

Trabajo de Grado

Más Allá de la Pantalla: La Influencia de TikTok e Instagram en la Formación de la Identidad
Adolescente

Estudiantes:

Angelly Paola García Ceballos

Sarha Ramírez Rojas

Yania Sirley Leyes Mendoza

Asignatura: Trabajo de Grado

Tema: Adolescentes y Redes Sociales Virtuales

Grupo: 1

Docente: Cristian Eduardo Blanco García

Universidad Católica Luis Amigó

Medellín, Colombia

2024-1

Planteamiento del problema.

En el contexto actual las redes sociales virtuales han adquirido especial importancia en el desarrollo de la personalidad de los adolescentes, además en la era digital, las redes sociales han penetrado profundamente en la vida cotidiana de los jóvenes, transformando la manera en que perciben el mundo y construyen su identidad. Teniendo en cuenta que algunos de los factores que influyen para forjar la personalidad son los factores externos, entre estos encontramos el ambiente, la cultura y los modelos con los que conviven los jóvenes diariamente, en los cuales se ven reflejados y se basan para generar la imitación e identificación, es decir búsqueda de la identidad, la cual es significativa para el desarrollo de la personalidad y que según Erikson ocurre entre los 13 a 21 años, en los cuales el adolescente “lucha por descubrir quién es, encontrarse a sí mismo y saber qué es lo que quiere. Por esta razón, durante esta etapa las personas suelen experimentar y explorar nuevas opciones (Rodríguez, 2019).” en este caso con figuras públicas idealizadas que abarcan estereotipos y generalizaciones establecidas por la sociedad, generando ciertos cambios o afectaciones en el desarrollo de los autoesquemas de la personalidad los cuales son estructuras cognitivas que representan el conocimiento sobre el concepto de sí mismo; refiriéndose a pensamientos, creencias y conceptos propios (cómo se citó en Henao, 2022, p.29), también Fernández (1988) define el autoconcepto como “estructuras de autoconocimiento desarrolladas por las personas para comprender, integrar y explicar su propia conducta en áreas particulares, es un conocimiento articulado y diferenciado que cada persona posee sobre sí mismo” (p.11), por esto es importante analizar la evolución de los autoesquemas, ya que estos pueden presentar variaciones en la personalidad de dichos adolescentes consumidores del contenido de entretenimiento de las principales redes sociales, dichos autoesquemas como la autoestima y el autoconcepto se reflejan en la conducta, en la toma de decisiones y en la forma de relacionarse con el mundo y la sociedad, según Esnaola et al. (2008)

[...] El autoconcepto juega un papel decisivo y central en el desarrollo de la personalidad, tal como lo destacan las principales teorías psicológicas; un autoconcepto positivo está en la base del buen funcionamiento personal, social y profesional dependiendo de él, en buena medida, la satisfacción personal, el sentirse bien consigo mismo (p. 70).

La autoestima junto con los otros autoesquemas juega un papel importante pues esta influye en el amor propio, que de forma positiva se percibe mediante actos dirigidos que produzcan autobienestar y autosatisfacción (Riso, 2003), en el desarrollo de la personalidad de los adolescentes esta puede verse afectada positiva o negativamente pues “tener una alta autoestima es sentirse confiadamente apto para la vida, es decir, capaz y valioso, en el sentido que acabo de indicar” (Branden & Wolfson, 1989, p. 01), así mismo “una autoestima baja afecta las relaciones interpersonales y la seguridad al realizar una acción, o tomar una decisión” (Álvarez & Ocampo, 2010, p. 37) por lo cual, puede verse reflejada en las decisiones y conductas que se tomen frente a diferentes estímulos de su entorno, en este caso el contenido de Instagramers y TikTokers.

A pesar del acceso a los avances tecnológicos y la amplia difusión de información sobre el impacto de las redes sociales virtuales en la formación de la personalidad de los adolescentes, siempre ha existido una contradicción evidente. Mientras se reconoce que estas plataformas digitales ofrecen un espacio para la expresión social, búsqueda de información y difusión de contenido, también se plantea que su influencia puede ser negativa en la construcción de la identidad de los jóvenes pues el uso excesivo de estas plataformas puede contribuir a una mala formación y desconexión social en jóvenes que están en pleno desarrollo de su autoestima y autoconcepto, aspectos de vital importancia para la formación de la personalidad. Por otro lado, es importante considerar que las redes sociales también

pueden ser herramientas valiosas para la educación, el desarrollo de habilidades sociales y la construcción de redes de apoyo entre los adolescentes.

Es por esto que en el presente trabajo se tiene como objetivo darle una mirada desde el campo psicológico a la problemática de cómo ¿cómo influyen los tiktokers e instagramers en la formación y el desarrollo de la personalidad en los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí? ya que se precisa investigar y dialogar sobre la influencia de las redes que son las más utilizadas por los adolescentes en el contexto actual y explicar cómo estas pueden debilitar o aumentar el desarrollo de sus identidades sociales y subjetivas, de modo que pueda comprenderse cuál es el impacto en la evolución e integridad de cada adolescente por el uso excesivo de dichas plataformas, ya que nos interesa descubrir si estas tienen o no un efecto en su entorno, en cómo se perciben así mismos en un contexto y su proyección como personas en un futuro por el empleo constante y conocimiento adquirido en las redes sociales mencionadas anteriormente mencionadas.

