



**Identificación Grupal y su Relación con el Uso de Redes Sociales en
Adolescentes del Grado 11 en la Ciudad de “Buenaventura” 2021**

Lisbeth Camila Aguirre Gómez y Luisa Natalia Quintero Ramírez

20251627064 - 20251627655

Universidad Antonio Nariño

Programa Psicología

Facultad de Psicología

Ciudad, Colombia

2021

**Identificación Grupal y su Relación con el Uso de Redes Sociales en
Adolescentes del Grado 11 en la Ciudad de “Buenaventura” 2021**

Lisbeth Camila Aguirre Gómez y Luisa Natalia Quintero Ramírez

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Psicólogas

Director (a):

Título (Ph.D., Doctor, Ingeniero, etc.) y nombre del director(a)

Codirector (a):

Título (Ph.D., Doctor, Químico, etc.) y nombre del codirector(a)

Línea de Investigación:

Nombrar la línea de investigación en la que se enmarca el trabajo de grado.

Grupo de Investigación:

Nombrar el grupo en caso de que sea posible

Universidad Antonio Nariño

Programa Psicología

Facultad de Psicología

Ciudad, Colombia

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Identificación Grupal y su Relación con el Uso de Redes Sociales en Adolescentes del Grado 11 en la Ciudad de “Buenaventura” 2021, Cumple con los requisitos para optar Al título de Psicólogas.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Buenaventura, 26, Noviembre 2021.

Agradecimientos

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, nos permites sonreír ante todos nuestros logros que son resultado de tu ayuda, y cuando caemos y nos pones a prueba, aprendemos de nuestros errores y nos damos cuenta que los pones en frente de ambas para que mejoremos como seres humanos y podamos crecer de diversas maneras.

Este proyecto ha sido una gran bendición en todo sentido y te lo agradecemos, no cesan las ganas de decirte que es gracias a ti que esta meta está cumplida. Gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de nuestras vidas sino en todo momento ofreciendo lo mejor y buscando lo mejor para nosotras.

Cada momento que hemos vivido durante todos estos años son simplemente únicos, cada oportunidad de corregir un error, la oportunidad de que cada mañana podemos empezar de nuevo, sin importar la cantidad de errores y faltas cometidas durante el día anterior.

Este proyecto es el resultado de esfuerzo y dedicación conjunto de ambas, es un logro y te lo dedicamos a ti por qué nos has impulsado a luchar por cada sueño y por cada anhelo.

Camila Aguirre

Natalia Quintero

Lista de tablas

Tabla 1: Categorías agrupadas..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2 Definición de las dimensiones de la escala de identificación grupal.....

Tabla 3 Dimensiones de la escala de identificación grupal.....

Tabla 4 Dimensiones e indicadores de la variable identificación grupal.....

Tabla 5 Pregunta 1. Edades.....

Tabla 6 Pregunta 2. Género.....

Tabla 7 Pregunta 3. ¿Utiliza redes sociales?

Tabla 8 Pregunta 4. ¿Qué tipo de red social utiliza?

Tabla 9 Pregunta 5. ¿Por qué motivo las utiliza?

Tabla 10 Puntuación global de los resultados de la escala.

Tabla 11 Puntuación global para la escala de identificación grupal.

Tabla 12 Puntuación por dimensiones de la escala de identificación grupal.

Tabla 13 Resultados por dimensiones.

Tabla 14 Uso de redes sociales.

Tabla 15 porcentaje del uso de redes.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Tabla 16 Correlación de Pearson entre el uso de redes sociales y la identificación grupal.

Tabla 17 Pregunta 1. Se siente libre en este grupo.

Tabla 18 Pregunta 2. Le enorgullece pertenecer a este grupo

Tabla 19 Pregunta 3. Se siente cómodo con las personas de este grupo.....

Tabla 20 Pregunta 4. Habla positivamente de este grupo.....

Tabla 21 Pregunta 5. Le satisface cuando dice que es parte de este grupo.....

Tabla 22 Pregunta 6. Siente que pertenece a este grupo.....

Tabla 23 Pregunta 7. Se identifica con algunas personas de este grupo.....

Tabla 24 Pregunta 8. Este grupo es importante para ti.....

Tabla 25 Pregunta 9. Se siente parte de este grupo.....

Tabla 26 Pregunta 10. Se siente muy unido a este grupo.....

Tabla 27 Pregunta 11. Se siente identificado a este grupo.....

Tabla 28 Pregunta 12. Está contento de pertenecer a este grupo.....

Tabla 29 Pregunta 13. Se ve como una parte importante de este grupo.....

Gráfica 1. Edades.....

Gráfica 2. Género.....

Dedicatoria

A nuestra familia...

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado.

Un esfuerzo total es una victoria completa”.

- Mahatma Gandhi

Resumen

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general analizar el tipo de relación existente entre el uso de las redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes del grado 11 en la ciudad de Buenaventura. Este se realizó con el método cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Para dar respuesta a lo planteado en el documento se utilizó la información brindada por la institución de acuerdo a las necesidades emergentes, por consiguiente, se utilizó una encuesta que determina el uso de redes sociales para así aplicar posteriormente el instrumento que mide la identificación grupal. Los resultados indican que no existe correlación entre el uso de redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes, de esta manera los datos estadísticos permitieron confirmar la hipótesis de investigación H_0 por lo que respecta a mayor uso de redes sociales no mejora la identificación grupal, entonces se evidencia que no existe una relación la cual demuestre que aumente la identificación grupal, entonces no es necesario el mayor uso de redes sociales para fortalecer a los adolescentes de incrementar una mejor relación en el grupo.

Palabras claves: Psicología social, teoría de Identidad social, Adolescencia, Identidad, identificación grupal, Redes sociales, relación.

Abstract

The general objective of this research study was to analyze the type of relationship between the use of social networks and the group identification of adolescents in grade 11 in the city of Buenaventura. This was carried out with the quantitative method with a non-experimental, cross-sectional design. To respond to what was raised in the document, the information provided by the institution was used according to emerging needs, therefore, a survey was used to determine the use of social networks in order to subsequently apply the instrument that measures group identification. The results indicate that there is no correlation between the use of social networks and the group identification of adolescents, in this way the statistical data allowed to confirm the research hypothesis H_0 regarding greater use of social networks does not improve group identification, then it is evidenced that there is no relationship which demonstrates that group identification increases, then the greater use of social networks is not necessary to strengthen adolescents to increase a better relationship in the group.

Keywords: Social psychology, Social Identity theory, Adolescence, Identity, group identification, Social networks, relationship.

Índice

Índice de tablas	9
Introducción	10
Planteamiento del problema	11
Descripción del problema	12
<i>Pregunta problema</i>	
Objetivos	18
Objetivo general	18
<i>Objetivos específicos</i>	
Justificación	20
Marco de Referencias	22
<i>Antecedentes empíricos</i>	
Antecedentes a nivel Internacional	
Antecedentes a nivel Nacional	
Marco teórico	29
<i>Psicología Social</i>	
Teoría del desarrollo de Erikson	
Teoría de la identidad social	
Marco Conceptual	34
Adolescencia	
Identidad	

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Identificación grupal o social

Interacción social

Desarrollo social

Redes sociales

Marco Contextual 41

Contexto de investigación

Origen

Misión

Visión

Organigrama

Marco Legal 43

Ley 115 de febrero de 1994

Ley 1090 de 2006

Marco Metodológico 45

Tipo de estudio

Enfoque

Hipótesis

Fuentes de Información

Diseños

Población y muestra

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Técnica e instrumentos

Procedimiento 52

Presentación y Análisis de Resultados 53

Discusión 62

Conclusiones y recomendaciones 64

Referencias 65

Apéndices 71

Apéndice A. Encuesta de caracterización

Apéndice B. Ficha técnica escala de identificación grupal

Apéndice C. Escala de identificación grupal

Apéndice D. Consentimiento informado psicología

Apéndice E. Resultado por Dimensiones

Índice de figura

Figura 1 Organigrama de la institución

Índice de tablas

Tabla 1 Categorías agrupadas.

Tabla 2 Definición de las dimensiones de la escala de identificación grupal.

Tabla 3 Dimensiones de la escala de identificación grupal.

Tabla 4 Dimensiones e indicadores de la variable identificación grupal.

Tabla 5 Pregunta 1. Edades

Tabla 6 Pregunta 2. Género

Tabla 7 Pregunta 3. ¿Utiliza redes sociales?

Tabla 8 Pregunta 4. ¿Qué tipo de red social utiliza?

Tabla 9 Pregunta 5. ¿Por qué motivo las utiliza?

Tabla 10 Puntuación global de los resultados de la escala.

Tabla 11 Puntuación global para la escala de identificación grupal.

Tabla 12 Puntuación por dimensiones de la escala de identificación grupal.

Tabla 13 Resultados por dimensiones.

Tabla 14 Uso de redes sociales.

Tabla 15 porcentaje del uso de redes.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Tabla 16 Correlación de Pearson entre el uso de redes sociales y la identificación grupal.

Tabla 17 Pregunta 1. Se siente libre en este grupo.

Tabla 18 Pregunta 2. Le enorgullece pertenecer a este grupo

Tabla 19 Pregunta 3. Se siente cómodo con las personas de este grupo

Tabla 20 Pregunta 4. Habla positivamente de este grupo

Tabla 21 Pregunta 5. Le satisface cuando dice que es parte de este grupo

Tabla 22 Pregunta 6. Siente que pertenece a este grupo

Tabla 23 Pregunta 7. Se identifica con algunas personas de este grupo

Tabla 24 Pregunta 8. Este grupo es importante para ti

Tabla 25 Pregunta 9. Se siente parte de este grupo

Tabla 26 Pregunta 10. Se siente muy unido a este grupo

Tabla 27 Pregunta 11. Se siente identificado a este grupo

Tabla 28 Pregunta 12. Está contento de pertenecer a este grupo

Tabla 29 Pregunta 13. Se ve como una parte importante de este grupo

Gráfica 1. Edades

Gráfica 2. Género

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Gráfica 3. ¿Utiliza redes sociales?

Gráfica 4. ¿Qué tipo de red social utiliza?

Gráfica 5. ¿Por qué motivo la utilizas?

