

**EXPRESIÓN DE RASGOS DE PERSONALIDAD CONDUCTUALES E
INTERPERSONALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN SUJETOS
ENTRE LOS 18 Y 25 AÑOS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.**

JULIA CRISTINA BLANDON MENA

KEILA GREGORIA MUÑOZ BARRIOS

WISTON ALEXIS FRANCO JARAMILLO

FUNDACION UNIVERSITARIA MARIA CANO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

PROGRAMA DE PSICOLOGIA

MEDELLIN- 2017

**EXPRESIÓN DE RASGOS DE PERSONALIDAD CONDUCTUALES E
INTERPERSONALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN SUJETOS
ENTRE LOS 18 Y 25 AÑOS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.**

JULIA CRISTINA BLANDON MENA

KEILA GREGORIA MUÑOZ BARRIOS

WISTON ALEXIS FRANCO JARAMILLO

Monografía presentada como requisito para optar por el título de:

PSICOLOGOS

Asesor Metodológico

ESPERANZA MARIA GONZALEZ MARIN

Especialista en psicología organizacional

FUNDACION UNIVERSITARIA MARIA CANO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

PROGRAMA DE PSICOLOGIA

MEDELLIN- 2017

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Medellín, mayo 2017

AGRADECIMIENTOS

Inicialmente le queremos dar gracias a Dios por permitirnos llegar y cumplir esta meta. Le damos las gracias a nuestra Asesora Esperanza González Marín por brindarnos sus conocimientos y su apoyo incondicional en cada una de las fases; gracias profe por su paciencia y tiempo. Por otro lado, muchas gracias a la profesora Juliana Montoya por su apoyo y sugerencias para la realización de la investigación; gracias a cada uno de los docentes que formaron parte de nuestro proceso de formación.

Gracias a este gran equipo de trabajo.

DEDICATORIA

Para ti hermano por ser mi mayor motivación en el mundo, por hacerme feliz y demostrarme que es el amor incondicional, por haber estado ahí durante todos estos años en los que solo me has apoyado, y más importante, me has querido en los momentos en los que ni siquiera yo misma lo podía hacer. **¡Te amo hermano menor!, Gracias.**

A mis compañeros de viaje, Kei y Wis. Nos quedaron por siempre todas las risas que gastamos en este proyecto. **Los quiero mucho, equipo ganador.**

Julia Blandon Mena

A Julia y a Keila que tuvieron mucha paciencia con mi poco tiempo.

Wiston Franco Jaramillo

Hoy quiero dedicarles este trabajo a todas aquellas personas que creyeron en mis capacidades y competencias para lograr este gran sueño de estudiar Psicología. Inicialmente quiero darle gracias a mi esposo Juan Fernando Duque por caminar de la mano conmigo, por creer en mí y demostrarme que los sueños SI se pueden cumplir, por apoyarme en cada una de mis decisiones; Gracias por tu esfuerzo y dedicación para que yo pudiera cumplir esta meta.

Gracias a mis padres Madenis Barrios y Víctor Muñoz por cultivar en mis valores significativos que hoy me hacen ser la persona que soy, que a pesar de la distancia siempre están ahí dispuestos a escucharme; gracias por cada una de sus enseñanzas, por respetar y comprender

mis decisiones y por iniciar este camino conmigo. Gracias por todos los sacrificios que han hecho por mí y brindarme todo su amor.

Le doy gracias a mis suegros por recibirme en su hogar como una hija, por abrirme sus corazones y apoyarme en este proceso; gracias al resto de mi familia por estar pendientes de mí y por el cariño que me brindan. Para finalizar le doy gracias a Dios porque me permitió tener como parte de mi familia a mi tía Amalia y a mi tío Fredy que hoy desafortunadamente no están porque Dios considero que su misión en este mundo se había cumplido y hoy se encuentran allá en su santo reino, este triunfo también es para ustedes, porque fueron seres maravillosos en mi vida; y algún día les compartiré esta hermosa experiencia que hoy recibe como nombre TRABAJO DE GRADO.

Keila Muñoz Barrios

R.A.E (RESUMEN ANALITICO EJECUTIVO)

TITULO: EXPRESIÓN DE RASGOS DE PERSONALIDAD CONDUCTUALES E INTERPERSONALES, A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN SUJETOS ENTRE LOS 18 Y 25 AÑOS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.

AUTORES: Julia Cristina Blandon Mena, Keila Gregoria Muñoz Barrios, Wiston Alexis Franco Jaramillo

Fecha: Mayo - Junio de 2017

TIPO DE IMPRENTA: Procesador de palabras Microsoft Word 2013, Time New Roman, número 12, espacios entre líneas y párrafos 2.0

NIVEL DE CIRCULACION: Restringida

ACESO AL DOCUMENTO: Fundación Universitaria María Cano y Autores

MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO: Monografía para optar al título de pregrado en psicología.

PALABRAS CLAVES: Personalidad, rasgos, redes sociales, Facebook, comunicación, relacionamiento, identidad.

DESCRIPCION DEL ESTUDIO: El estudio surgió a partir de la concientización de sus integrantes acerca del uso constante que estaba teniendo la red social Facebook por los jóvenes y como por medio de esta estaban generando diferentes tipos de relacionamiento y mostrando por medio de esta red, diferentes aspectos de tipo personal. La investigación se realizó mediante la revisión, observación y registro de las interacciones diarias de 10 personas específicas con la red

social Facebook, complementando la información adquirida por este medio, con una entrevista semi-estructurada a cada una de las 10 personas.

CONTENIDO DEL DOCUMENTO: El documento contiene seis (6) capítulos. El primer capítulo contiene toda la información inicial correspondiente al planteamiento del problema, objetivo de investigación y descripción del problema. El segundo capítulo contiene toda la información del marco metodológico, como aspectos de enfoque, tipo de estudio, el tipo de población, entre otros aspectos. El tercer capítulo contiene todo lo referente a los diferentes marcos informativos. El cuarto capítulo contiene todo lo correspondiente al análisis de la información recolectada durante la investigación. En el quinto capítulo están las recomendaciones y conclusiones. Y en el sexto capítulo esta toda la información correspondiente a la bibliografía.

METODOLOGIA: Este documento se fundamentó en una investigación con un enfoque de tipo cualitativo, con un método descriptivo y un diseño no experimental-transversal.

CONCLUSION: El uso de las redes sociales, en específico la red social Facebook, está en constante crecimiento, mediante esta red, se puede evidenciar que algunos de sus usuarios, debido a la cantidad de interacciones y el tipo de información allí compartida, pueden brindar a sus diferentes receptores, información acerca de sus gustos, intereses, emociones, conductas y en general, pueden brindar información acerca de algunos posibles rasgos de su personalidad, rasgos que pueden verse en algunos casos confirmados al momento de generar una interacción directa con la persona, o que por el contrario, se puede ver confrontados.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	11
CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1. TITULO	13
1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3. OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORIAS DE ANALISIS, VARIABLES Y/O HIPOTESIS.....	17
2. OBJETIVOS	19
2.1 General	19
2.2 Específicos	19
3. JUSTIFICACIÓN	20
CAPITULO 2. MARCO METODOLÓGICO	22
4. MARCO METODOLÓGICO.....	22
4.1. METODO	22
4.2. ENFOQUE.....	22
4.3. DISEÑO.....	23
4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
4.5. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	26
4.5.1. Fuentes primarias	27
4.5.2. Fuentes secundarias.....	27
4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	28
CAPITULO 3. MARCO REFERENCIAL	29
5. MARCO REFERENCIAL.....	29
5.1. MARCO CONCEPTUAL.....	33
5.2. MARCO HISTÓRICO.....	38
5.3. MARCO CONTEXTUAL	43
5.4. MARCO LEGAL.....	48
5.5. MARCO TEÓRICO.....	50
CAPITULO 4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DISCUSIÓN.....	66
6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	66
6.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	76
CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78

7. CONCLUSIONES	78
8. RECOMENDACIONES	79
CAPITULO 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICOS Y ANEXOS	80
BIBLIOGRAFIA	80
ANEXOS	84
CONSENTIMIENTO INFORMADO	84
FORMATO ENTREVISTA:	88

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objetivo aportar a la comprensión de la relación que está teniendo actualmente las características de personalidad y su expresión en las nuevas redes de comunicación, denominadas redes sociales de internet, y como se verá en este trabajo, con una red social en específico, el Facebook.

Los usuarios en las redes sociales cada día crecen más, indiscutiblemente estas se han convertido en un canal de comunicación efectivo, por sus diversas herramientas al momento de intercambiar información. Hay que aceptar que las redes sociales son una alternativa en donde se puede jugar con la interacción ya sea por medio de imágenes y texto; cada vez son más las actividades que se pueden realizar como realizar video llamadas y publicar historias al instante.

Es difícil entender que las redes sociales como Facebook transforman el pensamiento y la conducta del ser humano, porque es de suponerse que al momento de crear una cuenta y acceder al mundo de las redes sociales se tiene claro que se desea alcanzar al obtener un usuario y contraseña, lo que sería estar en contacto con amigos o conocidos, e incluso ver este medio como un canal para conocer gente nueva. Sin embargo, hasta qué punto el sujeto se hace responsable de lo que comparte por este tipo de medios; será que existe conciencia respecto a lo negativo y positivo de la información que se suministra en los perfiles.

En el presente trabajo de investigación se realizara un análisis respecto a los rasgos de personalidad de orden conductual e interpersonal que se pueden ver evidenciados en la interacción constante de algunos usuarios con la red social conocida como Facebook, en donde se abordaran aspectos relacionados con las publicaciones que realizan estos usuarios, que interacciones realizan, con qué objetivo y que tipo de temáticas se maneja, así mismos la

frecuencia de esta acción; lo cual permitirá tener una perspectiva de lo que implica tener una cuenta en Facebook, cuál sería el trasfondo de lo que las personas comparten y que logran obtener, sentir y percibir a raíz de las acciones que puede generar una publicación.

CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. TITULO

Expresión de rasgos de personalidad conductuales e interpersonales, a través de la red social Facebook en sujetos entre los 18 y 25 años de la ciudad de Medellín.

1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación nace a partir de los conocimientos adquiridos en el semillero Intervención clínica cognitiva del grupo de investigación psique y sociedad, de una línea de investigación macro, donde nosotros como equipo vamos a investigar de forma específica rasgos de personalidad conductuales e interpersonales y el otro equipo investigara de forma específica forma específica rasgos de personalidad cognitivo afectivos.

Desde la psicología de la personalidad, uno de los primeros teóricos en dedicarse al estudio de la conducta interpersonal fue Leary (1957), definiéndola como toda conducta que está relacionada abierta, consciente, ética o simbólicamente con otro ser humano real, colectivo o imaginado. En Psicología clínica y psiquiatría, la tradición teórica interpersonal se inició con la teoría propuesta por Sullivan (1953), concediendo mayor importancia a los aspectos sociales; definiendo las relaciones interpersonales como un patrón relativamente persistente de situaciones interpersonales recurrentes que caracterizan la vida humana. (Cornejo & Tapia, citando a Leary & Sullivan,2011, p224)

La tecnología se ha convertido en un elemento fundamental en la vida de cada ser humano, existen aplicaciones que con mucha facilidad ayudan a resolver inconvenientes que se presenten

en la cotidianidad; de igual forma las redes sociales hacen parte del mágico mundo de la tecnología. En la actualidad de alguna u otra forma las personas recurren al uso de la tecnología; ya sea enviado mensajes de textos, correos, compartir estados o fotos en las redes sociales, realizar búsquedas de actividades, realización de trabajos, curso entre otras; en este trabajo se pretende hacer un trasfondo de una de las redes más importante del mundo llamada **FACEBOOK**, es una red social versátil; en donde las personas tienen un acercamiento con el otro por medio de un chat, comentario y estados.

Facebook cuenta con millones de usuarios, en donde se tiene la posibilidad de crear nuevas amistades, sin embargo, es inevitable preguntarse qué implicaciones origina que las personas deseen estar constantemente conectadas o en línea a esta red. en esta investigación se expresaba al inicio que se trabajará en los rasgos de personalidad conductuales e interpersonales.

Facebook para muchas personas se convierte en un diario público, porque comienzan a expresar todo aquello que realizan en el día, a dónde se dirigen, cuáles son sus sueños, metas; a lo largo de la historia se ha manifestado que el ser humano necesita interactuar con el otro, la comunicación es la base de toda relación, nos comunicamos para transmitir nuestras emociones y aprender de lo desconocido o enriquecerlo; es cuando Facebook se convierte en un recurso para que se dé inicio una interacción porque cada día son más los usuarios y la aplicación se actualiza constantemente; pero hasta donde el ser humano tiene conocimiento de lo que se debe y de lo que no necesariamente las otras personas deben saber.

Ryan & Xenos (2011), realizaron un estudio en Australia acerca del uso de Facebook y su relación con los aspectos del modelo de los cinco grandes, timidez, narcisismo y soledad, donde

se encontró que las personas que utilizan Facebook son propensas a desarrollar rasgos narcisistas y a ser más extrovertidos, a pesar de ser menos conscientes y socialmente solitarios, cabe destacar que lo anterior se realizó con una muestra de mil personas. Otras investigaciones, sin embargo, afirman que el uso de sustancias psicoactivas, así como también, la ansiedad, pueden estar relacionadas con el uso excesivo de la red social Facebook.

En otras investigaciones acerca de las razones del uso de Facebook, en 2012 Hughes, Rowe, Batey & Lee, en su artículo *“A tale of two sites: Twitter vs Facebook and the personalities predictors of social media usage”*, sostienen que las personas que hacen de las redes sociales como medio de información puntuaron alto en inestabilidad emocional, sociabilidad, extraversión, apertura, pero bajo en necesidad de cognición, esto quiere decir, son personas cognitivamente perezosas debido a la demanda cognitiva que otras fuentes como periódicos o revistas.

Existen otros estudios sobre los rasgos de personalidad que exponen una relación directa entre la personalidad verdadera, en dicha investigación se utilizó una muestra de 300 personas usuarias de Facebook, estadounidenses y alemanas, que como resultado también resalta que a diferencia de lo que se cree el ideal de personalidad que se busca reflejar no se muestra.

A Partir de sus estudios con jóvenes universitarios, asocian el uso y abuso de Internet, con un perfil caracterizado por tendencia a la introversión, pensamientos negativos sobre la capacidad para interaccionar con otros, bajos niveles de neuroticismo que le permiten acercarse al uso de Internet sin recelo o temor por lo desconocido o incierto. Las dificultades para relacionarse con otros, propiciaría buscar relaciones reforzantes

por otros medios con los que logra evitar la presencia física o exposición directa en situaciones sociales, pudiendo mantener el anonimato o elaborar una personalidad ficticia, o también, abandonar la relación virtual sin consecuencias negativas directamente perceptibles”. García del Castillo, Terol, Nieto, Lledó, Sánchez, Martín-Aragón, Sitges (2008) citado por Cornejo & Tapia, citando a Leary & Sullivan, (2011).