La adolescencia es una de las etapas del desarrollo llamada por Erik Erikson ‘‘Exploración de la Identidad vs Difusión de Identidad’’ donde de forma inconsciente el adolescente se hace una pregunta constante sobre ‘‘quien soy’’ y así logran conectarse fácilmente con personas externas con quienes se identifiquen en cuanto a gustos, forma de pensar o actuar. (Regader, 2023)

A través de estas mediciones buscamos ahondar en el impacto que causa la virtualidad en la población de jóvenes adolescentes en especial del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.

de acuerdo a los resultados proponer medidas sobre lo observado en los jóvenes y así establecer ciertas estrategias para el uso adecuado de las redes sociales virtuales sin que afecten negativamente el desarrollo de la personalidad.

Objetivo General

Analizar cómo los TikTokers e Instagramers influyen en la formación y desarrollo del autoestima y autoconcepto en los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.

Objetivo específico

1. Reconocer la influencia de los tiktokers e instagramers en el desarrollo de la identidad de los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.
2. Estudiar la relación entre el uso de las redes sociales y el desarrollo del autoestima de los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.
3. Analizar la percepción sobre su autoconcepto y cómo creen que las redes sociales influyen en él, los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.

Justificación

Las plataformas virtuales como TikTok e Instagram no solo ofrecen un espacio para la interacción social y la expresión creativa, sino que también desempeñan un papel crucial en la formación del autoconcepto y la imagen corporal de los jóvenes. Según (Beltrán, Pérez, Chimbo, Sarmiento, Quituisaca, 2021) ‘‘TikTok e Instagram son plataformas trascendentales en el área del mercadeo. Instituciones supranacionales, personas célebres e influencers, usan

estos medios digitales estratégicamente para aumentar su comunidad y promocionar productos comerciales o servicios de empresas, etc.” Esta exposición de los adolescentes y las redes sociales puede influir significativamente en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos, afectando su autoestima y generando presiones para cumplir con estándares irreales de belleza y éxito. Por consiguiente investigar sobre estas dos redes sociales (tiktok e Instagram) y así encontrar estrategias que sean pertinentes para identificar qué tanto pueden aportar estas en el desarrollo de los autoesquemas y por ende de la personalidad de los jóvenes adolescentes.

La investigación propuesta se justifica en virtud de la creciente relevancia que las redes sociales virtuales han adquirido en la vida de los adolescentes, especialmente en lo que respecta al desarrollo de su personalidad. A través del planteamiento del problema, se evidencia que los jóvenes, en su búsqueda de identidad y autodescubrimiento, están influenciados por diversos factores externos, entre los cuales se destacan las figuras públicas idealizadas presentes en plataformas como TikTok e Instagram.

Los sociólogos Berger y Luckmann, ya afirmaron en 1966 que cada realidad es derivada y mantenida por una construcción social que realiza un grupo de individuos que comparten opiniones, visiones y percepciones de un mismo fenómeno. (Renau Ruiz, Oberst, & Carbonell-Sánchez, 2013) Con base a esto se puede decir que el autoestima y el autoconcepto son variables fundamentales en el ámbito de la personalidad y si bien uno es diferente del otro se interrelacionan.

A través de entrevistas estructuradas e investigación digital, se pretende analizar el efecto de estas figuras públicas en la formación del autoestima y autoconcepto de los adolescentes, así como identificar estrategias pertinentes para abordar esta problemática y promover un uso

saludable de las redes sociales virtuales. En última instancia, los resultados de esta investigación podrían contribuir a establecer medidas para mitigar los posibles efectos negativos de estas plataformas en el desarrollo de la personalidad de los adolescentes.

La investigación de DataReportal revela un panorama preocupante sobre el uso de redes sociales en Colombia, donde se evidencia que los ciudadanos destinan una cantidad significativa de tiempo a estas plataformas digitales. Este hábito no sólo refleja una profunda conexión con la tecnología, sino también un potencial impacto en la vida cotidiana y el bienestar personal. La posición de Colombia en el ranking mundial de consumo de redes sociales, ocupando el segundo lugar, subraya la necesidad de reflexionar sobre la relación entre la tecnología y nuestra calidad de vida. Es esencial abordar este fenómeno con conciencia y buscar un equilibrio saludable entre la vida en línea y fuera de ella.