Gráfica 6. Porcentaje de dimensiones

Gráfica 7. Se siente libre en este grupo

Gráfica 8. Le enorgullece pertenecer a este grupo

Gráfica 9. Se siente cómodo con las personas de este grupo

Gráfica 10. Habla positivamente de este grupo

Gráfica 11. Le satisface cuando dicen que es parte de este grupo

Gráfica 12. Siente que pertenece a este grupo

Gráfica 13. Se identifica con algunas personas de este grupo

Gráfica 14. Este grupo es importante para ti

Gráfica 15. Se siente parte de este grupo

Gráfica 16. Se siente muy unido a este grupo

Gráfica 17. Se siente identificado a este grupo

Gráfica 18. Está contento de pertenecer a este grupo

Gráfica 19. Se ve como una parte importante de este

Introducción

Actualmente, las tecnologías han evolucionado de tal manera que es posible comunicarse con el círculo familiar y por tanto social como amigos o compañeros de estudio prácticamente de forma instantánea desde un extremo a otro del planeta. Con esta investigación se busca analizar la relación entre el uso de redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes del grado 11.

Por lo anterior esta propuesta de investigación se lleva a cabo en un centro educativo de carácter privado de la ciudad de Buenaventura con los adolescentes del grado 11, ya que es el grupo que presenta mayor frecuencia de uso de redes sociales partiendo de la información presentada por parte de la institución y comprobada en el instrumento aplicado, este grupo está conformado por 30 estudiantes cuyas edades oscilan entre los 17 y 20 años de edad.

En este sentido, a continuación se presenta el procedimiento realizado durante el proceso investigativo, partiendo desde el reconocimiento de la población y lo que se encuentra en el aula, teniendo en cuenta un proceso que contempla preparación de encuesta e instrumento, luego el diseño y la aplicación de la propuesta contando con el proceso de recolección de datos.

Y por último un análisis de la información recolectada donde se cuenta con la aplicación de una escala tipo Likert.

Se expone que el motivo por el cual se llegó a investigar el uso de sus redes sociales y la relación con la identificación grupal, es debido a que se encuentra que las redes se han

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

convertido en una herramienta indispensable para la nueva realidad, la virtualidad, para continuar se habla del uso frecuente de las redes sociales, permitiendo que los adolescentes se sientan aceptados por el grupo, fortaleciendo la comunicación y por ende se sientan identificados con otros, entonces “el uso de redes sociales demuestra que la mayoría de los adolescentes las usan y exponen el motivo por el cual la utilizan; la correlación de Pearson permite evidenciar que no existe relación para las variables de uso de redes sociales y la identificación grupal. De acuerdo con los datos obtenidos a partir de la aplicación de instrumentos se logró confirmar la hipótesis nula H_0 que plantea que el uso de redes sociales no mejora la identificación grupal.

Planteamiento del problema

Descripción del problema

Inicialmente se conoce de red social como la acción de comunicación e interacción entre diferentes usuarios dentro de un marco social, aquí se fomentan conversaciones y comentarios, además de otro tipo de interacciones como intercambio de likes o información de su vida personal (The social media family, 2020).

Según Zuckerman (2019), el 71% de los Instagramers (personas que ganan dinero para producir y publicar fotos en su propia cuenta) son Millennials o Gen Z (menores de 35 años), los jóvenes de 25 a 34 años son los más presentes en la red, el 51% de los usuarios son mujeres, el 15% de los Instagramers son mujeres entre 18 y 24 años, el 16% son hombres de 18 a 24 años; por otro lado, como lo reportan Urrutia y Rodríguez, (2012) el 66% de la población entre 15 y 29 años optaría por internet si sólo pudiera tener acceso a un medio de comunicación.

Es así como se plantea que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las redes sociales se han instalado en la vida humana, principalmente en la vida de los adolescentes, lo que ha llevado a que se creen contenidos con los que logren captar su atención y determine identificación en este sentido, pues son los adolescentes los que constituyen uno de los principales grupos de usuarios de las redes sociales, siendo sus principales usuarios, así se evidencia desde una mirada internacional, tal como sigue a continuación:

En España “el 92% de los adolescentes españoles de entre 14 y 16 años afirman tener un perfil propio en las redes sociales de Internet que usan para sentirse integrados, conviene subrayar que la mayoría de jóvenes mencionan que en las redes escuchan con frecuencia música

y buscan diversión manteniendo el contacto con personas que no conocen” (Europa Press, 2019, párr. 2).

Eventualmente, el contenido que se encuentra en redes es percibido por los jóvenes como un modelo a seguir, puesto que ellos cuentan con cualidades que suelen admirar y tal como lo sugiere Westenberg (2016) en el sentido que los creadores de contenido comparten rasgos similares en cuanto a la cultura que los identifica y los gustos que los conectan con sus seguidores, lo que facilita la rápida identificación con ellos.

Hasta aquí parece claro que las TIC se han convertido en el agente de socialización y de transferencia cultural más importante en este nuevo milenio” (Vaucheret, 2004, p.2), puesto que pasan muchos momentos de su vida en el entorno virtual, incluso limitando los espacios de sociabilidad; la dedicación a las tecnologías digitales está transformando el aprendizaje, la socialización y la comunicación entre los jóvenes que pueden acceder a ellas y usarlas; hoy en día a nivel de sociedad lo virtual se contraponen a la realidad que viven los adolescentes (Botero, 2009).

Por otro lado, el uso de las redes sociales está variando rápidamente, estas se encargan de brindar información a millones de personas quienes interactúan públicamente con el fin de mantenerse en contacto mediante redes.

Con relación a la anterior, Rosgaby (2020) demuestra que:

El número de usuarios conectados a Internet es de 35 millones, es decir, el 69% de la población total tiene acceso a este servicio, paralelamente, la misma cantidad de personas

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

son usuarios activos en redes sociales, por consiguiente, podría decirse que todos los usuarios de Internet en Colombia usan las redes sociales activamente. (párr. 9-10)

Conforme a lo anterior se evidencia que generalmente este panorama va en crecimiento y cada vez aumenta para brindarle a sus seguidores una herramienta para estar en contacto e intercambiar opiniones.

En lo que respecta a los años de la adolescencia, aparece en escena la búsqueda de la identidad, definida por Erikson como una concepción coherente del yo, compuesta por metas, valores y creencias con la persona establecida un compromiso sólido; la principal tarea del adolescente es la formación de una identidad personal, por lo que en esta etapa coinciden importantes cambios físicos, psicológicos y cognitivos con una mayor expectativa social (Papalia, 2012). Etapa en la que se continúa un proceso de formación de identidad que de hecho no finaliza en ella, sino que constituye un proceso largo y gradual de extraordinaria complejidad (Kroger, 2003) a lo largo de la vida, siendo este un proceso de reconocimiento y valoración de la propia individualidad, por lo que existe una relación estrecha con la autoestima.

Al respecto, la teoría de identidad plantea una concepción coherente de uno mismo que incluye las metas, los valores y las creencias con las que la persona adquiere un compromiso sólido, de manera que la construcción de la identidad en los jóvenes deba darse respuesta a las siguientes cuestiones: la elección de su ocupación, los valores con los cuales se comprometen y la formación de una identidad de género satisfactoria (Erikson, 1971, citado por Perez, Pastor, Ben, 2017).

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

En efecto, uno de los contextos más llamativos para la construcción de la identidad es sin duda internet y las redes sociales, estas se han convertido en un espacio de interrelación social para el adolescente donde pueden vincularse con sus iguales en plataformas como Instagram, Facebook o YouTube (Ahn, 2011; Barker, 2009).

Se debe considerar que la identidad se construye en la interacción con otros y considerando como se mencionó anteriormente, que los adolescentes ven a creadores de contenido como un prototipo a seguir, permitiendo a los medios de comunicación utilizar esto como táctica de manejo hacia ellos mismos como usuarios activos, sin embargo, lo que se conoce es que es una imagen surrealista de lo que es la verdad, creyendo entonces que poseen un sentido de admiración hacia ellos, por lo que es posible decir que las redes sociales exponen su vida personal y les permiten entrar en las vidas de los demás (Morales, 2012).

Desde un punto de vista psicológico se encuentra la identidad atribuida a la que se puede definir como un factor que viene o es dada por los otros, es decir, por una comunidad; aunque esos otros también pueden ser los que no pertenecen a la misma comunidad, pero que atribuyen una identificación a las personas (Sen, 2000). De acuerdo a lo que se menciona anteriormente es necesario entender que los adolescentes se encuentran sumergidos en el contenido de las redes, así presentando en ocasiones dificultades para diferenciar el contenido público del privado y no logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos en situaciones en la cual corre peligro su vida o su identidad. En resumidas cuentas, los jóvenes necesitan sentirse partícipes de algo, para incrementar su necesidad social y desarrollar mayor parte del proceso de construcción de identidad.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Por el contrario de lo que se ha venido exponiendo las redes sociales tienen diferentes aspectos que indican positivamente el uso frecuente de estas; los adolescentes están aumentando su acceso a las redes sociales, en función de su desarrollo personal, por lo que es preciso considerar que en la adolescencia se consolida la identidad y que la disponibilidad de medios de comunicación está influyendo en este proceso de manera significativa pues desarrollan habilidades sociales y que a su vez comparten experiencias, que ayudan a fomentar la creatividad (Mingote y Requena, 2008; Martínez, 2009).

En pocas palabras los adolescentes, por las características de la edad y los conflictos que atraviesan, necesitan crear un mundo personal y social en el que amigos y personas queridas compartan sus vidas entonces “el uso de una red social busca la supervivencia para satisfacer necesidades básicas de desarrollo, que se utiliza para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social” (Abelló y Madariaga, 1999, p. 19).

A su vez, las redes sociales tienen elementos positivos, estos permiten expresarse de forma libre, también pueden ser de mucha utilidad puesto que tienen varios beneficios como el mantenerse en contacto con amigos que están a larga distancia, comunicarse con sus familiares, pueden conocer personas nuevas cada día y crear un vínculo de amistad, es posible recrear oportunidades enriquecedoras para el desarrollo propio de su identidad pudiendo llegar a establecer comunicaciones favorables e importantes. Así mismo se puede estar al tanto de lo que sucede a nivel mundial, departamental o local mediante noticias que se presentan a través de estas redes.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

En lo que respecta a la población objeto de estudio en los estudiantes del grado 11 de la ciudad de Buenaventura, se conoce que son adolescentes que están mostrando influencia en las redes sociales mostrando ciertas similitudes en el transcurso de su vida diaria, de acuerdo a la información suministrada por parte del equipo directivo de la institución, exponiendo las necesidades emergentes de las cuales se tiene específicamente el aumento del uso de redes sociales, por consiguiente la permanencia de los adolescentes en internet por las clases virtuales ha incrementado el contacto con el medio digital.