Existen muchas investigaciones alrededor de este tema, Facebook es un medio que permite realizar numerosas actividades, es un recurso útil como medio de comunicación; sin embargo, puede convertirse en un “arma de doble filo”; debido a que, si bien es posible establecer medio de comunicación e información, desde otro punto de vista el uso de Facebook puede ser contraproducente ya que se puede generar distanciamiento social por la dependencia al medio o las herramientas que este provee. Facebook también se puede convertir en un refugio, en ocasiones se ignora por qué existen personas que tienen conductas inadecuadas y que de alguna forma no son aceptadas o comprendidas en la sociedad; por otro lado, hay personas que tienen una perspectiva hacia Facebook como un recurso para ser aceptados y valorados; ya sea por una foto u otro tipo de publicaciones en las que alteran aspectos de la personalidad de los usuarios.

En la actualidad son muchos los usuarios que ingresan a Facebook, con el fin de expresar todo tipo de emociones ya sean positivas o negativas, es como una liberación de sentimientos y de todo aquello que les genera malestar en su diario vivir.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué rasgos de personalidad conductuales e interpersonales se expresan, a través de la red social “Facebook” en sujetos entre los 18 y 25 años de la ciudad de Medellín?

1.3. OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORIAS DE ANALISIS, VARIABLES Y/O HIPOTESIS

En este apartado se pretende hacer referencia a las categorías y subcategorías utilizadas en la investigación, esto en aras de comprender cuales son los criterios que determinaron el curso del estudio.

Durante la investigación se utilizaron 2 categorías, cada una de estas contiene cierto número de sub-categorías que determinan precisamente que se busca estudiar dentro de la indagación.

1. CONDUCTUAL: Esta categoría hace referencia a como el sujeto responde a los estímulos del entorno en donde se desenvuelve, es decir que respuesta o acciones se originan a partir de situaciones cotidianas; como es la reacción que tiene frente a las conductas que realizan los demás; a estas reacciones también se les conoce como **COMPOTAMIENTO**.

En la **PROYECCIÓN**, por otro lado, sucede que el individuo quiere reflejar y compartir situaciones de la vida cotidiana utilizando diversas herramientas para el cumplimiento de actividades, en donde inicia una búsqueda de satisfacción por lo que se está desarrollando o por lo que desea transmitir al momento de comunicarse.

Por ultimo para que todos estos procesos se evidencien debe existir una **COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN**; es esta la que permite que haya un vínculo con el otro, los seres humanos viven en constante comunicación e interacción; en donde encontramos la comunicación verbal y no verbal. Diariamente las personas se están comunicando ya sea por redes sociales, periódicos, radio, televisión, celular etc. y de esa información que se edifica un aprendizaje, lo cual es uno

de los motivos que hacen que la comunicación e interacción sea un elemento fundamental en la vida del ser humano.

2. INTERPERSONALES: Esta categoría hace referencia a las **RELACIONES INTERPERSONALES** que el individuo establece con el mundo, además, cual es la perspectiva que tiene de sí mismo lo que recibe como nombre de **AUTOCONCEPTO**. Por otro lado existe lo que al individuo la mantiene concentrado hacia objetivos propios y cumplimiento de metas personales **MOTIVACIÓN**; por ultimo encontramos lo que es llamado **EXPRESIÓN**, en donde se resalta el lenguaje y contenidos que son utilizados al momento de establecer comunicación, cada persona tiene su propio estilo y recursos para relacionarse.

2. OBJETIVOS

2.1 General

Identificar qué rasgos de personalidad conductuales e interpersonales se expresan a través de la red social “Facebook”, en sujetos entre los 18 y 25 años de la ciudad de Medellín.

2.2 Específicos

- Analizar los rasgos conductuales e interpersonales de personalidad a partir de las diferentes publicaciones que manifiesten las personas evaluadas.
- Describir la conducta de las personas evaluadas, en relación a la interacción con otros usuarios en la red social Facebook.
- Entender la perspectiva de los usuarios evaluados, en relación a las acciones realizadas en Facebook.

Esm.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación nace a partir de los conocimientos adquiridos en el semillero Intervención clínica cognitiva del grupo de investigación psique y sociedad, de una línea de investigación macro, donde nosotros como equipo vamos a investigar de forma específica rasgos de personalidad conductuales interpersonales y otro equipo investigara de forma específica rasgos de personalidad cognitivo afectivos.

Actualmente son muchas las herramientas que la internet facilita para la interacción; sin embargo, las redes sociales son el punto de comunicación estratégico para que los individuos se desarrollen como seres sociales. Facebook es una red social con innumerables características que permiten la interacción con el mundo desde la plataforma virtual, así pues, la pregunta que surge a raíz de esto es: ¿realmente las personas pueden manifestar sus rasgos de personalidad a través de esta red social?

Por lo anterior y en mira de comprender el significado de este fenómeno para la generación joven de Medellín, nace este trabajo de investigación, en el que se espera estudiar los posibles rasgos de personalidad que se manifiestan mediante la interacción de la red social Facebook. También se considera necesario incursionar en este tema para tener mayores elementos acerca de las investigaciones de los efectos de Facebook sobre los adultos jóvenes, debido a la escasez desde este punto de vista.

Desde el punto de vista psicológico las publicaciones, fotos, videos y demás contenidos generan interrogantes referentes a cómo estas interacciones proyectan ciertos rasgos de personalidad que pueden sintonizarse con su identidad real, o con características que solo pueden ser observables en aquel ambiente.

Por otro lado, sería una oportunidad para incursionar un poco acerca del debate que durante años ha tomado lugar acerca de las consecuencias que se desprenden del uso excesivo de Facebook, discusiones que generalmente sostiene lo peligroso o poco provechoso que es este medio de comunicación para la interacción con el mundo real, aunque no necesariamente explican cómo la personalidad de los individuos está siendo alterada parcial o completamente mediante la exposición constante a la red.

Por último es preciso afirmar que el trabajo nace a partir de la necesidad de aportar nuevos conocimientos; y por ser un tema de carácter más personal ya que la población sujeto se encuentra en una etapa de juventud igual que los examinadores, además de esto, se espera lograr reconocimiento debido al compromiso y dedicación de los investigadores como profesionales en formación de la Fundación universidad María Cano; formados para brindarle un servicio integral a la comunidad un producto moral y éticamente reflexivo. La salud mental es un tema de todos, los seres humanos estamos conformados por cuerpo y mente, y si estos dos elementos están conectados el diario vivir se convierte en un camino provechoso.

CAPITULO 2. MARCO METODOLÓGICO

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. METODO

Descriptivo: La monografía descriptiva es un tipo de investigación, esta tiene como objetivo principal la descripción de las características o funciones del objeto observado. Lafuente & Marín (2008) quienes en su artículo *Metodologías de la investigación en las ciencias sociales*, argumentan que este tipo de investigación se ejecuta cuando la finalidad del proyecto recae en describir las particularidades del grupo u objeto a través de la observación y la medición de sus elementos.

La investigación presentada tiene como finalidad realizar un proceso de observación que se origina a partir de las publicaciones que manifiestan los evaluados en sus muros de Facebook; en donde se desea obtener información de diferentes perspectivas y vivencias por medio de las entrevistas realizadas; que nos permitan identificar los posibles rasgos de personalidad .

4.2. ENFOQUE

Cualitativo

En el desarrollo de este proyecto, y teniendo en cuenta la investigación que se lleva a cabo, el enfoque cualitativo se ajusta en cuanto a los requerimientos para el análisis de los individuos. Moge (2010), en el artículo: “El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas.”, hace referencia a las ideas de autores

como Stake (1995) quien sostiene que: “*el objetivo de la investigación cualitativa es la comprensión, centrando la indagación en los hechos [...]*”.

Por su parte Mejía (2004) explica que en este enfoque el uso de palabras, textos, libros, discursos e ilustraciones gráficas ayudan a entender la vida social de los observados por medio del estudio holístico de los mismos, pues esto ayuda a comprender las cualidades del fenómeno estudiado.

Así pues, el enfoque cualitativo representa el método dirigido a estudiar objetivamente las peculiaridades de la población u objetos estudiados, así mismo, es la forma de estudiar el fenómeno sin necesidad del uso de procedimientos estadísticos estandarizados. Este enfoque aplica en este trabajo de investigación porque los datos que se evaluarán se derivan de comentarios, reacciones, imágenes o videos que los evaluados compartan en las redes sociales; la información obtenida brindará elementos que permitirá tener un imaginario de las experiencias que tiene el sujeto en su cotidianidad.

4.3. DISEÑO

NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL

No experimental: Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables; basándose en un proceso de observación de fenómenos, comunidades, conceptos. Este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. (Dzul, 2013).

Según el servicio de aprendizaje Sena el diseño No experimental tiene los siguientes aspectos:

1. El estudio se puede reproducir con bajo nivel de posibilidad de obtener los mismos

resultado

2. Los grupos son representativos

3. Su orientación es para el estudio de cómo se comportó un fenómeno u objeto de estudio en el pasado

El trabajo de investigación se realiza de acuerdo a las publicaciones que realicen los evaluados, es decir, pueden pasar 1 o 2 días y el proceso no cambia; porque este diseño tiene como lineamiento que los hechos ya estén establecidos; como es el caso de las publicaciones.

Estudio transversal: El servicio de aprendizaje Sena lo define como un proceso donde se recolectan datos en un momento determinado de la investigación y se analiza la interrelación de las variables.

El estudio transversal también es conocido como encuesta de frecuencia o estudio de prevalencia. En general, se realiza para examinar la presencia o ausencia de una enfermedad u otro resultado de interés, en relación con la presencia o ausencia de una exposición, ambos hechos ocurriendo en un tiempo determinado y en una población específica. Dado que la exposición y el resultado son examinados al mismo tiempo, existe una ambigüedad temporal en su relación, lo que impide establecer inferencias causa-efecto. (Alvarez & Delgado, 2015, p28).

4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: Sujetos entre los 18 y los 25 años de edad, de la ciudad de Medellín, con cuenta personal de Facebook.

4.4.1. Criterios de tipificación de la población.

Este trabajo surge bajo la necesidad del conocimiento de algunos aspectos relacionados con la conducta, emoción, sentimientos de las personas que usan constantemente las redes sociales, específicamente la red social Facebook, una de las más usadas actualmente y la que hasta el momento ha tenido uno de los mayores crecimientos a nivel mundial, y como con esta red social se pueden ver expuestos muchos de los aspectos relacionados con la personalidad de quienes hacen uso de esta.

Para la realización del trabajo en cuestión, se escogió una población específica y con unas características muy puntuales.

La población que participo de este estudio debían ser 10 personas en un rango de edad entre los 18 y 25 años, los cuales deben vivir en la ciudad de Medellín, esto con el objetivo de poder proceder a realizar las entrevistas correspondientes y necesarias, adicional a esto todos debían contar con una cuenta activa en la red social Facebook. Estas personas deben hacer uso constante de esta red social y tener un numero de publicaciones no menor a 3 por semana sin importar el contenido o temática de la publicación.

Vale la pena aclarar que las cuentas deben ser de uso netamente personal, no pueden ser páginas ni grupos.

A esta población especifica se le analizara la cantidad de publicaciones realizadas (fotos, comentarios, publicaciones de estas personas, paginas o grupos compartidas) por día, durante cinco días diferentes, que tipo de temáticas son las más comunes, gustos y hobbies, lo cual se pondrá en contaste con las entrevistas realizadas, con el fin de conocer aspectos tales como, motivación para realizar publicaciones en Facebook, opiniones acerca de comentarios de otras

personas, importancia dada a el número de likes o comentarios obtenidos por una publicación realizada y que tanto expresa de ella y su personalidad sus interacciones con esta red social.

4.4.2. Muestra

No probabilística por conveniencia. Se elegirán 10 personas que cumplan con los siguientes criterios de inclusión:

- Que tengan una cuenta de Facebook.
- Que realicen publicaciones por lo menos tres veces a la semana.
- Que el fin de dicha cuenta sea de uso personal.

4.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son los instrumentos o materiales que se recopila en aras de extraer de contenidos explicativos y/o relevantes, que son utilizados para poder realizar observaciones concretas y acertadas, Partiendo de los nuevos conocimientos y datos hallados. Además de esto, da sustento y orientación en cuanto a los contenidos trabajados en la investigación.

Dentro de las fuentes de información se incluye todo aquello que pueda proporcionar datos específicos y de completa validez, estos pueden ser: jeroglífico, cerámica, cuadro, partitura, fotografía, discurso, libro, tesis, etc. Y se distribuyen mayormente por medio de personas, instituciones, y bases de datos.

Las fuentes de información se dividen no solo en el grado de información que otorgan, según Villaseñor (1999), existen clasificación es más profunda llegando a subcategorizarse en

diferentes áreas: Geográfico, según los canales de difusión, categoría de la información o según el formato.

4.5.1. Fuentes primarias

Son los documentos donde se origina la información, y no necesariamente se debe correlacionar con otras fuentes, ya que son conocimientos nuevos que se dan a partir de la investigación. La utilización de estas no se relaciona directamente con contenidos que no se hayan estudiado en el pasado, pero sí con resultados de las variables que evalúa específicamente la investigación en curso. Pueden ser fuentes primarias de información, libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas.

En este orden de ideas, es correcto afirmar que las fuentes primarias para la realización de este trabajo son las diferentes fuentes bibliográficas que se compilaron y revisaron para la comprensión y análisis de los resultados arrojados por los instrumentos de observación utilizados.

4.5.2. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son realmente una forma de acceder a las fuentes primarias de información, no suministran información directamente, pero sí poseen las rutas para acceder a los conocimientos requeridos. Pueden ser fuentes secundarias entonces: Bibliotecas, enciclopedias, bases de datos etc., Losantos, M. (2011). Así pues, durante la pesquisa para la investigación se utilizaron revistas digitales como Redalyc, las bases de datos de la fundación

universitaria María Cano, y documentos, libros e investigaciones que se pudieron rastrear vía google académico.

4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS

Entrevista semi-estructurada: La entrevista semi-estructurada, generalmente, se utiliza como bases para el sustento de la observación, y se requiere profundizar en la información recogida durante el transcurso del estudio o en su defecto clarificar ciertos datos que se muestren incongruentes en lo observado, así mismo, la entrevista surge como una herramienta útil en caso de posibles interrogantes a los cuales pueden dar respuesta los participantes a través de la entrevista semiestructurada (Munarriz,1992).

La entrevista es una conversación que generalmente se realiza cara a cara entre entrevistador/entrevistado, donde el investigador plantea una serie de preguntas, que parten de los interrogantes aparecidos en el transcurso de los análisis de los datos o de las hipótesis que se van intuyendo y que, a su vez las respuestas dadas por el entrevistado, pueden provocar nuevas preguntas por parte del investigador para clarificar los temas planteados, (Munarriz,1992).

Registro de observación muros de los usuarios de Facebook: *Esta* técnica está basada completamente en la observación y tiene como finalidad realizar el registro detallado de las actividades que las personas evaluadas comparten en la red social Facebook. El registro de observación se plantea como una técnica no intrusiva, es decir, no pretende alterar de manera directa o indirecta la conducta del sujeto estudiado, así mismo, este método se enmarca principalmente como observación de campo, es decir se realiza la recolección de información en el contexto donde se desenvuelve el fenómeno como tal, durante la observación de campo el

investigador tiene un reto mayor ya que se debe adaptar a las condiciones de lo estudiado y las variables no son modificables.