Si bien la tecnología nos ha permitido conectar con el mundo, esta también nos ha traído un sinnúmero de hábitos que no son tan buenos. ‘‘Existe un ranking que **mide estadísticamente el tiempo que gastan los países en las redes sociales** y, de hecho, **Colombia ocupa uno de los tres primeros puestos**. De acuerdo con World of Statistics, Filipinas es el primer país de la lista, el promedio es de 4 horas y 6 minutos en redes sociales, superando a países como Estados Unidos y Rusia, que son más grandes. El siguiente, para sorpresa de muchos, es **Colombia, con 3 horas y 46 minutos, es decir, que ocupa el segundo lugar del ranking entre 195 países del mundo.**’’ (Vásquez, 2023)

La investigación propuesta sobre el impacto de las redes sociales en la formación del autoestima y autoconcepto de los adolescentes se justifica ante la creciente influencia de estas plataformas en la vida diaria de los jóvenes. A medida que TikTok e Instagram se consolidan

como herramientas trascendentales en el ámbito del mercadeo y la interacción social, es crucial comprender cómo estas plataformas afectan la percepción de sí mismos en los adolescentes y cómo pueden mitigar los posibles efectos negativos. Es imperativo reconocer que, si bien la tecnología nos ha brindado la capacidad de conectarnos de formas nunca antes imaginadas, también ha generado una serie de hábitos que pueden impactar nuestra calidad de vida. La posición de Colombia en el ranking mundial de consumo de redes sociales subraya la necesidad de abordar este fenómeno con conciencia y buscar un equilibrio entre la vida en línea y fuera de ella para garantizar el bienestar personal y social de las generaciones futuras.

Marco conceptual.

La adolescencia se sitúa aproximadamente en la segunda década de la vida. Es la etapa que transcurre entre la infancia y la edad adulta y tiene la misma importancia que ellas, presentando unas características y necesidades propias, así lo comparten Güemes-Hidalgo, Ceñal González-Fierro y Hidalgo Vicario (2017) en donde también exponen que la adolescencia, ha pasado de comprenderse como un periodo temido (explosión emocional, hormonal y de estrés) a verse como una etapa de especiales oportunidades para el desarrollo evolutivo, psicológico y social. La OMS la define como “el periodo de crecimiento después de la niñez entre los 10 y los 19 años de vida, es una etapa desafiante de grandes cambios físicos, psicológicos y sociales, donde se generan interrogantes pero también aprendizajes” (UNICEF, s.f.) Así mismo, los autores comentan que existe una amplia variabilidad en cuanto al desarrollo biológico y psicosocial. Los aspectos biológicos pueden influir en el desarrollo psicológico, cuando el proceso de desarrollo está muy adelantado o retrasado respecto a sus compañeros, el adolescente tiene a menudo dificultades de adaptación y baja autoestima (Güemes-Hidalgo, Ceñal González-Fierro e Hidalgo Vicario, 2017) en la edad adulta, como son: lograr la independencia, aceptar su imagen corporal, establecer relaciones con los amigos y lograr su identidad. La adolescencia no es un proceso continuo, sincrónico y uniforme. Los distintos aspectos biológicos, intelectuales, emocionales o sociales pueden no llevar el mismo ritmo madurativo y ocurrir retrocesos o estancamientos, sobre todo en momentos de estrés, los autores Güemes-Hidalgo, Ceñal González-Fierro y Hidalgo Vicario (2017) comparten la idea de que esta población continúa expuesta a muchos riesgos:

accidentes, violencia, delincuencia, uso y consumo de drogas, conductas sexuales arriesgadas, embarazos, problemas familiares, escolares, tecnologías de la información, y trastornos mentales, entre otros. Es preciso tener en cuenta que la mayoría de estas conductas son prevenibles.

En definitiva, esta etapa se caracteriza por un desarrollo emocional progresivo, por la inestabilidad emocional, más que por un trastorno y por la formación gradual de la identidad, más que por una crisis de incapacidad y armonía generacional.

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD EN ADOLESCENTES.

El desarrollo de la identidad en adolescentes es un proceso complejo que involucra la exploración y la consolidación de diversas dimensiones de sí mismo. Según Erik Erikson (1968), este período, que él denomina "crisis de identidad", es crucial para la formación del yo, donde los jóvenes enfrentan la tarea de integrar diversas experiencias y roles. Erikson sostiene que la búsqueda de una identidad cohesiva permite a los adolescentes establecer una sensación de continuidad en sus vidas, lo que resulta en una mayor estabilidad emocional y social.

La teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget (1971) también juega un papel importante en la formación de la identidad. Durante la adolescencia, los individuos alcanzan la etapa de operaciones formales, donde pueden pensar de manera abstracta y reflexiva. Este desarrollo cognitivo permite a los adolescentes cuestionar las normas y valores establecidos, facilitando la exploración de su identidad personal y social. Como señala Piaget, "los adolescentes empiezan a ser capaces de pensar sobre sus propios pensamientos, lo que les ayuda a reflexionar sobre quiénes son y qué valoran" (p. 141). Esta capacidad crítica es fundamental para la construcción de una identidad sólida.

Finalmente, la influencia del entorno social y cultural es esencial en el desarrollo de la identidad. Varios autores, como James Marcia (1980), han enfatizado que la identidad se forma a través de un proceso de exploración y compromiso. Marcia identificó cuatro estados de identidad: difusión, moratoria, logro y retroceso, que reflejan el grado de exploración y compromiso de los adolescentes con sus identidades. Según él, "la identidad no es un estado, sino un proceso dinámico que se desarrolla a lo largo del tiempo y está influenciado por múltiples factores sociales y personales" (p. 159). Así, el contexto social, las relaciones

familiares y las experiencias interpersonales juegan un papel clave en la forma en que los adolescentes construyen su identidad.

REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LOS ADOLESCENTES.

Las redes sociales han transformado radicalmente la forma en que los adolescentes exploran y desarrollan su identidad. Según Turkle (2011), estas plataformas proporcionan un espacio único para la autoexpresión y la experimentación con diferentes aspectos de uno mismo. A través de la creación de perfiles y la interacción con pares, los adolescentes pueden probar diversas identidades y recibir retroalimentación inmediata, lo que puede facilitar la construcción de una identidad más sólida. Sin embargo, esta búsqueda de aprobación en línea también puede generar una presión intensa para conformarse a las expectativas sociales, lo que puede llevar a una identidad fragmentada y confusión sobre el verdadero yo.

Desde la perspectiva de la teoría del desarrollo psicosocial de Erikson, la identidad en la adolescencia se forma en parte a través de la interacción con el entorno social. Las redes sociales amplifican esta interacción al conectar a los adolescentes con una amplia gama de grupos y subculturas. Como señala Davis (2012), "los adolescentes utilizan las redes sociales no solo para comunicarse, sino también para explorar su identidad social en un entorno más amplio que el que les ofrece su comunidad inmediata" (p. 45). Esta exposición a diversas identidades y estilos de vida puede enriquecer su comprensión de sí mismos, pero también puede generar desafíos, como la comparación social y la búsqueda de validación externa.

Además, el impacto de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes es significativo y debe ser considerado en el contexto del desarrollo de la identidad. Un estudio de Twenge et al. (2018) encontró que el uso excesivo de redes sociales está asociado con un aumento en los síntomas de ansiedad y depresión. Esto sugiere que, aunque las redes sociales pueden ofrecer oportunidades para la autoexploración, también pueden contribuir a una mayor vulnerabilidad emocional. Como concluyen los autores, "la relación entre el uso de redes sociales y la salud mental de los adolescentes es compleja y requiere una atención cuidadosa para comprender cómo estas plataformas influyen en la formación de la identidad" (p. 29).

AUTOESTIMA Y AUTOCONCEPTO ¿SE VEN INFLUENCIADOS POR LAS REDES SOCIALES?

La autoestima, desde el campo psicológico, se refiere a la evaluación que una persona hace de sí misma, incluyendo sus sentimientos de valía y competencia. Rosenberg (1965) define la autoestima como "la consideración que uno tiene sobre su propio valor" (p. 16), y señala que se manifiesta en la forma en que una persona se siente y actúa en diversas situaciones. Una autoestima alta está relacionada con un mayor bienestar emocional, resiliencia y satisfacción con la vida, mientras que una autoestima baja puede contribuir a problemas de salud mental, como la ansiedad y la depresión, por otra parte, el autoconcepto se refiere a la percepción que una persona tiene de sí misma, abarcando sus atributos, habilidades y roles en la vida. Según Shavelson et al. (1976), "el autoconcepto es un constructo multidimensional que refleja las evaluaciones de una persona en diferentes áreas de su vida" (p. 411). Este autoconcepto se desarrolla a lo largo del tiempo a través de la experiencia y la interacción social, y es fundamental para la formación de la identidad. Un autoconcepto positivo puede fomentar una autoestima saludable, mientras que un autoconcepto negativo puede limitar el potencial de una persona y afectar su bienestar emocional.

El uso constante de redes sociales puede tener un impacto dual en la autoestima y el autoconcepto de los adolescentes, generando tanto efectos positivos como negativos. Desde una perspectiva positiva, estas plataformas pueden proporcionar un espacio para la autoexpresión y la validación social. Según Valkenburg y Peter (2011), la interacción en línea puede ayudar a los adolescentes a desarrollar su identidad al recibir comentarios y apoyo de sus pares. Esta retroalimentación puede reforzar su autoestima, ya que los jóvenes se sienten valorados y aceptados dentro de sus comunidades virtuales, lo que puede traducirse en una imagen de sí mismos más positiva.

Sin embargo, el uso de redes sociales también puede contribuir a la disminución de la autoestima y la formación de un autoconcepto negativo. La comparación social es un fenómeno común en estos entornos, donde los adolescentes tienden a compararse con las imágenes idealizadas de otros. Según Festinger (1954), la comparación social puede llevar a sentimientos de inferioridad cuando los adolescentes sienten que no cumplen con los estándares que ven en sus pares. Este tipo de comparación puede intensificarse en redes sociales, donde las publicaciones a menudo destacan logros y momentos felices, lo que puede crear una sensación de inadecuación y descontento con ellos mismos.

Adicionalmente, la presión por mantener una imagen favorable en las redes sociales puede ser abrumadora y generar ansiedad entre los adolescentes. Un estudio realizado por

Tiggemann y Slater (2013) encontró que el uso de redes sociales está relacionado con mayores niveles de insatisfacción corporal y baja autoestima, especialmente en adolescentes que están muy involucrados en la presentación de su imagen en línea. Estos hallazgos sugieren que la necesidad de obtener "me gusta" y comentarios positivos puede afectar la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos, llevándolos a depender de la aprobación externa en lugar de desarrollar una autoestima interna más saludable.