De cierta forma los docentes tienen la idea que las redes sociales eliminan la necesidad de que los adolescentes compartan en espacios presenciales y esto desafía la manera en que las tecnologías han desmaterializado el compartir este objetivo. Sin embargo, se pueden evidenciar diferentes formas de comunicarse, de relacionarse con el conocimiento o la información, así mismo cada uno de los adolescentes mencionados anteriormente se puede divertir y así mismo interactuar por este medio que cada vez proporciona nuevos recursos para el desarrollo de habilidades indispensables en su vida cotidiana (Gómez, J., comunicación personal, 17 de marzo de 2021).

De acuerdo a lo anterior, se establece la siguiente pregunta:

Pregunta problema

¿Qué tipo de relación existe entre la identificación grupal y el uso de redes sociales en los adolescentes del grado 11 en la ciudad de Buenaventura?

Objetivos

Objetivo General

Analizar el tipo de relación existente entre el uso de las redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes del grado 11 de la Institución educativa en la ciudad de Buenaventura.

Objetivos Específicos

- Identificar el uso de las redes sociales Facebook e Instagram en los adolescentes del grado 11 de la Institución educativa en la ciudad de Buenaventura.
- Evaluar las dimensiones cognitivas, evaluativas y afectivas de la identificación grupal.
- Determinar la relación que existe entre el uso de redes sociales y la identificación grupal de los Adolescentes del grado 11 de la Institución educativa en la ciudad de Buenaventura.

Justificación

Desde el momento de la concepción, los seres humanos emprenden un proceso de cambio donde profesionales del desarrollo han constatado que es un proceso de toda la vida, el cual es conocido como desarrollo del ciclo vital. Esta serie de desarrollos se producen tanto a nivel social, psicológico, físico, emocional, intelectual y otros atributos diferentes en cada persona como lo es la construcción de su identidad. Por lo cual no se puede decir con exactitud cuándo inicia o culmina una etapa en el desarrollo del ser humano puesto que se puede encontrar modificaciones a lo largo de su vida. Sin embargo, se le atribuyen ciertas características en las cuales se define como un proceso de reconocimiento y valoración.

Al mismo tiempo, los seres humanos son seres sociales. Según lo anterior (Aristóteles citado por Mosterín, 2008) subrayó el papel social del ser humano, su función social, junto a la función lingüística, somos seres sociales, en tanto que nos agrupamos en familias, comunidades y Estados y además somos seres que hablamos, Aristóteles compara al ser humano con las abejas, animales que forman colectivos en forma de panal o colmena (pp. 188-189). Pero lo hace no para equipararse, sino para ver la enorme distancia que hay, pese a que las abejas sean también animales que viven agrupados.

Conviene subrayar que, a través de las redes se tiene la oportunidad de experimentar cambios positivos o negativos logrando brindar herramientas para un proceso de desarrollo efectivo o por el contrario se puede relacionar con actitudes negativas. Esto se pudo evidenciar de acuerdo a resultados hallados mediante la contextualización de objetivos que plantean

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

diferentes aspectos a evaluar como lo es las características sociodemográficas, las redes sociales desde la perspectiva de Facebook e Instagram, de igual modo se tiene en cuenta las dimensiones de la identificación grupal y el si hay existencia de una relación entre ambas variables.

Cabe señalar que mediante esta investigación se busca aportar conocimientos y experiencias de algún tema o disciplina que la universidad le haya brindado al estudiante, puesto que esto será de gran ayuda para su carrera al exponer todos los conocimientos adquiridos en su proceso de formación profesional. De igual modo lo que busca la universidad es que sean excelentes profesionales y cumplan con todas las experiencias que requieran, demostrando su habilidad para el manejo de resolución de problemas del contexto cultural en el que se desenvuelven. Como posible resultado se manifiesta que la investigación sea una herramienta que permita trascender dando un reconocimiento a la sede y al estudiante posteriormente para el proceso de su vida laboral.

Por último el proyecto presente se inscribe en el grupo de investigación, Gripsi, de la Facultad de Psicología, en la línea, Política, Cultura y Sociedad, ya que se habla de un grupo juvenil por lo cual se pretende adquirir información para conocer un poco más la relación de la construcción de identidad social en las redes sociales y así este proyecto pueda ser guía para futuros estudios, que sean objeto de investigación puesto que esto abarca procesos de relación social en diferentes contextos.

Marco de Referencias

En el presente capítulo se presentan conceptos e investigaciones, teorías y antecedentes que resultan pertinentes y que de este mismo modo actúan como pilares, aportando a la elaboración y sustentación de esta investigación.

Antecedentes Empíricos

Respecto a los antecedentes empíricos se encontraron cuatro investigaciones de las cuales una es internacional y tres nacionales, por lo que aportaron información significativa para la elaboración del proyecto. A continuación, se describirán los antecedentes hallados.

Antecedentes a Nivel Internacional

En cuanto a los antecedentes empíricos a nivel internacional, solo se logró encontrar un estudio asociado a las variables planteadas en la presente investigación, este artículo aporta información con gran relevancia.

El estudio se conoce en Chile, Anguita, Palma (2017), titulado *Construcción de la identidad social a través del uso de Instagram*, este busca explicar de qué manera el fenómeno global de las redes sociales online los jóvenes se han relacionado en el ciberespacio el último tiempo, y, a través de esto, conocer el proceso de construcción de la identidad social de estos jóvenes a través de Instagram; utilizó una metodología cualitativa debido a las características que posee. El diseño fue de carácter flexible y semiestructurado, ya que se adecuaba a los distintos momentos del análisis, para el desarrollo de la investigación se trabajó con jóvenes

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

estudiantes universitarios pertenecientes a la Universidad del Bío-Bío sede Chillán, los que se encuentran en el rango etario contemplado entre los 20 y 30 años de edad, estos jóvenes además son usuarios frecuentes de la Red Social Virtual Instagram. El objetivo de esta investigación fue conocer el proceso de construcción de la identidad social mediante el uso de la red social virtual Instagram en un grupo de adolescentes estudiantes pertenecientes a la Universidad del Bío, sede Chillán.

Así pues, Anguita, Palma (2017) concluyeron en sus resultados que:

Los y las jóvenes dividen su mundo social dentro de Instagram, a través de diferentes criterios. Estos aluden al endogrupo, cuando pueden establecer cierta cercanía con los otros usuarios, como por ejemplo conocerse fuera de la red, pertenecer a diversos grupos sociales, cómo lo son la familia, amigos, universidad, trabajo, religión, lugar de residencia, entre otros. Además, otra forma de reconocer la pertenencia a ciertos grupos dentro de Instagram tiene que ver con las actividades cotidianas que comparten, ya que éstas les permiten establecer intereses comunes con otros usuarios.

Antecedentes a Nivel Nacional

En cuanto a los antecedentes empíricos, a nivel nacional, en Bogotá los estudiantes Chala y Matoma (2013) de la universidad pedagógica nacional realizaron una investigación conocida como *la construcción de la identidad en la adolescencia*, tiene como objetivo general:

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Identificar los factores individuales, sociales y temporales que influyen en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 13 a 16 años de edad (p. 16).

Cabe destacar que, la investigación de Chala y Matoma (2013) fue realizada con el método de investigación cualitativa, iniciaron la investigación con un estudio descriptivo ya que se pretendía describir, registrar, analizar e interpretar las características, comportamientos y rasgos particulares. Para este proyecto se empleó un instrumento en el cual se establecen categorías como Identidad, Adolescencia, Autoestima y Relaciones Intra e interpersonales, las cuales permiten una mejor comprensión de la situación problema adecuado al objetivo trazado desde la investigación descriptiva enunciado anteriormente (p. 48).

En resumen, Chala y Matoma (2013) concluyeron en su investigación que:

Tomando como base los resultados obtenidos de esta investigación, se encuentra que La construcción de Identidad es un proceso permanente que tienden a manejar niveles de estabilidad, por esta razón el adolescente vive reelaboraciones profundas, rápidas y constantes de la realidad que está viviendo, ya que de los ciclos vitales del sujeto, es en esta etapa donde se evidencia más vulnerabilidad, conflictos y distanciamientos en sus espacios de socialización debido a las crisis y transformaciones tanto físicas como emocionales que estás vivenciando (p. 76).

Por otra parte, los estudiantes Betancourt y Parra (2018) de la Universidad Autónoma de Occidente de la ciudad de Cali realizaron una investigación conocida como Análisis de la construcción de identidad en la red social Instagram en las mujeres entre 18 y 21 años del

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

programa comunicación social y periodismo de la UAO que tuvo como objetivo general analizar cómo construyen su identidad en la red social Instagram las mujeres entre 18 y 21 años de la universidad.

Cabe destacar que esta investigación fue realizada con el método de investigación mixta, en la población eligieron mujeres con intervalo de edades de 18 a 21 años, posteriormente se dividió el proyecto de investigación en 3 etapas, con la finalidad de generar un ambiente de empatía con cada una de las fuentes y a partir de ellas Betancourt y Parra (2018) concluyeron a través de entrevistas y encuestas que el público objetivo siguen un patrón similar que les ha generado éxito en sus perfiles y de esta manera se expuso cómo estas mujeres construyen una identidad paralela de acuerdo a sus interacciones personales o en su círculo de red social, creando parámetros que van desde lo cotidiano hasta estilos de vida que se ven marcados por las tendencias y hábitos de cada una de ellas, finalmente se expone la idea particular que se generó a partir de esta investigación y es e no se debe crear una personalidad errónea, sino potencializar lo mejor que se tiene.

De forma similar en Bogotá los estudiantes Guzmán, León y Vélez (2014) realizaron un estudio titulado *construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales*. Este artículo tiene como objetivo general describir y analizar los modos de construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales. Por consiguiente, este proyecto está enfocado a través de la investigación cualitativa y se fundamentó en el proceso de etnografía virtual, así pues, la población objeto de este estudio se centró en seleccionar grupos de adolescentes para una

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

etnografía que por lo cual se ocupa de conocer los significados culturales de las acciones emprendidas por la población.

