 de junio de 2012, de *cnn mexico*: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/03/02/pasar-tiempo-en-facebook-podria-mejorar-la-autoestima-de-los-usuarios>
- Gross, D. (29 de Agosto de 2011). *CNN MEXICO*. Recuperado el 25 de julio de 2011, de *CNN MEXICO*: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/08/29/las-mujeres-jovenes-usuarias-avanzadas-de-las-redes-sociales-en-eu>
- Gross, D. (2 de Marzo de 2011). *CNN MEXICO*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de *CNN MEXICO*: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/03/02/pasar-tiempo-en-facebook-podria-mejorar-la-autoestima-de-los-usuarios>
- Gross, D. (2 de Marzo de 2011). *CNN México*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de *CNN México*: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/03/02/pasar-tiempo-en-facebook-podria-mejorar-la-autoestima-de-los-usuarios>
- Gross, M. (1 de Setiembre de 2008). *Pensamiento imaginactivo*. Recuperado el 02 de junio de 2012, de *Pensamiento imaginactivo*: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/267631/Facebook-es-la-mas-potente-herramienta-de-comunicacion.html>
- Guerre, A. (17 de Diciembre de 2011). *Clubensayos.com*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2011, de *Clubensayos.com*: <http://clubensayos.com/Temas-Variados/La-Muerte-Lujuriosa/155915.html>
- Jesús, M. d. (1 de noviembre de 2010). *Soed professional group*. Recuperado el 22 de julio de 2010, de *Soed professional group*: <http://soedpr.blogspot.com/2010/11/la-autoestima-de-los-adolescentes-y-el.html>
- Justtino. (2010). Importancia de las redes sociales. *Kukulcán desing*, 14-15.
- Luis, J. (08 de Mayo de 2009). *vidadigitalradio*. Recuperado el 30 de Julio de 2011, de *vidadigitalradio*: <http://www.vidadigitalradio.com/influencia-redes-sociales/>

- Marco. (16 de Diciembre de 2008). *Urchil*. Recuperado el 16 de Febrero de 2012, de Urchil: <http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html>
- Mehzizadeh, S. (10 de setiembre de 2010). *El Universal.mx*. Recuperado el 23 de julio de 2011, de El Universal.mx: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/707829.html>
- Motta, A. R. (02 de Octubre de 2009). *adolescenza.org*. Recuperado el 03 de Agosto de 2011, de adolescenza.org: <http://www.adolescenza.org/risueno.pdf>
- Normam, V. Á. (Martes de Junio de 2005). *Manual Introductorio al Análisis de Redes Sociales*. Recuperado el Jueves de Agosto de 2011, de Manual Introductorio al Análisis de Redes Sociales: [http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual\\_AR.S.pdf](http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual_AR.S.pdf)
- Núñez, M. V. (07 de Diciembre de 2010). *ilustrados.com*. Recuperado el 12 de Agosto de 2011, de ilustrados.com: <http://www.ilustrados.com/tema/7299/Adolescencia--caracteristicas-fisiologicas-psicologicas-sociologicas.html>
- Ortiz, A. (24 de Noviembre de 2008). *Error.500.net*. Recuperado el Viernes de Agosto de 2011, de Error.500.net: <http://www.error500.net/articulo/adolescentes-redes-sociales>
- Quelart, R. (11 de 03 de 2010). *Lavanguardia.com*. Recuperado el 6 de 5 de 2012, de Lavanguardia.com: <http://www.lavanguardia.com/internet-y-tecnologia/noticias/20100311/53897461228/facebook-es-un-placebo-para-la-autoestima-patrick-swayze-estados-unidos-argentina-internet-beatles-f.html>
- Tomas. (11 de Mayo de 2009). *Facebook y los vínculos sociales*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de Facebook y los vínculos sociales: <http://cualquiercosayfacebook.blogspot.com/2009/05/las-redes-sociales-el-nuevo-medio-de.html>
- Triviño, A. B. (Jueves de Octubre de 2009). *Cibersociedad*. Recuperado el Lunes de Setiembre de 2011, de Cibersociedad: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/perfil/17536/ana-bernal-trivino>
- Uriel. (09 de Julio de 2009). *Lomejordelface.com*. Recuperado el viernes de octubre de 2011, de Lomejordelface.com: <http://www.lomejordelface.com/2009/07/que-servicios-ofrece-facebook.html>

1. <http://www.google.com.pe/imgres?q=chateando&um=1&hl=es&biw=1306&bih=564&tbm=isch&tbnid=yXQJwXRJkkUnuM:&imgrefurl=http://www.mundopoesia.com/foros/poesia-comica-sarcastica-sainetes-y-otros/360874-chateando.html&docid=bl8jcHrscrtEeM&imgurl=http://image.librodearena.com/b/3/1389663/chateando.bmp&w=320&h=236&ei=S55OT93ILoHtgqfIzajJAg&zoom=1&iact=hc&vpx=83&vpy=138&dur=1210&hovh=188&hovw=256&tx=125&ty=100&sig=109654026717331636763&page=1&tbnh=109&tbnw=146&start=0&ndsp=21&ved=1t:429,r:0,s:0>
2. [http://www.facebook.com/?ref=tn\\_tnmn#!/photo.php?fbid=1860456194464&set=a.1860447314242.2092622.1332700342&type=3&theater](http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=1860456194464&set=a.1860447314242.2092622.1332700342&type=3&theater)
3. [http://www.google.com.pe/imgres?q=adolescente+frente+a+la+computadora&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbm=isch&tbnid=1Y3fdX0XD-R5CM:&imgrefurl=http://zmedica.wordpress.com/2009/09/22/adolescencia-saludable/&docid=vP1\\_GEqUmbaqM&imgurl=http://zmedica.files.wordpress.com/2009/09/noticias12.jpg&w=400&h=272&ei=8Z9OT87SEsfUgQflpfH4Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=75&vpy=140&dur=3416&hovh=185&hovw=272&tx=170&ty=138&sig=109654026717331636763&page=1&tbnh=99&tbnw=145&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:0,s:0](http://www.google.com.pe/imgres?q=adolescente+frente+a+la+computadora&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbm=isch&tbnid=1Y3fdX0XD-R5CM:&imgrefurl=http://zmedica.wordpress.com/2009/09/22/adolescencia-saludable/&docid=vP1_GEqUmbaqM&imgurl=http://zmedica.files.wordpress.com/2009/09/noticias12.jpg&w=400&h=272&ei=8Z9OT87SEsfUgQflpfH4Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=75&vpy=140&dur=3416&hovh=185&hovw=272&tx=170&ty=138&sig=109654026717331636763&page=1&tbnh=99&tbnw=145&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:0,s:0)
4. [http://www.google.com.pe/imgres?q=mujer+en+computadora&um=1&hl=es&biw=1360&bih=587&tbm=isch&tbnid=h0ojp-OVQPUGjM:&imgrefurl=http://www.planetaellas.com/2011/10/14/enterate-sobre-el-sindrome-de-vision-de-computadora/&docid=9VAeUEjReX\\_brM&imgurl=http://www.planetaellas.com/wp-content/uploads/2011/10/mujer-con-laptop-computadora1.jpg&w=443&h=295&ei=INpPT9ftKMPUgAflgJ3JDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=681&vpy=208&dur=1716&hovh=183&hovw=275&tx=145&ty=110&sdsp=21&ved=1t:429,r:0,s:0](http://www.google.com.pe/imgres?q=mujer+en+computadora&um=1&hl=es&biw=1360&bih=587&tbm=isch&tbnid=h0ojp-OVQPUGjM:&imgrefurl=http://www.planetaellas.com/2011/10/14/enterate-sobre-el-sindrome-de-vision-de-computadora/&docid=9VAeUEjReX_brM&imgurl=http://www.planetaellas.com/wp-content/uploads/2011/10/mujer-con-laptop-computadora1.jpg&w=443&h=295&ei=INpPT9ftKMPUgAflgJ3JDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=681&vpy=208&dur=1716&hovh=183&hovw=275&tx=145&ty=110&sdsp=21&ved=1t:429,r:0,s:0)

[ig=109654026717331636763&page=1&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0](http://www.google.com.pe/imgres?q=como+me+veo+en+el+espejo&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0)

5. [:http://www.google.com.pe/imgres?q=como+me+veo+en+el+espejo&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0](http://www.google.com.pe/imgres?q=como+me+veo+en+el+espejo&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0)  
[http://www.taringa.net/posts/humor/9578100/Estas-aburrido-a-la-noche-y-no-sabes-que-hacer\\_-Entra\\_.html&docid=GtMx\\_ZUxJ5qYhM&imgurl=http://www.smilesbydrhammack.com/images/mirror-smile.jpg&w=334&h=239&ei=rIxPT9qwKcG\\_gQfn0\\_XBDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=548&vpy=167&dur=1920&hovh=190&hovw=265&tx=146&ty=129&sig=109654026717331636763&page=2&tbnh=167&tbnw=233&start=25&ndsp=15&ved=1t:429,r:7,s:25](http://www.taringa.net/posts/humor/9578100/Estas-aburrido-a-la-noche-y-no-sabes-que-hacer_-Entra_.html&docid=GtMx_ZUxJ5qYhM&imgurl=http://www.smilesbydrhammack.com/images/mirror-smile.jpg&w=334&h=239&ei=rIxPT9qwKcG_gQfn0_XBDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=548&vpy=167&dur=1920&hovh=190&hovw=265&tx=146&ty=129&sig=109654026717331636763&page=2&tbnh=167&tbnw=233&start=25&ndsp=15&ved=1t:429,r:7,s:25)
6. [:http://www.google.com.pe/imgres?q=me+estan+mirando&hl=es&biw=1306&bih=564&gbv=2&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0](http://www.google.com.pe/imgres?q=me+estan+mirando&hl=es&biw=1306&bih=564&gbv=2&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0)  
[http://bahiatenis.blogspot.com/2008\\_07\\_01\\_archive.html&docid=FQtI7ndw7gfFkM&imgurl=http://b2p2.blogspot.com/\\_VvBwVLKsU7w/SIc2u25q8hI/AAAAAAAAAVQ/bedYEYDwYsw/s400/me%252Bestan%252Bmirando.JPG&w=400&h=300&ei=m5hPT6ygOuuHsALonMG7Dg&zoom=1](http://bahiatenis.blogspot.com/2008_07_01_archive.html&docid=FQtI7ndw7gfFkM&imgurl=http://b2p2.blogspot.com/_VvBwVLKsU7w/SIc2u25q8hI/AAAAAAAAAVQ/bedYEYDwYsw/s400/me%252Bestan%252Bmirando.JPG&w=400&h=300&ei=m5hPT6ygOuuHsALonMG7Dg&zoom=1)
7. <http://www.google.com.pe/imgres?q=FOTOS+EN+FACEBOOK&um=1&hl=es&sa=N&biw=1306&bih=564&tbnh=101&tbnw=152&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:13,s:0>  
[http://univision23.univision.com/noticias/article/2011-02-28/facebook-ansiedad&docid=Gk44S9OSLfvdbM&imgurl=http://s0.uvnimg.com/amor1075fm/noticias/photo/2010-08-12/facebook\\_590x395.jpg&w=590&h=395&ei=M5IPT\\_DcOqfDsQLtq9G-Dg&zoom=1&iact=rc&dur=60&sig=109654026717331636763&page=4&tbnh=162&tbnw=191&start=40&ndsp=15&ved=1t:429,r:5,s:40&tx=51&ty=78](http://univision23.univision.com/noticias/article/2011-02-28/facebook-ansiedad&docid=Gk44S9OSLfvdbM&imgurl=http://s0.uvnimg.com/amor1075fm/noticias/photo/2010-08-12/facebook_590x395.jpg&w=590&h=395&ei=M5IPT_DcOqfDsQLtq9G-Dg&zoom=1&iact=rc&dur=60&sig=109654026717331636763&page=4&tbnh=162&tbnw=191&start=40&ndsp=15&ved=1t:429,r:5,s:40&tx=51&ty=78)

8. [:http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150539466060483.641877.838050482&type=3#!/photo.php?fbid=253075808070453&set=t.100001378322242&type=3&theater](http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150539466060483.641877.838050482&type=3#!/photo.php?fbid=253075808070453&set=t.100001378322242&type=3&theater)
9. <http://www.facebook.com/media/albums/?id=100001378322242#!/photo.php?fbid=228089440580332&set=a.228094313913178.66642.100001378322242&type=3&theater>
10. [:http://www.facebook.com/media/albums/?id=1640293326#!/photo.php?fbid=340451875970182&set=t.100001378322242&type=3&theater](http://www.facebook.com/media/albums/?id=1640293326#!/photo.php?fbid=340451875970182&set=t.100001378322242&type=3&theater)
11. <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150539466060483.641877.838050482&type=3#!/profile.php?id=100001378322242&sk=photos>
12. <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150539466060483.641877.838050482&type=3#!/profile.php?id=100001378322242>
13. [:http://www.facebook.com/media/albums/?id=100001378322242#!/photo.php?fbid=3063875889457&set=a.3063746366219.138279.1640293326&type=3&theater](http://www.facebook.com/media/albums/?id=100001378322242#!/photo.php?fbid=3063875889457&set=a.3063746366219.138279.1640293326&type=3&theater)
14. [:http://www.facebook.com/media/albums/?id=1640293326#!/photo.php?fbid=228105847245358&set=t.100001378322242&type=3&theater](http://www.facebook.com/media/albums/?id=1640293326#!/photo.php?fbid=228105847245358&set=t.100001378322242&type=3&theater)
15. <http://www.facebook.com#!/profile.php?id=100001378322242>
16. <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150539466060483.641877.838050482&type=3#!/profile.php?id=100001378322242>

# ANEXOS

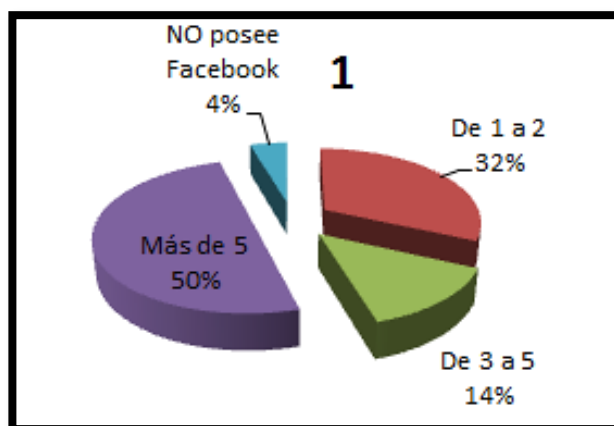
## ANEXO N°1

### Resultado de la encuesta sobre la red social Facebook, realizada a la I.E.P “María de Nazaret”

#### a. Primero de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

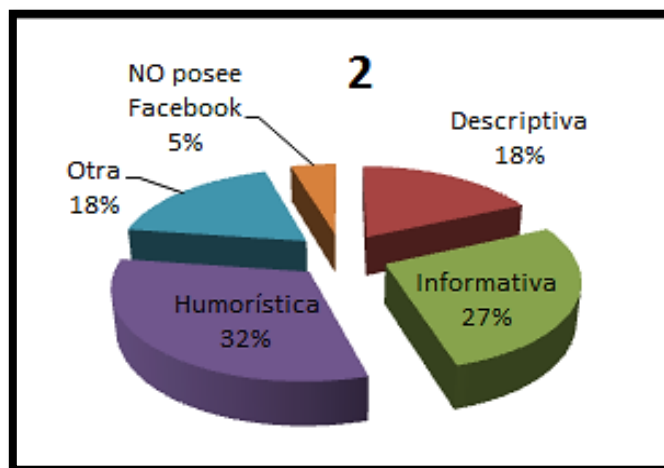
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que el 50 % de las alumnas poseen más de 5 álbumes en Facebook, el 32 % de 1 a 2 álbumes, el 14 % de 3 a 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

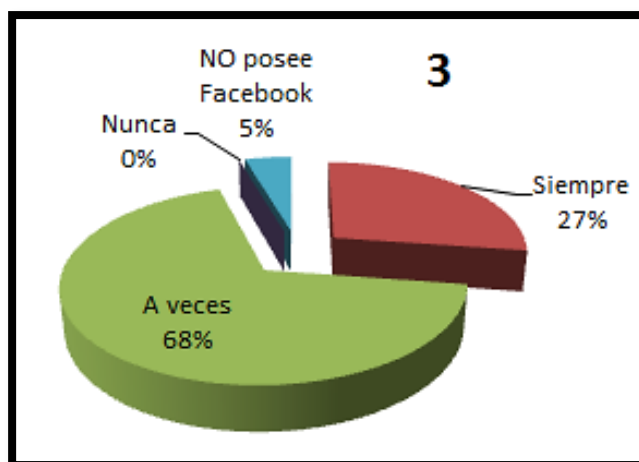
Gráfico N° 2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 32% de las alumnas publica información humorística, el 27% de tipo informativa, un 18% publica otro tipo de información, el otro 18% descriptiva y el 5% constituye a la alumna que no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

Gráfico N° 3

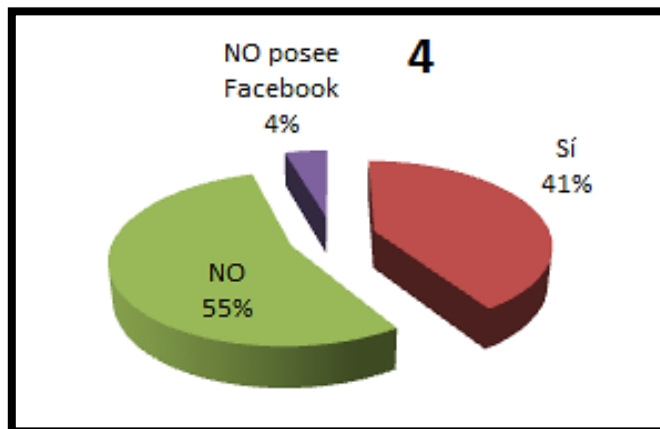




Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 se aprecia que el 68% a veces utiliza el chat de Facebook, un 27% siempre utiliza el chat, mientras que el 5% de las alumnas no tiene Facebook y el 0% nunca utiliza el chat.

4. ¿Arreglas tus fotos?