Metodología

Esta investigación busca estudiar la influencia de las redes sociales en el desarrollo de la identidad en adolescentes desde una perspectiva cualitativa. Las redes sociales son fundamentales para los adolescentes hoy en día por varias razones, las más significativas son que proporcionan un espacio para conectarse y socializar con amigos, les permiten expresar su identidad y encontrar comunidades afines, al igual que la encuentran como una fuente de información y entretenimiento. Además, pueden ser herramientas importantes para el aprendizaje y el desarrollo personal, aunque también presentan desafíos en términos de salud mental y privacidad.

El presente trabajo está propuesto desde la investigación cualitativa la cual Según Juan Luis Álvarez-Gayou (2003) a diferencia de la investigación cuantitativa, que busca la verdad, la cualitativa busca la comprensión y es sensible a los efectos que el propio investigador produce en la gente que constituye su objeto de estudio, por lo tanto, puede definirse al método cualitativo:

“Como la conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado de los actores, el investigador se involucra personalmente en el proceso de acopio, por ende, es parte del instrumento de recolección. Su objetivo no es definir la distribución de variables, sino establecer las relaciones y los significados de su objeto de estudio.” (Sánchez Silva, 2005 p.1)

La investigación cualitativa estará centrada desde el enfoque acción-participante, el cual permite la participación activa de las personas presentes en todo el proceso del trabajo, como señala Martínez, M. M. (2004)

“La IAP como modelo participativo de intervención social, parte de la premisa de que las personas con las que trabajan deben estar presentes activamente en todo el proceso de intervención. incluso, que las decisiones sobre cuáles acciones tomar en conjunto para la solución de determinadas problemáticas deben ser mayoritariamente tomadas por esas personas” (p.5)

De esta forma, en la IAP resaltan la inserción de las personas "intervenidas" en la solución de sus propios problemas, a través de la movilización organizada y consciente hacia la transformación de sus condiciones de vida y de relaciones de poder presentes en las estructuras sociales. Además, Sánchez Silva Modesto (2005) comparte la idea de que la mirada cualitativa facilita la participación activa de los sujetos en el proceso de investigación, lo que puede promover una mayor empatía y colaboración entre investigadores y participantes, obteniendo una comprensión más holística y auténtica de los fenómenos estudiados, permitiendo la exploración de temas emergentes y el descubrimiento de nuevas perspectivas. En la misma línea, debe considerarse la validez y confiabilidad dentro de la investigación cualitativa, Reyes (1999) comparte que la confiabilidad es la probabilidad de obtener los mismos resultados dentro de un mismo periodo de tiempo o resultados relacionados a través del tiempo. Así mismo, es fundamental marcar la diferencia entre la confiabilidad cuantitativa y cualitativa es que en la primera, la confianza está puesta en un número; mientras que en la segunda, la confianza reside en la apreciación del investigador (Reyes, T. 1999)

Las herramientas e instrumentos que se implementaran de forma pedagógica en el marco del trabajo son:

- **La encuesta.** Como técnica de recolección de datos es un procedimiento sistemático mediante el cual se obtiene información de una muestra representativa de una población a través de la formulación de preguntas estructuradas. Estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas, y están diseñadas para recolectar datos sobre opiniones, comportamientos, actitudes o características de los individuos en estudio. Las encuestas pueden llevarse a cabo de diversas maneras, como de forma presencial, telefónica, por correo electrónico o en línea, dependiendo de los recursos y objetivos del investigador. Según Kerlinger (1973), la encuesta es una de las técnicas más utilizadas en la investigación social debido a su capacidad para obtener grandes cantidades de datos de manera rápida y eficiente. Se caracteriza por su enfoque cuantitativo, aunque también puede incluir preguntas abiertas que permiten obtener información cualitativa. Además, se distingue por la estandarización de las preguntas, lo que facilita la comparación de respuestas entre diferentes participantes. De acuerdo con Babbie (2013), las encuestas son útiles para obtener datos sobre opiniones, creencias y actitudes de los individuos, y se utilizan ampliamente tanto en investigaciones descriptivas como explicativas. A través de la encuesta, el investigador puede identificar patrones de comportamiento y establecer relaciones entre variables.
- **Grupo focal.** Un grupo focal es una técnica cualitativa de recolección de datos que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas para discutir un tema o conjunto de temas específicos bajo la guía de un moderador, así como lo explica Krueger, R. A. (1994), uno de los pioneros en el uso de los grupos focales, define esta técnica como "un pequeño grupo de personas que se reúnen para discutir un tema o conjunto de temas bajo la dirección de un moderador" La dinámica permite obtener información detallada y profunda sobre las percepciones, actitudes, creencias, opiniones y comportamientos de los participantes respecto a un tema determinado, Morgan, D. L. (1997) destaca que los grupos focales permiten obtener datos ricos, especialmente cuando se busca explorar un fenómeno desde múltiples perspectivas.