4.6.1. Procedimientos

Primera instancia se realizó y se entregó la propuesta de investigación, posterior a esto y después de haber sido aceptada por la asesora. El siguiente paso a realizar fue el de desarrollar la entrevista para pasar a la siguiente tarea, identificación y tipificación de la población, donde se escogió una población de 10 personas que cumplen ciertas características para el desarrollo del trabajo, una vez este formato fuese aprobado, se procede a realizar las entrevistas y el rastreo de información (observación de muros), en las siguientes semanas, y después de dar por culminadas las entrevistas, se realiza el cuerpo del trabajo y se procede al análisis de los resultados que arrojan la entrevista y observación desarrollada durante la etapa de entrevista. Por último, se concretan detalles para dar paso a la entrega de la investigación a las entidades pertinentes.

CAPITULO 3. MARCO REFERENCIAL

5. MARCO REFERENCIAL

La investigación de Ramos, Pons y García (2008), tuvo como propósito indagar y explorar los problemas interpersonales generados por el uso de Facebook, así como concientizar a los usuarios sobre los posibles efectos nocivos de su uso.

Seleccionaron 381 jóvenes universitarios de clase media y alta que pertenecían a la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México ubicada en el poniente de la ciudad., 239 participantes de sexo femenino y 142 al sexo masculino. La muestra se ajustó de manera no aleatoria y la distribución de las edades fue la siguiente: 132 participantes de 20 años o menos, 171 participantes entre los 21 y 22 años, y finalmente 78 participantes de 23 o más

El instrumento utilizado para esta investigación fue una escala que permitía medir actitudes, conductas y usos relacionados con la red social Facebook. Está integrada por 30 reactivos divididos en cuatro áreas principales que son: cognitiva, afectiva, conductual e interpersonal. De acuerdo con los resultados, hombres y mujeres tienen la misma actitud hacia Facebook y las relaciones interpersonales, ya que en la actualidad esta red social se ha globalizado cada vez más facilitando la comunicación entre personas tanto cercanas como lejanas, además de ser accesible a todos los jóvenes universitarios.

Observaron que las mujeres dedican mayor tiempo al Facebook que los hombres, siendo ellas quienes lo utilizan más como herramienta para la comunicación. Estadísticas muestran que personas de sexo femenino hacen uso de esta red social con más frecuencia para “chatear” o como mensajería, a diferencia de las personas de sexo masculino que lo emplean para jugar, ver fotografías y perfiles.

Una de las investigaciones pioneras realizadas en Facebook ha sido la desarrollada por Kosinski y su equipo en la Universidad de Cambridge (Kosinski M, 2013). Los investigadores diseñaron una aplicación, MyPersonality, para obtener información de los participantes a partir de un cuestionario y el acceso a los datos personales incluidos en sus perfiles. La aplicación se lanzó en junio de 2007 y en octubre de 2011 casi 7.5 millones de personas habían rellenado el cuestionario. Del total de participantes el 40% permitió el acceso a sus «me gusta», obteniendo aproximadamente 36 millones de asociaciones entre usuarios y expresiones de preferencia.

Entre las conclusiones del estudio los investigadores destacaron que los «me gusta» permitían predecir la edad, el género, o la orientación ideológica, además de la orientación sexual o el uso de sustancias adictivas (Parra, 2014).

A diferencia de otro tipo de información que compartimos en Internet, como puede ser la que incluye nuestro perfil (estado civil, orientación sexual, etc.), los «me gusta» son más inmediatos, menos reflexivos, por lo tanto, más próximos a las interacciones de ocurrencia “natural”. Por ello consideramos que las elecciones de usos y consumos asociados a los «me gusta» responden a características culturales y a la posición que los sujetos ocupan en el espacio social.

Un estudio de la Universidad de Michigan encontró que cuanto más las personas usaban Facebook durante un período, peor se sentían después. Para la investigación reclutaron a 82 adultos y jóvenes con teléfonos inteligentes y una cuenta de Facebook. Los investigadores usaron el muestreo de experiencia, a fin de evaluar el bienestar subjetivo de los participantes enviándoles mensajes de texto al azar, cinco veces por día durante dos semanas. Además, puede generar en las relaciones de pareja una influencia altamente negativa. Psicólogos de la universidad de Guelph en Canadá sugieren que el uso de Facebook no sólo no ayuda a la comunicación en la pareja, sino que estimula el comportamiento celoso a niveles obsesivos, al punto de que muchas parejas reconocieron haber llevado a cabo verdaderas investigaciones para desenmascarar supuestas infidelidades (Infobae, 2011).

En el estudio Facebook y el amor realizado por Bianchi, A., Falcón M., y Rodríguez G. (2011), buscaron comprobar si Facebook posee un papel preponderante en las relaciones amorosas de los jóvenes y si influye en la duración de estas. Su objeto de estudio fueron jóvenes entre 18 y 28 años ya que son los que mayormente utilizan.

Joinson (2008) realizó una investigación por medio de dos estudios: uno previo exploratorio con un cuestionario con preguntas abiertas, y otro con un instrumento cerrado compuesto por 46 ítems. Por medio del análisis factorial se obtuvieron siete tipos de motivos de uso:

- Conexión social : Facebook por tener una gran cobertura le permite a los usuarios contactarse con personas a nivel mundial
- Compartir identidades: Uno de los aplicativos de facebook es crear grupos o eventos; lo cual pueden ser compartidos con los contactos.
- Fotografías: Además de publicar, los contactos pueden “etiquetar” al usuario en fotografías
- Contenidos: Facebook tiene una amplia variedad de juegos que le permiten al usuario pasar un tiempo divirtiéndose.
- Investigación social: Facebook permite conocer otras culturas por medio de personas que vivan en otros países.
- Navegar en las redes sociales: La actualización del estados uno de los atractivos de esta red social.

Igartua y Rodríguez (2016) por su parte realizaron un estudio por medio de un cuestionario que contiene 3 momentos que median lo siguiente:

- Los motivos de uso de Facebook, compuesta por 20 ítems, en donde se realizaba la pregunta; “Nos gustaría saber las razones o los motivos por los que usas habitualmente Facebook; para ello indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones que vienen a continuación”.
- El segundo bloque consistía en una serie de preguntas en donde se indagaría sobre los usos que los participantes realizan sobre Facebook; y realiza preguntas como: “¿cuántos contactos tienes en Facebook?”, “en un día cualquiera de la semana, ¿aproximadamente cuánto tiempo te conectas a Facebook?”, codificado en minutos,

(“cada vez que entras a Facebook, ¿cuánto tiempo le dedicas o permaneces conectado?”, codificado en minutos).

- En el último momento se le realizó a los participantes 2 preguntas referentes a la satisfacción de Facebook; “¿En qué medida encuentras gratificante el uso que haces de Facebook?”, “imagina que Facebook de pronto desapareciera, ¿cuánto le echarías de menos?”.

Igartua y Rodríguez a raíz de este instrumento llegaron a la conclusión que si se un número de contactos lo suficientemente significativo para la persona se logra una mayor satisfacción; y más aún si el sujeto tiene un acceso constante a Facebook; por otra parte sale a la luz un nuevo factor que recibe como nombre autoexpresión, las personas tienen la libertad de publicar o compartir sus opiniones en temas de su interés; y por último que cuando el sujeto tiene la posibilidad de ingresar constantemente a la red las actividades para realizar en Facebook aumenta y desencadena una satisfacción en el usuario.

5.1. MARCO CONCEPTUAL

Personalidad: Concepto que tiene muchas acepciones en la psicología y que, en sentido corriente, designa el conjunto de rasgos distintivos y características relativamente estables de una persona que la distinguen de los demás. Como dice Enrique Rojas, “la personalidad es como la tarjeta de visita de cada sujeto”, en cuanto expresa lo más característico de él; o bien se adjetiva, destacando de ese modo aspectos parciales de una persona (asi, se habla de personalidad política, personalidad científica, entre otras).

Su acepción científica es propia de la psicología y designa una totalidad estructurada en una síntesis radical, única y dinámica de los aspectos, funciones y mecanismos psicológicos

(conscientes e inconscientes) que, apoyados en lo biológico, el individuo construye a través de su historia, en relación o apertura con su mundo o circunstancia. (Ezequiel, 2016).

Rasgo de personalidad: Elemento característico, propio de cada individuo, que le confiere un estilo o modalidad peculiar. Característica que distingue e identifica una cualidad relativamente constante de un individuo, como tendencia que orienta su conducta. (Ezequiel, 2016).

Interpersonal: el concepto 'interpersonal' es utilizado para referirse a tipos de comunicaciones, relaciones y vínculos que se establecen entre dos o más personas. La condición exactamente opuesta es la de 'intrapersonal', ya que esta implica fenómenos o situaciones en las cuales una persona está en íntimo contacto consigo mismo en vez de abrirse hacia el mundo exterior. Comúnmente, el término 'interpersonal' se usa para señalar capacidades de ese tipo que suponen que los individuos de características interpersonales tienen facilidad para relacionarse con otros y para establecer vínculos de diverso tipo con sus pares. (Diccionario ABC).

Emoción: Palabra que viene del latín *emotio*, “acción de sacar de sitio”, “conmoción”. La emoción es un estado afectivo que sobreviene súbitamente, que irrumpe en la psiquis ante un estímulo interno o externo un cierto tiempo después de haber desaparecido el estímulo.

Las emociones son señales externas de vivencias internas y en ellas hay una combinación de factores cognitivos y componentes fisiológicos. Existen diferentes estados emocionales y diferentes formas de expresar: alegría, tristeza, sorpresa, angustia, ansiedad, miedo, vergüenza. (Ezequiel, 2016).

Cognición: Sinónimo de actividad y capacidad de conocimientos. Proceso mediante el cual la información se recibe, selecciona, transforma y organiza por parte del sujeto cognoscente, de

manera que genera en él un tipo de conocimiento. Como explica Morin, los “procesos cognitivos son a la vez productivos y productos de la actividad hipercompleja” del cerebro que traduce “eventos físicos en mensajes interpersonales portadores de información”. Traduce los mensajes en representaciones y actividades psíquicas. (Ezequiel, 2016).

Conducta: Desde la psicología, es el término que se utiliza indistintamente como equivalente a comportamiento. Manera de las personas de comportarse y conducirse a través de sus acciones que expresan una clase de comportamientos que tienen similitud física.

En su acepción moral, puede definirse también como la manera de comportarse una persona no expresando una conducta individual, sino una conducta como miembro de una familia, de un grupo, de una ciudad, de una nación y como parte de la especie humana. (Ezequiel, 2016).

Introversión: Es una dimensión relacionada con individuos típicamente tranquila, reservada, introspectiva, amante de los libros más que de los hombres, retraída y distante, salvo con sus seres significativos; tiende a planificar las cosas; además de ser cautelosa, desconfía de los impulsos del momento, no le gusta la animación, toma las cosas diarias con cierto nivel de seriedad, le agrada la vida ordenada, tiende a controlar sus sentimientos y tiende a presentar hipoactividad emocional (Valderrama, Campos, Vera & Castelán).

Extraversión (E): Es una dimensión relacionada con individuos que son sociable, vivaz, activo, asertivo, buscador de sensaciones socializadas, despreocupado, dominante, espontáneo y aventurero; Eysenck, 1985 destacó dos rasgos centrales en esta dimensión: la sociabilidad y la actividad (Schmidt citando a Eysenck, 2010).

Neuroticismo (N): Es una dimensión relacionada con la disposición a padecer lo que clásicamente se conoce como trastornos neuróticos, tanto trastornos de ansiedad como del estado

de ánimo. Un individuo con alto N es: ansioso, deprimido, tenso, irracional, tímido, triste, emotivo, con baja autoestima y sentimientos de culpa (Schmidt citando a Eysenck, 2010).

Psicoticismo (P): Es una dimensión en donde los individuos con alto P son agresivo, hostil, frío, egocéntrico, impersonal, impulsivo, antisocial, creativo, rígido y poco empático, Un individuo con bajo P es altruista, empático, responsable, socializado y convencional (Schmidt citando a Eysenck, 2010).

Redes Sociales: Podemos definir a las redes sociales como estructuras compuestas por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de parentesco, de trabajo, ideológicas) con intereses comunes. Las redes sociales en Internet tienen mecanismos muy específicos de funcionamiento. Suelen comenzar por invitaciones enviadas por amigos, al suscribirse el usuario diseña su “perfil” con información personal, invita a otros amigos, se tiene la posibilidad de subir fotos, comentar el estado de ánimo de los demás, expresar nuestros propios pensamientos, subir enlaces, interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etc. (Islas & Ricaurte).

Facebook: Facebook es un servicio gratuito que permite conectar a las personas en internet. Si somos usuarios registrados en su página web, podremos gestionar nuestro propio espacio personal: crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir nuestro estado de ánimo con otros usuarios de la red. Además, tiene un componente importante de interactividad. Posee una serie de mini aplicaciones disponibles, como por ejemplo juegos que permiten interactuar con otros usuarios. (Aula Clic).

Perfil: Es la página de una red social correspondiente a un determinado usuario. Suele contener sus publicaciones y la información de su cuenta, tales como: Nombre de su

organización, información de contacto, servicios, fotografías, entre otras. El perfil representa su imagen e identidad virtual (Fundación Flamboyán, 2014).

Usuario: Persona u organización que utiliza y forma parte de una red social. Por lo general, el nombre de usuario es el nombre real de la persona u organización. También es posible ver usuarios que se identifican en la red mediante un nombre diferente o similar a su nombre real (Fundación Flamboyán, 2014).

Biografía: permite descubrir de nuevo las cosas que se han compartido de manera fácil, y recopilar los momentos más importantes. También permite compartir nuevas experiencias, como la música que escuchas o los kilómetros que corres (Facebook).

Muro: El muro de Facebook es una plataforma de comentarios donde la gente comenta las actualizaciones, las fotos, el estado, etc. Es una especie de pizarra donde todos los que pasan por Facebook pueden dejar una nota o un comentario. El muro es donde escribimos mensajes para compartirlos con los contactos o con todos aquéllos que pasan por Facebook. Es un foro en torno a un perfil personal. (García, 2010).

Publicación: El término publicación se utiliza para hacer referencia al acto mediante el cual se hace público o se da a conocer determinada información, acto, dato, etc. La publicación puede ser en diferentes tipos de soportes que han variado en disponibilidad y en importancia a lo largo de la historia, siendo los más comunes los escritos, impresos o, actualmente, los digitales. (Diccionario ABC).

Emoticonos: Emoticono es un neologismo que se forma como palabra compuesta a partir de los términos emoción e icono. La finalidad de este estudio es establecer cuáles son las formas icónicas básicas que buscan transmitir emociones en la comunicación hipertextual. Los

emoticonos se usan, generalmente, en los mensajes de correo electrónico, foros, Messenger, chats, SMS, etc (Martinez,2007).

5.2. MARCO HISTÓRICO

Es indiscutible la importancia que ha tenido y tiene la comunicación y el relacionamiento entre los seres humanos, y como a lo largo de la historia los mecanismos y métodos utilizados para este relacionamiento han cambiado, “Como bien se sabe, la evolución de la humanidad ha sido guiada por factores de cambio específicos: entre ellos los usos técnicos y culturales de la comunicación.”(Serrano, M.)