De igual importancia, los autores acudieron a la etnografía virtual con el fin de lograr un acercamiento a los usuarios de Facebook y a la receptividad que puedan tener los adolescentes, también se optó por realizar un pilotaje y de acuerdo a esto se logró tener un mayor número de seguidores.

Así pues, Guzmán, León y Vélez (2014) concluyeron en sus resultados que:

Se evidencia que las redes sociales fomentan la sociedad de consumo o del espectáculo, en ellas el cuerpo se exhibe, la subjetividad renuncia a la intimidad y tiende a exponerse, pero siguiendo siempre las normas que el entorno le muestra. Así mismo este proyecto permitió observar que desde la academia se debe realizar una transformación de las herramientas investigativas cuando se realicen estudios en los ambientes virtuales, ya que las técnicas tradicionales pueden quedar cortas con este tipo de ambiente (p.25).

Ahora bien, las investigaciones realizadas en ciudades como Bogotá y Cali se han enfocado en identificar la relación de construcción de identidad con el uso de redes sociales en adolescentes de las instituciones educativas. Se evidencia a partir de la presentación y la búsqueda de los antecedentes que se han realizado a nivel nacional de tipo cualitativo lo cual no permite aplicar los resultados o a contemplar una interpretación de manera general.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

De otro lado se observa estudios a nivel Internacional tanto a nivel nacional que, si bien presentan las variables que pretenden o se contemplan para el siguiente estudio de investigación, dan cuenta de intenciones distintas. De manera similar estos estudios han permitido identificar qué relación existe entre ambas dimensiones, además han sido de apoyo referencial para este proyecto.

Marco teórico

Para iniciar con este apartado se presentan las siguientes teorías y conceptos que resultan oportunos para la elaboración de este proyecto.

Psicología Social

Según afirma (Allport, 1985 citado por Muelas, 2021).

Acerca de la psicología social se podría definir como el estudio de la interacción de los seres humanos, generalmente en grupos o situaciones sociales, esta subraya la influencia de las situaciones sociales en la conducta humana, más específicamente, la psicología social se centra en el estudio científico de cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas son influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas (párr, 2).

Se evidencia dentro de la psicología social la identidad social que es nombrada por (Taylor y Moghaddam, 1994 citado por la mente es maravillosa, 2019) como el grado en que las personas se identifican y comparten características con grupos de personas, esta determina los comportamientos y en concreto cuando una persona se identifica mucho con un grupo sus comportamientos van a corresponder con las normas y valores (párr, 5).

A continuación, en el siguiente apartado se presenta el modelo teórico que sustenta la temática con la que se desarrolló la investigación, esta teoría establece las bases en las cuales se sustentará el trabajo de grado, permitiendo ahondar en la pertinencia de este.

Teoría de identidad social

Según (Tajfel, 1981, citado por Scandroglio, López San José Sebastián, 2008) determina la Teoría de identidad social (TIS) como una de las teorías más influyentes dentro de la Psicología Social que ha contribuido a entender la dimensión social de la conducta humana, dicho esto, se intenta integrar las motivaciones y pensamientos de un adolescente con el grupo o categoría social al que pertenece, particularmente el núcleo de la TIS se origina en la idea de que por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales.

Así pues, se habla de la Tecnologías del aprendizaje y el conocimiento (TAC) como propuesta en el cual las personas representan a los grupos sociales en términos de prototipos, entendiendo éstos como representación subjetiva de los atributos definatorios, es decir, creencias, actitudes, conductas, etc, ya que son activamente construidas y dependientes del contexto (Hogg, 1996, citado por Barbara, Martínez, Jorge S. Sebastián y Carmen, p.4).

Según los teóricos de la TIS como Tajfel, 1978; Turner y Giles, 1981 (citado por Scandroglio; López; San José, 2008) afirman que la identificación es uno de los elementos relevantes y suficientes para determinar la percepción subjetiva de la existencia de un grupo y que su grado permite clasificar los contextos en los que se desarrollan las conductas a lo largo de lo social (p. 6).

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Ciertamente las personas son conscientes de dicha pertenencia a algunas de las muchas categorías sociales de que está compuesto el contexto social, y es de necesidad emergente saber cómo piensan y actúan los miembros de esos grupos para facilitar esa relación con sus partes.

Luego se expone uno de tantos, en este caso el mecanismo de categorización, según lo imaginó (Tajfel, 1978 citado por Kabato, s.f) menciona:

Un proceso mental que, por un lado, intensifica las diferencias con otros grupos que no son el nuestro y, por otro lado, acentúa la similitud entre estímulos como creencias, actitudes, normas, que percibimos como pertenecientes a esa categoría o grupo social. Según la TIS, al demostrar las diferencias entre un grupo y otros en las dimensiones más positivas que favorecen al nivel de grupo social. Estos se sienten comprendidos y respetados por el grupo en especial (pr. 11).

Entonces las personas tienden a relacionarse con ciertos grupos sociales con los que se sienten identificados y así poder reafirmar la autoestima. Se identifican con los logros positivos del grupo y eso se refleja en el estado de ánimo positivo. Esta identificación social procede de la categorización y de la comparación, como se mencionó anteriormente e influirá en dicho comportamiento.

Según los teóricos de la TIS, la identificación es elemento suficiente para determinar la percepción subjetiva de la existencia de un grupo y su grado permite clasificar los contextos en los que se desarrollan las conductas a lo largo del continuo personal-social, continuamente el punto de partida de la TIS es el proceso de categorización, este proceso no sólo permitiría

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

ordenar el ambiente social, reduciendo la complejidad estimular del medio social, sino que además daría un sentido al individuo al funcionar como un sistema de orientación que crea y define el lugar del individuo en la sociedad, por lo tanto, un grupo social sería la colección de dos o más personas que, al poseer la misma identidad social, se identifican a sí mismos del mismo modo y poseen la misma definición de quiénes son, de cuáles son sus atributos y cómo se relacionan (Scandroglio, Jorge S. López y Sebastián, 2008).

Marco Conceptual

A continuación, se presenta información relacionada con el contexto de la presente investigación.

Identificación social o grupal

La identidad social es definida por (Tajfel 1981 citado por Cava, Buelga, Herrero y Musitu, 2011) cómo el conocimiento que tiene un individuo de pertenecer a determinados grupos sociales junto con la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia, posteriormente, Turner incorporó el concepto de identificación social o grupal, la identificación pasa así a convertirse en un concepto central, el cual por sí mismo, permite determinar la existencia de un grupo, de este modo, la identificación grupal suele hacer referencia a grupos interactivos en los que la persona participa activamente, mientras que la literatura sobre identidad social se centra en el grupo que la persona tiene haciendo referencia, esencialmente, a categorías sociales, en segundo lugar, la identificación grupal se relaciona más con procesos intragrupal, mientras que la identidad social lo hace con procesos intergrupales (págs. 3,6).

Redes sociales

Con respecto a las redes sociales son una de las principales fuentes de información para los adolescentes hoy en día, es muy importante conocer qué es lo que están absorbiendo, qué es lo que están aprendiendo de toda esa información que les llega (Méndez, 2014), probablemente los adolescentes juegan un papel de mercancía de la sociedad de consumo.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Ahora bien, estas redes sociales en internet están jugando un papel mucho más importante de lo que normalmente se piensa en el desarrollo de la identidad de los jóvenes y no sólo en el desarrollo de su identidad grupal, sino especialmente en el desarrollo de la identidad personal, aquella que les diferencia del resto y les permite mostrarse como seres únicos e irrepetibles (Canovas, 2014).

Por otro lado, “el conocimiento es hacer propia una entidad o identidad de una acción o una cosa” (López, 2013, como se citó en Medina, Santa, 2018 p. 14). Por ello, se resalta la información que brinda por las redes sociales como suministradoras de saberes, por lo que estas alimentan a los adolescentes de conocimiento y representaciones sobre la realidad y la vida que se lleva a diario comúnmente; colaborando en las significaciones que le permiten articular la realidad subjetiva y la objetiva (Petit & Virdó, 2006, citado por Medina, Santa, 2018).

También se distingue la definición de (Prieto y Moreno, 2013, citado por Ikemiyashiro, 2017) “se describen a las redes sociales como plataformas Web, integradas por personas y agrupadas en comunidades con un fin común; dicho de otra forma, son personas con el interés de relacionarse, comunicarse y compartir contenidos sobre cualquier ámbito”, es decir se puede tener una estrecha comunicación mediante la distancia y mantenerse al tanto de lo que sucede en otros lugares por medio de las redes, es un ámbito que juega a favor de las personas.

Por último, desde un sentido similar se dice que las redes sociales también pueden ser descritas como un conjunto de actores, ya sean individuos u organizaciones, que se ven

vinculados por temas interpersonales, laborales o sociales (Fernández, 2013, citado por Ikemiyashiro, 2017).

Adolescencia

La adolescencia es una etapa entre la niñez y la edad adulta, que cronológicamente se inicia por los cambios puberales y que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones, pero esencialmente positivos, no es solamente un periodo de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social (Jiménez, Leal, Martínez y Pérez, p. 3).

Es difícil establecer límites cronológicos para este periodo; de acuerdo a los conceptos convencionalmente aceptados por la OMS, la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años considerándose dos fases, la adolescencia temprana de 10 a 14 años y la adolescencia tardía entre los 15 a 19 años (Organización Mundial de la Salud, 2020, citado por Holguín, 2014, párr. 1). Entonces “él sujeto alcanza la madurez biológica y sexual; y se busca alcanzar la madurez emocional y social” (Papalia, 2001), por lo que la persona puede asumir su responsabilidad en la sociedad y ser responsable de los actos grupales.

De acuerdo con otras investigaciones se ha podido encontrar diferentes conceptos sobre una definición clara de la adolescencia, sin embargo:

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

A lo largo de la historia, la adolescencia puede llegar a ser considerada como la etapa del ciclo vital del hombre más importante, porque es en la cual la influencia de la sociedad, de la familia y las amistades tiene más relevancia y significatividad para el desarrollo de la Identidad, dado que son estas las que producen cuestionamientos en la forma de pensar, actuar y ser del sujeto; pero las dinámicas sociales y culturales utilizadas para influenciar en el adolescente han sido enfocadas únicamente en su formación académica, y su proyección profesional, dejando a un lado la construcción subjetiva del adolescente como ser integral (Chala y Matoma, 2013, p. 11).