Temas:

1. **Autoesquemas:** Conocimiento e identificación sobre el desarrollo de los autoesquemas en los adolescentes.
2. **Desarrollo de la identidad:** Educación sobre el desarrollo de la identidad a lo largo del ciclo vital y el comienzo de su estructura en la adolescencia.
3. **Redes sociales (Instagram y Tiktok):** Sensibilización y enseñanza sobre la influencia que tienen las redes sociales trabajadas en los adolescentes en el desarrollo de su identidad y autoesquemas.
4. **Habilidades para la vida:** Psicoeducación a los adolescentes sobre la importancia de buenos hábitos en la cotidianidad para una mayor autogestión de emociones y habilidades tanto sociales como personales.

Muestra

La metodología de investigación se basará en un muestreo teórico y de bola de nieve enfocándose en adolescentes de undécimo grado de la Institución Educativa Manuel J. Betancur en Medellín, con edades comprendidas entre los 15 y 18 años, que representen la diversidad de experiencias e interacciones con influencers en TikTok e Instagram, y su relación con la construcción de la identidad en esta etapa, mediante la selección de la muestra, se espera alcanzar la saturación de datos y recopilar información suficiente para comprender el impacto de estas redes sociales e influencers en la formación y desarrollo de la autoestima y el autoconcepto en estos adolescentes.

El muestreo teórico busca identificar resultados de investigaciones previas sobre el impacto de las redes sociales en los adolescentes, y comprender su efecto en la construcción de la identidad.

Estrategia de Análisis de Datos

1. Procesamiento de Datos

Si es necesario, nos encargaremos de transcribir todas las grabaciones de nuestras entrevistas y grupos focales para no perder ni un solo detalle. Luego, realizaremos una revisión minuciosa de esos datos para detectar patrones y temas importantes. Utilizaremos un enfoque inductivo, lo que significa que dejaremos que los temas surjan naturalmente de los datos, sin imponerles una estructura predefinida.

2. Identificación de Patrones

Organizaremos los datos en categorías significativas y relevantes, buscando conexiones entre ellas para obtener una comprensión más profunda de lo que nos están diciendo los participantes.

3. Análisis de Significados

Analizaremos los temas identificados en relación con lo que ya sabemos de la literatura existente sobre el tema y el contexto específico de nuestro estudio. Nos enfocaremos en buscar discrepancias y complejidades en los datos para entender mejor la diversidad de experiencias.

Vamos a utilizar un enfoque de análisis temático porque nos permite explorar la riqueza y la diversidad de las experiencias de los participantes. Para asegurarnos de que nuestros hallazgos sean sólidos y confiables, implementaremos algunas estrategias como la triangulación de datos, que implica utilizar múltiples fuentes de información para validar nuestros resultados, y la saturación de datos, que significa recolectar información hasta que no surjan nuevos temas o patrones. También seremos transparentes en todo el proceso, documentando cada paso que tomemos para garantizar la calidad y la fiabilidad de nuestros hallazgos.

Consentimiento Informado para un Trabajo de Grado

Título del Trabajo: Más Allá de la Pantalla: La Influencia de TikTok e Instagram en la Formación de la Identidad Adolescente

Señores: I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.

Fecha: 21 de Mayo de 2024

El presente documento tiene como objetivo obtener su consentimiento para participar en un estudio de investigación sobre la influencia de los TikTokers e Instagramers en la formación y desarrollo de la identidad en los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí.

Este estudio tiene como objetivo analizar cómo los TikTokers e Instagramers influyen en la formación y desarrollo del autoestima y autoconcepto en los adolescentes del grado décimo de la I.E Maria Jesus Mejia de Itagüí. Para ello, se realizará una encuesta a los estudiantes del grado once sobre sus hábitos de uso de estas plataformas, así como entrevistas en profundidad a una pequeña muestra de estudiantes.

Yo _____, CC _____

Autorizo la realización de la actividad el día ____ del mes de ____ del ____ y acepto que del presente ejercicio no se obtendrá ningún diagnóstico, devolución, ni recomendaciones, toda vez que no se trata de un proceso terapéutico sino de un ejercicio académico con fines educativos.

Toda la información que usted proporcione en este estudio será confidencial. Los resultados del estudio se publicarán en informes y presentaciones, pero su nombre u otra información personal no se incluirá en ninguna publicación.

Firma del Investigador:

GRUPO FOCAL

GRUPO FOCAL

Justificación:

La elección de los grupos focales como técnica de investigación resulta fundamental para la investigación sobre la influencia de los tiktokers e instagramers en la formación de la identidad de los adolescentes. Dicha metodología facilita el estudio dado que permite profundizar en las percepciones y experiencias de los jóvenes al interactuar con contenidos digitales, identificando cómo idealizan a los influencers y cómo estas figuras influyen en sus autopercepciones, aspiraciones y comportamientos.

Al crear un espacio de diálogo abierto, se podrá explorar las complejas dinámicas que se establecen entre los adolescentes y los referentes digitales, considerando el contexto sociocultural en el que se desarrollan y cómo el acceso a la tecnología influye en su comportamiento.