A lo largo de la historia, los seres humanos han contado con diferentes métodos o mecanismo con el fin de lograr una comunicación, esto con el objetivo de transmitir a un receptor aspectos tales como, necesidades, sentimientos, emociones, entre otros aspectos de importancia para la sobrevivencia humana, muchos afirman que el ser humanos es un ser social por naturaleza y por ende desde sus inicios se las ha ingeniado para encontrar el modo de generar una relación y básicamente poderse comunicar. Al inicio de los tiempos algunos de estos medios por el cual se comunicaban aparte de un lenguaje arcaico estaban las pinturas o dibujos realizados en piedras y/o rocas, pasando por iconos denominados jeroglíficos los cuales eran plasmados en papiros y llegando a libros y escritos. Navarro, E. (2005) afirma “El copiado de un libro costaba el arduo trabajo de varios monjes durante alrededor de tres meses con lo que los libros adquirirían un valor desorbitado...un libro podía costar el precio una granja.”

Posterior a esto vino la creación de la imprenta y con esta la posibilidad de aumentar la cantidad de información transcrita en un texto con mayor facilidad y con un número mayor de reproducciones, después de muchos años fueron llegando las tecnologías de la información y la

comunicación y con estas la posibilidad de una comunicación e interacción con el mundo de una manera más globalizada, posibilidad que cada vez se veía más factible gracias a la aparición de lo que se conoce actualmente como redes sociales.

Hablar de la historia de las redes sociales puede resultar algo complejo, debido a su origen algo difuso y a el crecimiento y evolución acelerada que esta ha tenido desde sus inicios, y claro está, al aumento considerable de redes sociales que se han conformado y/o creado.

“La idea inicial de las plataformas de redes sociales en internet parte de la teoría de los seis grados de separación. Esta teoría fue expuesta de forma intuitiva en 1929 por el escritor Frigyes Karinthy en un relato corto denominado Cadenas. Según este autor, el número de conocidos de una persona crece exponencialmente siguiendo un número de enlaces de una cadena que serían las relaciones humanas. De este modo sólo sería necesario un pequeño número de enlaces para conectar a cualquier persona con el resto de la población.” (Marcos, M. 2009)

A partir de esta idea los intentos por demostrar esta teoría han sido numerosos, y precisamente a partir de esta idea se inician muchas de los métodos de comunicación e interacción que se conocen como redes sociales, se puede encontrar que no existe un consenso en cuanto a cuál fue la primera red social que se conformó, a esto se adiciona las numerosas plataformas o aplicativos que se han creado, y que de igual modo han desaparecido o han perdido popularidad.

A partir de mediados del siglo 20 se da inicio al envío de los primeros e-mails, se crean paginas para comunicar o informar acerca de reuniones, publicación de noticias, se generan opciones para crear sitios web de forma fácil, por lo cual el número de estos sitios empieza a

crecer aceleradamente, las redes sociales se empiezan a volver populares y comienzan a ser un medio de comunicación novedoso y facilitador de información.

“Las redes sociales en línea, como LinkedIn, Facebook o Tuenti, son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto. Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad on-line y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red.” (Orihuela, J. 2008)

Cada uno de las redes sociales que se fueron creando o que fueron apareciendo, adquirieron cierta popularidad, la cual no solía durar mucho, puesto que rápidamente llegaban algunas más, que contaban con diferentes características adicionales, lo que ocasionaba que los usuarios que ya pertenecían a una determinada red social, la dejaran de lado e incursionaran en la nueva red que acababa de aparecer, evidentemente el número de usuarios que hacían uso de estas redes fue evolucionando. Y poco a poco se iba convirtiendo en uno de los principales medios para la comunicación y la generación de vínculos entre personas.

Las redes sociales se fueron convirtiendo en la carta de presentación de las personas, puesto que era allí, donde comunicaban e informaban a su grupo o red de contactos acerca de diferentes aspectos de tipo personal. A partir 1997 inicio la aparición constante de diferentes sitios web, que brindaban la posibilidad de generar perfiles y adquirir un grupo de contactos con los cuales interactuar, algunos de estos sitios fueron SixDegrees.com, BlackPlanet (1999), MiGente (2000), Ryze.com (2001), Friendster (2002), actualmente estos sitios web no son muy conocidos ni mencionados, a diferencia de algunos otros que mantiene su vigencia, su uso y una cantidad de usuarios considerable, como por ejemplo, LinkedIn, Ryze.com, Flickr, YouTube, google, las

diferentes centrales para la creación de correos, MySpace y una de las redes sociales con mayor crecimiento en número de usuarios y características denominada Facebook. “En febrero de 2004, un estudiante de Harvard llamado Mark Zuckerberg lanzó un sitio web llamado «the facebook» como un servicio para ayudar a la red de estudiantes de Harvard a conectarse entre sí.”(Yadav,2006).

La red social Facebook fue creada inicialmente para los estudiantes pertenecientes a la universidad de Harvard, y solo estos podían conectarse a esta red y hacer uso de ella, lo cual ha cambiado, actualmente cualquier usuario que cuente con un correo electrónico puede acceder, crear un perfil y hacer uso de esta y todas sus funciones, el creador de esta red social fue Mark Elliot Zuckerberg junto con dos estudiantes más, los cuales eran Andrew McCollum y Eduardo Saverin, al principio era un sitio web pequeño, pero su tamaño cada vez está en aumento, el Facebook es una gran red social en la que todo el mundo puede intercambiar información y crear grupos, paginas, entre otras funciones. el Facebook ha conseguido llegar a todos los rincones en los que haya Internet. Y tampoco se limita a la difusión de videos, fotografías, etc. sino que también tiene otra serie de aplicaciones como los juegos online, la creación de sitios para promocionar marcas, sitios y demás. Sin duda el Facebook está marcando un antes y un después en el mundo de las relaciones sociales.

“La red social fue definida, en sus primeros años, por su exclusividad. no permitía unirse sin una dirección de correo electrónico de alguna universidad. la membresía se acotó a estudiantes, personal y ex alumnos. Facebook, en otras palabras, apuntaba una comunidad preexistente, basada en conexiones fuertes en el mundo físico para crear conexiones fuertes y exclusivas en el mundo virtual.”

Esta red social al igual que muchas, ha logrado alcanzar su popularidad, dentro de sus muchos factores, por la facilidad que le brinda a las personas que se encuentran lejos de poderse comunicar e intercambiar información, y no solo a aquellos que están lejos, incluso actualmente, las personas están buscando comunicarse por este medio en lugar del encuentro personal y la comunicación vivencial, debido a la facilidad que implica hacerlo, ahorrando un desplazamiento, adicional al encubrimiento que ofrece gracias a que no se tiene que estar viendo a la persona con la cual está hablando y permite según algunas personas, la expresión de un mayor número de pensamiento y/o sentimientos hacia el remitente.

Facebook pretende volverse algo como un sistema operativo. El "sistema operativo social de la Web", según llegó a declarar Mark Zuckerberg el fundador del sitio. En Facebook la información es filtrada y conocida por los amigos, grupos, páginas y las redes. El modelo no descansa sobre un motor de búsqueda, sino sobre un motor de redes sociales, casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.

A raíz del uso masivo y constante que ha tenido la red social Facebook por los usuarios de todo mundo, los estudios acerca de esta y su vinculación con diferentes aspectos de tipo personal, social y cultural han iniciado, aunque al momento estos estudios son pocos, cada día estas investigaciones se siguen realizando con el objetivo de adquirir más información acerca de este fenómeno tecnológico que día a día adquiere más poder.

Indiscutiblemente esta red social ha permitido la expresión de diferentes aspectos de tipo personal ya que por medio de esta, las personas o usuarios vinculados publican y/o comparten diferentes temáticas, tales como gustos personales, pasatiempos, aspectos de política, noticias entre otras temáticas, demostrando de este modo, sus preferencias o gustos y de igual modo

haciendo participe a su grupo de amigos o contactos acerca de su vida aspectos relacionados a esta.

5.3. MARCO CONTEXTUAL

En las últimas décadas las redes sociales han generado impacto a nivel mundial debido a la idea que venden las compañías creadoras de las misma, donde se cree que estas pueden comunicar a mayor escala a la gente; Estas se han convertido en un espacio virtual para la presentación y desarrollo de la identidad presentando conductas determinadas, para conseguir amistades y acceder a comunidades semejantes (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013).

Aunque no se puede negar que mediante el uso de estas el alcance es mayor, sin embargo, queda en duda que tan bien ejecutado se lleva el acto de comunicar, debido a la alteración de la imagen en la web, las personas con las que se pretende conectar se pueden generar una idea errónea acerca del estilo de vida que lleva la persona.

El uso de estos medios como método de comunicación ha revolucionado la industria desde diversos campos, ya que se ha convertido en uno de las principales formas de contacto hacia las generaciones modernas, así pues, se denotan cambios en el proceder de las actividades cotidianas, por ejemplo; comprar, hablar o expresarse, etc. todo esto lo hacemos diferente. Por otro lado, otros aspectos también han sufrido alteraciones, por ejemplo, los sistemas de comunicación e interacción, ya que la forma en que actualmente se recibe la información o se transmite no es la misma, en general todo el contexto ha sufrido modificaciones importantes posteriori al primer acceso virtual.

Se conoce que para el 2013 el portal cáncer.gov.co reconoce que en Colombia los niños en edad escolar son nativos del internet y la tecnología; según las investigaciones realizadas a la

fecha se estima que el 73% de los niños estudiantes hacen uso de una computadora para estudiar, mientras el 94% cuentan al menos con un teléfono celular propio. Según el ministerio de e las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), el 80% de la población en Colombia está activo en internet, de hecho, para 2014 8 de cada 10 colombianos poseían acceso a internet, y se estimaba que, dentro de los diez principales usos de esta herramienta, se el 74% del tiempo se utiliza para el monitoreo de redes sociales.

En Colombia el uso de las redes sociales aumenta rápidamente, para el año 2013 se conoce que en promedio hay 6.234.020 usuarios activos mensuales, únicamente entre la edad de 18-24 años, donde las mujeres representaban el 51% de estos, y los hombres el 49% de los internautas (portal cáncer.gov.co, 2013).

Ya desde una mirada global Colombia se caracteriza por ser unos de los países con mayor actividad en las redes sociales; solo en Facebook específicamente Colombia contaba con alrededor de 16 millones de usuarios registrados (SEOCOLOMBIA, 2012), teniendo mayor actividad que países como España, Francia o Alemania. Así mismo en este mismo portal se menciona Bogotá como la novena ciudad con el mayor número de internautas activos.

Sin embargo, el portal colombiano latamclick.com (2015), más recientes afirman que para abril de 2015 el crecimiento fue inmenso ya se calcula un promedio de 24 millones de usuarios activos mensuales, estas estadísticas también informan que, a diferencia de años anteriores, el porcentaje de mujeres y hombre que utilizan la red social es posiblemente 50/50.

Un dato curioso acerca de latino américa es que, solo pocos países logran superar a Colombia con respecto al uso de Facebook, así mismo, el país se encuentra por encima de países europeos como Alemania o Francia, que se conoce casi el 100% de la población posee acceso a internet,

mientras que, en la República de Colombia, se cree que escasamente el 26 a 50% no tiene o prefiere no tener acceso a internet (UTI, 2016).

Según la consultora digital Findasense, expuesta por el portal de noticias del periódico el tiempo, destaca que los jóvenes colombianos presentan mayor afinidad por redes sociales tales como WhatsApp, Facebook y YouTube. El informe citado en el artículo estipula que, los perfiles de los jóvenes colombianos pueden ser entre 6 a 10, cada uno de estos estaría activo con una función en concreto, Facebook, por ejemplo, se utiliza con mayor tendencia para conseguir pareja, aunque, esto último se relaciona directamente con el género de los usuarios, un estudio realizado en el 2008 menciona hace referencia a cómo esta característica de la persona influye en la forma en que hace uso del Facebook.

Según Raacke & Bonds-Raacke, 2008 (citado por Herrera, M., Pacheco, M. Palomar, J., Zavala, D., (2010), las mujeres utilizan este espacio con la intención de mantener o fortalecer sus relaciones interpersonales ya sea con familiares, amigos o compañero de trabajo, etc., por otro lado, los hombres lo emplean mayormente en aras de satisfacer fantasías o recibir algún beneficio, generalmente de carácter sexual.

Otra característica acerca del uso de las redes sociales tiene que ver con la privacidad de los usuarios, al parecer los eventos y los círculos sociales que las personas frecuentan tienen influencia directa acerca de que, cuando, como y donde publicarlo, Findasense expone en su reporte que si los eventos se efectúan en entornos que generen comodidad al individuo entonces esta persona opta por publicarlo en redes más abiertas como Facebook, Facebook Messenger, twitter, WhatsApp, YouTube o Instagram, sin embargo, si se busca un espacio más privado es preferible hacer uso de Snapchat o Tinder.

El uso de las redes sociales nos solo hace referencia a los espacios electrónicos que las personas crean para identificarse en la web y poder darse a conocer mediante esta. También hay que tomar en consideración, entre más tiempo de navegación se dedique al uso de estas redes sociales, mayor es el distanciamiento de las personas con el medio, y consecuentemente en función de evitar la cercanía y el contacto con otros, desarrolla la necesidad de comunicarse únicamente mediante el uso de tecnologías (Herrera et al, 2010).

Goffman (citado en Young, 2009, citado en Herrera et al 2010), explica que la interacción que se lleva a cabo en las redes sociales son en realidad una extensión del verdadero ser, con ciertas modificaciones para apelar mejor al exterior y agradar a otros.

Según Young (citado en Herrera et al, 2010), el uso contante de las redes sociales es una herramienta que ayuda crear una nueva identidad, y esto altera aspecto de la interacción con el otro, así como anteriormente se mencionaba como la comunicación ha cambiado debido a la llegada de la era tecnológica.

Las habilidades sociales de las personas se modifican generalmente cuando se entra en contacto con el perfil de Facebook. Estas habilidades son el conjunto de comportamientos que están presentes en los sucesos cotidianos de la vida, y que contribuyen en forma decisiva para alcanzar buenos resultados en nuestras relaciones interpersonales. Cuanto mayores sean nuestras habilidades sociales y sean coherentes con nuestro pensar y sentir, así mismo, como con, los valores que practican, mejor será la evaluación externa que recibiremos en cuanto a nuestra competencia social (Del Prette, Z. A. P., & Del Prette, A. (2003).

Aunque según Dumortier (2009), la descontextualización de la información, que dan a conocer los miembros de Facebook, genera consecuencias negativas para la privacidad de estos,

debido a la simplificación de las relaciones sociales, la difusión considerable de información y a los efectos de normalización en esta red social, suponiendo una amenaza para el derecho a la protección de datos, así como al derecho a la privacidad como ser humano.

Al parecer ser visitante activo constante puede utilizar las redes sociales como un escudo, Amaya Terrón las redes sociales minimizan las consecuencias de nuestros actos y además las consecuencias no son tan inmediatas como en la comunicación personal, podríamos decir que funcionan como escudo protector, lo que hace que sea otro motivo para su gran aceptación por parte de los usuarios.