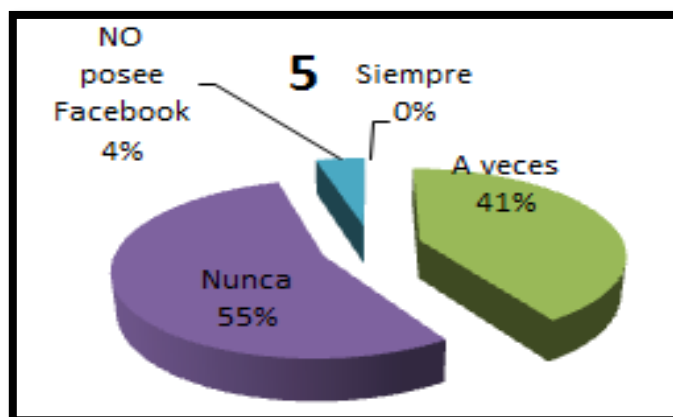
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 55% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 41% sí arreglan sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

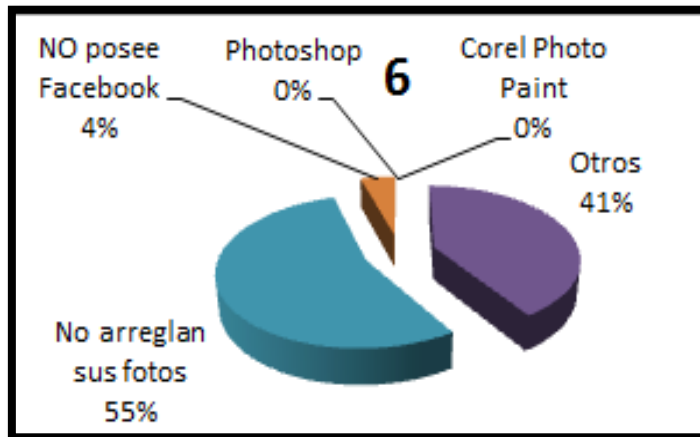
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 55% de las alumnas nunca arregla sus fotos, el 41% a veces las arreglan y un 0% siempre arregla sus fotos y el 4% no posee Facebook.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

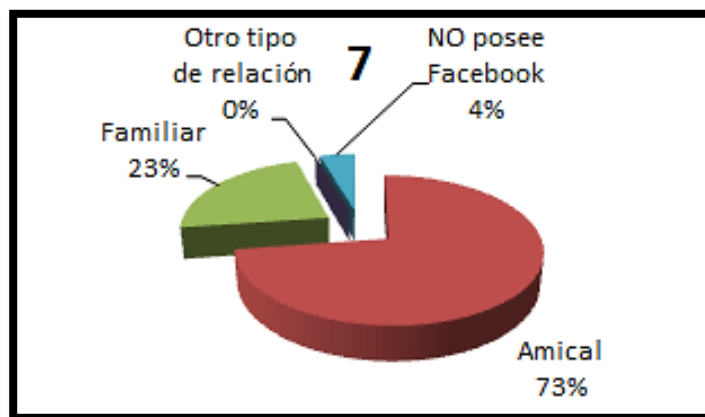
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 55% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 41% utilizan otros programas, el 4% no poseen Facebook, el 0% en Photoshop y un 0% usa el Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

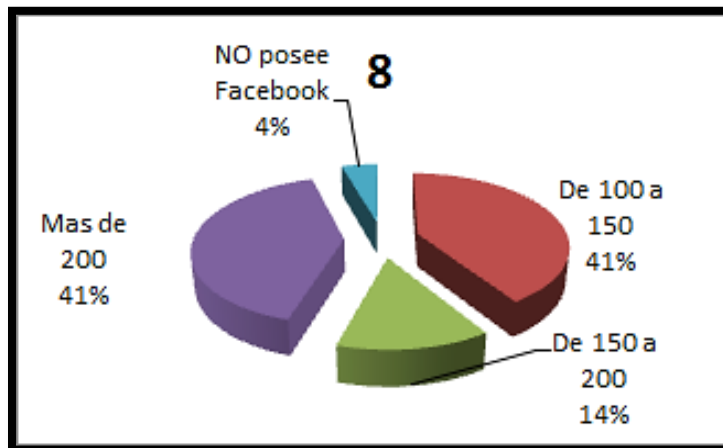
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 73% de las alumnas establecen una relación amical con sus contactos, el 23% una relación familiar, el 4% no posee Facebook y el 0% tiene otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

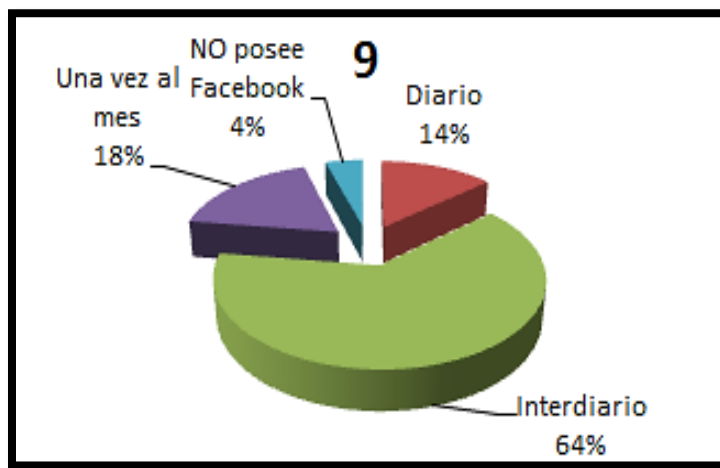
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 41% de las alumnas poseen más de 200 amistades en Facebook, otro 41% tienen de 100 a 150 amistades, el 14% de 150 a 200 y 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 64% de las alumnas se relacionan con sus contactos de manera interdiaria, el 18% una vez al mes, un 14% diario, finalmente el 4% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

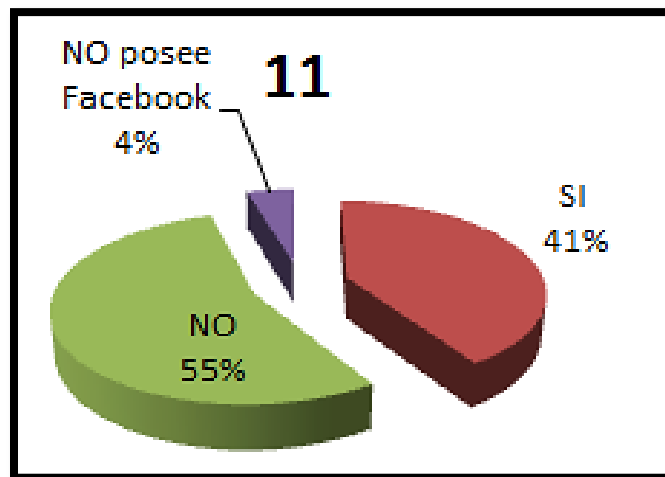
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 95% de las alumnas respondieron que reciben comentarios positivos, un 5% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 55% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el 41% sí poseen amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

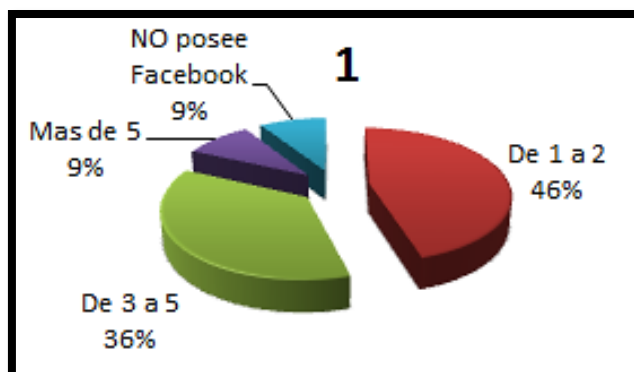


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 55% de las alumnas no tienen amistades extranjeras, un 32% tienen menos de la mitad, el 9% la mitad y un 4% no poseen Facebook.

### b. Segundo de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

Gráfico N° 1

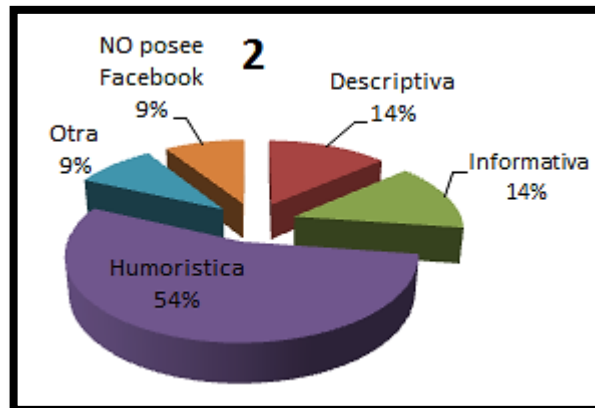


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que el 46 % de las alumnas posee más de 1 a 2 álbumes en Facebook, el 36 % de 3 a 5

álbumes, el 9 % más de 5 y finalmente un 9% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

1. ¿Qué tipo de información pública?

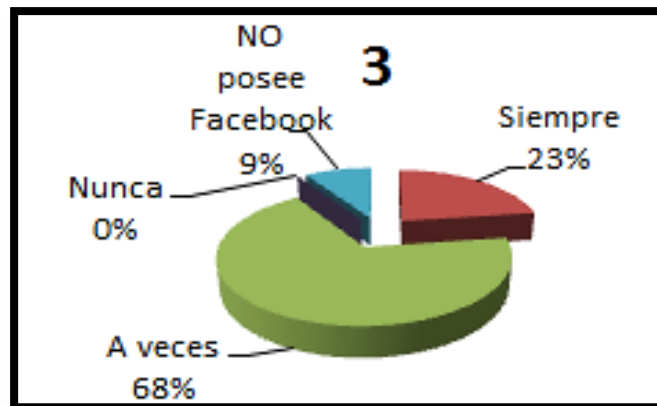
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 54% de las alumnas publica información humorística, el 14% de tipo informativa, el otro 14% publica información descriptiva, el otro 9% otra información y el 9% constituye a las alumnas que no posee Facebook.

2. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

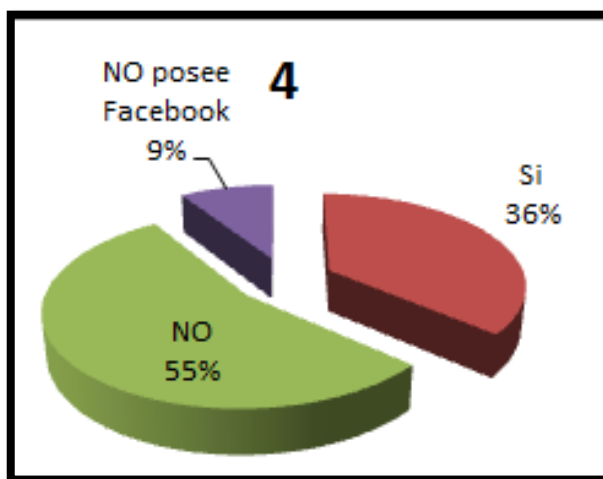
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 se aprecia que el 68% a veces utiliza el chat de Facebook, un 23% siempre utiliza el chat, mientras que el 9% de las alumnas no tiene Facebook y el 0% nunca utiliza el chat.

### 3. ¿Arreglas tus fotos?

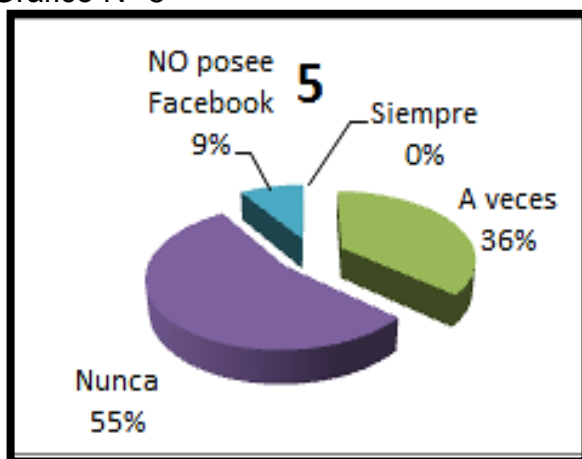
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 55% de las alumnas no arregla sus fotos, el 36% sí arregla sus fotografías y el 9% no posee Facebook.

### 4. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

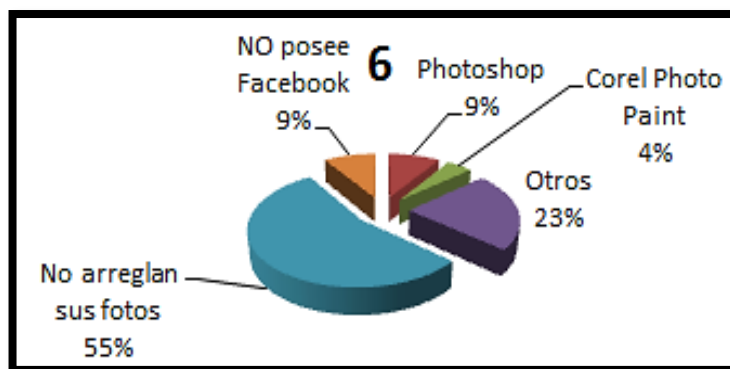
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 55% de las alumnas nunca arregla sus fotografías, 36% a veces las arregla, el 9% no poseen Facebook y el 0% siempre arregla sus fotos.

5. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 55% de las alumnas no arregla sus fotos, mientras que un 23% usa otros programas, un 9% phothoshop, el otro 9% no posee Facebook y por último el 4% usa el Corel Photo Paint.

6. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

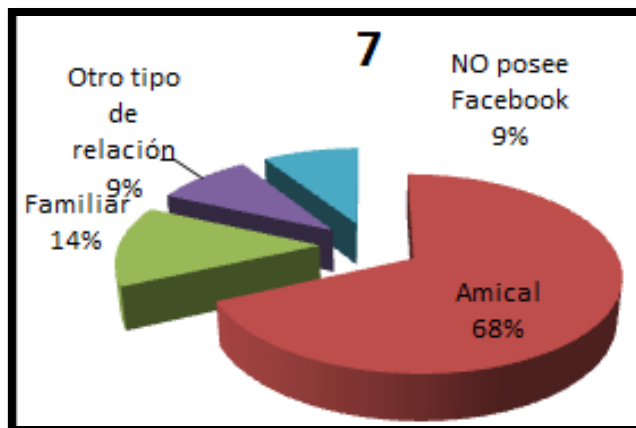


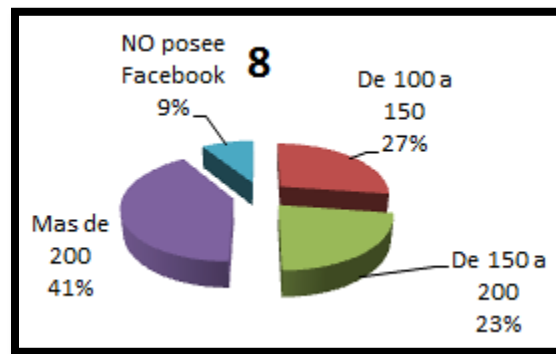
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 68% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 14% una relación familiar, el 9% tiene otro tipo de relación, el 9% no posee Facebook.

7. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

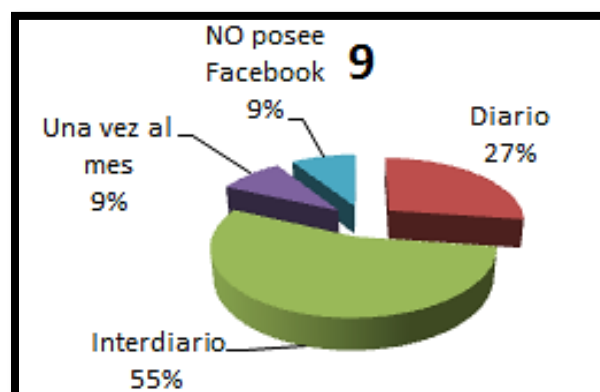
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 41% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 27% tiene de 100 a 150 amistades, el 23% de 150 a 200 y 9% no posee Facebook.

8. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9

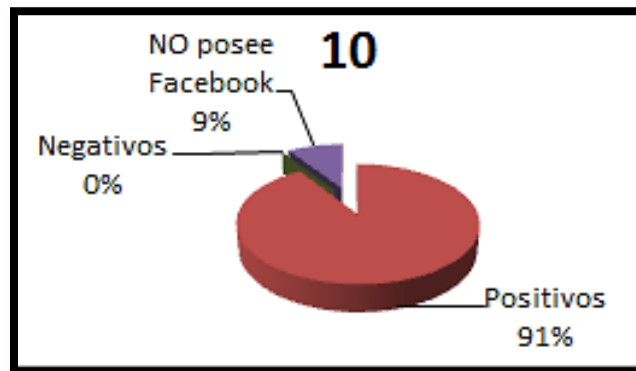


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 55% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 27% se relaciona a

diario con sus contactos, un 9% una vez al mes y el 9% no poseen Facebook.

**9. ¿Qué tipo de comentarios recibes?**

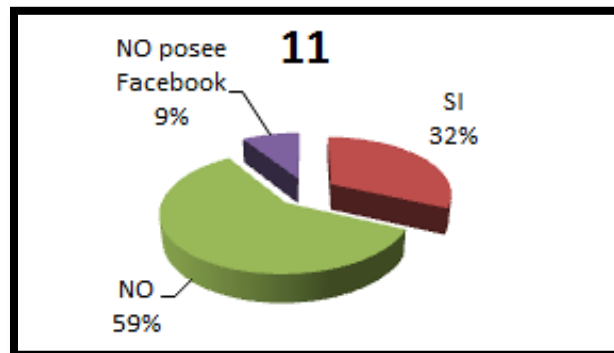
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 91% de las alumnas respondió que recibe comentarios positivos, un 9% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

**10. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?**

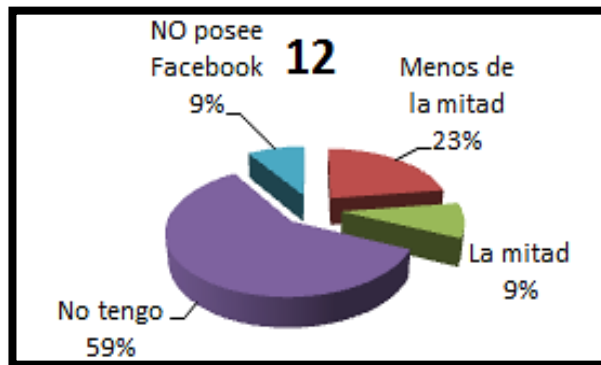
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 59% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el 32% sí posee amistades del extranjero finalmente el 9% no posee Facebook.

11. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

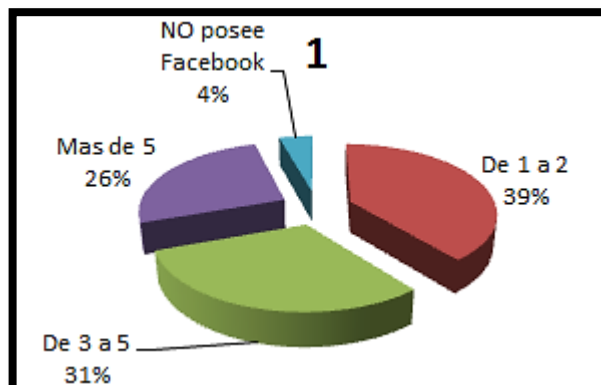


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 59% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, un 23% tiene menos de la mitad, el 9% la mitad, el otro 9% no posee Facebook.

### c. Tercero de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

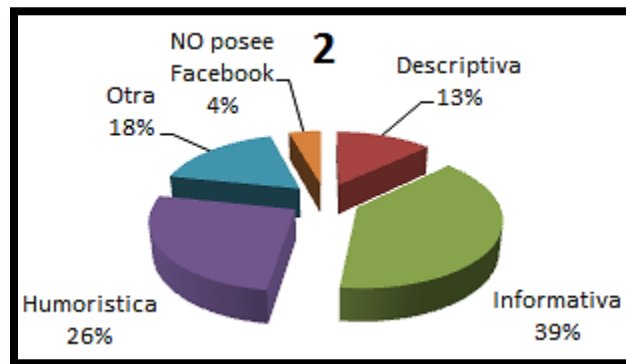
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 39 % de las alumnas posee más de 1 a 2 álbumes en Facebook, el 31 % de 3 a 5 álbumes, el 26% más de 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

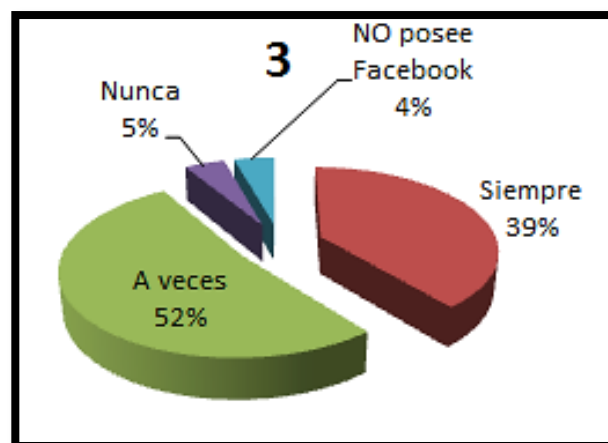
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 39% publica de tipo informativa, el 26% de tipo humorística, el 18% publica otro tipo de información, el 13% publica información descriptiva, finalmente el 4% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

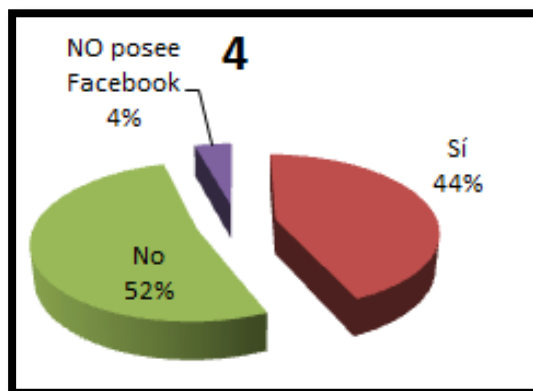
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 52% a veces utiliza el chat de Facebook, un 39% siempre utiliza el chat, mientras que el 5% nunca utiliza el chat y por último el 4% de las alumnas no tiene Facebook.