Al dividir las preguntas por categorías, se garantiza una cobertura exhaustiva de los aspectos relevantes del tema de investigación. De esta manera, se podrán establecer relaciones entre las diferentes variables y analizar a profundidad las respuestas para complementar la investigación. El grupo focal según Reyes (1999) le ofrece al investigador la posibilidad de poder alinearse con el participante y descubrir cómo la persona ve la realidad, por lo tanto se realiza con el objetivo de abordar y conocer las diferentes percepciones que tienen los adolescentes sobre sí mismos por la influencia e interacción constante con las redes sociales, específicamente con las plataformas *Tik Tok e Instagram* y conocer el punto de vista de los adolescentes participantes de la actividad. La conversación se llevará a cabo con el grado 10° de la institución educativa Maria Jesus Mejia el cual consta de 30 estudiantes que serán divididos en subgrupos de 10 integrantes, cada grupo dirigido por las psicólogas en formación que ejecutan dicha investigación.

El grupo focal estará constituido por ocho momentos:

1. Introducción.

Se brinda un saludo y agradecimiento a los estudiantes por participar en el grupo focal, se da una breve explicación sobre cómo la conversación esta propuesta para conocer y explorar sus opiniones sobre cómo las redes sociales *Tik Tok e Instagram* influyen en sus vidas, con el objetivo de comprender mejor los aspectos del bienestar emocional, las relaciones personales y la percepción de sí mismo.

2. Organización del grupo y presentación del Moderador.

El grupo será dividido en subgrupos de 9 integrantes y será dirigido por un moderador cada uno, el líder brindará a los estudiantes su nombre y explicara cuál será su rol dentro del grupo focal que será guiar la conversación y asegurarse de que cada uno tenga la oportunidad de compartir sus puntos de vista, también compartiendo la idea de que no habrá respuestas incorrectas o correctas, el objetivo será conocer diferentes perspectivas.

3. Explicación del procedimiento.

Cada moderador explicará que se tendrá una conversación en grupo sobre varios temas relacionados con las redes sociales. Primero, se brindarán varias preguntas generales para iniciar la conversación. Luego, se profundizará en temas específicos para obtener una conversación más detallada, también compartir que durante la conversación la idea es que se sientan libres de expresar sus opiniones y experiencias.

4. Reglas básicas.

Para que la conversación sea productiva y respetuosa, se les pedirá que sigan las siguientes reglas:

- Escuchar atentamente a los demás y respetar opiniones.
- Hablar uno a la vez para evitar las interrupciones.
- Ser honestos y abiertos con las respuestas compartidas.

- La información compartida en el grupo será confidencial y solo utilizada para el estudio.

5. Inicio de la discusión.

Para comenzar, el moderador se dirige al grupo esperando una respuesta de cada uno de los participantes, pidiéndoles que compartan brevemente cómo utilizan las redes sociales en su vida diaria. “*¿Cuáles son las plataformas que más usan y para qué las utilizan principalmente?*”

6. Preguntas específicas.

El moderador compartirá algunas preguntas específicas:

- 1. ¿Cómo sientes que el uso de Instagram tiene influencia en la forma en que te ves a ti mismo?
- 2. ¿Has notado algún cambio en tu percepción personal desde que empezaste a usar TikTok o Instagram?
- 3. ¿Cómo manejas las comparaciones que haces entre ti mismo y los influencers en estas plataformas?
- 4. ¿Qué impacto tiene ver contenido de moda o belleza en Instagram en tu autoestima y en tus decisiones sobre tu apariencia?
- 5. ¿Cómo influyen los comentarios negativos o críticos en tus publicaciones de Instagram o TikTok en tu autoconcepto?
- 4. ¿Qué estrategias utilizas para proteger tu bienestar emocional cuando te sientes afectado por el contenido en TikTok?
- 5. ¿En qué medida sientes que las redes sociales influyen en tus estándares de éxito personal y profesional?
- 6. ¿Qué diferencias notas entre la forma en que te presentas en TikTok e Instagram y cómo eres en la vida real?
- 7. ¿Cómo crees que la cultura de la comparación en Instagram y TikTok afecta tus relaciones interpersonales?

- 8. ¿Cómo manejas el estrés o la presión que sientes debido a las expectativas sociales que ves en estas plataformas?

7. Cierre.

Para finalizar, el moderador invita a los estudiantes a reflexionar sobre lo que se ha discutido en el grupo. “*¿Hay algún aspecto de la influencia de las redes sociales Tik Tok e Instagram que no se haya abordado y que se considere importante mencionar?*”. Luego, se agradece mucho la participación y honestidad, dado que la información que se ha proporcionado será muy valiosa para el estudio.

8. Despedida.

Se agradece a todos por el tiempo, aportaciones y disposición brindada dentro de los grupos focales.