Colombia Digital, (2014) advierte que el uso excesivo de las redes sociales puede generar, aislamiento social y cambios en la comunicación asertiva con los demás, a raíz de lo cual alteraciones en la autoestima pueden generarse, o salir a la luz. Herrera, M et al (2010), describen la autoestima como “un indicador del desarrollo personal fundado en la valoración, positiva, negativa o neutra, que cada persona hace de sus características cognitivas, físicas y psicológicas”

En otras investigaciones como lo cita Colombia digital, se relaciona el uso excesivo de redes sociales al desarrollo de ciertos trastornos psicológicos, la universidad del estado de california menciona que, entre las diferentes patologías, las que se presentan mayormente son:

- Déficit de atención e hiperactividad
- Depresión.
- Trastorno obsesivo compulsivo.
- Trastorno de personalidad narcisista
- Hipocondriasis
- Dismorfía corporal.

- Voyerismo.

5.4. MARCO LEGAL

En la actualidad el medio de comunicación más usual para compartir información son los correos y redes sociales, ya que estas brindan una serie de alternativas para que el proceso de comunicación se realice satisfactoriamente.

Todas estas actividades que se realizan a través de la red integran políticas para la protección de datos, lo cual es fundamental tener presente ya sea en el momento de crear cuentas o acceder a servicio que por políticas internas de las organizaciones y entidades deseen acceder a la información personal del individuo.

Así mismo dentro de dichas políticas se debe establecer todo el trámite administrativo de almacenamiento, tratamiento, procesamiento, intercambio y procesos para las consultas y tramites de quejas. Todo ello redundará en la garantía del tratamiento de los datos de las personas y en la disminución de la vulneración de derechos fundamentales y de los volúmenes de quejas y reclamos por el tratamiento de datos personales no autorizados. La protección de datos personales no es un capricho que deben cumplir todas las personas naturales o jurídicas que cuenten con bases de datos, es un mandato legal establecido en la Ley 1581 de 2012 sobre protección de 2016).

El creador de Facebook Mark Zuckerberg tiempo atrás su cuenta fue hackeada, desde ese momento se comenzaron a generar hipótesis sobre la seguridad de esta red social; en el 2010 Facebook reconoció que gracias a los avances que han tenido, han podido acceder a información personal de empresas de contexto publicitario y entre otras. En diversas ocasiones las personas no se detienen a leer sobre el término y las condiciones que exponen las redes sociales y

aplicaciones; porque son tantas las palabras que manifiestan que en ese momento solo es importante dar “ACEPTAR” y continuar con el proceso.

Si en algún momento se tienen inconvenientes con los datos brindados en Facebook , la persona implicada debe iniciar un proceso en un Tribunal de California; Sotelo expresa *Esta prórroga resulta inaccesible para el contratante débil, es decir el usuario, lo que niega la posibilidad de poder ejercer sus derechos, ya que tiene una excesiva onerosidad por la distancia y que además hace litigar en una jurisdicción distinta a la natural, lo que hace ilusorio tener protección frente a los derechos vulnerados.*

De acuerdo a la ley 1581 de 2012 que constituye el marco general de la protección de los datos personales en Colombia; sustenta que se deben reglamentar aspectos relacionados con la autorización del Titular de información para el Tratamiento de sus datos personales, las políticas de Tratamiento de los Responsables y Encargados, el ejercicio de los derechos de los Titulares de información, las transferencias de datos personales y la responsabilidad demostrada frente al Tratamiento de datos personales, este último tema referido a la rendición de cuentas.

la ley 1581 está conformada por 6 capítulos referentes a los datos personales, en el capítulo III recibe el nombre de POLÍTICAS DE TRATAMIENTO; en donde expresan lo siguiente:

ARTÍCULO 13. *Políticas de Tratamiento de la información. Los Responsables del Tratamiento deberán desarrollar sus políticas para el Tratamiento de los datos personales y velar porque los Encargados del Tratamiento den cabal cumplimiento a las mismas.*

Las políticas de Tratamiento de la información deberán constar en medio físico o electrónico, en un lenguaje claro y sencillo y ser puestas en conocimiento de los Titulares. Dichas políticas deberán incluir, por lo menos, la siguiente información:

- 1. Nombre o razón social, domicilio, dirección, correo electrónico y teléfono del Responsable.*
- 2. Tratamiento al cual serán sometidos los datos y finalidad del mismo cuando ésta no se haya informado mediante el Aviso de Privacidad.*
- 3. Derechos que le asisten como Titular.*
- 4. Persona o área responsable de la atención de peticiones, consultas y reclamos ante la cual el Titular de la información puede ejercer sus derechos a conocer, actualizar, rectificar y suprimir el dato y revocar la autorización.*
- 5. Procedimiento para que los Titulares de la información puedan ejercer los derechos a conocer, actualizar, rectificar y suprimir información y revocar la autorización.*
- 6. Fecha de entrada en vigencia de la política de Tratamiento de la información y período de vigencia de la base de datos.*

Cualquier cambio sustancial en las políticas de Tratamiento, en los términos descritos en el artículo 5 del presente decreto, deberá ser comunicado oportunamente a los Titulares de los datos personales de una manera eficiente, antes de implementar las nuevas políticas. (mintic DECRETO NÚMERO 1317 DE 2013).

5.5. MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Los griegos encarnaban papeles para representar lo que se vivía en esos tiempos, unas de las herramientas que utilizaban eran las máscaras para cubrir sus rostro y exponían los diversos estilos de vida; sin embargo, no dejaban de ser ellos mismo independientemente de que empoderaran de una personificación.

La personalidad es el resultado de la articulación dinámica de los aspectos psicológicos (intelectuales, afectivos, cognitivos y pulsionales) y biológicos (fisiológicos y morfológicos) característicos de cada persona y que le distinguen de las demás. Durante un largo período de tiempo, se consideró que la personalidad era inmodificable. Una de las características de la máscara en el teatro antiguo era su permanencia, su fijeza, por eso probablemente se adoptó el término personalidad para designar los rasgos característicos de una persona. En la actualidad esta idea está totalmente descartada (Salvaggio y Sicardi ,2014,p 1).

Aspectos de la personalidad

Para explorar el tema de personalidad es necesario tener conocimiento de los siguientes elementos:

1. El temperamento: *Allport lo define así: "Los fenómenos característicos de la naturaleza emocional de un individuo, incluyendo su susceptibilidad emocional, la fuerza y la velocidad con que acostumbran a producirse y las respuestas, su estado de humor preponderante y todas las peculiaridades de fluctuación e intensidad en el estado de humor, considerándose estos fenómenos como dependientes en gran parte de la estructura constitucional y predominantemente hereditarios" (Salvaggio y Sicardi,2014,p2).*

El temperamento es hereditario, las personas tienen características que como lo menciona Allport van relacionada con nuestro estado de humor y susceptibilidad emocional; algunas personas son más cálidas al momento de interactuar, por otro lado, están las personas que son explosivas y que no piensan al hablar, hay otras personas que les gusta estar solos, otros divertidos, analistas entre otras características.

2. Carácter: *Salvaggio y Sicardi (2014) expresan “Carácter es el conjunto de rasgos de personalidad, relativamente perdurables, que tienen importancia moral y social”. En el carácter el ambiente juega un papel fundamental, porque a partir de experiencia el carácter se fortalece o se debilita; porque hay situaciones en la que le individuo se deja afectar por lo que ocurre en su entorno. “El hogar, la escuela los grupos de amistad, son los ambientes más influyentes en la formación del carácter” Salvaggio y Sicardi, 2014, p3).*

3. La inteligencia: *Según Gardner “La inteligencia es la capacidad de comprender el entorno y utilizar ese conocimiento para determinar la mejor manera de conseguir unos objetivos concretos” Salvaggio y Sicardi (2014); La inteligencia es aquella que se da por el aprendizaje significativo; por la forma en que el individuo resuelve los conflictos y se adapta a las situaciones. Las personas a raíz de todas las situaciones que se enfrenta, la inteligencia brinda elemento para analizar de forma adecuada la información y obtener habilidades que permitan al individuo realizar actividades específicas.*

4. Status y Roles sociales: *El status es definido por Krech: "Es la posición o situación de un individuo en la jerarquía de prestigio de un grupo y que en un momento determinado le será respetado Salvaggio y Sicardi (2014); En este caso el Status lo otorga la misma sociedad; así la persona no lo haya logrado por sus propios medios. Por otra parte, tenemos El rol lo define el mismo Krech así: "Es la estructura de necesidades, objetivos, creencias, sentimientos, actitudes, valores y conductas que los miembros de una comunidad esperan que debe caracterizar al ocupante de una posición."(Salvaggio y Sicardi ,2014).* En este caso las personas con roles deben integrar una serie de características para poder tener un reconociendo por parte de los demás.

Tipos de personalidad

Personalidad Paranoide: Son aquellas personas que tienden a dudar de las intenciones de las personas que los rodean, lo cual se le dificulta confiar y constantemente está en alerta por la desconfianza que siente.

Personalidad esquizoide: Son aquellas personas a las que no le encuentran ningún interés compartir en familia o con amigos, prefieren estar solos, no tienen en cuenta la críticas; son personas poco cálidas.

Personalidad Antisocial: Son aquellas personas que no le gusta cumplir las normas, ya sean de orden legal o social; son personas impulsivas, agresivas e irritables y por lo general manipulan a las otras personas para alcanzar objetivos propios.

Personalidad Histriónica: Son personas que disfrutan ser el centro de atención, utilizando su apariencia física para crear vínculos; y cambian notablemente la expresión de sus emociones; así mismo son exageradas en sus acciones.

Personalidad Obsesiva- Compulsiva: Son personas que son excesivamente organizadas, tienen una elevada atención al detalle, las pertenencias deben estar situadas a la perfección y se les dificulta desprenderse de objetos de su interés.

En la actualidad se están generando diferentes inquietudes acerca de que tanto puede decir una red social de las características de personalidad, aspectos relacionados con el comportamiento, conducta y relacionamiento de quienes hacen un uso constante de estas, pero son pocos los estudios e investigaciones que hasta el momento se han generado.

Pero, ¿Qué es la personalidad? Podría decirse que la personalidad son aquellas características que identifican a cada una de los seres humanos. Seelbach (2012) afirma:

“La personalidad puede explicarse desde varios enfoques; en primer lugar, permite conocer de manera aproximada los motivos que conducen a un individuo a actuar, sentir, pensar y desenvolverse en un medio; también es posible conocer la manera en la cual un individuo puede aprender e interactuar en el entorno. La personalidad se puede definir como la estructura dinámica que tiene un individuo, esta estructura se compone de características psicológicas, conductuales, emocionales y sociales; estas características se desarrollan a partir de la interacción de elementos ambientales y biológicos.”

Para poder dar explicación de que cierto es que por medio de las redes sociales las personas manifiestan rasgos de la personalidad, es fundamental conocer diferentes teorías de los principales exponentes de la personalidad.

Teorías de personalidad

Morris y Maisto (como se citó en Montaña, Palacios y Gantiva, 2009) expresan *Carl Rogers* consideró que los seres humanos construyen su personalidad cuando se ponen al servicio de metas positivas, es decir, cuando sus acciones están dirigidas a alcanzar logros que tengan un componente benéfico. En este caso entonces se puede decir, que el individuo en el transcurso de su vida debe plantear objetivos, los cuales pueden ser de orden personal, académico, profesional, laboral etc. Lo importante es que debe existir una motivación para desarrollarlos.

Para Rogers, la persona desde que nace viene con una serie de capacidades y potenciales los cuales tiene que seguir cultivando a través de la adquisición de nuevas destrezas; esta capacidad se ha denominado tendencia a la realización; por el contrario, cuando el individuo descuida el potencial innato hay una tendencia a que se vuelva un ser rígido, defensivo, coartado y a menudo se siente amenazado y ansioso (Montaña, Palacios y Gantiva, citando a Rogers, 2009,p 11).

Partiendo de lo expresado por Rogers, el individuo debe estar en la búsqueda de alternativas que complementen y fortalezcan las capacidades con las que cuenta, de esta forma se obtendrá una autorrealización y estrategias de afrontamiento ante las situaciones poco deseables. Todos los seres humanos están en la capacidad de implementar estrategias en pro de profundizar el aprendizaje adquirido a través de las experiencias vividas.

Por su parte, Allport resaltó la importancia de los factores individuales en la determinación de la personalidad, señaló que debía existir una continuidad motivacional

en la vida de la persona. También creía que la medida en que los motivos de una persona para actuar son autónomos, determina su nivel de madurez, señalando así la importancia del yo, concepto que defendió porque creía que era una de las características más importantes de la personalidad. Creo el concepto de propium, lo que contiene las raíces de la uniformidad que caracteriza las actitudes, objetivos y valores de la persona (Montaño, Palacios y Gantiva, 2009, p11).

Por lo visto anteriormente Rogers y Allport comparten la misma teoría, en donde refieren el papel de la motivación en la vida del ser humano, que hay que trabajar constantemente por las metas trazadas, por ejemplo, si una persona quiere llegar a ser un gran neurólogo debe tener presente que inicialmente debe realizar una carrera de 5 años en donde debe asumir una responsabilidad de lo que está aprendiendo y de cómo va a habituarse a ese nuevo rol, después de pasar un Pregrado, debe continuar con una especialización en Neurología que es de aproximadamente 4 años, en donde de igual se debe evidenciar un compromiso y una de las motivaciones para llegar a ser un neurólogo es profundizar y estudiar sobre las enfermedades o trastornos que comprometen el sistema nervioso central y esta motivación pudo originarse a partir de experiencias, las cuales indujeron al individuo a tener esa formación, sin embargo debe seguir buscando los recursos para seguir instruyéndose porque se originan nuevos avances y métodos de intervención.

Con este ejemplo se busca aterrizar el tema de las metas que el ser humano quiere trazar y lograr; y que de alguna u otra forma estos logros son participes de la construcción del yo.

TEORÍA DE LOS RASGOS

Allport (como se citó Clonninger, 2002) definió un rasgo como: Un sistema neuropsíquico generalizado y focalizado (peculiar al individuo), con la capacidad para hacer muchos estímulos funcionalmente equivalentes y para iniciar y guiar formas consistentes (equivalentes) de conducta adaptativa y expresiva (Clonninger, 2002).

A partir de lo que refiere Allport, todas las personas poseemos rasgos que nos hace ser identificados; lo cual nos hace adaptarnos al medio. Los rasgos le permiten al ser humano adaptarse a diferentes situaciones, Existen numerosas situaciones en donde el sujeto actúa según el escenario que se presenten, en ocasiones hay personas que no saben qué hacer cuando se presentan dichas situaciones y no actúa como lo amerita la ocasión porque sus rasgos son de otro tipo, por otro lado, hay personas que actúan inmediatamente.

*Allport distinguió los **rasgos individuales**, que son poseídos por una sola persona, de los **rasgos comunes**, que son poseídos por muchas personas en diferente grado. Intentó distinguir “el estudio de las personas por un lado y por otro el estudio de las variables de la persona, es decir, las variables con respecto a las cuales se han diferenciado las personas (Clonninger, 2002).*

Un ejemplo propuesto por Clonninger (2002) en donde habla Walt Disney como más creativo que otros o a Albert Einstein como más inteligente que el resto de nosotros. *La creatividad y la inteligencia, y muchos otros rasgos también pueden aplicarse a todos nosotros en común, aunque algunos tienen más de cada rasgo y otros tienen menos. Los*

psicólogos también reconocen que varias personas parecen tener rasgos muy similares para recibir el mismo nombre y ser considerados juntos. De esta forma, un psicólogo puede investigar qué tan agresivos o sumisos son varios individuos en una sociedad competitiva.