#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

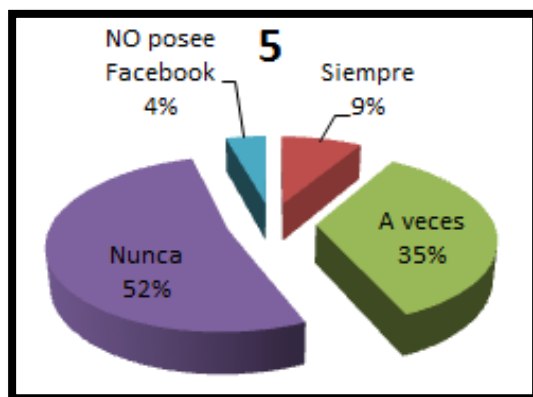
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 52% de las alumnas no arregla sus fotos, el 44% sí arregla sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

#### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

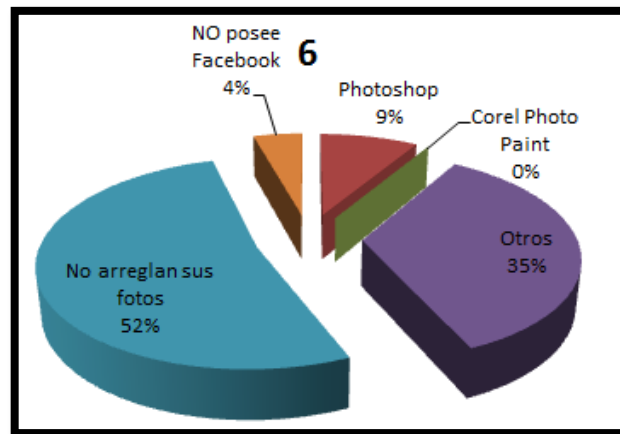
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 52% de las alumnas nunca arregla sus fotos, 35% a veces arregla sus fotografías, el 9% siempre arregla sus fotos, finalmente el 4% no posee Facebook.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

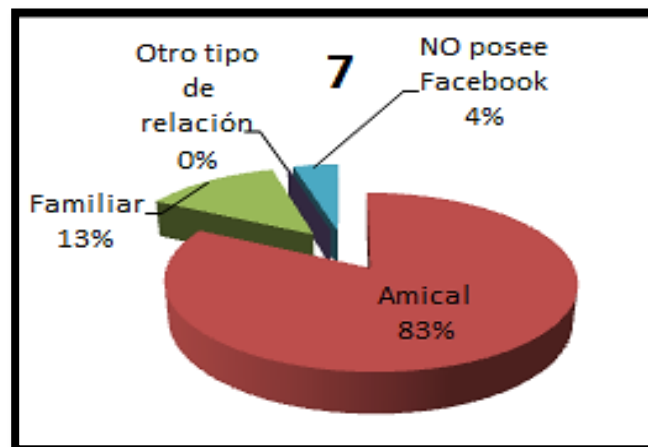
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 52% de las alumnas no arreglan sus fotos, el 35% utilizan otros programas, un 9% utilizan el Photoshop, el otro 4% no poseen Facebook, finalmente el 0% en el Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

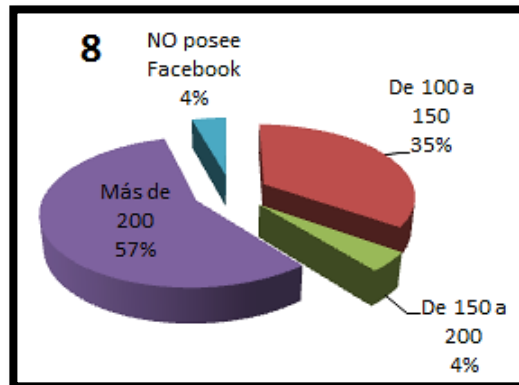
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 83% de las alumnas establecen una relación amical con sus contactos, el 13% una relación familiar, el 4% no poseen Facebook y el 0% otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

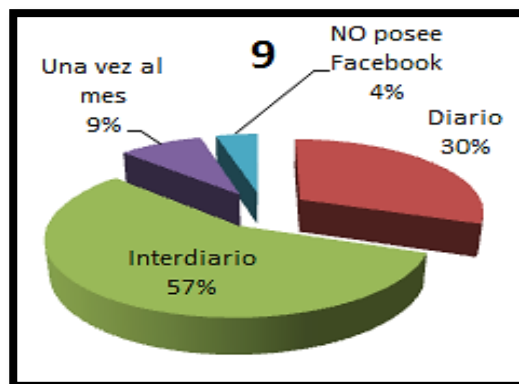
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 57% de las alumnas poseen más de 200 amistades en Facebook, otro 35% tienen de 100 a 150 amistades, el 4% de 150 a 200 y el otro 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

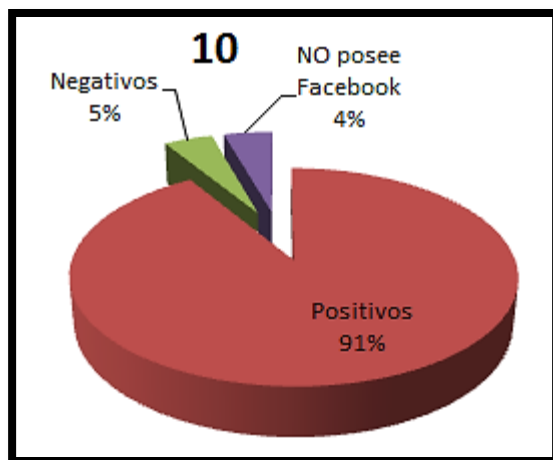
Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 57% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 30% se relaciona diariamente, un 9% una vez al mes y el 4% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

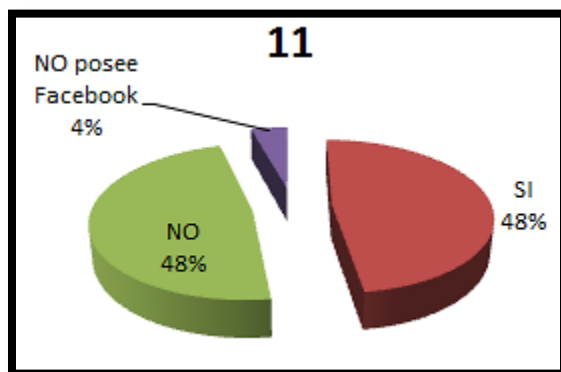
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 91% de las alumnas respondió que reciben comentarios positivos, un 4% no posee Facebook y el 5% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 48% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el otro 48% sí posee amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.



12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

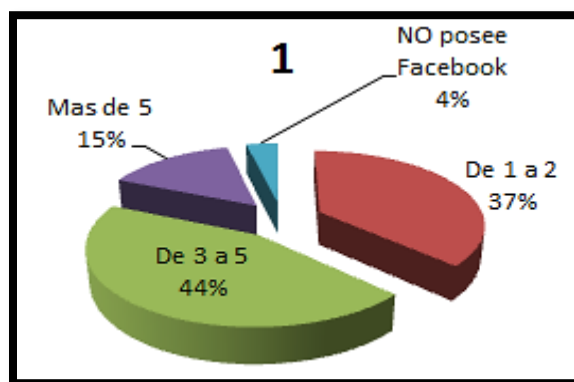


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 48% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, un 39% tiene menos de la mitad, el 9% la mitad, el 4% no posee Facebook.

#### d. Cuarto de Secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

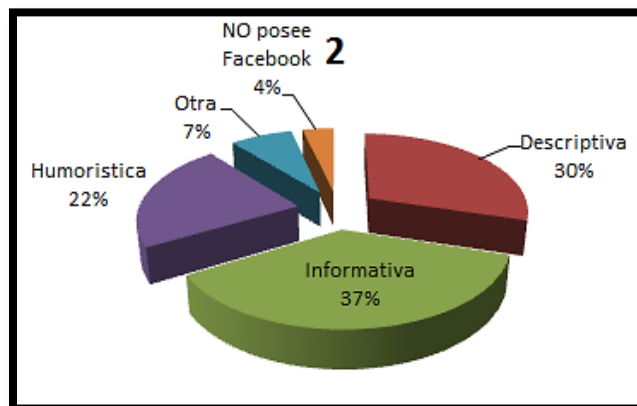
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 44% de las alumnas posee de 3 a 5 álbumes en Facebook, el 37 % de 1 a 2 álbumes, el 15% más de 5 y finalmente un 4% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

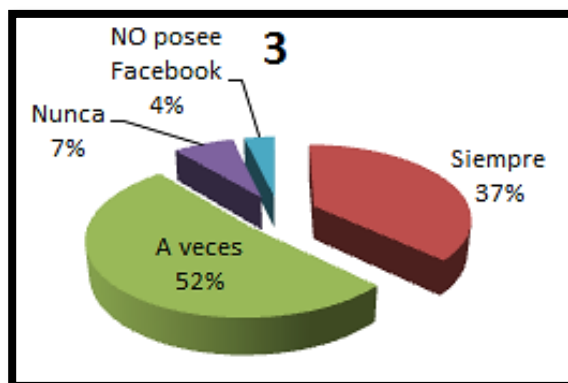
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 37% publica de tipo informativa, el 30% de tipo descriptiva, el 22% humorística, el 7% otro tipo de información, finalmente el 4% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

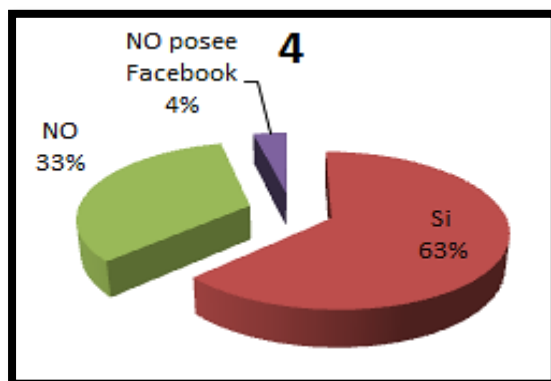
Gráfico N°3



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 52% a veces utiliza el chat de Facebook, un 37% siempre utiliza el chat, mientras que el 7% nunca utiliza el chat y por último el 4% de las alumnas no tiene Facebook.

4. ¿Arreglas tus fotos?

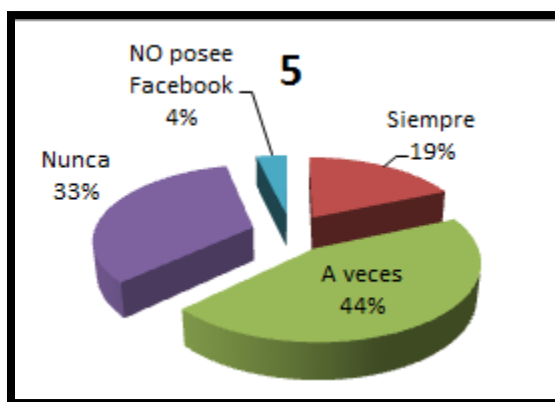
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 63% de las alumnas sí arreglan sus fotos, el 33% no arreglan sus fotografías y el 4% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

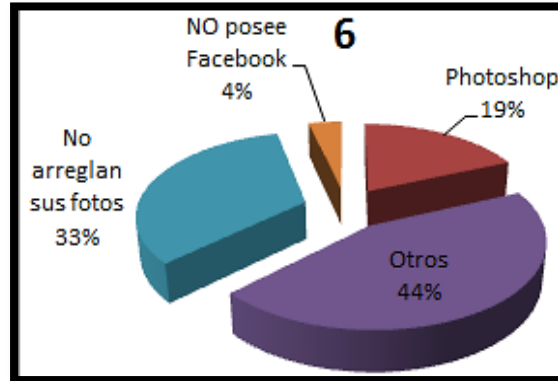
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 44% de las alumnas a veces arregla sus fotografías, 33% nunca las arreglan, el 19% siempre arregla sus fotos, finalmente el 4% no posee Facebook.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

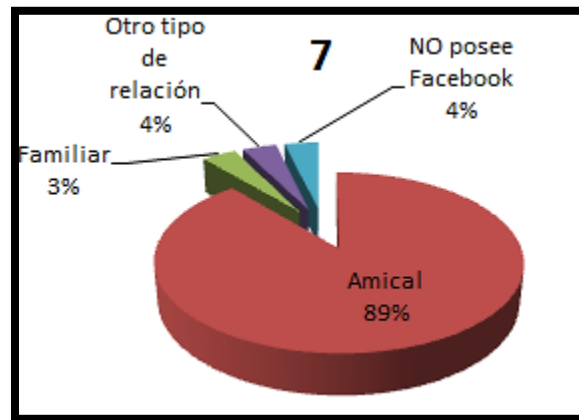
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 44% de las alumnas utiliza otros programas para arreglar sus fotos, mientras que un 33% no arregla sus fotos, un 19% en Photoshop y por último el 4% no posee Facebook.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

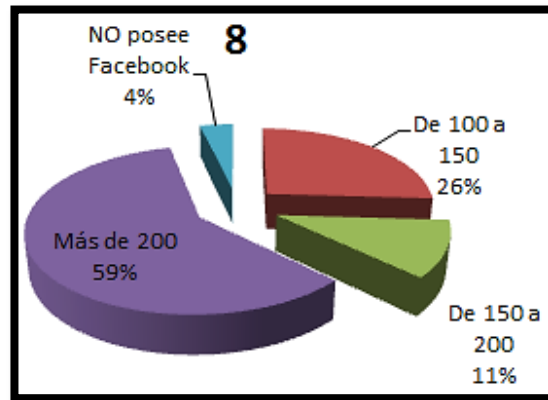
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 89% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 4% otro tipo de relación, el otro 4% no posee Facebook y el 3% una relación familiar.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

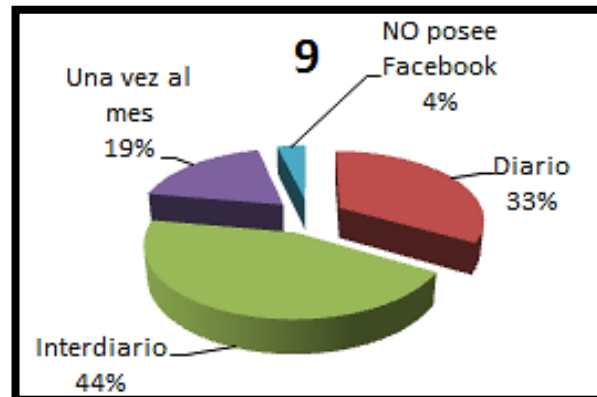
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 59% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 26% tienen de 100 a 150 amistades, el 11% de 150 a 200 y el otro 4% no posee Facebook.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 44% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 33% se relaciona diariamente, un 19% una vez al mes y el 4% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

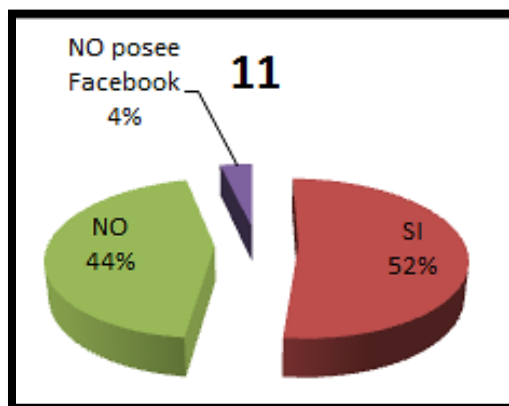
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 96% de las alumnas respondió que reciben comentarios positivos, un 4% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

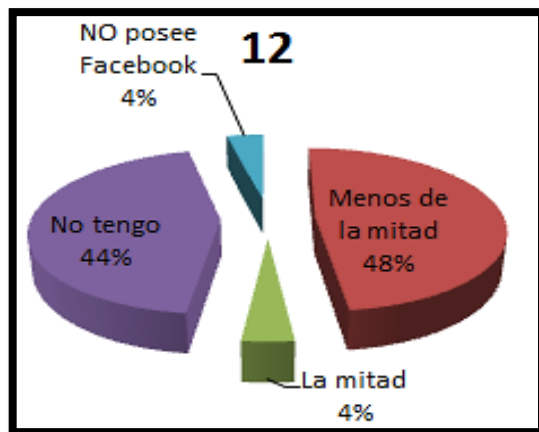
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 52% de las alumnas si tiene amistades extranjeras, el otro 44% no posee amistades del extranjero finalmente el 4% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12

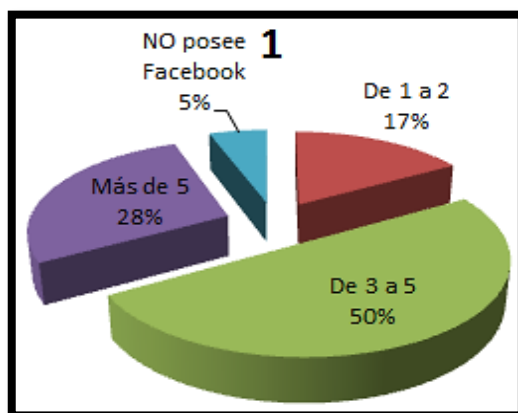


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 48% de las alumnas tiene menos de la mitad, un 44% no tiene, el 4% tienen la mitad, el 4% no posee Facebook.

#### e. Quinto de secundaria

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

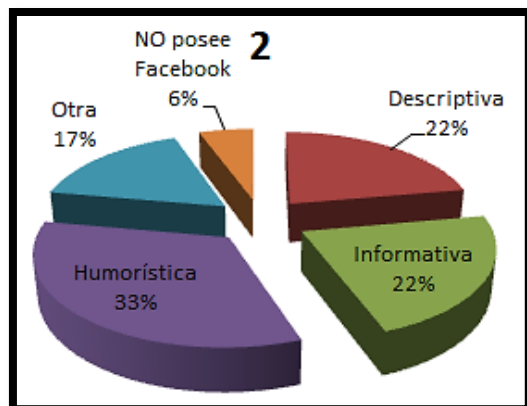
Gráfico N° 1



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 1 podemos apreciar que un 50% de las alumnas poseen de 3 a 5 álbumes en Facebook, el 28% más de 5, el 17% de 1 a 2 álbumes y finalmente un 5% representa a la alumna que no posee la red social Facebook.

2. ¿Qué tipo de información pública?

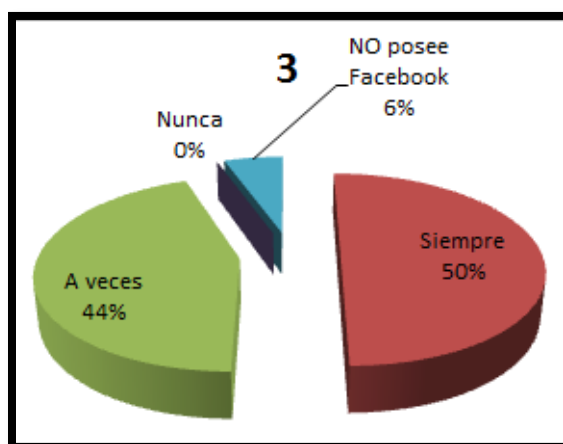
Gráfico N°2



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 2, el 33% publica de tipo humorística, el 22% de tipo informativa, el 22% descriptiva, el 17% otro tipo de información, finalmente el 6% no posee Facebook.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?