Resulta de interés considerar la adolescencia como un período en que el adolescente se encuentra sometido a enormes presiones, tanto internas como externas, por tanto, para alcanzar la etapa adulta tiene que hacer frente a una laboriosa elaboración psíquica de suma trascendencia para su vida futura, donde se producen factores relevantes en su conducta y comportamientos tales como la relación con su grupo de pares o la visión que tiene de sí mismo como persona, cada uno de ellos ejerce una representación importante en el adolescente (Espinosa, 2004).

Identidad

Para Hall, 2003 (citado por Rodríguez, 2011) “la identidad es un proceso que actúa a través de la diferencia, entraña un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos, necesita lo que queda afuera, su exterior constitutivo, para consolidar el proceso, se construye a través de la diferencia y no al margen de ella” (p.3).

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Se puede afirmar que la meta más importante de la adolescencia es el desarrollo o construcción de la identidad (Ives, 2014, p. 2) todo adolescente necesita saber quién es, pues necesita sentirse respetado y amado, como todo ser humano, y para ello necesita saber estar seguro de contar con una identidad estructurada y un apoyo por parte de personas que estén alrededor de él y este se sienta en confianza (Aves, 2014). Continuamente la Identidad en la Adolescencia, los jóvenes la caracterizan como proceso de exploración en la se quiere encontrar puntos de referencia que sean la base que represente su personalidad, acercándose a la respuesta de lo que él quiere saber de sí mismo, como será su proceso de construcción; esta exploración permite ver la transición de alejamiento de la etapa infantil que el adolescente está vivenciando pero al mismo tiempo se comienza visualizar como ser responsable, maduro, que actúa diferente y prioriza la relación con el otro, teniendo en cuenta que esto le va a servir para estar preparado en la siguiente etapa que a vivir (Chala y Matoma, 2013).

En relación con el Psicólogo y Psicoanalista Erik Erikson (citado por Sánchez, 2017) considera que “la adolescencia es definida como el periodo en el que se reproduce la búsqueda de la identidad que define al individuo para toda su vida adulta” en esta etapa se dan cambios significativos en toda la persona, especialmente en el yo, en tal búsqueda el adolescente se encuentra atrapado en un problema de identidad.

Así la búsqueda de la identidad según Erikson lo plantea como una concepción coherente del yo formada por metas, valores, creencias e intereses con los que la persona se compromete

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

de manera firme, se enfoca durante los años adolescentes y el desarrollo cognitivo de los adolescentes ahora les permite construir una teoría del yo (Elkind, 1998).

También se evidencian diferentes conceptos desde investigaciones en el concepto de identidad por lo que enfatiza Erikson, 1950 (citado por Martínez, 2016):

El esfuerzo por darle sentido al yo es parte de un proceso sano que se construye sobre las bases de los logros conseguidos en etapas anteriores (la confianza, la autonomía, la iniciativa y la industria) y que coloca los cimientos para enfrentarse a los retos de la vida adulta, sin embargo, es raro que la crisis de identidad se resuelva por completo durante la adolescencia; las cuestiones relacionadas con la identidad surgen una y otra vez a lo largo de la adultez (pág. 553).

De manera similar la tarea principal de la adolescencia, es enfrentarse a la crisis de identidad versus confusión de identidad a fin de convertirse en un adulto único con un sentido coherente del yo y un rol valorado dentro del entorno que lo rodea (Erikson, 1968). De acuerdo con los adolescentes que resuelven la crisis de identidad de manera satisfactoria desarrollan la virtud de la fidelidad, entendido como lealtad sostenida, esperanza o una sensación de pertenecer a una persona amada o a los amigos y compañeros, la fidelidad también puede significar una identificación con un conjunto de valores, una ideología, una religión, un movimiento político, un interés creativo o un grupo étnico (Erikson, 1982, citado por Papalia, 2012)

Interacción social

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Por otro lado, la interacción social ha dejado de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la red, algunas de las investigaciones realizadas al respecto han estudiado la influencia de las relaciones virtuales y presenciales en las emociones y estados psicológicos (Herrero, Meneses, Valiente & Rodríguez, 2004, p).

Según Sánchez y Fernández (2010), en un estudio sobre los hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales, la principal razón para usar este tipo de herramienta es para mantener el contacto con amigos y más lejos aparece otra razón social: saber de gente con la que no se tiene relación habitual y en esa búsqueda de amistades, a estas edades, la gran mayoría de adolescentes tiene más de cien contactos, fundamentalmente entre amigos habituales y también con aquellos a los que no hay posibilidad de ver frecuentemente (Sánchez & Fernández, 2010).

Desarrollo social

El desarrollo adolescente se da en una delicada interacción con los entes sociales del entorno; tiene como referente no sólo la biografía individual, sino también la historia y el presente de su sociedad, es el período en que se produce con mayor intensidad la interacción entre las tendencias individuales, las adquisiciones psicosociales, las metas socialmente disponibles, las fortalezas y desventajas del entorno (Krauskopf, 1994, citado por Krauskopf, 2000, p. 9).

Similarmente se demuestra a (Lutte, 1991citado por Krauskopf, 2000) que plantea:

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Se va haciendo difícil distinguir entre adolescencia y juventud y es así que los autores más destacados en la materia y diversas instituciones no coinciden en su diferenciación, fases ni en los procesos que sistematizan, así, se maneja una imagen fragmentada de la vida en la fase juvenil e incluso se superponen los conceptos de adolescencia y juventud (p. 9).

Marco Contextual

A continuación, se evidencia la siguiente información relacionada con el entorno de la presente investigación.

Contexto de Investigación

Origen

Fue fundado el 26 de junio de 1.962, amparándose en la razón social de un Colegio, posteriormente, al morir el papa Juan XXIII, cuatro jóvenes educadores: Hermogenes Escobar y Adalberto Quintero (q.e.p.d), Eduardo Cadena y Luis Ovidio Quesada Córdoba; interesados por estudiar la obra de aquel pontífice que acababa de entregar su vida al Divino Creador, discutieron sus planteamientos, cuando instaló la primera etapa del Concilio Vaticano II, pues les llamó poderosamente la atención al observar la profunda proyección social de unas encíclicas, cuando plantean un Cristo con un corazón capaz de aceptar a todos los hijos de Dios y herederos del Cielo. Fueron estas las razones que les sirvieron de motivación y esfuerzo para que tomaran la determinación de cambiar el nombre del pequeño plantel que ya existía, en virtud de que observarán el corazón de Cristo actualizado en las encíclicas del papa Juan XXIII. Fue su primer director, el profesor insigne Adalberto Quintero, y posteriormente Eduardo Cadena. Ambos permanecieron por seis años bajo la dirección del plantel. Inicialmente el colegio abrió los servicios en los niveles de preescolar y básica primaria, además de los cursos técnicos, como colegio autorizado para educación no formal. En 1987 abrió el grado 6º, en 1988 el grado 7º y

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

así sucesivamente hasta en 1993, entregar su primera promoción de Egresados Comerciales al litoral Pacífico.

Misión

Propiciar una formación integral, bajo el perfil de un colegio católico, que parte del hombre como miembro de una iglesia universal y como misionero que recibe su consagración, en el momento del Bautismo, capaz de afrontar los retos científicos y tecnológicos que se acrisola con una formación integral centrada en valores.

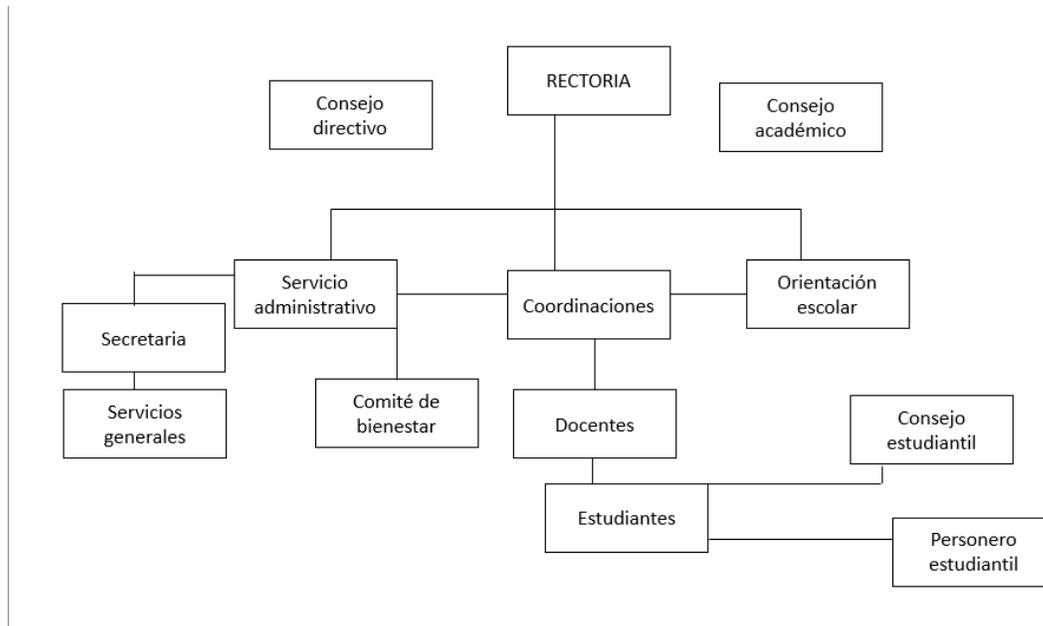
Visión

Al cumplir sus Bodas de Oro, en el año 2012, el instituto, se presentará como el colegio católico privado de mayor tradición en Buenaventura, formando hombres y mujeres cuyo norte sea Dios, protagonistas de cambios favorables en su ambiente, a partir de sus diferentes campos de servicio educativo.