Teniendo en cuenta el ejemplo citado anteriormente, nos muestra que las personas pueden compartir rasgos; pero en unos individuos suele ser más notable que en las demás y es ahí donde se enmarca la diferencia y comienza un proceso de identificación de los rasgos propios de la persona. A partir de los rasgos se puede definir al sujeto en donde se realiza una sustentación de sus características individuales; por esta razón se dice que somos seres únicos e irrepetibles; así como nuestras huellas dactilares, los rasgos son de cada individuo.

Allport y Vernon (1933) también mencionan Los rasgos expresivos atañen al estilo de la conducta, por ejemplo, que tan rápida o lenta, vigorosa o graciosa es una acción.

Los cinco grandes rasgos o dimensiones de la personalidad

Según el Test BIG FIVE INVENTORY, el cual mide cinco rasgos o dimensiones de la personalidad; las cuales son las siguientes:

Extroversión

Individuos con puntuaciones altas: entusiastas, seguidores, juguetones, expresivos, despreocupados, impetuosos, enérgicos, locuaces, asertivos, demostrativos, atrevidos, seguros, francos, ingeniosos, emprendedores, optimistas. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Personas con puntuaciones bajas: huraños reservados, retraídos, tímidos, cohibidos, no atrevidos, sumisos, apáticos, malhumorados. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Afabilidad

Individuos con puntuaciones altas: condescendientes, geniales, comprensivos, indulgentes, corteses, generosos, flexibles, modestos, íntegros, afectuosos, realistas, espontáneos. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Individuos con puntuaciones bajas: antagónicos, incomprensivos, exigentes, descorteses, crueles, altaneros, irritables, engreídos, obstinados, desconfiados, egoístas, insensibles, ásperos, tortuosos, prejuiciados, hostiles, volubles, tacaños, mentirosos, insensibles. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Escrupulosidad/ Confiabilidad

Individuos con puntuaciones altas: organizados, eficientes, confiables, meticulosos, perseverantes, cautelosos, puntuales, decididos, mensurados, consistentes, frugales, ordinarios, analíticos. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Individuos con puntuaciones bajas: desorganizados, descuidados, inconsistentes, olvidadizos, apresurados, vagos, perezosos, indecisos, imprácticos y rebeldes. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Estabilidad emocional

Individuos con puntuaciones altas: no excitables, no emotivos, autónomos, individualistas. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Individuos con puntuaciones bajas: inseguros, ansiosos, quisquillosos, emotivos, envidiosos, crédulos, entrometidos. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Cultura/intelecto/apertura

Individuos con puntuaciones altas: introspectivos, profundos, intuitivos, inteligentes, creativos, curiosos, refinados. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

Individuos con puntuaciones bajas: superficiales, poco imaginativos, poco observadores, ignorantes. (Salvaggio y Sicardi, 2014).

A partir de lo que se evidencia en las entrevistas se puede evidenciar que las publicaciones que realizan las personas constantemente en sus cuentas de Facebook, expresa mucho de sus rasgos comportamentales, de sus gustos y de que le gustaría transmitir a las personas que ven e interactúan con estas publicaciones. Por ejemplo, las fotos de perfil que se montan en las redes sociales, son uno de los primeros filtros por los que pasa cada usuario al momento de conocer o agregar algún contacto, ya que es uno de los primeros contactos que se tiene al momento de conocer a la otra persona por estos medios. Amaya, afirma, “las fotos que tenemos expuestas al público en nuestros perfiles sociales son exquisitamente escogidas. No son fotos aleatorias, todas

tienen un significado y un sentido relacionado con la persona y la circunstancia que esté viviendo en ese momento”

De este mismo modo, todo lo que se publica, comparte, muestra en estas redes sociales van revelando poco a poco aspectos de tipo personal de la otra persona, que anteriormente solo era posible saber por medio de la interacción interpersonal.

Eysenck plantea que hay diferentes dimensiones de la personalidad, y en cada una de ellas se encuentran características que permiten hacer una diferenciación de las personas, conforme con esta teoría se puede tener una interpretación acertada referente a las publicaciones que se manifiestan diariamente en Facebook, algunas ilustrativas; otras textuales pero todas queriendo transmitir un mensaje de forma directa e indirecta, porque en ocasiones etiquetan a la persona y otras veces no.

Teoría conductual de la personalidad

Watson, padre del conductismo, manifestó su acuerdo con la teoría de Jhon Locke en el siglo XVII sobre la tabula rasa, teoría de la personalidad según la cual un recién nacido viene en blanco y es el ambiente el que determinará la personalidad debido a la moldeabilidad de este, no solo en la infancia sino también en la etapa adulta (Davidoff, 1998).

Skinner, quien realizó experimentos sobre el aprendizaje animal y humano, concluyó que lo que una persona aprende a hacer es semejante a como aprende otras cosas; por tal razón, lo que implica motivación inconsciente, aspectos morales y rasgos emocionales no existe (Papalia y Wendkos, 1997).

Como se ha mencionado anteriormente el sujeto actúa de acuerdo a lo que le entorno le brinda; por un lado el individuo sale a la defensa de sus ideales que en diversas ocasiones suele ser cuestionado por las demás personas que no están de acuerdo con lo que expresan y se pueden desatar incongruencias en donde la comunicación no es la más asertiva ; posterior a esto la persona busca estar en contacto con el entorno utilizando diferentes medios de comunicación que hoy en día evidencia como es el caso de Facebook, una plataforma con aplicativos que permite establecer contacto y crear nuevos vínculos. Por otro lado, no todo es incongruencia, hay situaciones que se convierten en escenarios para actuar con tranquilidad y racionalmente; en donde el individuo realiza un análisis e la situación e inicia la búsqueda de soluciones.

Bandura consideró a los humanos como seres complejos, únicos, activos, destacando el pensamiento y la autorregulación. Pues los individuos están en una continua resolución de problemas, partiendo de la experiencia y de la capacidad de procesamiento de información. Por tal razón, Bandura realizó sus estudios en humanos en el nivel contextual; por lo tanto, a través de la observación de modelos la persona puede transformar imágenes e ideas que se pueden combinar y modificar con el fin de elaborar patrones de conducta adecuados.

FACEBOOK Y PERSONALIDAD

Las redes sociales son una gran influencia en la vida de las personas y en específico de los jóvenes de hoy en día, ya que pasan gran parte del tiempo, mientras sea posible, conectados a estas aplicaciones, aplicativos o páginas web, haciendo un sinnúmero de actividades, actividades que pueden traer ciertos “beneficios” para sus vidas, como por ejemplo, pueden ser generadores de una distracción, un hobby o diversión, pero por otro lado puede acarrear diferentes peligros, ya que puede convertirse en un vicio, o siendo más grave, esto puede prestarse para realizarse chantajes, robos o secuestros, o generar conflictos con sus relaciones interpersonales, afectando aspectos conductuales y emocionales propios de cada persona, dando paso a una posible difusión de la identidad.

Las Redes sociales de internet son mecanismos de interacción social, demarcadas por un intercambio dinámico y constante de información ya sea entre personas, grupos e instituciones de diferentes contextos, culturas, pensamientos, etc. Son un medio abierto y en reconstrucción permanente que involucra a conjuntos de individuos que se identifican en similares necesidades, gustos, intereses y problemáticas y que por medio de este mecanismo de interacción logran una organización con el fin de ampliar y potenciar sus recursos interpersonales. El tener una red social o crearla en internet empieza por hallar ahí, otras personas con quienes compartir nuestros intereses, preocupaciones o necesidades y aunque no sucediera más que eso.

Las redes sociales han abierto un nuevo mundo, junto con otros patrones de comunicación y modificaciones en nuestra vida diaria, diariamente el mayor número de personas que crean perfiles o usuarios en las redes sociales, y principalmente en una red social en específico, una de las redes que ha tenido mayor crecimiento tanto a nivel de funciones brindadas por la plataforma como a nivel del número de personas que se siguen sumando a esta red a nivel mundial, denominada Facebook.

“Cabe destacar el caso de Facebook (2004). Fue diseñada en un primer momento para uso privado específico en la Harvard University, y tan sólo se podía acceder a ella si se disponía de un correo electrónico del centro universitario. Posteriormente fue ampliándose hacia otras universidades, empresas y, finalmente, a cualquiera que dispusiese de un correo electrónico.” (Marcos, M. 2009)

Acceder a esta red social es de gran facilidad, ya que solo es necesario contar con una cuenta de correo electrónico para poder crear un usuario y/o perfil, y la cantidad de actividades que se puede realizar dentro de esta red social permite que sus usuarios quieran mantener un uso constante con ella, adicional a la facilidad de la comunicación e intercambio de información personal, familiar, laboral y demás que se puede generar dentro de esta. Toda esta facilidad que brinda la red social genera que las personas vayan perdiendo su identidad social e inicien con una identidad virtual, la cual, incluso, puede brindar más información de tipo personal, Bazan y Boveda (2005) afirman que “Parece ser que un mayor incremento de conexiones tecnológicas entre las personas va moldeando al mismo tiempo su contra cara, menor conexión natural y espontánea”.

Parece ser que entre más las personas utilizan este tipo de redes, o mecanismos de interacción, van dejando de lado el uso de la comunicación presencial, y estos medios se van convirtiendo en la fuente principal de información personal, ya que por medio de estas redes comparten con su grupo de contactos y/o amigos, todo tipo de información relacionada con sus vidas privadas, a tal nivel que se puede tener noción por medio de estas interacciones, de posibles rasgos de personalidad e incluso generar hipótesis de posibles comportamientos a diferentes situaciones,

Bazan y Boveda (2005) afirman que “Existe un acercamiento a través de la tecnología cuyo precio es la separación de los cuerpos”.

CAPITULO 4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DISCUSIÓN

6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

INTERPERSONAL			
SUB CATEGORIA	ENTREVISTAS	MUROS	ANALISIS
Motivación	<p>Según las contestaciones en las entrevistas, los participantes coinciden en que una de las principales motivaciones para publicar e interactuar en Facebook es compartir contenido mayormente de carácter humorístico e informativo, aunque compartir acerca de hobbies como música, actividades relacionadas con grupos de los cuales sean partícipes, también hace parte de sus intereses.</p> <p>Así mismo, los participantes coinciden en que Facebook es un lugar donde expresan emociones y pensamientos.</p> <p>Por otro lado, también se encontró que ciertos participantes prefieren utilizar la red social para compartir contenido que genere discusión. El P9 expresa que en ocasiones publica <i>“para provocar y generar algún tipo de discusión sobre algún tema”</i>, esto se puede asociar con la tendencia que se evidencio en los entrevistados acerca del hecho de publicar mayormente para mantener informados a sus contactos o para tener influencia sobre</p>	<p>Los elementos observados en los muros de la población, en ciertos aspectos coinciden con lo expresado en las entrevistas, según los entrevistados, la red social se utiliza principalmente para compartir acerca de pasatiempos, temas sociales y actividades cotidianas. En comparación con lo expresado en las entrevista los muros revelan coincidencias, sin embargo existen aspectos que no se mencionan en estas, por ejemplo, las personas que describen utilizar el Facebook como una forma de mantener comunicados e informados a terceros, presentan una posible necesidad de admiración por parte de otros, así pues, querer influir en los demás, en este caso, se puede atribuir a personas con rasgos de personalidad narcisistas, que presentan habilidades marcadas de liderazgo.</p> <p>Otros usuarios, por otro lado, utilizan este tipo de publicaciones para poder entablar conversaciones. Durante la entrevista una de</p>	<p>El ámbito interpersonal se relaciona con la forma en la cual se interactúa y se establecen vínculos entre dos o más personas, se estudia desde esta parte como se desarrolla la relación entre el grupo de personas, en cuestión.</p> <p>Frente al estudio realizado se encuentran ciertos puntos importantes que explican la relación que se crea por medio de Facebook.</p> <p>Primeramente, las personas en Facebook mayormente prefieren comunicarse por este medio, sin embargo, este tipo de persona concuerda principalmente con aquellas que se describen a sí mismos como tímidos con respecto a las relaciones sociales, por lo que se infiere a raíz de esto que este grupo en articular que prima la comunicación virtual a la real, son carentes de habilidades sociales, lo cual no les permite desenvolverse como quisieran en entornos aislados a la red Facebook. Por otro lado, aquellas personas presentan características de personalidad similares, por ejemplo, aunque se autodenomina tímidos, son personas que expresan confianza e individualidad, sin embargo, las publicaciones están dirigidas para el goce del público más que el propio.</p>

	<p>ellos.</p> <p>Otro aspecto importante a resaltar es que son pocas las personas y publicaciones que presentan contenido original, la mayor parte del tiempo presentan contenido que ha sido primeramente actualizado por un tercero, generalmente páginas con contenido interactivo como imágenes y videos, ya que eso, según lo que se evidencia en la población, son los contenidos favoritos a replicar, posiblemente, y según P2 ya que los estados “estados son <i>“demasiado angustiantes”</i> y <i>“demasiado largos a veces”</i>, aunque otras personas refieren preferir compartir fotografías propias, por ejemplo, P7 considera que solo sube fotos por simple gusto hacia las mismas, como también por ser <i>“muy fotogénico”</i>.</p> <p>Ciertas personas reconocen también, que utilizan Facebook para obtener atención de terceros, así que publican desde aspectos de su vida cotidiana hasta contenidos relacionados con el estado anímico, incluyendo el estado de las situación sentimental o acontecimientos familiares.</p>	<p>las participantes menciona como juega con las reacciones de las personas, para así poder iniciar interacción por chat con base a la publicación en cuestión.</p>	<p>Dentro de la red social Facebook, se pueden encontrar todo tipo de personalidades, sin embargo, la expresión de estas dentro de este espacio no necesariamente es congruente con aquellos rasgos expuestos en la vida real, no obstante, las personas que presentan rasgos de personalidad narcisista o histriónicos, presentan mayor posibilidad de coincidir entre la interacción virtual y la real, ya que estas generalmente prefieren el contacto directo y presentan habilidades comunicativas mejor desarrolladas, también estas personas son menos actividad en Facebook, y aun así logran impactar en los contactos que poseen. Las personas carentes de estas características, por otro lado, presentan mayor actividad en Facebook, análisis más pobre de los contenidos y suelen enfocarse mayormente en expresarse a través de las publicaciones creadas por otros, dejando en segundo plano el contenido original.</p>
<p>Relaciones interpersonales</p>	<p>Desde este aspecto los participantes contestaron que el contacto tanto por Facebook como directo con la persona tiene sus ventajas y desventajas, una parte de las personas escogieron a</p>	<p>En la observación de los muros se estima que el 100% de los usuarios no tienen interacción con la totalidad de los contactos que cada uno presenta. Por otro lado, se puede evidenciar que</p>	