Gráfico N°3

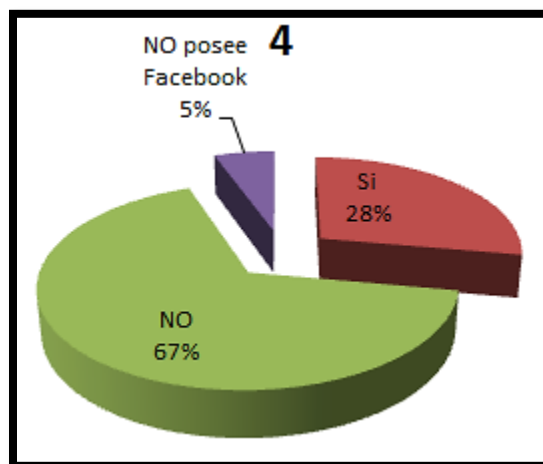


Lectura del gráfico: En el gráfico N° 3 el 50% siempre utiliza el chat de Facebook, un 44% a veces utiliza el chat, mientras que el 6% de las alumnas no tiene Facebook y por último el 0% nunca utiliza el chat.



4. ¿Arreglas tus fotos?

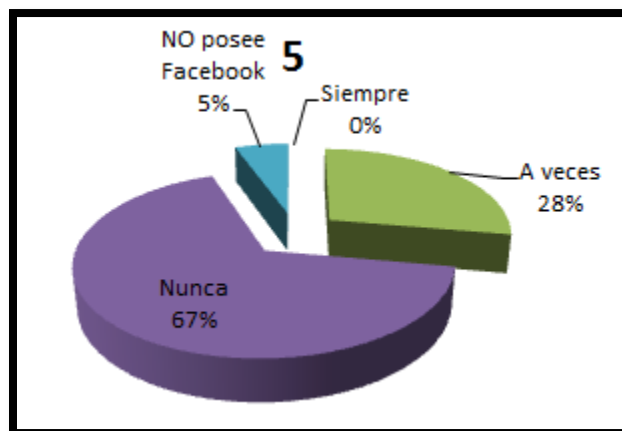
Gráfico N° 4



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 4, notamos que un 67% de las alumnas no arregla sus fotos, el 28% sí arreglan sus fotografías y el 5% no posee Facebook.

5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

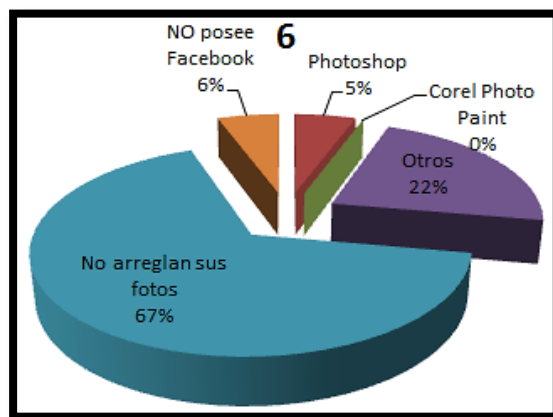
Gráfico N° 5



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 5 el 67% nunca las arregla, 28% de las alumnas a veces arregla sus fotografías el 5% no poseen Facebook, finalmente el 0% siempre arregla sus fotos.

6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

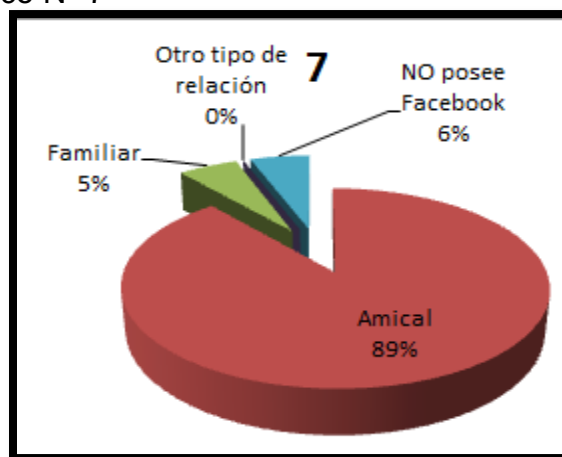
Gráfico N° 6



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 6 el 67% de las alumnas no arregla sus fotos, mientras que un 22% utiliza otros programas, el 6% no posee Facebook, el 5% en Photoshop y el 0% Corel Photo Paint.

7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

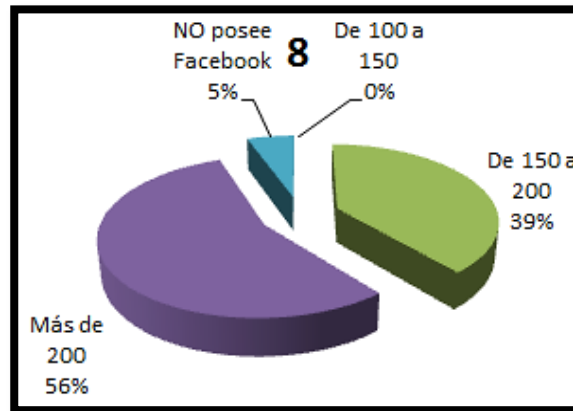
Gráfico N° 7



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 7 un 89% de las alumnas establece una relación amical con sus contactos, el 6% no posee Facebook, el 5% una relación familiar y el 0% otro tipo de relación.

8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

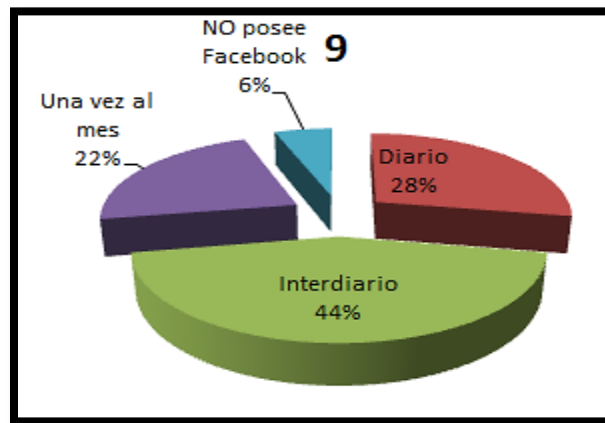
Gráfico N° 8



Lectura del gráfico: En el gráfico N°8, un 56% de las alumnas posee más de 200 amistades en Facebook, otro 39% tiene de 150 a 200 amistades, el 5% no posee Facebook y el 0% de 100 a 150.

9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?

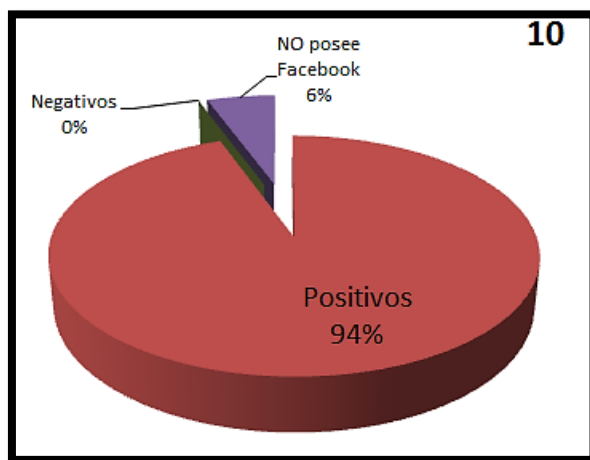
Gráfico N° 9



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 9 el 44% de las alumnas se relaciona con sus contactos de manera interdiaria, el 28% se relaciona diariamente, un 22% una vez al mes y el 6% no posee Facebook.

10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

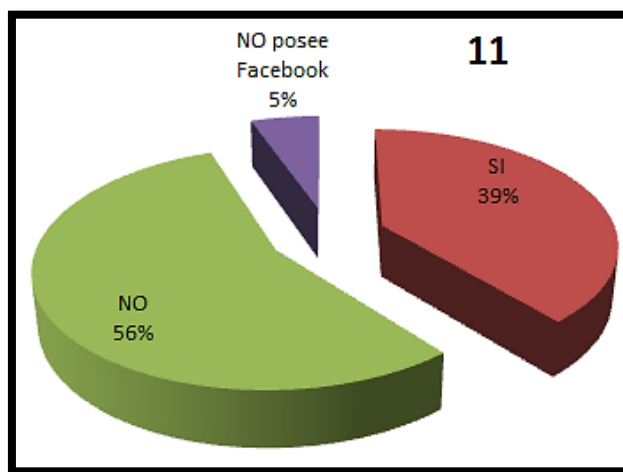
Gráfico N° 10



Lectura del gráfico: En el gráfico N°10, el 94% de las alumnas respondieron que recibe comentarios positivos, un 6% no posee Facebook y el 0% recibe comentarios negativos.

11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?

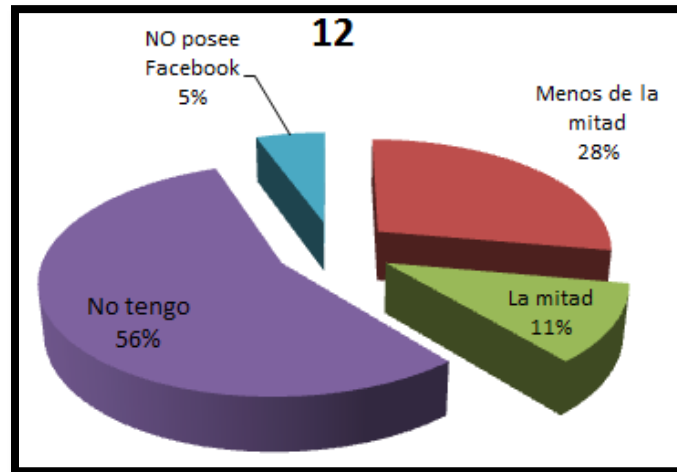
Gráfico N° 11



Lectura del gráfico: En el gráfico N° 11 un 56% de las alumnas no tiene amistades extranjeras, el otro 39% sí posee amistades del extranjero finalmente el 5% no posee Facebook.

12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?

Gráfico N° 12



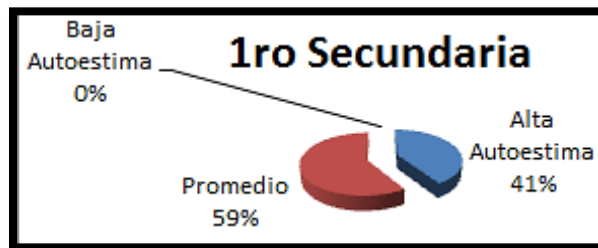
Lectura del gráfico: En el gráfico N° 12 el 56% no tiene amistades extranjeras, un 28% menos de la mitad, el 11% tiene la mitad, el 5% no posee Facebook.

## ANEXO N° 2

### a. RESULTADOS DEL TEST

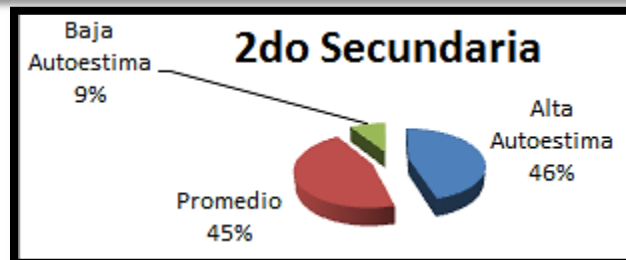
#### a.1. Gráfico 1°

1ro Secundaria	n= 22	
Alta Autoestima	9	40.9%
Promedio	13	59.1%
Baja Autoestima	0	0



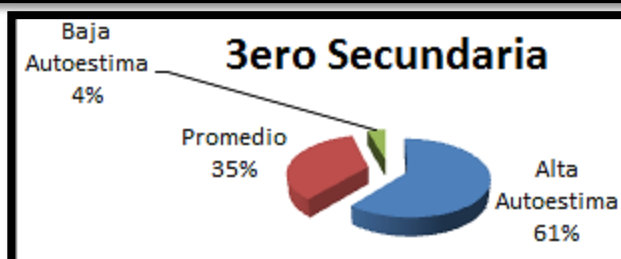
#### a.2. Gráfico 2°

2do Secundaria	n= 22	
Alta Autoestima	10	45.5%
Promedio	10	45.5%
Baja Autoestima	2	9.1%



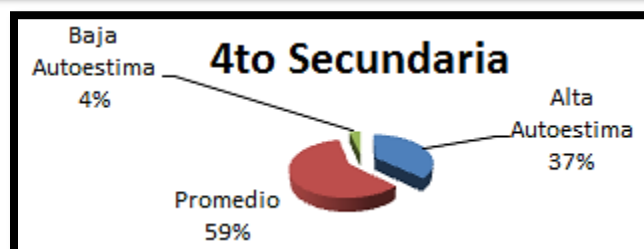
a.3. Gráfico 3°

3ro Secundaria		n= 23	
Alta Autoestima	14	60.9%	
Promedio	8	34.8%	
Baja Autoestima	1	4.3%	



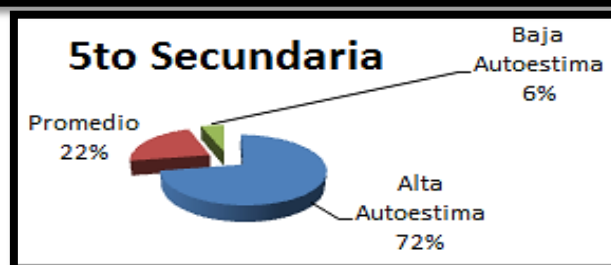
a.4. Gráfico 4°

4to Secundaria		n= 27	
Alta Autoestima	10	37.0%	
Promedio	16	59.3%	
Baja Autoestima	1	3.7%	



a.5. Gráfico 5°

5to Secundaria		n= 18	
Alta Autoestima	13	72.2%	
Promedio	4	22.2%	
Baja Autoestima	1	5.6%	



## ANEXO N°3

### CUADROS DE LAS VARIABLES

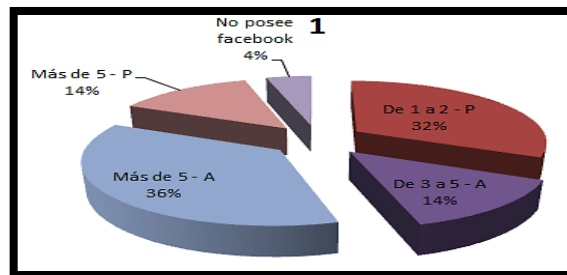
#### PRIMERO DE SECUNDARIA

#### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

De 1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	7	32%		
	PROMEDIO				
	BAJA AUTOESTIMA				
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	3	14%		
	PROMEDIO				
	BAJA AUTOESTIMA				
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	8	36%		
	PROMEDIO			3	14%
	BAJA AUTOESTIMA				
No posee Facebook		1	5%		



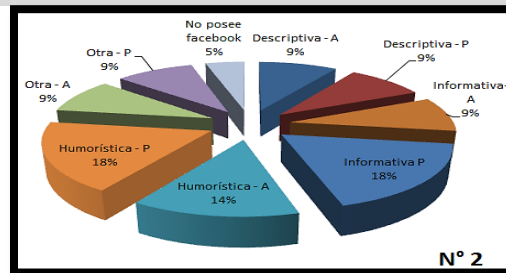


## 1. ¿Qué tipo de información pública?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

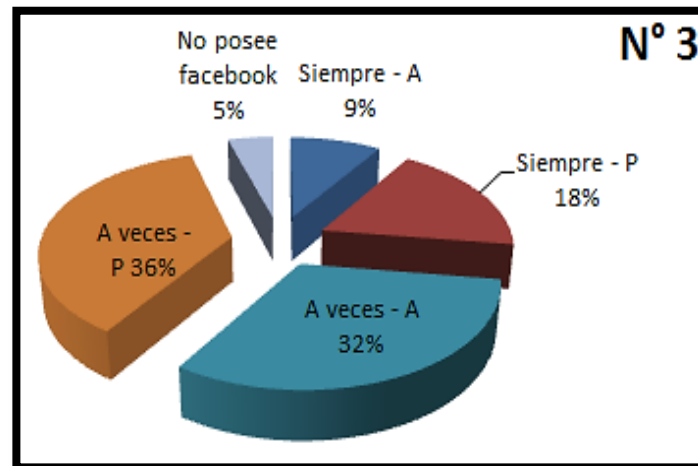


## 2. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat de Facebook?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	32%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

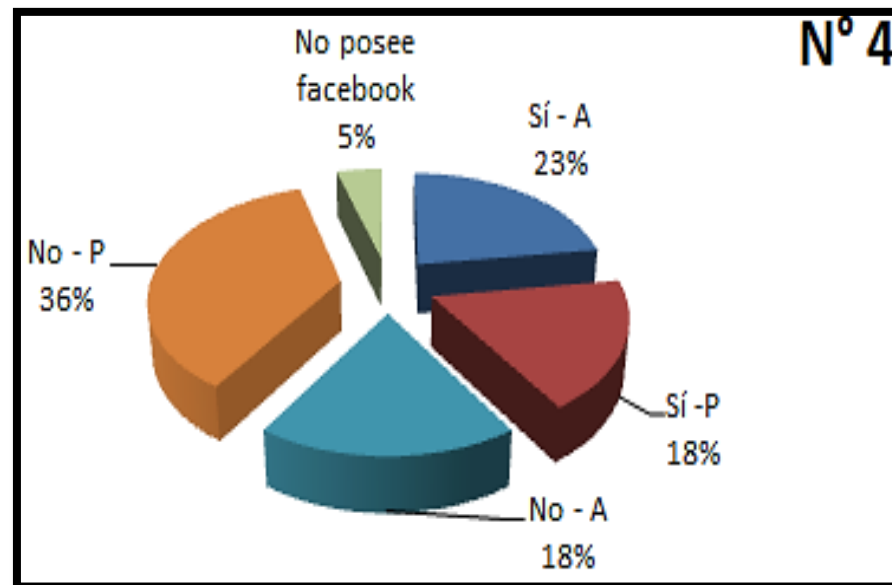


### 3. ¿Arreglas las fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	18%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

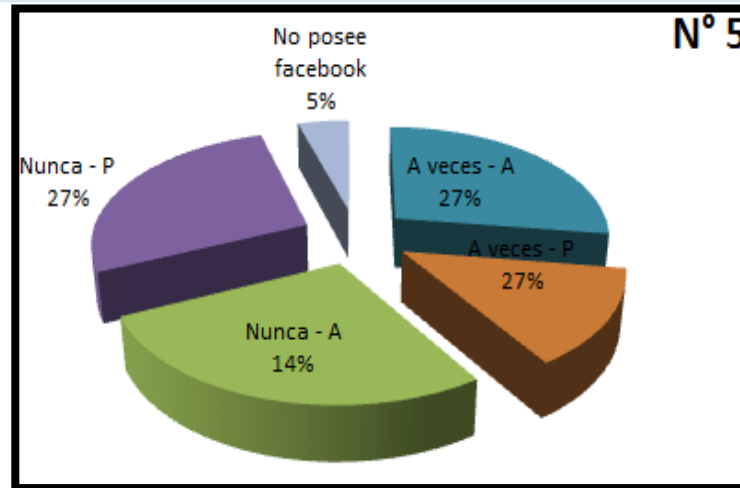


#### 4. ¿Con que frecuencia arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 3	27% 14%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 6	27% 27%
No posee Facebook		1	5%

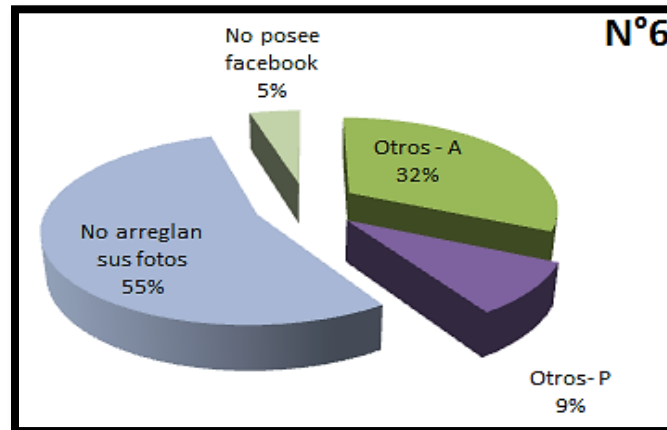


### 5. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Corel photo paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	7 2 1	32% 9% 5%
No arreglan sus fotos		12	55%
No posee facebook		1	5%