Organigrama

Figura 1

Organigrama de la institución educativa



Marco Legal

Ley 115 de febrero 8 de 1994

Acorde con la ley general de educación se establece en el:

Artículo 2. Servicio educativo. El servicio educativo comprende el conjunto de normas jurídicas, los programas curriculares, la educación por niveles y grados, la educación no formal, la educación informal, los establecimientos educativos, las instituciones sociales (estatales o privadas) con funciones educativas, culturales y recreativas, los recursos humanos, tecnológicos, metodológicos, materiales, administrativos y financieros, articulados en procesos y estructuras para alcanzar los objetivos de la educación (Nader, Pumarejo, Jattin, vivas, Gaviria, Cadena, Pachón, 1994).

Artículo 3. Prestación del servicio educativo. El servicio educativo será prestado en las instituciones educativas del Estado. Igualmente, los particulares podrán fundar establecimientos educativos en las condiciones que para su creación y gestión establezcan las normas pertinentes y la reglamentación del Gobierno Nacional. De la misma manera el servicio educativo podrá prestarse en instituciones educativas de carácter comunitario, solidario, cooperativo o sin ánimo de lucro (Nader, Pumarejo, Jattin, vivas, Gaviria, Cadena, Pachón, 1994).

Método

A continuación, se puntualiza cada uno de los elementos que constituyen y guían la metodología las cuales permitieron el desarrollo de la investigación.

Tipo de Investigación

Para el presente estudio, el alcance de investigación es de tipo correlacional, donde surge la necesidad de plantear una hipótesis en la cual se proponga una relación entre 2 o más variables, así, en el nivel cuantitativo surge la aplicación de procesos estadísticos inferenciales que buscan extrapolar los resultados de la investigación para beneficiar a toda la población (Ramos, 2020, p. 3).

La metodología propuesta es de tipo cuantitativo ya que se tiene en cuenta que para esta investigación es necesario recolectar datos evidenciados, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista definen expresando (2010): “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.3). Entonces se puede afirmar el enfoque cuantitativo como algo secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y se pueden eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase; parte de una idea que va agotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Enfoque metodológico

Continuamente con relación al diseño de la investigación se tomaron algunos aspectos de la teoría propuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2014) si bien va orientada desde el diseño no experimental transversal de manera que se define como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza, en la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (p. 185).

Según el criterio epistemológico el enfoque corresponde a Empírico - analítico, este pretende explicar los objetos de estudio, controlarlos, ejercer acción local sobre ellos y predecibles, para ello, han de apoyarse en cuerpos teóricos sistemáticos, generales, cuantitativos, nomológicos, a partir de los cuales se formulan hipótesis; su carácter deductivo es evidente, por ello, un proceso investigativo en este enfoque necesariamente debe partir del acumulado teórico relacionado con el objeto de estudio que pretende explicarse, tanto para identificar el problema de investigación como para responder previo al contacto con los referentes empíricos (Ciro, 2006, p.8).

Fuentes de Información

Como principal fuente de recolección de información se utilizó fuentes primarias a partir de la aplicación de una encuesta descriptiva diseñada para conocer el uso que hacen los adolescentes del grado 11 de las redes sociales, información que fue proporcionada por la misma institución, a partir de registros previos obtenidos a través de comunicación personal; en la fuente de información secundaria se aplicó una escala tipo Likert de identificación grupal de Tarrant, una de las características que hace que esta técnica de recolección de datos pueda ser utilizada dentro de esta investigación, es la posibilidad de medir la variable de identificación grupal.

Población

La población está conformada por adolescentes de la institución educativa, con edad comprendidas entre los 17 y 20 años; conforme con Hurtado (2000): la población es definida como “un conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entres sí en cuanto a una serie de características, de los cuales se desea obtener alguna información” (p.152). El número total de estudiantes se encuentra alrededor de 40 adolescentes, por lo tanto se elige la muestra de 30 adolescentes.

Muestra

La muestra estuvo conformada por los mismos 30 adolescentes del grado 11, con las siguientes características: son estudiantes con edades en intervalos de 17 a 20 años y que usan

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

redes sociales como Facebook e Instagram. Según Tamayo y Tamayo (2006 citado por Rojas, 2017), define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176).

Selección de Muestra

Se tomó una muestra que abarcó a 30 estudiantes del grado 11° de la Institución, los cuales se encuentran con edades comprendidas entre 17 y 20 años y en la mayoría de género masculino.

Criterios de inclusión

Se consideró que sean estudiantes grado 11° con edades en un intervalo de 17 a 20 años y sean exploradores de redes sociales.

Criterios de exclusión

Los estudiantes serán excluidos del estudio si: Están embarazadas, son menores de 17 años o mayores de 20, si presentan algún síndrome psiquiátrico y si no firman el consentimiento informado.

Hipótesis

A continuación, se presentan las hipótesis de investigación, nula y alternativas propuestas para el presente estudio:

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

(Hi) A mayor uso de redes sociales mejora la identificación grupal

(Ho) El uso de redes sociales no mejora la identificación grupal.

(Ha) A mayor uso de redes sociales disminuye la identificación grupal.

Instrumentos

Los instrumentos diseñados se aplican en la población seleccionada como mecanismo para la recolección de datos, control de avances y resultados.

Para poder desarrollar el presente trabajo y así dar respuesta al primer objetivo se solicitó información relacionada con las características sociodemográficas como la edad y el género, adicional a ello se pretendió conocer acerca del uso de redes sociales y cuáles de estas redes utilizan con mayor frecuencia, para esto se utilizó una encuesta descriptiva diseñada para conocer el uso que hacen los adolescentes del grado 11 de la institución educativa de las redes sociales, además, permitió indagar acerca del manejo que les dan los adolescentes a redes como Facebook e Instagram. Esta encuesta de tipo descriptivo consta de 5 ítems, para este caso, diseñada en formulario de Google, para facilidad en la aplicación (Apéndice A).

Por otra parte, se aplica una escala que tiene como finalidad medir la variable identificación grupal, se aplicó respecto al segundo objetivo específico y está diseñada de acuerdo con las características de la variable de la investigación. Se presenta la escala de identificación grupal (Apéndice B), fundamentada en la Teoría de la Identidad Social que mide aspectos cognitivos, evaluativos y afectivos de la identificación grupal: los cognitivos hacen

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

referencia a la autocategorización o percepción de pertenencia al grupo, los afectivos son aquellos que son relativos a la atracción interpersonal hacia las demás personas que hacen parte del grupo, y los evaluativos son los que se basan en la interdependencia que se da en las personas que hacen parte del grupo, es decir permite evaluar tres dimensiones (Henry, 1999 citado por Cava, Buelga, Herrero y Musitu 2011). El objetivo de esta escala permite el análisis de las diferentes dimensiones de la identificación grupal en adolescentes.

La escala de Identificación Grupal de Tarrant consta de 13 ítems que evalúan distintos aspectos relativos a la identificación con el grupo, se responde mediante una escala de 11 puntos (0= completamente en desacuerdo, y 10= completamente de acuerdo), la consistencia interna (alfa de Cronbach) para la escala total es de 87 (Tarrant, 2002 citado por Cava, Buelga, Herrero y Musitu (2011).

La siguiente tabla corresponde el valor de los rangos en cada respuesta del elemento

Tabla 1

Categorías agrupadas

Respuesta del elemento	valor
Completamente en desacuerdo	3
Muy en desacuerdo	24
En desacuerdo	5
Ni de acuerdo ni desacuerdo	10
De acuerdo	50
Muy acuerdo	83
Completamente de acuerdo	215

Se evidencia la ficha técnica expuesta en el apéndice C.

A continuación, se plantea desde otra perspectiva la definición de las dimensiones expuestas en la escala evidenciada en la tabla 1.

Tabla 2

Definición de las dimensiones de la escala de identificación grupal

Dimensiones		
Cognitivo	Evaluativo	Afectivo
Una primera dimensión sería relativa a la Autocategorización que la persona hace de sí misma como miembro del grupo.	Una segunda dimensión haría referencia a la evaluación y Valoración que realiza del grupo al que pertenece.	Esta última dimensión mediría el grado de compromiso hacia el grupo que tiene la persona

Nota. En la presente tabla se determina el contenido semántico de las dimensiones de la escala de identificación grupal, con el fin de categorizar sus aspectos más relevantes.

El análisis específico de estas tres dimensiones puede ser especialmente útil en estudios con adolescentes, donde cada vez es mayor el interés por analizar la relación entre los procesos de identificación grupal (Tarrant, 2002 citado por Cava, Buelga, Herrero y Musitu 2011).

Se concluye que la escala de identificación grupal es de evaluación general y muestra un coeficiente de confiabilidad alto evaluado en un total de 0.87, cumple con las características objetivas para considerarse como una herramienta general sobre el desarrollo de la identidad. La confiabilidad y validez se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2

Confiabilidad y validez de escala de identificación grupal

Escala de identificación grupal de Tarrant

Mide	Ítems	Confiabilidad	Validez
Identificación grupal	13 con 10 opciones de respuesta	Es de alta confiabilidad, 0.87	Presenta validez y confiabilidad para medir el desarrollo de identificación grupal en adolescentes.

Nota. En la presente tabla se identifican las escalas de identificación grupal de Tarrant, dado que se consideran una herramienta útil para este proceso.

Operacionalización de Variables

A continuación, se presentan en la Tabla 2 la variable a considerar en la presente investigación, así mismo se presentan sus dimensiones e indicadores.

Variable 1. Identificación grupal

Tabla 3

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Dimensiones de la escala de identificación grupal

Variable	Dimensiones
Identificación grupal	Cognitivo
	Evaluativo
	Afectivo

Las dimensiones e indicadores de la variable de Identificación grupal, se presentan en la tabla 4.

Tabla 4

Dimensiones e indicadores de la variable de identificación grupal.

Dimensiones	Indicadores
Cognitivo	Se siente libre en este grupo
	Se enorgullece pertenecer a este grupo
	Se siente cómodo con las personas de este grupo

Evaluativo	Habla positivamente del grupo
	Le satisface cuando dice que es parte del grupo
	Siente que pertenece al grupo
	Se identifica con algunas personas del grupo

Afectivo	Este grupo es importante para ti
	Se siente parte del grupo
	Se siente muy unido/a al grupo
	Se siente identificado con el grupo
	Está contento/a de pertenecer al grupo
	Se ve como una parte importante del grupo

Nota: En la presente tabla se evidencian las dimensiones e indicadores de la variable de identificación grupal.