	<p>Facebook como una forma sencilla de comunicarse con los otros, debido a que se perciben a sí mismas como “tímidas” cuando del contacto directo se trata. Sin embargo, la mayor parte de los entrevistados afirman que solo una parte de los contactos son conocidos o presenta algún amigo en común. Describen también que Facebook sirve como una forma práctica de amenizar las relaciones y vínculos, ayudando a fortalecerlas, no obstante, también se halla que las relaciones por medio de Facebook generalmente no son profundas, o estables, por ejemplo, otros usuarios defienden el contacto directo como preferido, debido a que esperan que mediante la interacción se solidifiquen las relaciones interpersonales, expresando incluso que parte de lo que es agradable es el tacto es la posibilidad de percibir y comprender las emociones reales en el momento específico: <i>“creo que virtualmente uno no puede mirar a la persona a los ojos que para mí es algo primordial y pues... interactuar el conocerte, porque uno también conoce sus gestos y ya”</i> P4.</p> <p>Estas personas tienen estándares altos con respecto a la selección de quienes aceptan como contacto. Por ejemplo, este grupo de personas, que cumplen con las características</p>	<p>aquellas personas que se describen como “tímidas” en cuanto al contacto directo presentan mayor actividad en la red social, así mismo, presentan un número elevado de “amigos, contrario de las personas que prefieren el contacto para interactuar, así pues, en general es coincidente la actividad en los muros con la autovaloración de los mismos en las entrevistas.</p> <p>Hay personas, sin embargo, que no presentan concordancia en lo que expresan y hacen, por ejemplo, hay participantes que aseguran no tener ningún contacto desconocido, pero luego expresan que solo conocen a la gran mayoría y no a todos, lo cual puede ser indicativo de cómo se pierde la percepción de las acciones en Facebook.</p> <p>El contacto por Facebook, aunque es el más gustoso no implica que todos los participantes presenten habilidades adecuadas o posean seguridad total sobre como interactuar con otros. Por ejemplo, las personas que describen no entender o no saber por qué medio es más fácil la comunicación.</p> <p>Otro aspecto que es necesario resaltar acerca de esta categoría es que las personas evaluadas coinciden y son conscientes que no</p>	
--	--	---	--

	<p>anteriormente mencionadas se toman el tiempo de corroborar cuales, y cuantos amigos en común tienen, a diferencia del grupo anterior que en su mayoría presentan un nivel de exigencia menor, ya que los criterios se basan en qué tipo de publicaciones le agradan y que tipo de foto de perfil posee, si es o no atractivo/a y que amigos en común poseen.</p> <p>En otros casos peculiares, hay personas que prefieren considerarse neutras en cuanto al contacto real o virtual, con este tipo de individuos sucede que particularmente pueden estar seguros de sus habilidades sociales o no estar conscientes de ellas, así que no perciben diferencias significativas entre la forma de expresarse en Facebook a un entorno externo a la web.</p>	<p>todos los contactos que agregan son necesariamente amigos, aunque sean conocidos, incluso, existen las personas que comprenden y son capaces de realizar una clasificación con respecto a que personas tienen agregadas y en qué nivel de afectividad se posicionan.</p>	
<p>Autoconcepto</p>	<p>La revisión de las entrevistas arrojó que los evaluado, con intención de generar niveles de satisfacción altos, debido a la estima y estatus que esto conlleva, prefieren publicar contenido que sea llamativo principalmente para otras personas, así pues, las publicaciones tienen como finalidad el ser reconocidos por terceros mediante el tipo de información que comparten, por ejemplo, P3 expresa que principalmente publica para <i>“que otras personas lo vean”</i>.</p> <p>Según los participantes el</p>	<p>Las personas que denotan habilidades de liderazgo y autosuficiencia, no consideran que el estatus se dé a raíz de la generación de reacciones o de cuanto se comente. Por otro lado, las personas que consideran que se gana status son aquellas personas que presentan menores filtros a la hora de aceptar invitaciones de extraño, así mismo, particularmente estas personas son aquellas que presentan mayor actividad en Facebook, y sostienen que el contacto por Facebook es</p>	

	<p>nivel del estatus se da a partir de que tanto alcance posea la publicación, es decir entre mayor impacto genere la publicación mayor será el status de las personas, ejemplo de esto, se evidencia cuando se le pregunto acerca de cómo los likes y comentarios generan impacto a lo que, al menos, P1 responde positivamente ante esta afirmación, expresando: <i>“Si, esos es popularidad, si no te dan like no eres popular”</i>, otros concuerdan con esta opinión, por ejemplo, P3, describe que los me gusta y comentarios demuestran <i>“interés”</i> y generan <i>“popularidad”</i> para la persona titular de la publicación.</p> <p>Particularmente los usuarios que presentan conformidad con sus habilidades sociales y prefieren el contacto real al virtual, consideran que no se crea un status por el número de reacciones que reciben las personas.</p> <p>Desde la expresión de emociones en Facebook, los participantes poseen una imagen específica que creen su perfil refleja de ellos, por ejemplo, hay quienes consideran su muro como el de alguien que es alegre, otro de alguien que es poco serio y otro de alguien serio o crítico.</p>	<p>más fácil.</p> <p>La descripción de cada usuario en cuanto a su perfil se relaciona directamente con la forma en la que interactúa con el contexto en la red.</p>	
<p>Expresión</p>	<p>Mayormente se utiliza Facebook para expresar sentimientos y experiencias,</p>	<p>A partir de las interacciones y registro de muros, se encontró ciertas</p>	

	<p>relacionadas con comedia, o momentos de ocio y diversión. Por otro lado, los valores y emociones comunes que se plasman en los perfiles son la satisfacción, negativismo, positivismo, ansiedad y amor, todo esto enfocado en el contexto en el que se desenvuelven y teniendo en cuenta que no esté en contra de la imagen que quieren reflejar en el exterior.</p> <p>Con respecto al uso de Facebook, algunas personas presentan angustia y ansiedad por la poca interacción con el medio virtual.</p>	<p>particularidades con respecto a la expresión en la red social. En primera instancia de las personas evaluadas se encuentra que el nivel de satisfacción en la mayoría de los casos aumenta cuando las publicaciones atrapan la atención de los contactos. También hay sensaciones de inseguridad y malestar, por ejemplo, uno de los participantes expresa que independiente de la situación, si el comentario o reacción no es de su total agrado o de su posible comprensión siempre serán eliminados de los registros de su perfil.</p> <p>Ahora desde las publicaciones y teniendo en cuenta que se dividen en dos, la primera que lo llamaremos contenido original, que hace referencia al contenido creado y desarrollado por la persona a la que pertenece el perfil, la segunda forma son los contenidos hipertextuales, que en esta investigación hacen referencia a todas aquellas publicaciones que se comparten de medios externos al perfil. Teniendo esto en cuenta la forma más común al pasar los años y en los participantes es la hipertextual mediante archivos fotográficos, esta preferencia probablemente está ligada a las posibilidades de proyección e identificación con los contenidos afines, así mismo</p>	
--	--	--	--

		estos pueden generar un atractivo para los otros.	
CONDUCTUAL			
SUB CATEGORIAS	ENTREVISTAS	MUROS	ANALISIS
Proyección	<p>En referencia a este campo se infiere que la mayor parte de los evaluados consideran que no existe gran diferencia entre los comportamientos que se dan en Facebook a la vida real.</p> <p>Por otro lado, hay personas que sustentan que las grandes diferencias radican en que en la red social son capaz de desenvolverse más ampliamente, reflejando características como confianza, habilidad para liderar y creatividad, y en la realidad se les dificultad desarrollar estas características, Según P7 <i>“por Facebook no le están viendo a uno el rostro, no esta persona a personas, es más fácil soltarse, no da tanta pena o timidez”</i>.</p> <p>Sin embargo, la proyección de estas personas puede ser dual, por ejemplo, hay personas que son diferentes en la interacción por chat a las publicaciones.</p> <p>También se puede dar que, dentro del intercambio comunicativo con otros contactos, la persona con base a una publicación donde se expresó, adquiera una postura diferente ya sea más seria y</p>	<p>Se evidencia dentro del registro de los muros que la imagen positiva, divertida, y de confianza en sí mismos son el tipo de perfil que se pretende construir, ahora, si las publicaciones no son acordes a esa imagen que se quiere crear en el medio virtual, se descarta la posibilidad de compartirse para ser visualizado en el perfil ya que no son lo suficientemente relevantes para ser posteadas en su muro.</p> <p>La razón por la cual se exhiben en ocasiones dualidad en el comportamiento, desde publicaciones generales a aquellas personales (interacción con una persona) o chats, posiblemente sea por la intimidad que se experimenta en este último, siendo este último más cercano a la realidad, mientras que si se da en grupos se puede diluir el impacto de las acciones lo que genera más confianza y seguridad.</p>	<p>Desde el análisis general encontramos que, la conducta de las personas se rige principalmente por las habilidades sociales que cada uno posee, así como también por la imagen que consideran tener, y más importante que desean proyectar. Además de esto, también está el componente emocional y directamente las características de personalidad de cada uno.</p> <p>Por ejemplo, las personas que disponen mayor tiempo en Facebook, tienen más probabilidad de compartir contenido humorístico, así como más personal cerca de su diario vivir, sin embargo, aquellas personas que solo la utilizan como forma de informarse, los cuales no necesariamente hacen uso de esta de manera tan frecuente como el grupo anteriormente mencionado, así mismo, estas personas presentan características que coinciden con rasgo de personalidad narcisistas e histriónicos.</p> <p>También se pudo indagar en el motivo del tipo de publicaciones, de lo cual se identifica que se prefiere el</p>

	<p>conservadora, o por el contrario más abierta y espontánea, de cualquier forma, se muestran rasgos alterados y adaptados a un nuevo tipo de contacto.</p>		<p>contenido gráfico, antes que los estados, sin embargo, las personas que se sienten cómodas para expresarse en Facebook tienden a comentar más acerca de esto que comparten a diferencia otros que no lo son tanto.</p>
<p>Comunicación e interacción</p>	<p>Desde el ámbito comunicativo, en su mayoría los participantes coinciden en que la postura que adopten frente a las publicaciones, comentarios y reacciones de las personas, están principalmente relacionadas a la persona con la que se pretende entrar en contacto, y también sobre qué contenido se está socializando.</p> <p>El primer reflejo en la conducta de los usuarios, es determinado por cuan impactante es la publicación para tener una reacción o comentario por parte de estos. Una vez pasa por ciertos filtros, se procede a tener una respuesta que indica que tipo de impresión género en la persona, usualmente la reacciona más utilizada es “me gusta”.</p> <p>Por otro lado, los comentarios son una conducta más privilegiada, que poseen ciertas personas y cierto tipo de publicaciones; durante el transcurso de las entrevistas los participantes expresan que solo si la publicación es excepcional se comenta, sino entonces solo recibe reacciones, pero estas según sea el caso.</p> <p>Acerca de las</p>	<p>Durante el desenlace de las entrevistas los participantes afirman que los comentarios y reacciones son de alguna forma privilegios que se otorgan, bueno desde la revisión de muros, si bien puede aplicar esta regla a las publicaciones que ellos visualizan de otros, cuando se trata del contenido compartido hacia ellos en su propio perfil, en general la interacción no se percibe como privilegiada ya que la mayoría de publicaciones en las que son mencionados o se comparten su muro, así como comentarios, reciben completa atención de parte de la persona titular de la cuenta, ya sea desde lo positivo o negativo.</p> <p>Incurriendo desde las relaciones interpersonales, se evidencia dificultad en la comunicación, según los entrevistados, Facebook es utilizado mayormente para desarrollar relaciones preexistentes, sin embargo, poco se puede dar cuenta de esto, ya que teniendo en cuenta las contestaciones, las personas que consideran son tímidas para socializar posiblemente no crearan la</p>	<p>contenido gráfico, antes que los estados, sin embargo, las personas que se sienten cómodas para expresarse en Facebook tienden a comentar más acerca de esto que comparten a diferencia otros que no lo son tanto.</p>

	<p>publicaciones que realizan los usuarios, según las entrevistas, las reglas anteriores también aplican en este campo, por ejemplo, si hay alguien que comenta una publicación que realizaron, solo obtendrá una reacción de este si se considera que amerita tal comportamiento, la única variable radica en que en este punto ya se es libre de decidir si lo compartido por otros en su perfil es lo suficientemente agradable y de interés o por el contrario es irrelevante u ofensivo hacia el propietario o sus creencias y gustos, la acción a seguir en este último caso generalmente es eliminar el contenido, uno de los participantes inclusive, expresa: “...si no me gusta le elimino el comentario y ya”.</p> <p>Desde otro punto, también se estudian la comunicación que se pretende entablar, a lo que los usuarios responden que Facebook es el medio por el cual pueden fortalecer relaciones interpersonales, e inclusive crear nuevas.</p>	<p>suficiente confianza para desenvolverse por medio del chat que resulta ser tan íntimo como el contacto cara a cara. Por otro lado, las personas que consideran que la comunicación cara a cara es mejor, posiblemente no se limitarían a estrechar vínculos vía Facebook por la poca falta de intimidad y cercanía que la pantalla generaría.</p> <p>También se encontró que las personas hacen uso de los simbolismos para hacer énfasis en lo que sienten o percibe; lo que se puede percibir de esto es que los emoticones o stickers son una extensión de las emociones de la persona expresadas de manera gráfica.</p>	
<p>Comportamiento</p>	<p>En el ámbito comportamental, iniciando por las acciones que se llevan a cabo desde el ingreso a Facebook, existe un patrón específico: Primeramente después del inicio de sección que los conduce al inicio de Facebook donde se visualiza todas la paginas que siguen, las personas que tienen como</p>	<p>El registro de muros muestra que hay concordancia entre las contestaciones de los participantes y el comportamiento en la red.</p> <p>La mayor parte de los usuarios presentan publicaciones que incluyen contenido humorístico (memes), noticias recientes a</p>	

	<p>contactos, publicidad entre otros, se procede a revisar el “timeline”, con la intención de compartir nuevo contenido o informarse acerca de acontecimientos recientes, posteriormente se procede a revisar notificaciones.</p> <p>Generalmente las publicaciones mayormente compartidas son relacionadas con comedia, eventos sociales, y noticias principalmente relacionadas con política, y como ya se tienen identificados el tipo de publicaciones que generan las reacciones que desean recibir, determina que, y con cuanta frecuencia se comparte.</p> <p>Otro aspecto que determina las características que se reflejan en Facebook, es el estado anímico de las personas. Durante el proceso de entrevista se encontró que esta característica está relacionada con el contenido, tiempo invertido en Facebook, tipo de publicación (estado, foto o video) y las respuestas que generara a partir de los comentarios o reacciones de terceros. Así mismo la interacción en Facebook puede generar alteraciones notables en el estado anímico, por ejemplo, uno de los evaluados afirma sentirse incomodo cuando otros hacen uso excesivo de Facebook.</p>	<p>la fecha o acontecimientos sociales a los cuales han sido participes o de los cuales tienen algún tipo de relación, en cualquier caso, las publicaciones generalmente se ven relacionadas entorno a un tema en particular.</p> <p>Otro aspecto interesante, es acerca del tema de los cambios de ánimo, aunque si se conoce que esto presenta influencia en la interacción final en los muros, del estudio de estos mismos, se encontró que cada uno de los usuarios en general presentan un estado predominante en las publicaciones, esto no quiere decir que nunca se evidencien nuevas conductas, pero si denota que en general hay tendencias a realizar publicaciones, por ejemplo, anímicas o negativas, tal vez a favor del estado que más atrae espectadores o más se asemeja a lo que quiere proyectar.</p>	
--	--	--	--

6.1. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Uno de los resultados parciales que el grupo de investigadores ha evidenciado es que las personas comunican a través de la red social Facebook, aspectos de su personalidad como son la necesidad de aprobación y aceptación social, traducida en conductas como la publicación frecuente de fotografías, noticias y experiencias propias, con la expectativa que el contenido sea aprobado mediante valoraciones positivas, y compartidas y comentadas por los “Amigos” o personas que le son referentes.