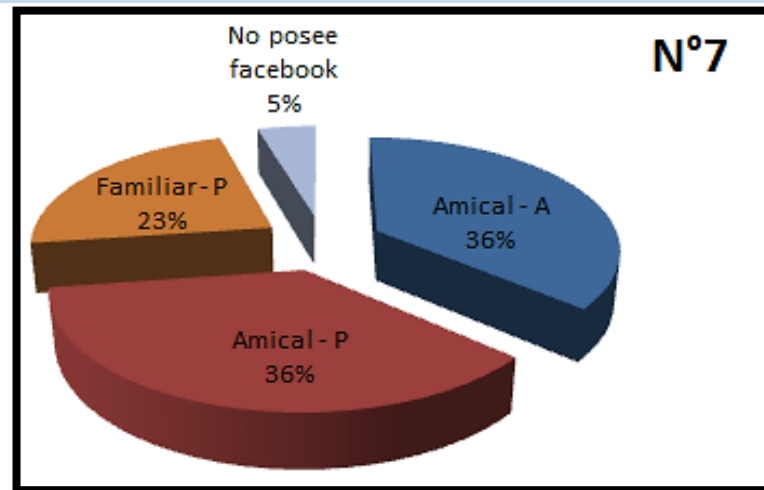


7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

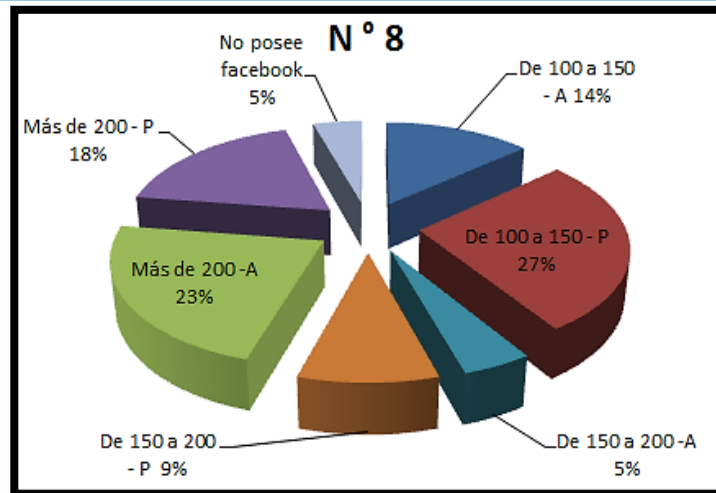


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

De 100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
De 150 a 200	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

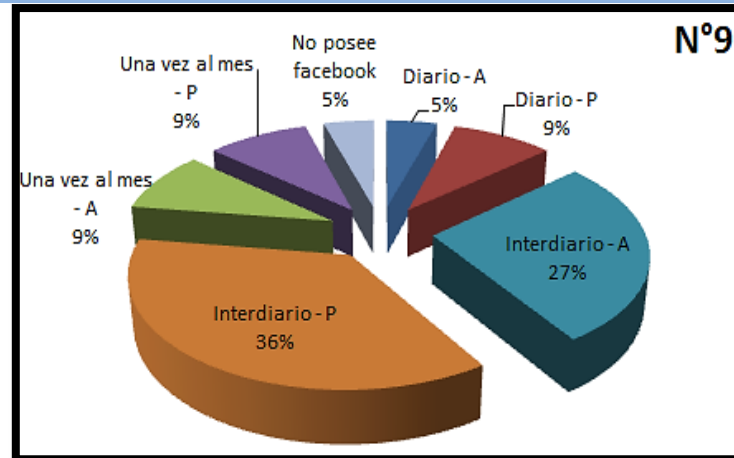


### 9. ¿Con que frecuencia te relacionas con tus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

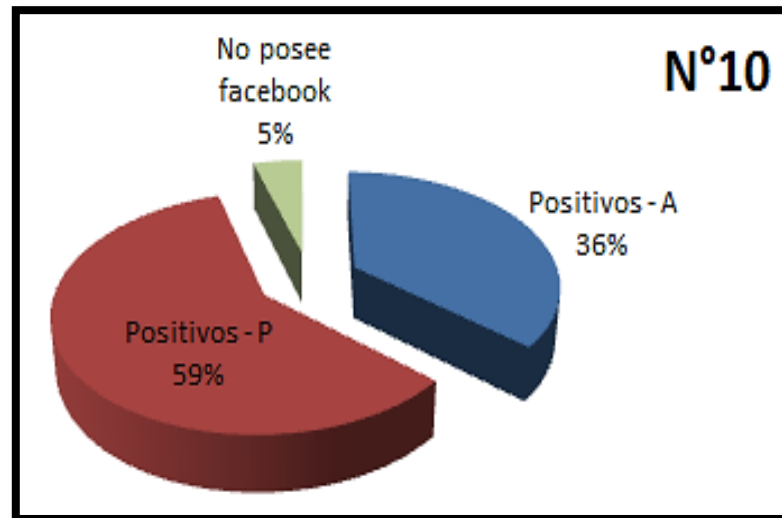




## 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

### USO DE FACEBOOK

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Positivos	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	13	59%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

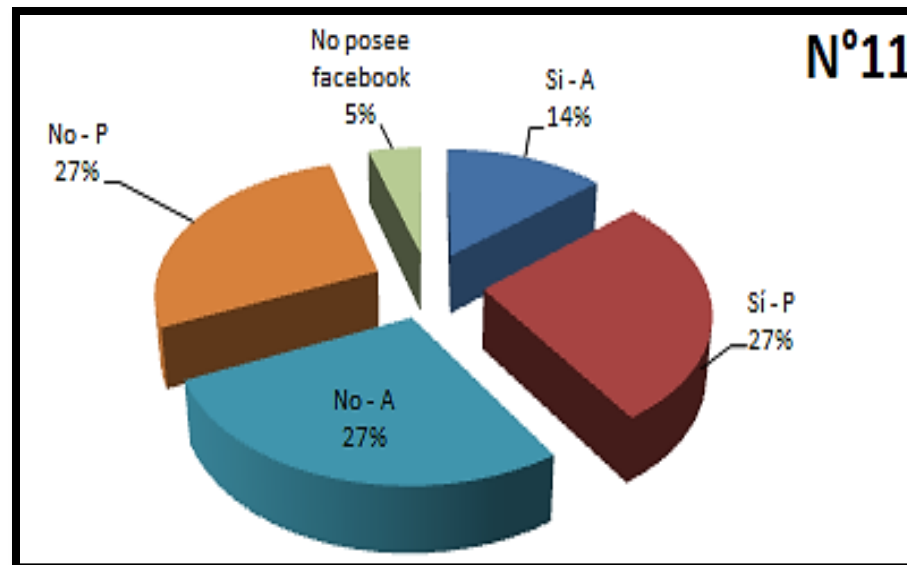


11. ¿Posees en tu cuenta de Facebook amistades del extranjero?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%

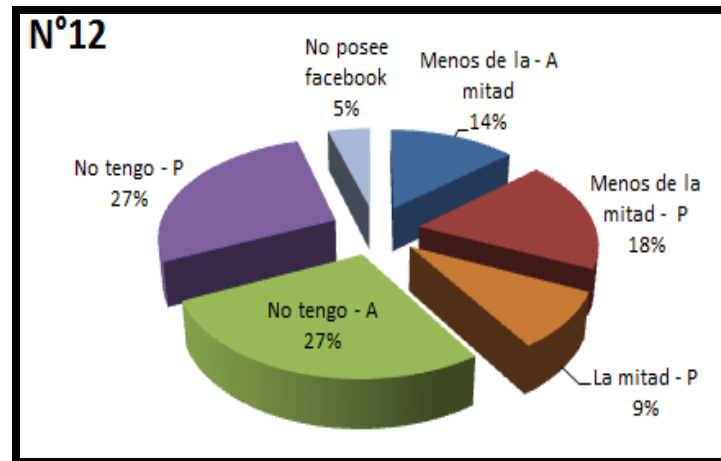


12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	5%



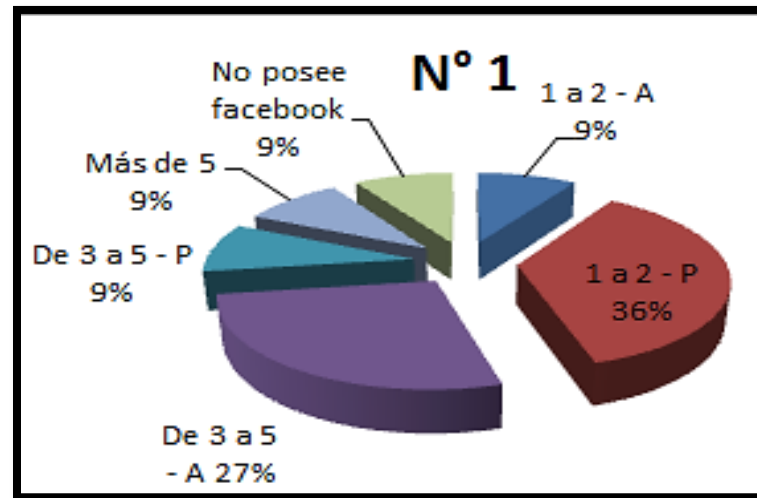
## SEGUNDO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	8	36%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	2	9%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
No posee Facebook		2	9%

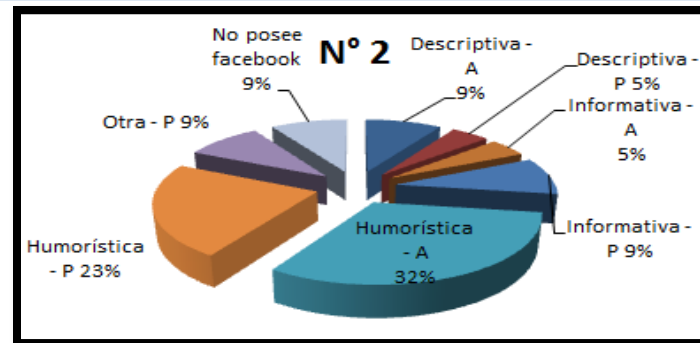


## 2 ¿Qué tipo de información pública?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	1	5%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	7	32%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA		0%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

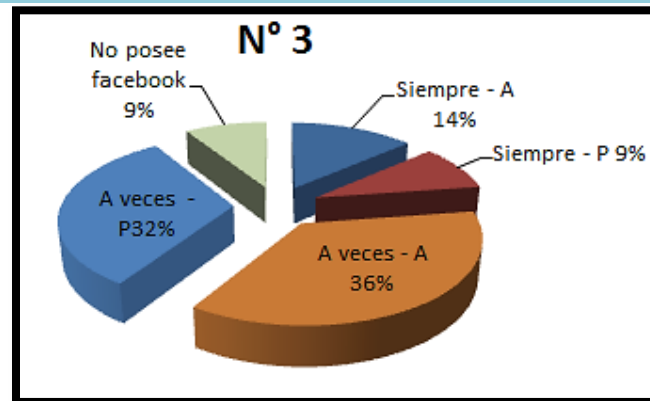


### 1. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
A veces	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	7	32%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

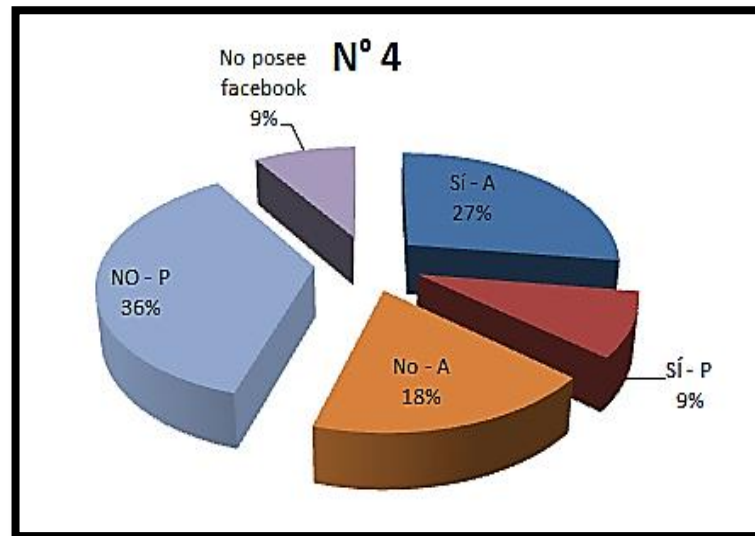


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	6	27%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No	ALTA AUTOESTIMA	4	18%
	PROMEDIO	8	36%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No posee Facebook		2	9%

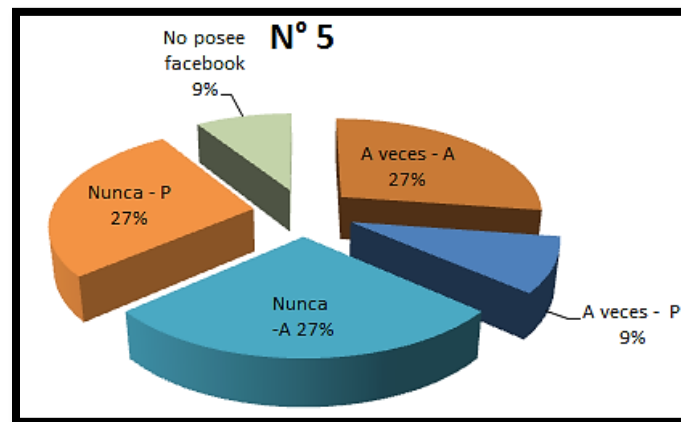


### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 2	27% 9%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 6	27% 27%
No posee Facebook		2	9%



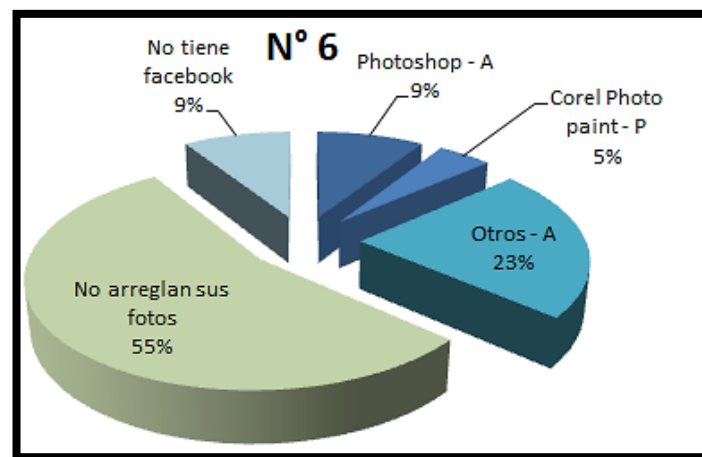


### 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	2	9%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	1	5%
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	5	23%
No arreglan sus fotos		12	55%
No tiene Facebook		2	9%

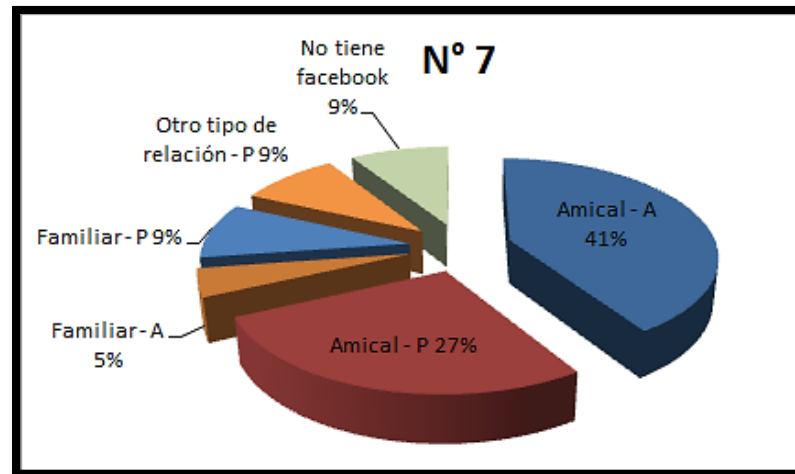


### 7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	9	41%
	PROMEDIO	6	27%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA	1	5%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%

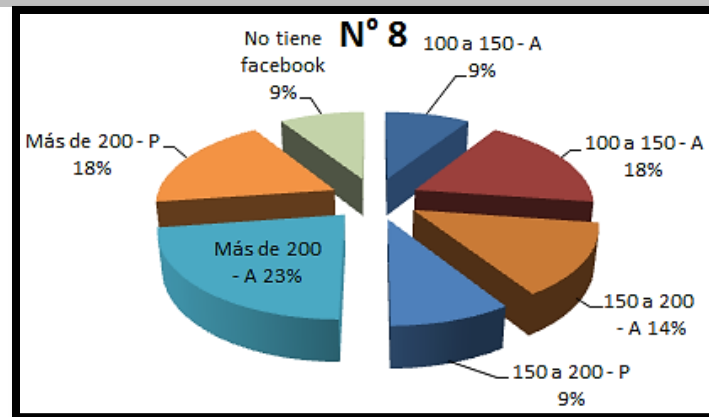


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	5	23%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%

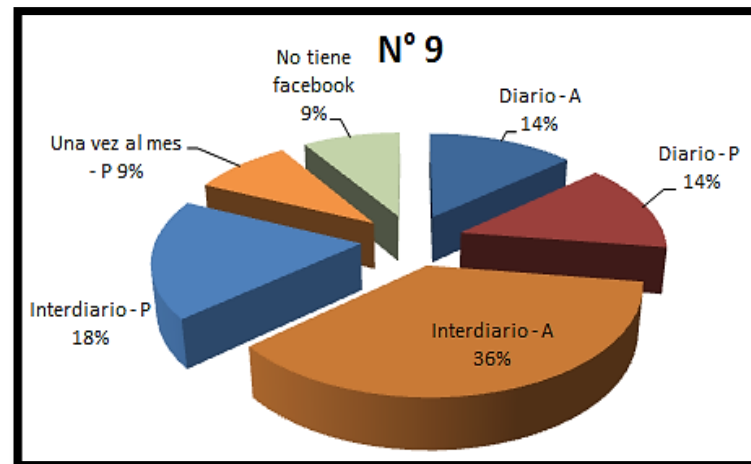


### 9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	3	14%
	PROMEDIO	3	14%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	4	18%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		

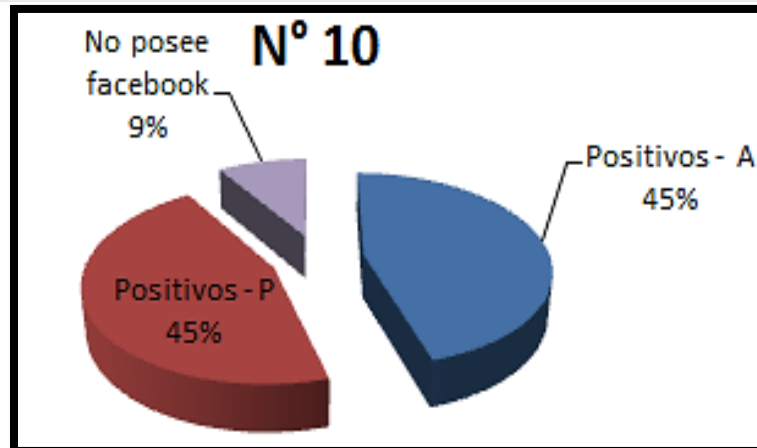


10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Positivos	ALTA AUTOESTIMA	10	45%
	PROMEDIO	10	45%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