Se presenta una investigación que implementa la escala de identificación grupal de Tarrant en Cali, los estudiantes Bolaños y Franco (2017) de la pontificia universidad Javeriana realizaron la construcción del proyecto de tesis conocido como *clima organizacional e identificación organizacional en empleados de una empresa de la ciudad de Cali*, tiene como

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

objetivo analizar los aspectos que tienen relación entre el clima organizacional y la identificación organizacional, en una muestra de empleados del área operativa Transporte Terrestre en el grupo de Auxiliares de Servicio de una multinacional ubicada en la ciudad de Cali; cabe destacar que para este estudio se realizó una investigación cuantitativa con el fin de hallar una correlación entre las dos variables mencionadas anteriormente, se obtuvo una muestra de 21 empleados de género masculino que hacen parte del área operativa de una empresa privada, a estas personas se les aplicó dos cuestionarios, el IMCOC el cual mide el clima organizacional y la Adaptación española de la escala de identificación grupal de Tarrant (2002) la cual ayuda a medir la identificación organizacional, en resumen tomando como base los resultados obtenidos se evidencia que existe una relación entre el clima organizacional y la identificación organizacional, pues se identificó que dentro del área operativa se presenta un clima organizacional desfavorable para los empleados generando así que la mayoría de ellos no logre identificarse con la organización, también se concluyó para que una organización logre obtener mejores resultados en sus trabajadores es importante que exista un clima organizacional favorable para los empleados y de esta forma ellos logren identificarse con la compañía generando que las metas y los objetivos de la empresa los sientan propios (p.8).

Procedimiento

A continuación, se presentan los pasos realizados durante el desarrollo de la investigación, estos son:

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Paso 1. Solicitud de autorización. El primer paso realizado fue enviar una solicitud a la institución educativa, la presente se solicitó con el fin de realizar la investigación en dicho lugar para plantear de manera formal lo expuesto anteriormente, en primer momento se expuso la finalidad y objetivo que se pretendía lograr con el estudio, también se aseguró absoluta confidencialidad con los datos obtenidos en el proceso.

Paso 2. Organización del proyecto. En este segundo paso se inició la construcción del documento en el cual se incluyeron diferentes dependencias definidas cada una y divididas en introducción, planteamiento del problema, de manera que se incluye la pregunta problema, objetivos, justificación, marco conceptual, teórico y metodológico, también se indagaron acerca los instrumentos necesarios respecto a la investigación. Cabe resaltar que fue necesario la revisión de antecedentes empíricos y teorías para el proceso de organización del estudio

Paso 3. Aplicación del consentimiento informado (apéndice D). Se les explicó la finalidad del consentimiento informado a los adolescentes, puesto que cada uno debe poseer conocimiento sobre las precauciones que los investigadores deben tener con la información obtenida.

Paso 4. Aplicación del instrumento. Se organizó la fecha en la que el Instituto proporcionó un tiempo y espacio a los adolescentes, para que de este modo las investigadoras pudieran aplicar los instrumentos a la muestra escogida de manera virtual.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Paso 5. Tabulación y análisis de resultados. De acuerdo con los resultados obtenidos se procedió a organizar la tabulación de estos, con el fin de conocer de manera organizada la información obtenida con cada uno de los reactivos.

Paso 6. Redacción de conclusiones. Luego de realizar el análisis de la información, se procedió a concluir los resultados del estudio.

Paso 7. Socialización de resultados. Para cerrar el proceso de investigación se realizó la socialización de los resultados obtenidos a partir del proceso de investigación en la institución educativa.

Resultados

En este apartado se mostrará al lector un análisis de los resultados obtenidos en este proceso de investigación.

Este proyecto de investigación se llevó a cabo en dos fases, la primera de esta fue la interpretación de la información dada por la Institución educativa que brinda datos sobre las necesidades emergentes de los adolescentes de la institución. La segunda fase fue la aplicación del instrumento de identificación grupal de Tarrant, este tiene como función principal medir la identificación grupal, por último, se realiza cálculo de la correlación entre las dos variables.

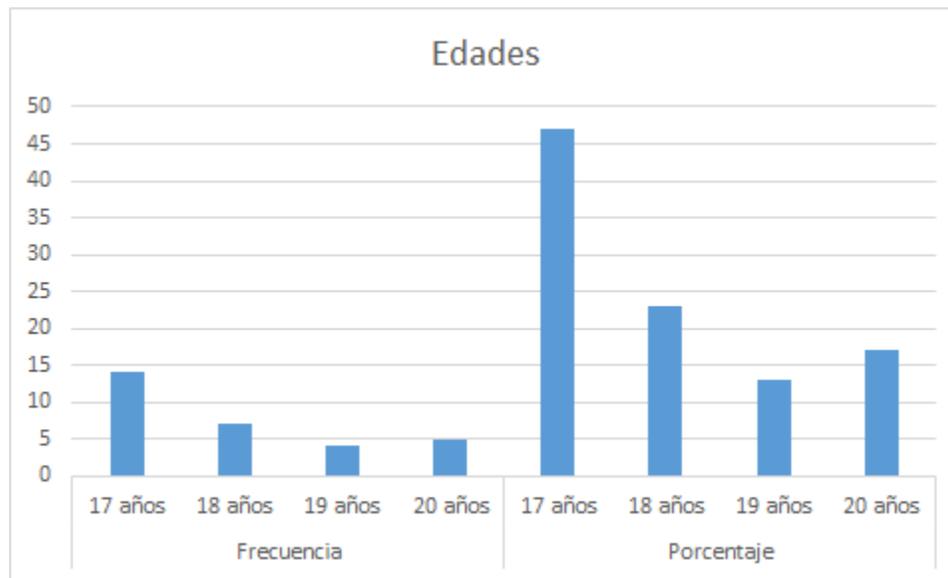
A continuación, se presenta, primeramente una caracterización sociodemográfica de la muestra.

Resultados Caracterización Sociodemográfica

Tabla 5

Pregunta 1. Edades

Frecuencia				Porcentaje			
17 años	18 años	19 años	20 años	17 años	18 años	19 años	20 años



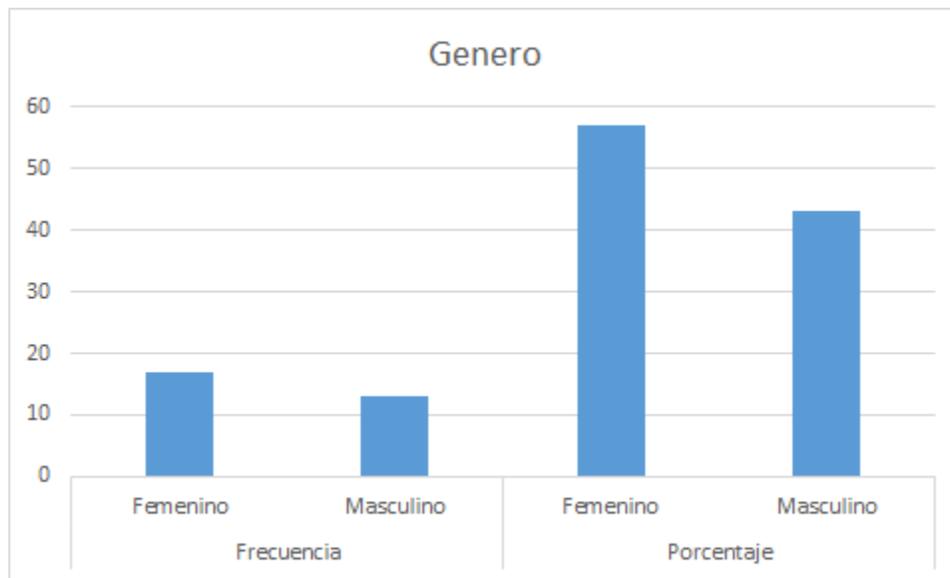
Gráfica 1. Edades

Según la gráfica 1 se evidencia que el 47% de los adolescentes participantes del estudio tienen 17 años, el 23% hace referencia a los adolescentes con 18 años, mientras que el 16% tiene 20 años y luego el 13% se expone que tienen 19 años de edad.

Tabla 6

Pregunta 2. Género

Frecuencia		Porcentaje	
Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
17	13	57	43



Gráfica 2. Género

Según la gráfica 2 se evidencia que el 57% de los adolescentes participantes del estudio son de género femenino, mientras que el 43% son de género masculino.

Uso de las redes sociales Facebook e Instagram en los adolescentes del grado 11 de la Institución educativa en la ciudad de Buenaventura

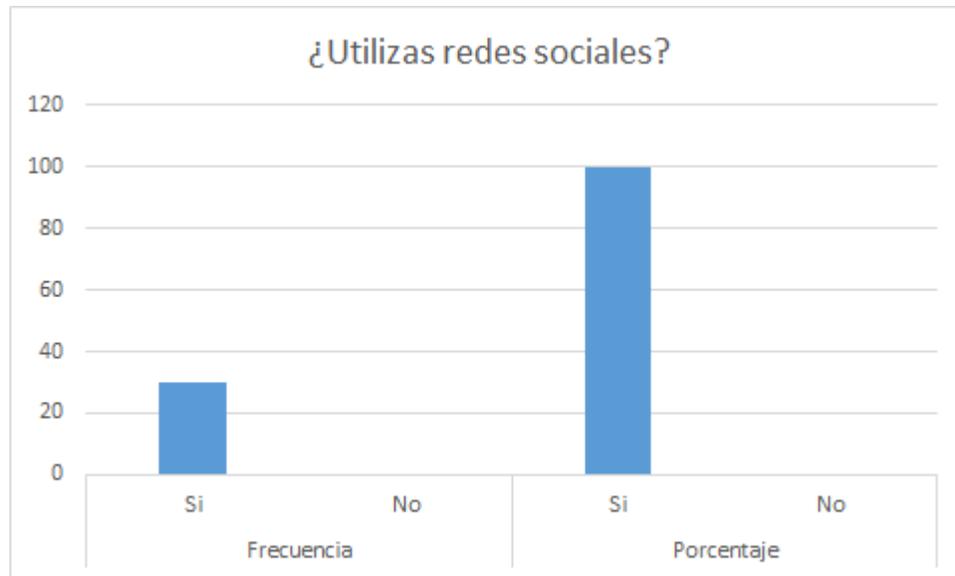
Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

A continuación, se presentan los resultados conforme al primer objetivo específico planteado, a saber, se exponen los resultados relaciones con el uso de redes sociales, en este sentido a continuación se detallan:

Tabla 7

Pregunta 3. ¿Utilizas redes sociales?