ENCUESTA

Justificación

La utilización de una encuesta estructurada, se hace importante en esta investigación por su capacidad para recolectar de manera fácil, concisa y segura la información que se necesita para estudiar la relación entre el uso de las redes sociales y el desarrollo de la autoestima, autoimagen y relaciones interpersonales de los adolescentes. Al aplicar este instrumento a una muestra representativa de estudiantes de décimo grado, se busca obtener una visión amplia y detallada sobre el uso de las redes sociales y su impacto en diversos aspectos de su desarrollo personal. Por otro lado, las preguntas abiertas brindarán la oportunidad de explorar en profundidad las experiencias y opiniones individuales, permitiendo identificar matices y particularidades que no pueden ser capturadas por las preguntas cerradas. Al dividir las preguntas por categorías, se garantiza una cobertura exhaustiva de los aspectos relevantes del

tema de investigación. De esta manera, se podrán establecer relaciones entre las diferentes variables y analizar a profundidad las respuestas para complementar la investigación.

1. Frecuencia y uso de redes sociales:

- ¿Con qué frecuencia utilizas TikTok e Instagram? (Diariamente, varias veces a la semana, una vez a la semana, raramente, nunca)
- ¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a ver contenido de tiktokers e instagramers?

2. Preferencias y contenido consumido:

- ¿Qué tipo de contenido te atrae más en TikTok e Instagram? (Moda, belleza, deportes, humor, estilo de vida, educación, otro)
- ¿Sigues a algún tiktokero o instagramer específico? Si es así, ¿quién(es) y por qué?

3. Influencia en la identidad:

- ¿Consideras que el contenido que consumes en TikTok e Instagram afecta la forma en que te ves a ti mismo(a)?
- ¿Te identificas con los valores, estilo de vida o comportamiento de algún tiktokero o instagramer que sigues?
- ¿Alguna vez has cambiado tu forma de vestir, actuar o pensar influenciado por un tiktokero o instagramer?

4. Impacto en la autoestima y autopercepción:

- ¿Cómo te hace sentir ver el contenido de los tiktokers e instagramers que sigues? (Motivado, inseguro, feliz, indiferente, otro)
- ¿Has comparado alguna vez tu vida con la de un tiktokero o instagramer? Si es así, ¿cómo te afecta?

5. Relación con el entorno social:

- ¿Compartes o discutes con tus amigos sobre el contenido que ves en TikTok e Instagram?

- ¿Crees que seguir a ciertos tiktokers o instagramers influye en tu popularidad o en tus relaciones sociales en el colegio?

6. Impacto en la toma de decisiones:

- ¿Has tomado alguna decisión importante (como comprar algo, cambiar de actividad, etc.) influenciado por un tiktoker o instagramer?
- ¿Crees que estos influenciadores tienen un impacto en tus decisiones personales o en cómo planeas tu futuro?

Bibliografía

1. Beltrán, I. E., Pérez, F. P., Chimbo, E. S., Sarmiento, J. A., & Quituisaca, S. T. (2021). Parte I – TikTok en la comunicación. Capítulo 1 – Comparativa entre TikTok e Instagram según estudios de caso. *Scielo*, 15-32.
2. Boyd, D. (2015). *Es complicado: la vida social de los adolescentes conectados*. New Haven: Yale University Press.
3. Babbie, E. (2013). **The practice of social research**. Cengage Learning
4. Davis, K. (2012). Social Media and Identity Formation in Adolescence. En L. Steinberg (Ed.), *Adolescent Development: An International Perspective* (pp. 40-60). New York: Routledge.
5. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
6. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
7. Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
8. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

9. Güemes-Hidalgo, M., Ceñal González-Fierro, M. J., & Hidalgo Vicario, M. I. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría integral*, 21(4), 233-244.
10. Kerlinger, F. N. (1973). **Foundation of behavioral research**. Holt, Rinehart, and Winston.
11. Krueger, R. A. (1994). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage Publications.
12. Marcia, J. E. (1980). Identity in Adolescence. En J. Adelson (Ed.), *Handbook of Adolescent Psychology* (pp. 159-187). New York: Wiley.
13. Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage Publications.
14. Piaget, J. (1971). *The Development of Thought: Equilibration of Cognitive Structures*. New York: Viking Press.
15. Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press.
16. Reyes, T. (1999). Métodos cualitativos de investigación: Los grupos focales y el estudio de caso. *Fórum Empresarial*, 4 (2 Invierno), 74–87.
<https://doi.org/10.33801/fe.v4i2.2913>
17. Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of Educational Research*, 46(3), 407-441.
18. Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
19. Turkle, S. (2012). *Solos y juntos: por qué esperamos más de la tecnología y menos unos de otros*. Nueva York, Basic Books.
20. Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
21. Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents since 2010 and links to increased new media screen time. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 243-257.
22. Twenge, JM (2017). *IGen: por qué los niños superconectados de hoy están creciendo menos rebeldes, más tolerantes, menos felices y completamente desprevenidos para la adultez (y qué significa esto para el resto de nosotros)*. Primera edición de tapa dura de Atria Books. Nueva York, NY, Atria Books.

23. UNICEF. (s.f.). *UNICEF*. Recuperado de <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/que-es-la-adolescencia>
24. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health, 48*(2), 121-127.