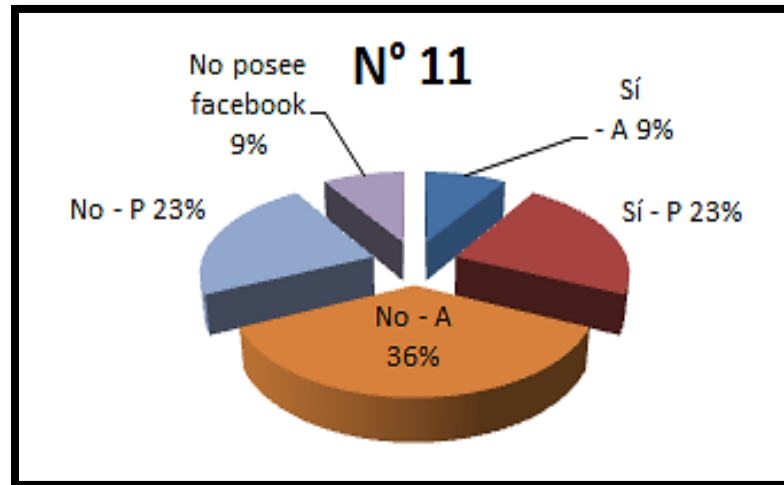


11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		2	9%

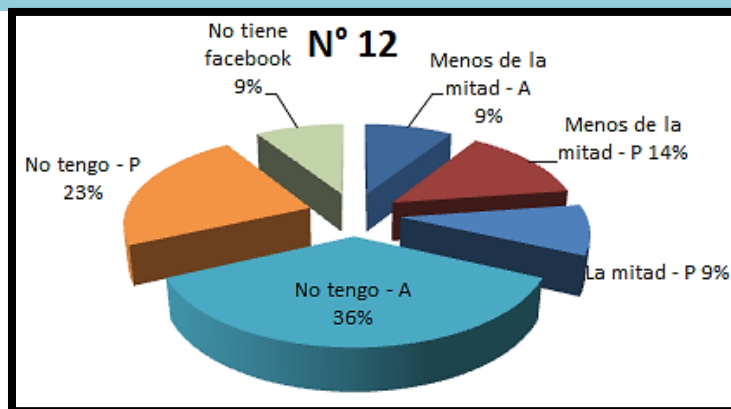


## 12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

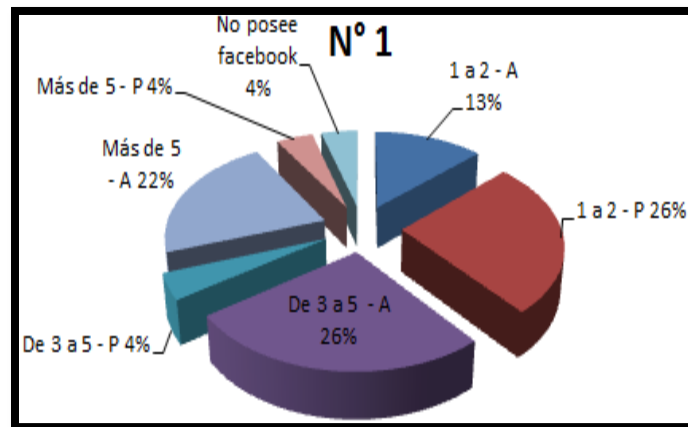
Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	3	14%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA		0%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	8	36%
	PROMEDIO	5	23%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		2	9%



## TERCERO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	3	13%
	PROMEDIO	6	26%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	1	4%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	1	4%
No posee Facebook		1	4%



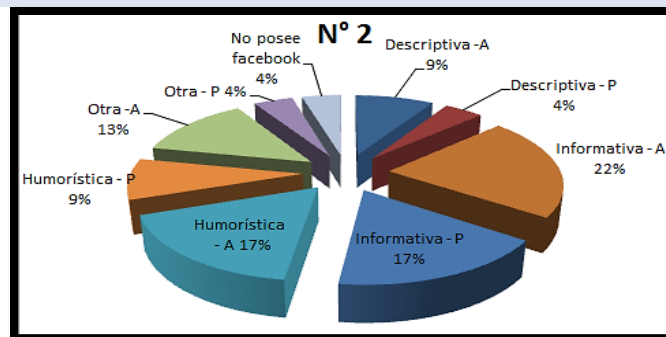


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	2	9%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	3	13%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

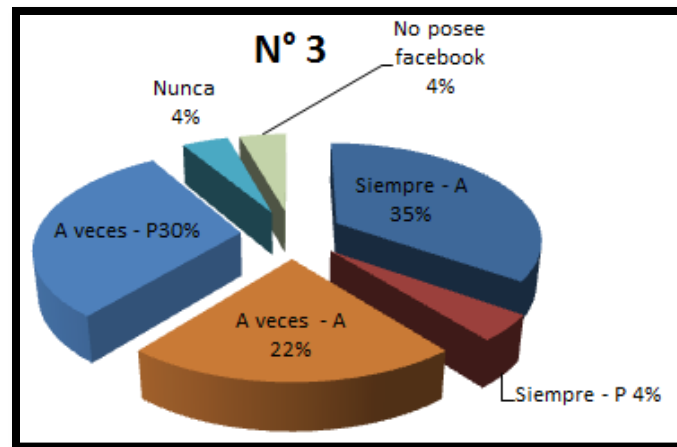


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	5	22%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

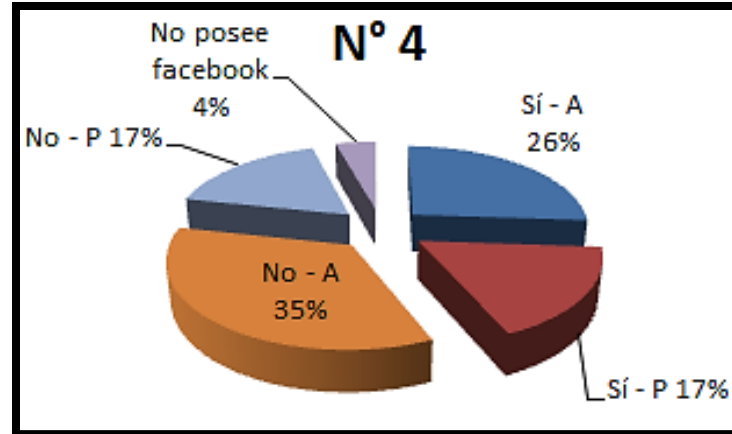


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

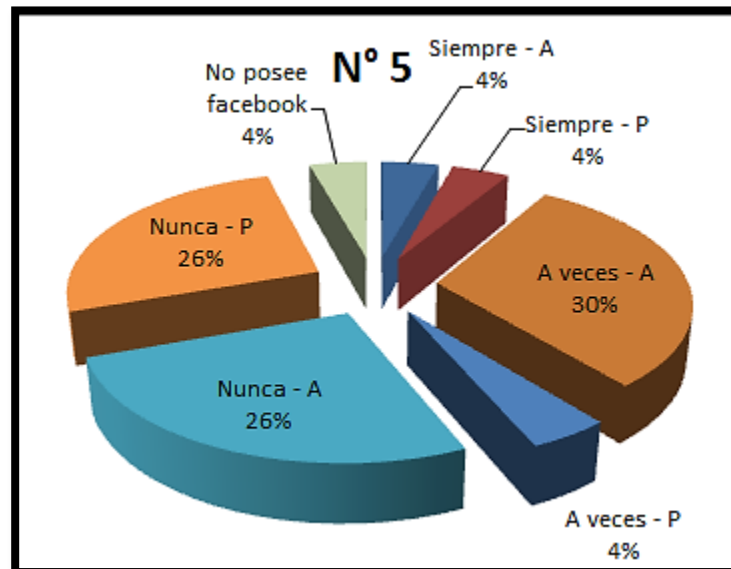
##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		0%
No posee Facebook		1	4%



### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Siempre	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	30%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	6	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

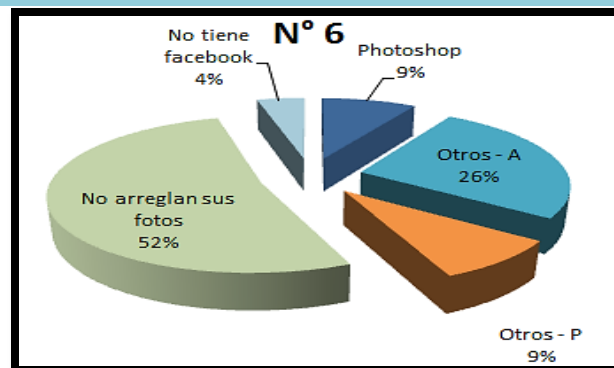


### 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	2	9%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 2	26% 9%
No arreglan sus fotos		12	52%
No tiene Facebook		1	4%

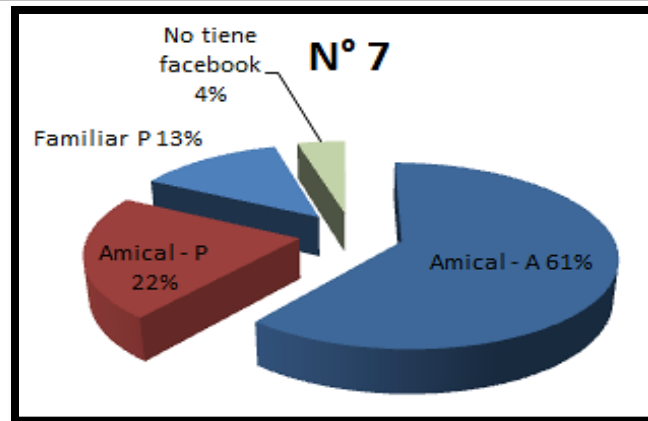


7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	14	61%
	PROMEDIO	5	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	3	13%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%

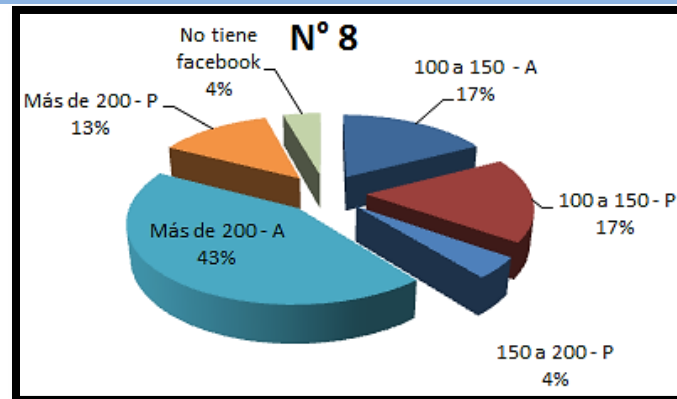


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	4	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	10	43%
	PROMEDIO	3	13%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%

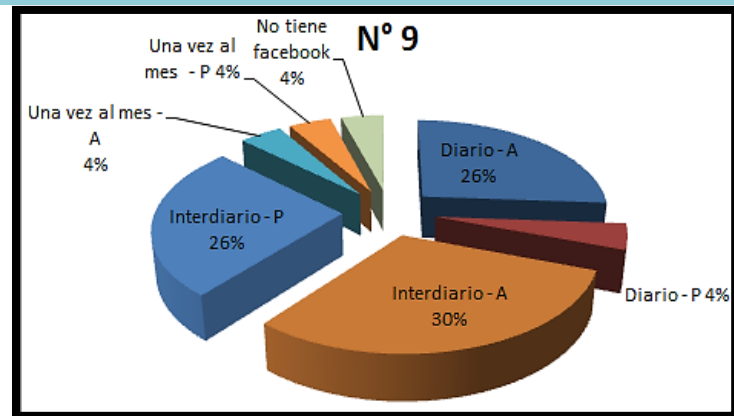


9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

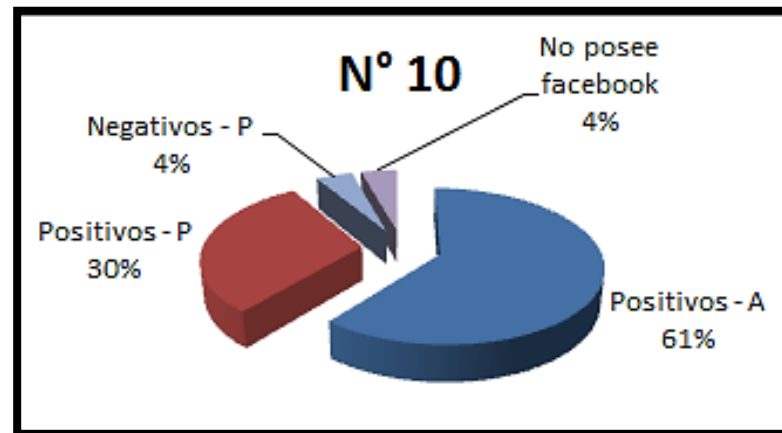
Diario	ALTA AUTOESTIMA	6	26%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	7	30%
	PROMEDIO	6	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%





### 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Positivos	ALTA AUTOESTIMA	14	61%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

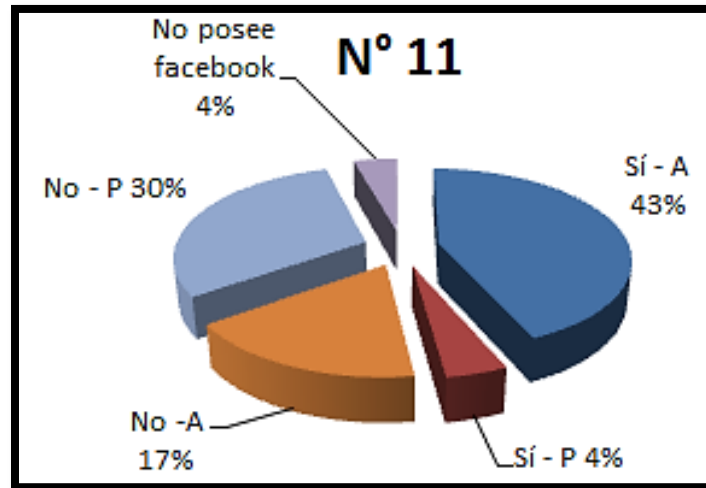


11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	10	43%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

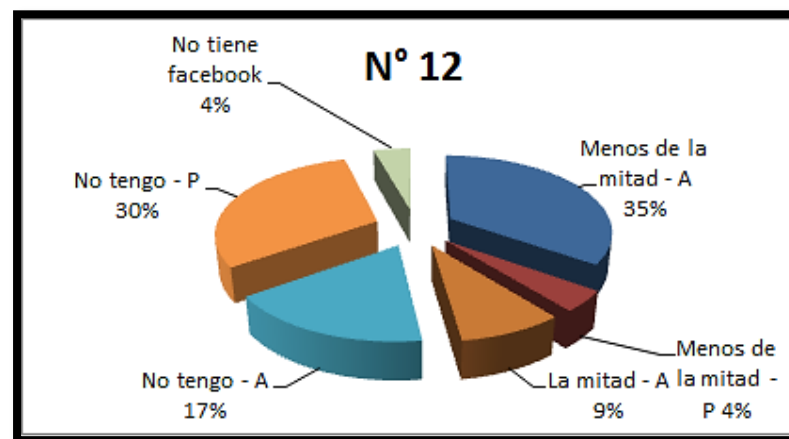


**12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?**

**USO DE FACEBOOK**

**FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA**

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	8	35%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	2	9%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	4	17%
	PROMEDIO	7	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene Facebook		1	4%



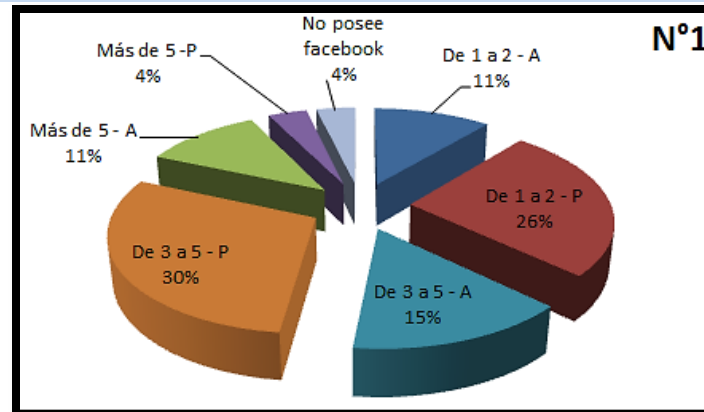
## CUARTO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

De 1 a 2	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

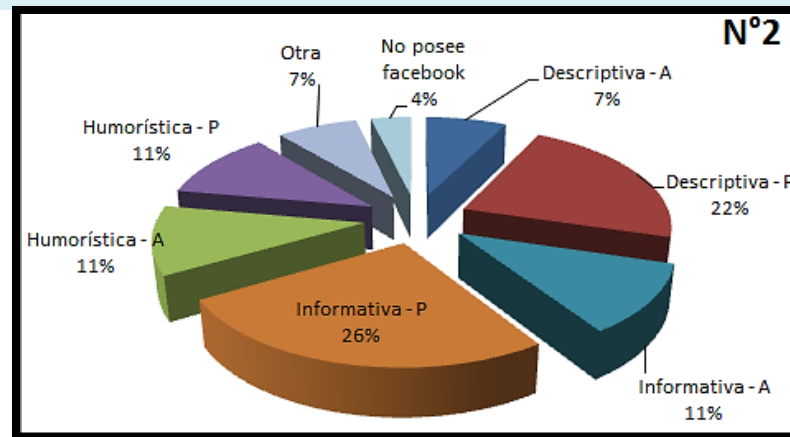


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	6	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

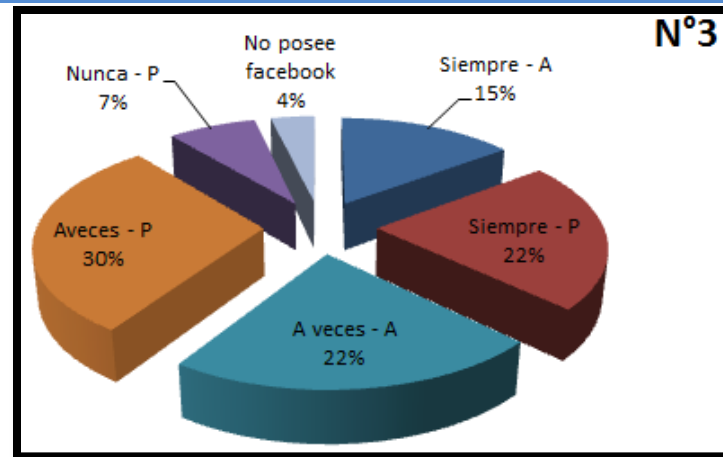


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat de Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	6	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	6	22%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	2	7%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	4%

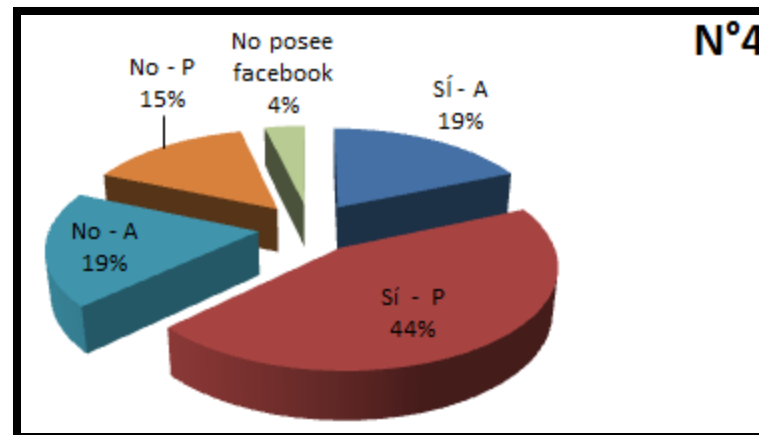


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	12	44%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

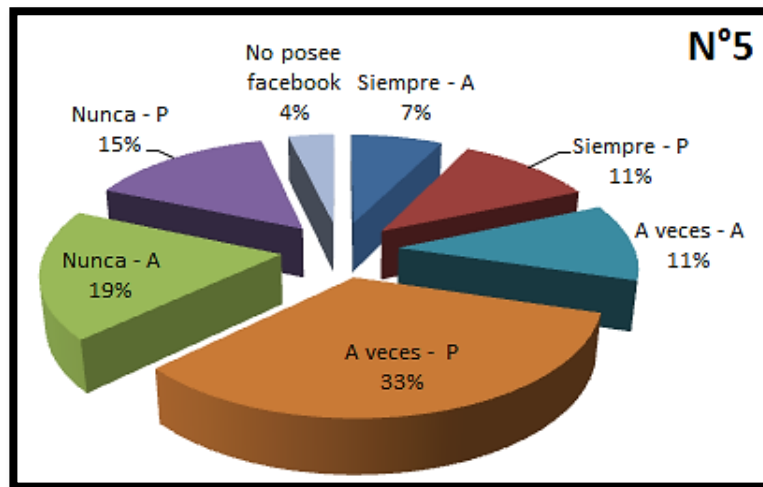


### 5. ¿Con que frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO	9	33%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%