También se logró conceptualizar que los rasgos de personalidad se expresan a través de la red social Facebook en forma de texto, imágenes o simbolismos, y que dichos elementos no son elegidos al azar, ya que siempre tienen que ver con el significado personal que cada ser humano da a su experiencia y en donde este de manera consciente o inconsciente se expresa.

Terrón (2013), afirma:

“los “Me gustan” son reforzadores naturales en el ser humano. Simbolizan una aprobación, una palmadita, un refuerzo, y esto nos encanta al ser humano. Cualquier tipo de refuerzo, tanto extrínseco como intrínseco, es agradable, bien sea en forma de alabanza, sonrisa, remuneración económica o premio. Somos y provenimos de los refuerzos de la sociedad y nuestro comportamiento se modela en cierto sentido en torno esto”.

Los Likes al igual que las reacciones representan satisfacción, ya que confirman la atención que reciben de terceros respecto al contenido publicado; además de esto el “me gusta” confirma que son “guapos” o “bellos” o que están de acuerdo con sus publicaciones.

Facebook es una plataforma abierta al público, que tiene múltiples herramientas al momento de interactuar; por esta razón esta red social es tan atractiva para los usuarios porque les permite expresarse libremente; independientemente de que otras personas estén en desacuerdo, la cuenta es totalmente personal; que se traduce en compartir imágenes que el sujeto considere, en actualizar el estado las veces que sea necesario e interactuar por medio del chat con sus contactos.

Los rasgos de personalidad que mayormente se evidencian en el uso de Facebook son narcisismo e histrionismo con polaridad extrovertida, pero, sin embargo, esto no necesariamente aplica directamente en el tipo de personalidad que presentan en el contacto directo fuera de las redes.

Las publicaciones realizadas son mayormente referentes al ámbito social, y enfocadas en la opinión de otros, debido a que los usuarios publican para que las otras personas puedan ver en su perfil como una fuente de información. Respecto a estos se encontró que la mayoría de los usuarios que presentan estas características tienen rasgos narcisistas y posiblemente quieren ser admirados.

CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7. CONCLUSIONES

Durante el transcurso de la investigación se revelaron ciertos aspectos importantes sobre la interacción y conducta dentro de la red social Facebook, a continuación, se enlistan aquellos puntos importantes:

- El uso de las redes sociales está en ascenso y puede deberse fundamentalmente a la sensación de seguridad y confianza que genera el medio virtual, para poder expresar ideas sin necesidad de exponerse ante la crítica directa y la presión, que se genera por medio del contacto directo.
- Las publicaciones que se realizan están enfocadas principalmente a realizar catarsis de los usuarios, es decir, su uso es mayormente de personas que necesitan expresarse y liberar su verdadera personalidad.
- Las relaciones que se entablan en Facebook por lo general poseen un trasfondo, en donde de las personas han tenido contacto con estas personas o lo tendrán prontamente, si no se cumplen estas especificaciones, aunque puede sobrevivir la relación, lo más probable es que fracase, esto posiblemente se debe a la intimidad que genera el interactuar solo con una persona y de la cual no se conoce mucho o no posee suficiente confianza.
- Los contenidos relacionados con humor se pueden interpretar con situaciones que esté viviendo el sujeto evaluado y desean expresarlo espontáneamente; así mismo permite que otras personas se identifiquen con la situación.

8. RECOMENDACIONES

Dentro de las investigaciones que abarcan las redes sociales como objeto de estudio, Facebook se encuentra entre las principales estudiadas, sin embargo, es común estudiar desde una mirada individualista el uso de Facebook ya que no es la única red que se utiliza como fuente de comunicación e información, a decir verdad, debido al gran impacto que se generó desde la creación de la “F” azul han sido nuevas redes y de comunicación han surgido, así mismo, los sistemas de esta misma índole se han adaptado a los nuevos estándares que se establecen a raíz del uso de Facebook.

En este orden de ideas se estima que, posiblemente si las investigaciones dan paso a mayor análisis del uso de Facebook se tendría mayor claridad y nuevos tipos de intervenciones para aquellos que presenten alteraciones comportamentales ya que utilizan Facebook como una forma de evadir inseguridades en el entorno real, así mismo, se podrían presentar nuevas técnicas de interpretación de las redes sociales.

CAPITULO 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICOS Y ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

Álvarez-Hernández, G, & Delgado-de la Mora, J. (2015). *Diseño de Estudios Epidemiológicos. I. El Estudio Transversal: Tomando una Fotografía de la Salud y la Enfermedad. Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora*, 32(1), pp.26-34.

Almansa, A., Fonseca, O., Castillo, A., (2013). *Redes sociales y jóvenes. Uso de Face-book en la juventud colombiana y española. Comunicar, marzo-octubre*, 127-135.

Adaime, I. et al. (2010). *El proyecto facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Madrid, España. Editorial Ariel S.A.*

Aspani, S., Sada, M., & Shabot, R. 9. *Facebook y vida cotidiana .Descargar este adjunto (Alternativas en Psicología. Revista Semestral. Tercera Época. Año XVI. Núme~. pdf)*

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). *Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. Psychological science*, 21(3), 372-374.

Baker, L., and Oswald, D. (2010). *Shyness and online social networking services. Journal of Social and Personal Relationships*, 27 (7), 873-889

Bazán, C. y Boveda, F. (2005), *La comunicación via internet. dioses o demonios. Buenos aires, Argentina. Universidad de ciencias empresariales y sociales.*

Castro Monge, E; (2010); *El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas. Revista Nacional de Administración, Vol. 1, N° 2 (Julio - diciembre), pp 31-54.*

Colombia digital, (2014). *El narcisismo en las redes sociales*

Clonninger, S. (2002). *Teorías de la personalidad. Pearson Educación.*

Cornejo, M & Tapia, M. (2011); *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. Fundamentos en humanidades, ISSN 1515-4467.vol. XII, núm. 24, (Julio 2011), pp. 219-229.Universidad Nacional de San Luis San Luis, Argentina.*

Definición abc; disponible en: [[Texto Completo](#)]; [[Texto Completo](#)].

Dzul Escamilla, M. 2013. Diseño No-Experimental.

Del Prette, Z. A. P., & Del Prette, A. (2003). Psicología de las habilidades sociales: terapia y educación. *Revista Evaluar*, 3.

Ezequiel, A. (2016); Diccionario de psicología; 2a. ed. Editorial Brujas.

Flamboyant Foundation. (2014). *Glosario de términos utilizados en las redes sociales*. Recuperado [[Texto Completo](#)]

Fernandez, L. (s.f). *Origen y evolución del Facebook*. Actividad Diagnóstico NTICx.

Hernández, R. V., Azuara, A. C., Ramírez, J. V., & Rojas, G. P. C. (2009). *Comparación entre introvertidos y extrovertidos en el nivel de ansiedad al escuchar música relajante*. *Enseñanza e investigación en psicología*, 14(1), 61-76. Recuperado [[Texto Completo](#)]

Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), pp.561.

Herrera, M., Pacheco, M. Palomar, J., Zavala, D., (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, enero-junio, 6-18.

Islas, O & Ricaurte, P. (2013). Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. 1a ed. México, D.F., México. Razón y Palabra

Lafuente, C; Marín, A; 2008; Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas; Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 64, septiembre-diciembre, pp. 5-18 Universidad EAN Bogotá, Colombia

López, L. (2009). *enREDando y conectando: Comunicación y redes sociales*. Medellín, Colombia. Universidad de Medellín.

Monge, E. C. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas. *Revista Nacional de administración*, pp.32; [[Texto Completo](#)].

Munarriz, B. 1992. Técnicas y métodos en investigación cualitativa. pp.113.

Marcos, M. (2009). *Evolución de los servicios de redes sociales en internet*.

MINTIC; (2012). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región. [[Texto Completo](#)]

MINTIC; Oficina Internacional, Cifras; [\[Texto Completo\]](#).

Nayade Psicólogos. (2016). *Tipos de personalidad 10 Píldora de Psicología*. España
Recuperado [\[Texto Completo\]](#)

Ochoa, P.N, Uribe, J.I. (2015). *Sentido de la interacción social mediada por Facebook en un grupo de adolescentes, estudiantes de bachilleratos públicos de Colima, México*. Época III. Vol. XXI. Número 42, Colima, invierno 2015, pp. 9-37.

Orihuela, J. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. Publicado en Nueva Revista.

Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 337-340.

Palacio, J., & Vélez Cuartas, G. (2014). Análisis de Redes en Colombia. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, 25(1), 0068-84.

Parra, P. (2014). *La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook*. Recuperado [\[Texto Completo\]](#)

Rodríguez, G; Gil Flores, J; García, J; 1996; Metodología de la Investigación Cualitativa; Ed. Aljibe, Málaga 1; [\[Texto Completo\]](#).

Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), pp. 1658-1664.

Serrano, M. (2007). *Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana*. Madrid, España.

Seelbach, G. (2012). *Teorías de la personalidad*. Mexico. Red tercer milenio.

Salvaggio, G., Sicardi, E. (2014). *La Personalidad*. Buenos aires. Recuperado [\[Texto Completo\]](#)

Sinisterra, M., Raquel, M., Palacios Cruz, J. L., & Gantiva Díaz, C. A. (2009). *Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición*. *Psychologia: avances de la disciplina*, 3(2), 81-107. Recuperado [\[Texto Completo\]](#)

Terrón, A. (2013). *Las redes sociales cumplen necesidades psicológicas del ser humano*. Recuperado [\[Texto Completo\]](#)

Unión Internacional de Telecomunicaciones, (2016). The ITU ICT Facts and Figures 2016. [[Texto Completo](#)].

ANEXOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Medellín, _____ 2017

Yo _____ identificado(a) con cédula de ciudadanía N° __1077474214_____ de _____ Quibdó_____, en pleno uso de mis facultades mentales y legales, aceptó participar en la investigación *“Expresión de rasgos de personalidad cognitivos afectivos, a través de la interacción en la red social Facebook en sujetos entre los 18 y 25 años de la ciudad de Medellín”* realizada por los estudiantes de psicología de la Fundación Universitaria María Cano e integrantes del semillero de investigación de intervención cognitiva de la FUMC. Bajo los parámetros que se describen a continuación:

1. El proceso de investigación incluye revisión del contenido de mi red social Facebook y una entrevista que tomará entre 30 minutos a una hora.
2. La entrevista será grabada en audio, éste material será utilizado únicamente como apoyo de los psicólogos en formación durante la investigación, por ende, no serán divulgadas fuera de éste ámbito, respondiendo a lo estipulado en la Ley 1090 de 2006. (Secreto profesional).
3. La participación en la investigación es voluntaria y en caso de no desear continuar en la misma, el participante libremente puede dimitir cuando le parezca conveniente.
4. Toda la información brindada durante el proceso de investigación, está amparada por el secreto profesional y confidencialidad que establece el código deontológico (Ley 1090 de 2006).

ACEPTACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Se me ha informado y explicado verbalmente con claridad el objetivo de la investigación y mi participación en la misma.

He leído y entendido lo descrito anteriormente y estoy de acuerdo en participar de dicha investigación.

Autorizo con la firma de este documento que los estudiantes de psicología de la Fundación Universitaria María Cano y a la docente líder del semillero de investigación intervenciones cognitivas de la FUMC, utilicen la información recogida con fines académicos e investigativos, cuidando de no revelar datos de identificación personal.

Para constancia se firma la conformidad.

Nombres y apellidos del participante	Firma C.C	Fecha
--------------------------------------	--------------	-------

Nombres y apellidos del Psicólogo Practicante	Firma C.C	Fecha
---	--------------	-------

FORMATO ENTREVISTA:

TIPO: Entrevista semi-estructurada.

ENTREVISTA

Motivaciones para publicar en Facebook:

1. Sobre qué temática pública usualmente?
- 2.Cuál es su principal motivación para compartir contenido en la red social Facebook?
3. Que te gusta compartir más estados o fotos? ¿por qué?

Relaciones interpersonales:

1. ¿Cómo suele relacionarse más fácil, a través de Facebook o a través del contacto directo?
2. ¿Qué tipo de relaciones entabla usted usualmente con las personas en Facebook?
3. ¿Todos sus contactos de Facebook son amigos suyos?
4. ¿Qué hace usted cuando recibe una solicitud de amistad de un contacto que usted no conoce?
5. ¿Cuándo usted decide iniciar una nueva amistad por Facebook, que suele hacer para conocer al otro?
6. ¿Qué diferencias encuentras entre comunicarse virtualmente e interactuar personalmente?

Experiencia emocional:

1. ¿Qué siente cuando su publicación obtiene o no numerosos “Likes” y/o comentarios?
2. ¿Que sientes en el momento de publicar un estado con el cual te identificas?
3. ¿Cómo te sientes cuando no tienes acceso a Facebook?
4. ¿Qué le suele disgustar de los perfiles de Facebook o de las publicaciones de otras personas?
5. ¿Qué emociones tiende usted a experimentar y a expresar a través de sus publicaciones en Facebook?
6. ¿Qué emociones suele experimentar cuando las personas comentan o dejan de comentar una publicación suya?

7. ¿Siente usted un deseo constante de realizar publicaciones en Facebook?

Pensamientos generados al publicar (cognitivo)

1. Que piensas cuando realizas una publicación en Facebook?

2. Luego de publicar tu estado en Facebook, ¿qué pensamientos se te cruzan por la cabeza?

3. Cuando publicas contenido en Facebook, ¿qué esperas como respuesta de las demás personas?

4. Piensa usted que se adquiere un status en Facebook de acuerdo con la cantidad de personas que indiquen “me gusta” o que comenten su publicación?

5. Que significa para usted las reacciones que los otros pueden manifestar sobre sus publicaciones en Facebook?

6. Que significa para usted que otros comenten o no comenten sus publicaciones?

7. Cuando no puede publicar en Facebook por alguna razón, ¿que suele pensar usted?

8. Desde su perspectiva que dice y expresa de usted su Facebook?

9. Que motiva su frecuente acceso a Facebook y su necesidad de publicar diariamente a través de esta red social?

Conductual:

1. Que suele hacer usted una vez ingresa a Facebook?

2. Cuántas veces al día ingresa a Facebook?

3. Cuántas veces al día publica o hace comentarios?

4. Que suele hacer usted cuando un contacto suyo pública en Facebook?

5. ¿Qué diferencias considera usted que existen entre su comportamiento en la red y el comportamiento en la vida real?