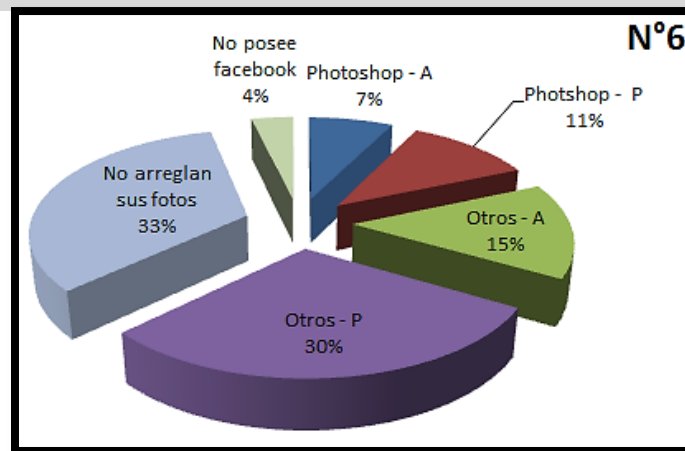


### 6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA	2	7%
	PROMEDIO	3	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Corel photo paint	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No arreglan sus fotos		9	33%
No posee Facebook		1	4%

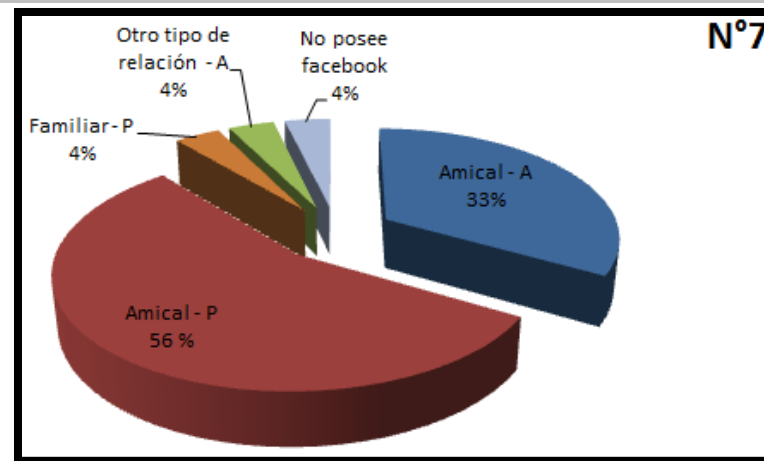


### 7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Amical	ALTA AUTOESTIMA	9	33%
	PROMEDIO	15	56%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	4%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

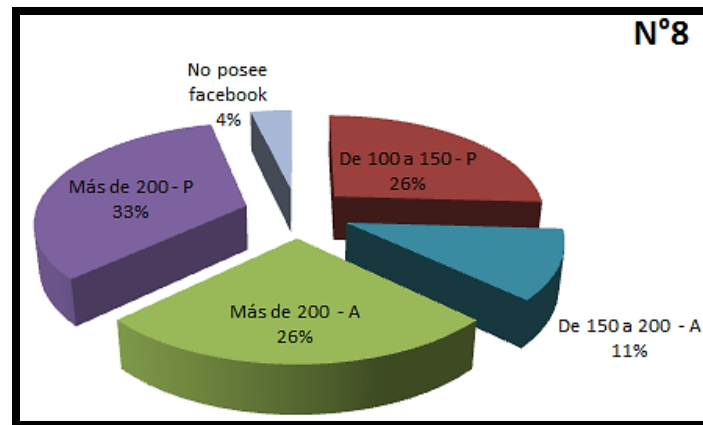


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

De 100 a 150	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
De 150 a 200	ALTA AUTOESTIMA	3	11%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA	7	26%
	PROMEDIO	9	33%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

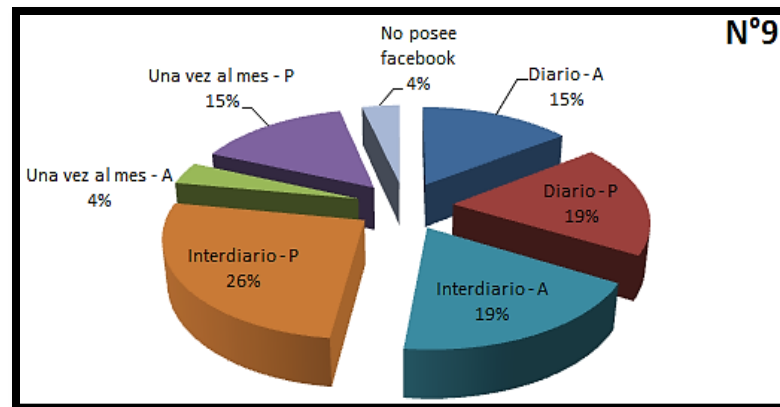


### 9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	5	19%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	7	26%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO	4	15%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

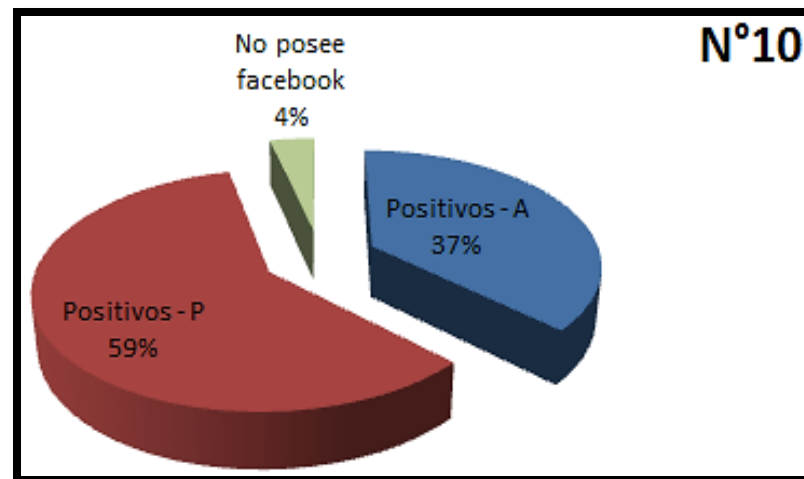


### 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Positivos	ALTA AUTOESTIMA	10	37%
	PROMEDIO	16	59%
	BAJA AUTOESTIMA		
Negativos	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

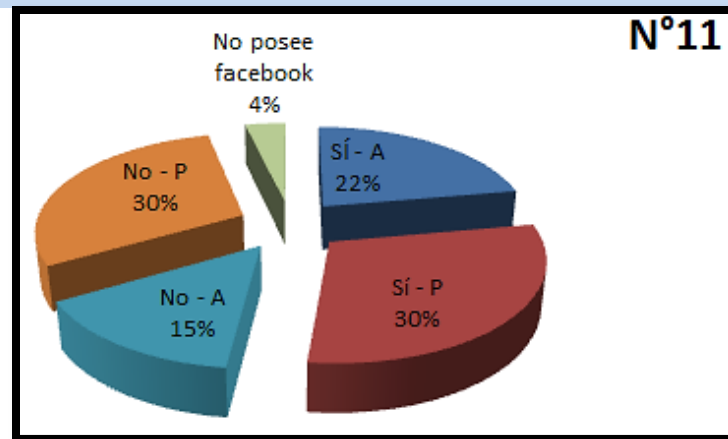


### 11. ¿Posees en tu cuenta de Facebook amistades del extranjero?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Si	ALTA AUTOESTIMA	6	22%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%

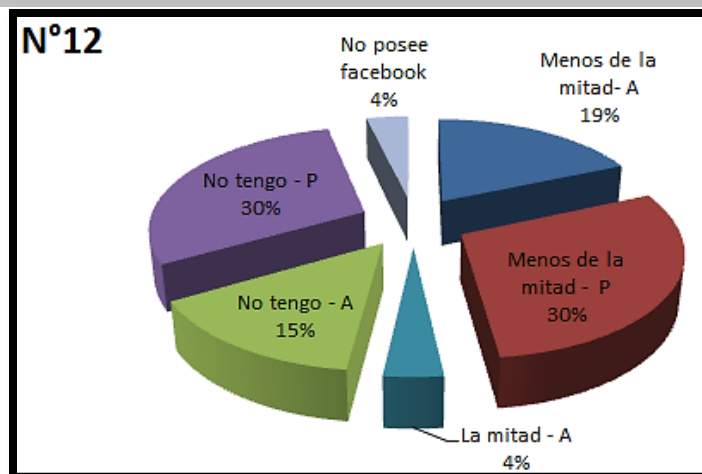


## 12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	5	19%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	1	4%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	4	15%
	PROMEDIO	8	30%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	4%



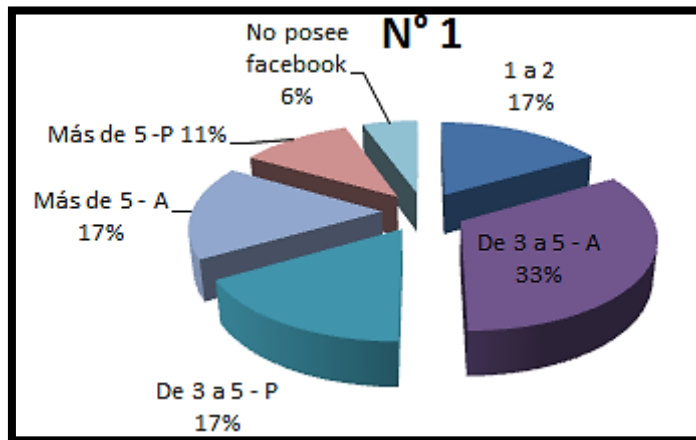
## QUINTO DE SECUNDARIA

### 1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACION DE LA AUTOESTIMA

1 a 2	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	3	17%
De 3 a 5	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	6 3	33% 17%
Más de 5	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO	3 2	17% 11%
No posee Facebook		1	6%



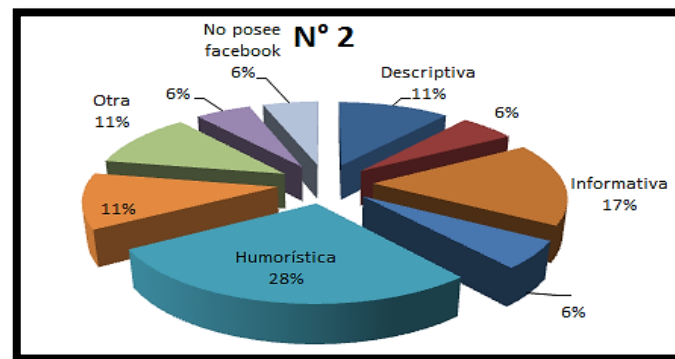


## 2. ¿Qué tipo de información públicas?

### USO DE FACEBOOK

### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Descriptiva	ALTA AUTOESTIMA	2	11%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Informativa	ALTA AUTOESTIMA	3	17%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Humorística	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otra	ALTA AUTOESTIMA	2	11%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%

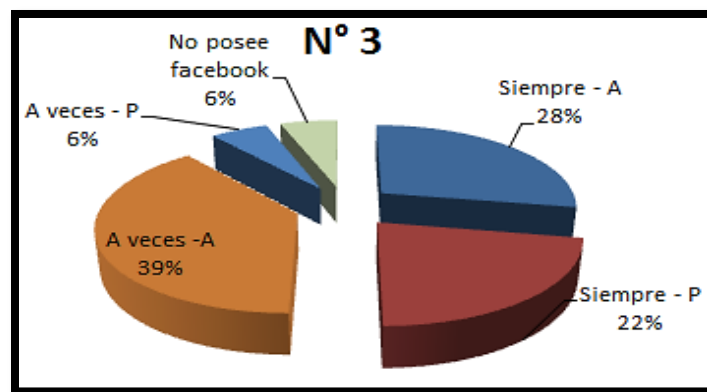


### 3. ¿Con qué frecuencia utilizas el chat Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Nunca	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%

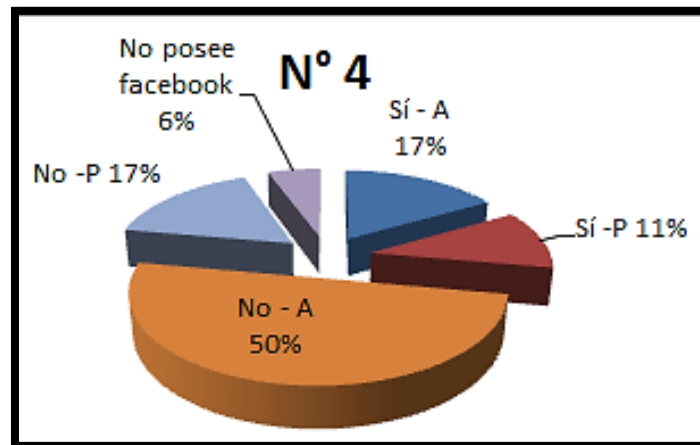


#### 4. ¿Arreglas tus fotos?

##### USO DE FACEBOOK

##### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Sí	ALTA AUTOESTIMA	3	17%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	9	50%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee Facebook		1	6%

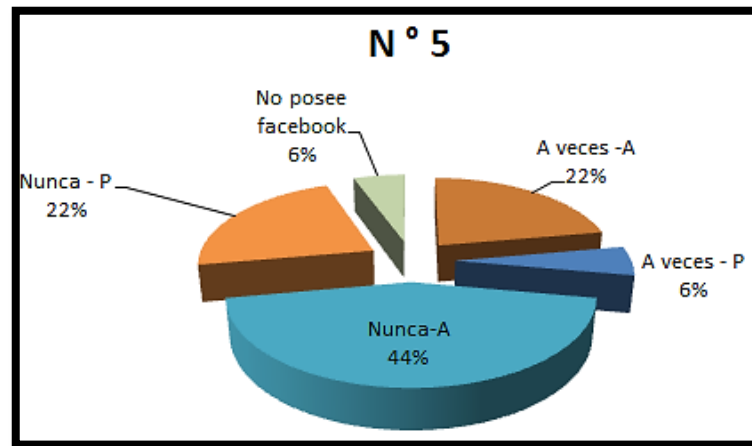


### 5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Siempre	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
A veces	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	4 1	22% 6%
Nunca	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	8 4	44% 22%
No posee Facebook		1	6%

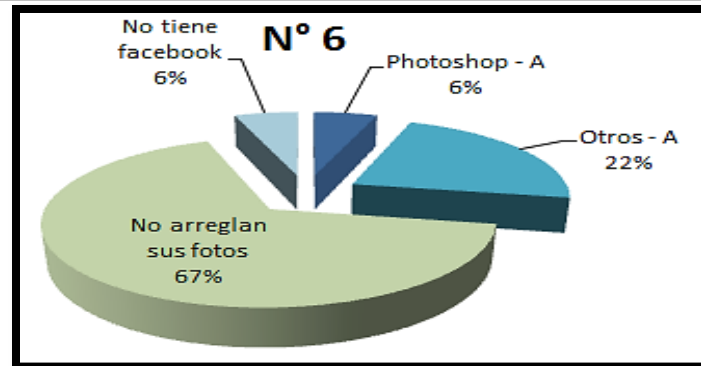


**6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?**

**USO DE FACEBOOK**

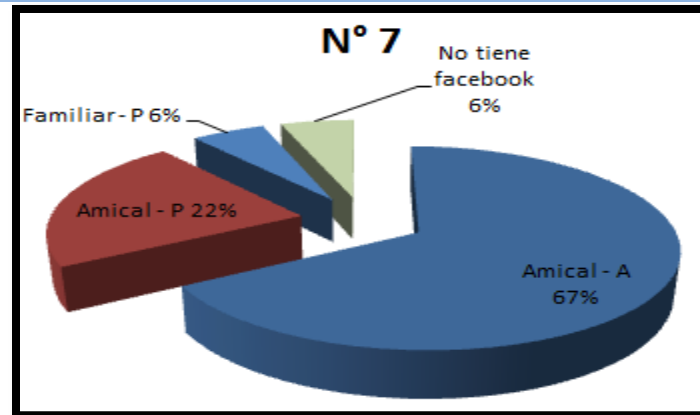
**FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA**

Photoshop	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	1	6%
Corel Photo Paint	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
Otros	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	4	22%
No arreglan sus fotos		12	67%
No tiene Facebook		1	6%



7. ¿Qué tipo de relación establece con sus contactos?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Amical	ALTA AUTOESTIMA	12	67%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Familiar	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Otro tipo de relación	ALTA AUTOESTIMA		
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%

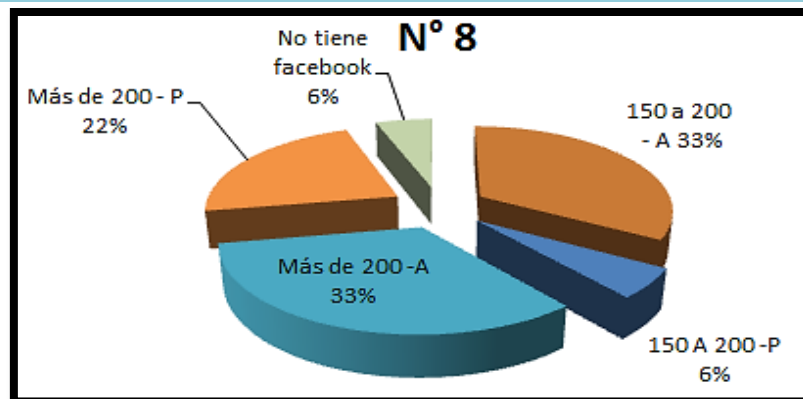


### 8. ¿Cuántas amistades tienes en Facebook?

#### USO DE FACEBOOK

#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

100 a 150	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
150 a 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 1	33% 6%
Más de 200	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	6 4	33% 22%
No tiene facebook		1	6%

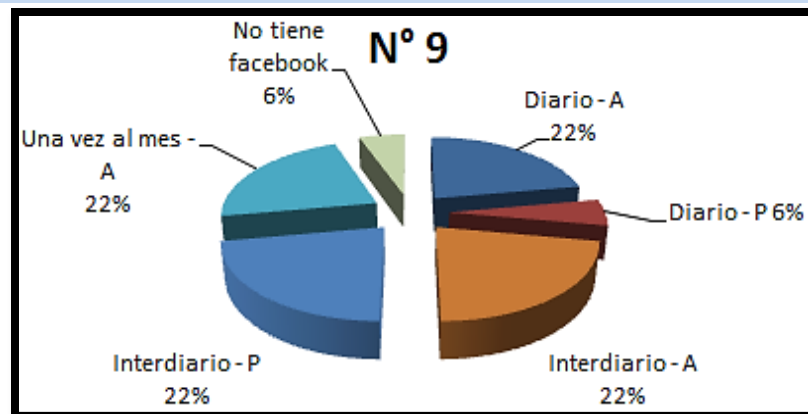


9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Diario	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
Interdiario	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	4	22%
	BAJA AUTOESTIMA		
Una vez al mes	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO		
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%



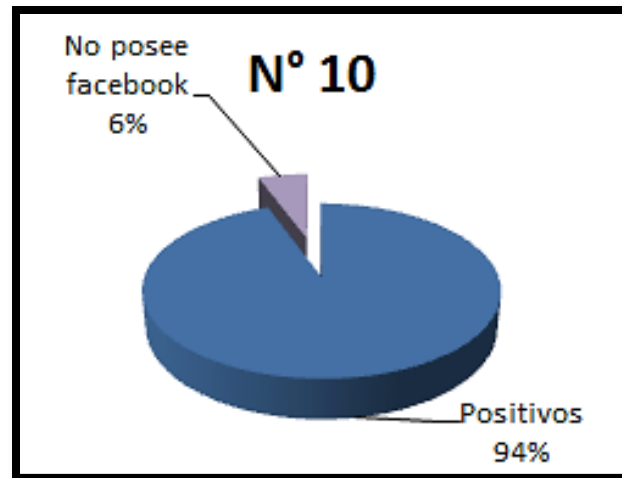


### 10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?

#### USO DE FACEBOOK

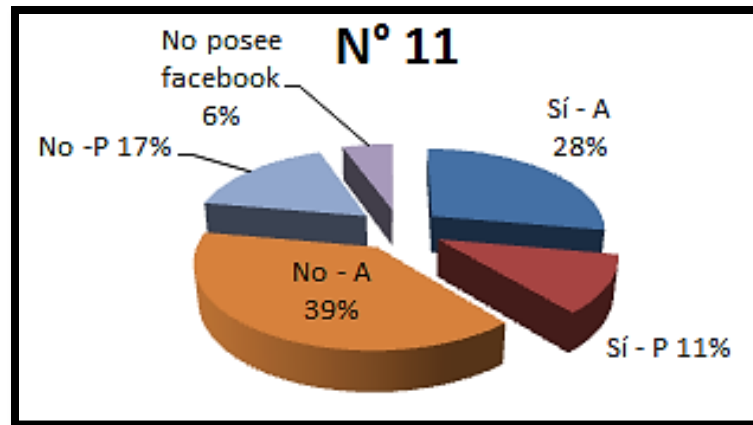
#### FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Positivos	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA	17	94%
Negativos	ALTA AUTOESTIMA PROMEDIO BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	6%



11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?

USO DE FACEBOOK	FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA		
Sí	ALTA AUTOESTIMA	5	28%
	PROMEDIO	2	11%
	BAJA AUTOESTIMA		
No	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No posee facebook		1	6%

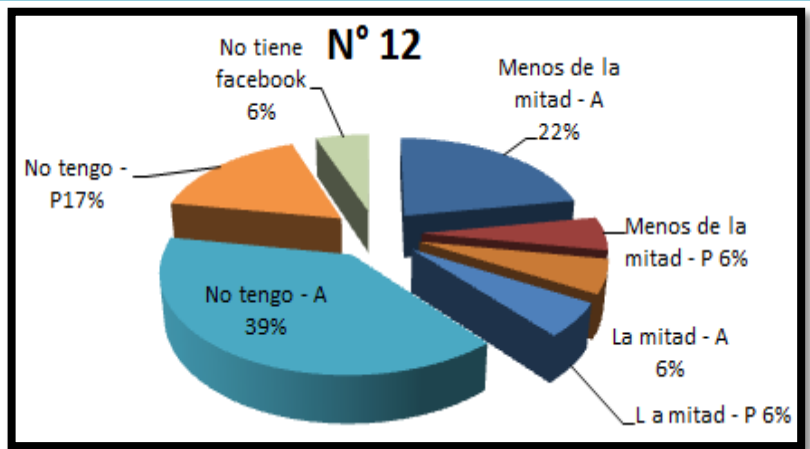


12. ¿Qué porcentaje de tus amistades extranjeras posees?

USO DE FACEBOOK

FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Menos de la mitad	ALTA AUTOESTIMA	4	22%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
La mitad	ALTA AUTOESTIMA	1	6%
	PROMEDIO	1	6%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tengo	ALTA AUTOESTIMA	7	39%
	PROMEDIO	3	17%
	BAJA AUTOESTIMA		
No tiene facebook		1	6%



## ANEXO N° 4

### COMENTARIOS DE LAS ALUMNAS EN FACEBOOK

En este cuadro encontramos los comentarios positivos que reciben las alumnas en la red social FACEBOOK los cuales repercuten en la formación de su autoestima logrando reforzar su imagen personal.

Comentarios que levantan el ánimo en Facebook	Links y argumentación de los comentarios
1) <a href="#">Que Sexy, Que Sexy: \$:</a>	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=252677068121569&amp;set=a.115438151845462.24517.100001378322242&amp;type=3&amp;theate">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=252677068121569&amp;set=a.115438151845462.24517.100001378322242&amp;type=3&amp;theate</a>
2) Siempre encantadora con esa belleza incomparanbl:-D	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2987082634305&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theate">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2987082634305&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theate</a>
3) k dinda shirrr cn el cueerpaso !!!(:	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2202959471716&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=2202959471716&amp;set=a.1593624838731.2077499.1179231667&amp;type=3&amp;theater</a>
4) toa una top mamamcिताaaaaa XD	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100000585162361">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100000585162361</a>
5) ♥ sales bacán...	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=191763177565502&amp;set=a.110001725741648.16354.100001954638783&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/photo.php?fbid=191763177565502&amp;set=a.110001725741648.16354.100001954638783&amp;type=3&amp;theater</a>
6) Aichhh que rica estaaas! te como (: mamasotaaa	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=102446183175013&amp;set=a.102445509841747.4891.100002288945540&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=102446183175013&amp;set=a.102445509841747.4891.100002288945540&amp;type=3&amp;theater</a>
7) Mi flaquita bonita jeny te quiero mucho	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3325701104427&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3325701104427&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater</a>
8) Te recontra amooo fer !!!! ;) a pesar de todo ... Seguiremos juntos ;)	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3294270998694&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=3294270998694&amp;set=a.2884107304858.2147227.1325380379&amp;type=3&amp;theater</a>

Comentarios que aplastan el ánimo en Facebook	Links y argumentación de los comentarios
1) MUELONA ♥	<a href="http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=10150149965628715&amp;set=a.429457513714.223270.696683714&amp;type=3&amp;theater">http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150610211472247.441391.700222246&amp;type=3#!/photo.php?fbid=10150149965628715&amp;set=a.429457513714.223270.696683714&amp;type=3&amp;theater</a>
2) Ok. Osea que cuando por fin te encuentro en face y te hablo ni hola me dices. que mal :(	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
3) q feaaa no!!!! haces provocar jum!!!!	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
4) osea oviooo hahahha . La mas creida hahah entiraa :)	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
5) Eres una enojonaaa aaa aaa !!! - Siii:). ** ): I hate me !	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
6) Te broncearaas mínimo!! ♥ - Clarooo. no vez que con el cuerpazo q tengo voy a ir a la playa en bikini -- hahahaha. pero ya me veras (:	<a href="http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/dajenol?ref=ts#!/profile.php?id=100001378322242</a>
7) Eres linda yaa!!! No me des coleraaa!!! - Sii lo dices solo porque eres mi hermanaa !	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/permalink.php?story_fbid=279604422095500&amp;id=100001378322242&amp;comment_id=3130288">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/permalink.php?story_fbid=279604422095500&amp;id=100001378322242&amp;comment_id=3130288</a>
8) Ya no diré nada porque sino me gritan y se enojan. Y lo peor es que se olvidan de mi y ya no me hablan... pero buenooo ):	<a href="http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100001378322242">http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/profile.php?id=100001378322242</a>

Mencionamos también los comentarios negativos que reciben las alumnas en Facebook porque lo toman en son de broma sin perjudicar de manera severa su autoestima como en el caso de los mensajes positivos.

Por último, incluimos los links de las cuentas en Facebook de algunas alumnas ya que se extrajo esta información con el permiso de cada una de ellas para no tener ningún tipo de problemas de plagio o tráfico de imágenes más adelante y para fortificar la veracidad de la información.

## ANEXO N° 5

### GLOSARIO

- **Adolescente.** Es el individuo que se encuentra entre los 10 y 19 años de edad. Persona que está en el período de transición entre la infancia y la juventud.
- **Autoestima.** Es el sentimiento valorativo de nuestro ser, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad.
- **Facebook.** Es un sitio Web del tipo red social. Inicialmente era exclusivo de estudiantes universitarios, pero se ha ampliado a cualquier persona que tenga correo electrónico.
- **Influencia.** Es la habilidad que puede ostentar una persona, un grupo o una situación particular, en el caso de que sus consecuencias afecten a una amplia mayoría de personas, de ejercer un concreto poder sobre alguien o el resto de las personas.
- **Influencia positiva.** Ve y juzga las cosas en su aspecto favorable.
- **Influencia negativa.** Que produce daño o perjuicio.
- **Socialización.** Proceso que convierte a la persona en un miembro activo y de pleno derecho de la sociedad de la que forma parte.
- **Afecto.** El afecto es la acción a través de la cual un ser humano le profesa su amor a otro ser humano. Ese sentimiento no es exclusivamente hacia otro individuo; se puede materializar y profesar hacia una mascota, por ejemplo.
- **Descriptiva:** Que describe por ejemplo en el caso del uso del Facebook las alumnas describen como se sienten, qué planes tienen, que piensan, en qué lugares se encuentran, etc.
- **Informativa:** Que da noticia de algo. Las alumnas publican los acontecimientos que suceden en su entorno y a nivel mundial ya sea información de artistas, cultura, política, arte, etc.
- **Humorística:** Las alumnas comparten publicaciones cómicas, burlescas, risueñas con sus contactos.

## ANEXO N° 6

### INVENTARIO DE AUTOESTIMA VERSIÓN JÓVENES

NOMBRE:.....EDAD:..... SEXO: (M)(F)

AÑO DE ESTUDIOS:.....FECHA:.....

Marque con un Aspa (X)debajo de V ó F de acuerdo a los siguientes criterios:

**V** cuando la frase SÍ coincide con su forma de ser o pensar

**F** si la frase NO coincide con su forma de ser o pensar

N°	FRASE DESCRIPTIVA	V	F
1	Las cosas mayormente no me preocupan		
2	Me es difícil hablar frente a la clase		
3	Hay muchas cosas sobre mí mismo que cambiaría si pudiera		
4	Puedo tomar decisiones sin dificultad		
5	Soy una persona agradable		
6	En mi casa me molesto muy fácilmente		
7	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo		
8	Soy conocido entre los chicos de mi edad		
9	Mis padres mayormente toman en cuenta mis sentimientos		
10	Me rindo fácilmente		
11	Mis padres esperan mucho de mí		
12	Es bastante difícil ser yo mismo		
13	Mi vida está llena de problemas		
14	Mis compañeros mayormente aceptan mis ideas		
15	Tengo una mala opinión acerca de mí mismo		
16	Muchas veces me gustaría irme de mi casa		
17	Mayor mente me siento incomoda en mi colegio		



18	Físicamente no soy tan simpático como la mayoría de las personas		
19	Si tengo algo que decir generalmente lo digo		
10	Mis padres me comprenden		
21	La mayoría de las personas caen mejor de lo que yo caigo		
22	Mayormente siento como si mis padres estuvieran presionándome		
23	Me siento subestimado (a) por mis compañeros de estudio		
24	Desearía ser otra persona		
25	No se puede confiar en mí		
26	Nunca me preocupo de nada		
27	Estoy seguro de mí mismo		
28	Me aceptan fácilmente en un grupo		
29	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos		
30	Paso bastante tiempo imaginando mi futuro		
31	Desearía tener menos edad que la que tengo		
32	Siempre hago lo correcto		
33	Estoy orgulloso de mi rendimiento en el colegio		
34	Alguien siempre tiene que decirme lo que debo hacer		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago		
36	Nunca estoy contento		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo para conseguir logros académicos		
38	Generalmente puedo cuidarme solo		
39	Soy bastante feliz		
40	Preferiría jugar con los jóvenes menores que yo		
41	Me agradan todas las personas que conozco		
42	Me gusta cuando me invitan a exponer un tema de mi profesión		

43	Me entiendo a mí mismo		
44	Nadie me presta mucha atención en casa		
45	Nunca me resonarán		
46	No me está yendo tan bien en el colegio como yo quisiera		
47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48	Realmente no me gusta ser joven		
49	No me gusta estar con otras personas		
50	Nunca soy tímido		
51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo		
52	Soy el centro de las bromas que realizan mis compañeros		
53	Siempre digo la verdad		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz		
55	No me importa lo que me pase		
56	Soy un fracaso		
57	Me fastidio fácilmente cuando me llaman la atención		
58	Toda acción que realizo siempre debo comunicárselo a los demás		

## ANEXO N° 7

### Universidad Privada del Norte

#### Encuesta sobre la Influencia del Facebook en la Autoestima

Edad:

Fecha:

La presente encuesta pretende determinar el nivel de Influencia del Facebook en la autoestima de las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º Años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret”, Cajamarca – 2011.

1. ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?  
a) 1 – 2                      b) 3 – 5                      c) más de 5
2. ¿Qué tipo de información pública?  
a) Descriptiva              b) Informativa              c) Humorística              d) Otra:.....
3. ¿Con qué frecuencia utilizas el Chat de Facebook?  
a) Siempre                  b) A veces                  c) Nunca
4. ¿Arreglas tus fotos?  
a) Sí                          b) No
5. ¿Con qué frecuencia arreglas tus fotos?  
a) Siempre                  b) A veces                  c) Nunca
6. ¿Qué tipo de programas utilizas para arreglar tus fotos?  
a) Photoshop              b) Corel photo paint      c) Otros, especifique.....
7. ¿Qué tipo de relación estableces con los contactos?  
a) Amical                    b) Familiar                    c) Otro tipo de relación.....
8. ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?  
a) 100 – 150              b) 150 – 200              c) más de 200
9. ¿Con qué frecuencia te relacionas con sus contactos?  
a) Diario                    b) Interdiario              c) Una vez al mes
10. ¿Qué tipo de comentarios recibes?  
a) Positivos                b) Negativos
11. ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades del extranjero?  
a) Sí                          b) No
12. ¿Qué porcentaje de tus amistades son extranjeras?  
a) Menos de la mitad      b) la mitad                  c) No tengo

ANEXO N° 8



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE  
Laureate International Universities®

ENTREVISTA A LAS ALUMNAS DEL NIVEL SECUNDARIO DE LA  
I.E.P “MARÍA DE NAZARET” 2012

Nombre:.....Edad:.....

Grado:.....Fecha:.....

1. ¿Para qué utilizas Facebook?
2. ¿Utilizas Facebook todos los días?
3. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook?
4. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook?
5. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente?
6. ¿Qué significa Facebook para ti?
7. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook?
8. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos?
9. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo?
10. ¿Cómo te animaste en crearte una cuenta en Facebook?
11. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué?
12. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho?
13. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías?
14. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real?
15. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?

## ANEXO N° 9

### SINTESIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A 25 ALUMNAS DE 1° A 5° DE SECUNDARIA DE LA I.E.P "MARÍA DE NAZARET"

**1. ¿Para qué utilizas Facebook?**

Para chatear con mis amigos y familiares que están lejos, subir fotos y enterarnos de los acontecimientos del día a día.

**2. ¿Utilizas Facebook todos los días?**

Sí

**3. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook?**

De 2 a 3 horas diarias

**4. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook?**

Sí

**5. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente?**

200 a 5000

**6. ¿Qué significa Facebook para ti?**

Es una red social

**7. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook?**

Conocer más personas

**8. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos?**

Bien y felices

**9. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo?**

No

**10. ¿Cómo te animaste en crearte una cuenta en Facebook?**

Por familiares y amigos

**11. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué?**

No

**12. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho?**

No.

**13. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías?**

La mayoría

**14. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real?**

A la mayoría

**15. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?**

Normal

ANEXO N° 10

# **MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Variables	Aspectos	Sub aspectos	Indicadores	Preguntas	Respuestas
FACEBOOK	Aspectos tecnológicos	Álbums Fotografías Muro de información Chat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de álbumes fotográficos</li> <li>• Tipo de información que utiliza</li> <li>• Comunicación con el entorno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuántos álbumes fotográficos posees?</li> <li>• ¿Qué tipo de información publicas?</li> <li>• ¿Con qué frecuencia utilizas el chat?</li> <li>• ¿Qué tipo de programas utilizas?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ a)1-2, b)3-5,c)más de 5</li> <li>✓ a)Descriptiva, b)Informativa, c)Humorística d) Otra</li> <li>✓ Siempre, b) A veces, c)Nunca</li> <li>✓ a) Photoshop, b) Corel photo paint, c) Otros especifique)</li> </ul>
	Aspectos de red social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociabilidad</li> <li>• Pluralidad</li> <li>• Puntos de vista</li> <li>• Construcción de identidad</li> <li>• Construcción de nuevas relaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación que establece con las personas</li> <li>• Amistades que posee</li> <li>• Concepto que tienen otros hacia uno</li> <li>• Favorece o no la autoestima</li> <li>• Interés por nuevas culturas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipo de Relación estableces con los contactos?</li> <li>• ¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?</li> <li>• ¿Con qué frecuencia te relacionas con tus contactos?</li> <li>• ¿Qué tipo de comentarios recibes?</li> <li>• ¿Arreglas tus fotos?</li> <li>• ¿Posees en tu cuenta Facebook amistades extranjeras?</li> <li>• ¿Qué porcentaje de tus amistades representa la extranjera?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amical, b)Familiar, c) Otro tipo de relación</li> <li>✓ a)100 – 150, b) 150 – 200, c) más de 200</li> <li>✓ a) Diario, b) Interdiario c) Una vez al mes</li> <li>✓ a) Positivos, b) Negativos</li> <li>✓ a) Sí, b) No</li> <li>✓ a) Sí, b) No</li> <li>✓ a) Menos de la mitad, b) la mitad, c) No tengo</li> </ul>



Variables	Aspectos	Sub aspectos	Indicadores	Preguntas
<p><b>INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>USO DEL FACEBOOK</b></p>	<p>Aspectos del uso del Facebook</p>	<p>a) Cuenta b) Fotografías c) Muro d) Comentarios e) Chat</p>	<p>a) Usos de Facebook en su vida diaria b) Publicaciones en Facebook c) Comunicación con sus contactos d) Importancia de la red social Facebook</p>	<p>16. ¿Para qué utilizas Facebook? 17. ¿Utilizas Facebook todos los días? 18. ¿Aproximadamente, cuántas horas al día usas Facebook? 19. ¿En tu tiempo libre utilizas Facebook? 20. ¿Cuántos contactos tienes aproximadamente? 21. ¿Qué significa Facebook para ti?</p>
<p><b>DEPENDIENTE</b></p> <p><b>FORMACIÓN DE LA AUTOESTIMA</b></p>	<p>Aspectos de la formación de la autoestima</p>	<p>f) Autoconcepto g) Autoconciencia h) Autorrevelación i) Profecías auto cumplidas j) Comunicación e identidad k) Ausencia de confirmación</p>	<p>f) Imagen de sí mismo g) Comunicación intrapersonal h) Cómo se muestra frente a los demás i) Influencia del entorno j) Interacción que establece con sus contactos k) Falta de integración</p>	<p>22. ¿Qué has conseguido gracias a Facebook? 23. ¿Cómo te sientes cuando recibes comentarios positivos? 24. ¿Facebook te ha cambiado la vida?, ¿Cómo? 25. ¿Cómo te animaste en crear una cuenta en Facebook? 26. ¿Sientes que Facebook te hace popular?, ¿Por qué? 27. ¿Has recibido comentarios negativos de tus contactos?, ¿Qué has hecho? 28. ¿Cuántos contactos se han mostrado cautivados por tus fotografías? 29. ¿A cuántos de tus contactos conoces en la vida real? 30. ¿Cómo te sentirías sino tuvieras Facebook?</p>

## CUADRO DE CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes Actividad	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1° Realización de Proyecto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
2° Presentación de Proyecto													■	■	■	■																
3° Realización de Encuestas																	■	■														
4° Tabulación de encuestas																					■	■										
5° Análisis de resultados																									■							
6° Investigación y análisis de los temas																									■	■	■	■				
7° Avance y desarrollo de los temas																									■	■						
8° Presentación y sustentación de tesis																													■	■	■	■

**Inversiones:** Presupuesto y **Financiamiento:** Recursos propios

MATERIALES	COSTO
Fotocopias	S/. 2.00
Impresiones	S/. 5.00
Luz	S/. 35.00
Internet	S/. 50.00
Pasajes	S/. 20.00
Imprevistos	S/. 10.00
Folders	S/. 5.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 127.00</b>