Frecuencia		Porcentaje	
Si	No	Si	No
30	0	100	0



Gráfica 3. ¿Utilizas redes sociales?

Según la gráfica 3 se puede evidenciar que el 100% de los adolescentes participantes del estudio confirmaron que utilizan redes sociales.

Tabla 8

Pregunta 4. ¿Qué tipo de red social utiliza?

Frecuencia			Porcentaje		
Instagram	Facebook	Ambas	Instagram	Facebook	Ambas
4	0	26	13	0	87



Gráfica 4. *¿Qué tipo de red social utiliza?*

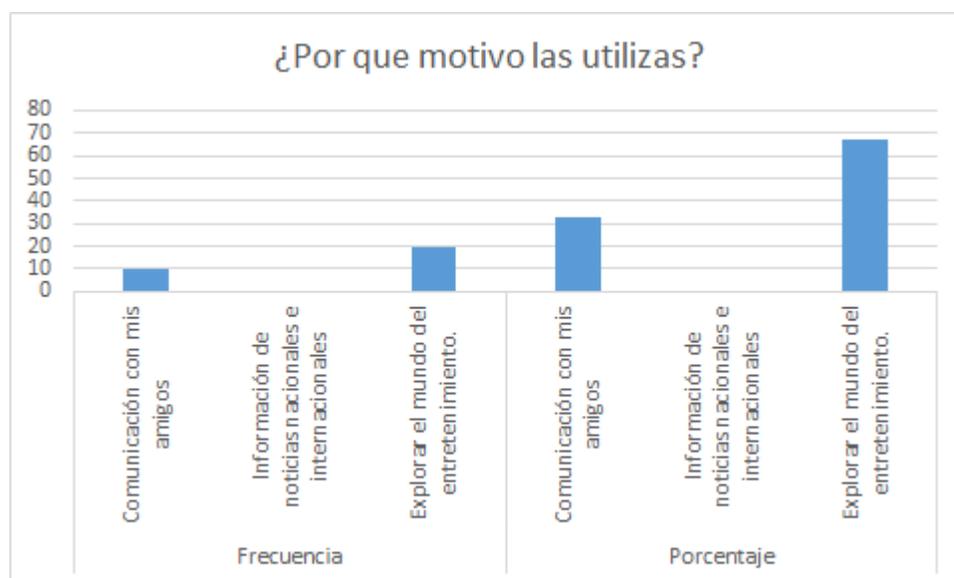
Según la gráfica 4 evidencia que el 87% de los adolescentes participantes del estudio hacen uso de la red social Instagram, mientras que el 13% se dedican a utilizar ambas redes, es decir, Facebook e Instagram.

Tabla 9

Pregunta 5. ¿Por qué motivo las utilizas?

Frecuencia	Porcentaje
-------------------	-------------------

C omunicac ión con mis amigos	Infor mación de noticias nacionales e internacional es	Exp lorar el mundo del entretenim iento.	Co municació n con mis amigos	Infor mación de noticias nacionales e internacional es	Ex plorar el mundo del entreti nimiento.
10	0	20	33	0	67



Gráfica 5. ¿Por qué motivo las utilizas?

Según la gráfica 5 se puede ver que el 67% de los adolescentes participantes del estudio utilizan las redes sociales para explorar el mundo del entretenimiento, mientras que el 33% las usan para comunicarse con sus amigos.

Las dimensiones cognitivas, evaluativas y afectivas de la identificación grupal en adolescentes del grado 11 de la Institución educativa en la ciudad de Buenaventura.

Ahora bien, se continuará dando respuesta al segundo objetivo de esta investigación, el cual consiste en evaluar las dimensiones cognitivas, evaluativas y afectivas de la identificación grupal obtenidas a partir de la aplicación del instrumento.

Para el caso de este instrumento las respuestas estaban dadas en una escala tipo Likert, donde los adolescentes participantes del estudio debían seleccionar sólo una respuesta en cada pregunta. De acuerdo a esta escala se agruparon en 7 categorías entonces, los adolescentes que respondieron entre las respuestas ubicadas en la escala en el número 0 se sitúan en la categoría completamente en desacuerdo, las respuestas del 1 al 2 se disponen a estar en la categoría muy en desacuerdo, así quienes contestaran 3 y 4 las respuestas serán encontradas en la categoría en desacuerdo, el número 5 corresponde a la categoría ni de acuerdo ni desacuerdo los números 6 y 7 se ubican en la categoría de acuerdo, los que están ubicados en los números 8 y 9 se sitúa en la categoría muy acuerdo, por último el número 10 hace referencia a estar completamente de acuerdo.

Tabla 10

Puntuación global de los resultados de la escala

Número de adolescentes	Puntuación	Categorías global
-------------------------------	-------------------	--------------------------

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

1	130	A
2	130	A
3	130	A
4	117	A
5	118	A
6	111	A
7	110	A
8	124	A
9	100	A
10	130	A
11	130	A
12	130	A
13	129	A
14	95	A
15	95	A

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

16	79	M
17	116	A
18	99	A
19	130	A
20	130	A
21	113	A
22	130	A
23	117	A
24	130	A
25	117	A
26	72	M
27	73	M
28	58	M
29	73	M

30

72

M

Tabla 11

Puntuación global para la escala de identificación grupal.

Categorías	Numeración de respuestas
Alto	88 - 130
Medio	44 - 87
Bajo	0 - 43

Tabla 12

Puntuación por dimensiones de la escala de identificación grupal.

Número de adolescentes	Cognitivo	Evaluativo	Afectivo
1	Alto	Alto	Alto
2	Alto	Alto	Alto

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

3	Alto	Alto	Alto
4	Alto	Alto	Alto
5	Alto	Alto	Alto
6	Alto	Alto	Alto
7	Alto	Alto	Alto
8	Alto	Alto	Alto
9	Alto	Alto	Alto
10	Alto	Alto	Alto
11	Alto	Alto	Alto
12	Alto	Alto	Alto
13	Alto	Alto	Alto
14	Alto	Alto	Alto
15	Alto	Alto	Alto
16	Medio	Medio	Medio
17	Alto	Alto	Alto

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

18	Alto	Alto	Alto
19	Alto	Alto	Alto
20	Alto	Alto	Alto
21	Alto	Alto	Alto
22	Alto	Alto	Alto
23	Alto	Alto	Alto
24	Alto	Alto	Alto
25	Medio	Alto	Alto
26	Alto	Bajo	Medio
27	Alto	Bajo	Medio
28	Medio	Bajo	medio
29	Bajo	Bajo	Alto
30	Alto	Bajo	Medio

Tabla 13

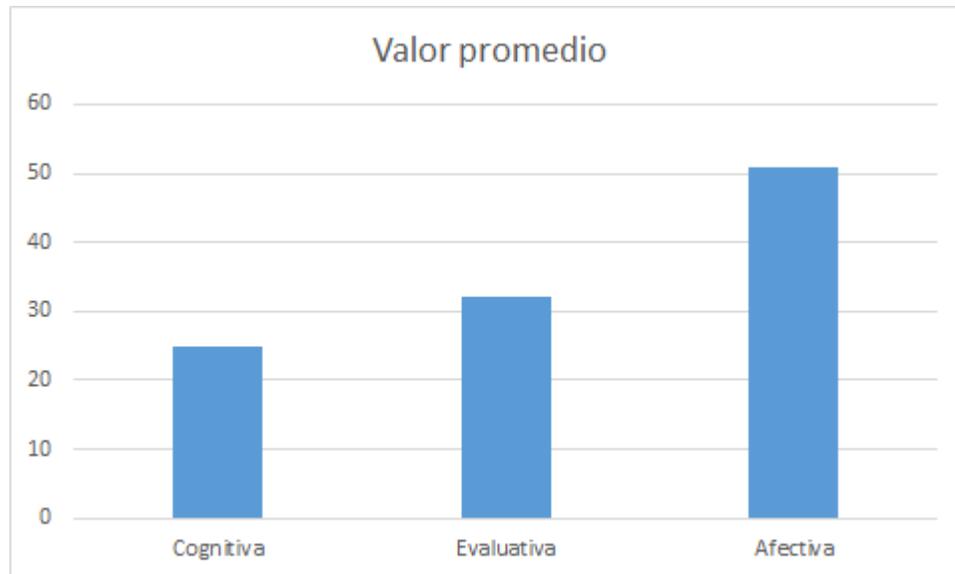
Resultados por dimensiones.

Dimensión	Items	Valor promedio	Categoría
Cognitiva	3	25	Alto
Evaluativa	4	32	Alto
Afectiva	6	51	Alto

En la tabla 13, se puede evidenciar el valor promedio de cada dimensión, se complementa en la gráfica 6 que la dimensión afectiva representa un promedio de 51, la dimensión evaluativa tiene un valor promedio de 32 y en la dimensión cognitiva se evidencia un valor promedio de 25.

Gráfica 6. Valor promedio de dimensión

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal



En este apartado se evidencian los resultados del tercer objetivo, da cuenta de la relación que existe en la identificación grupal y las redes sociales, es determinar la relación que existe entre el uso de redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes del grado 11 de la institución educativa en la ciudad de Buenaventura.

Tabla 14

Uso de redes sociales

Número de Sujetos	Uso de Red Social	Tipo de Red Social
1	Si	Ambas
2	Si	Ambas

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

3	Si	Ambas
4	Si	Instagram
5	Si	Ambas
6	Si	Ambas
7	Si	Ambas
8	Si	Ambas
9	Si	Ambas
10	Si	Ambas
11	Si	Ambas
12	Si	Ambas
13	Si	Ambas
14	Si	Ambas
15	Si	Ambas
16	Si	Instagram
17	Si	Ambas

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

18	Si	Ambas
19	Si	Ambas
20	Si	Ambas
21	Si	Ambas
22	Si	Ambas
23	Si	Ambas
24	Si	Instagram
25	Si	Ambas
26	Si	Instagram
27	Si	Ambas
28	Si	Ambas
29	Si	Ambas
30	Si	Ambas

En la tabla 14 se identificó que tipo de red hacen uso los adolescentes.

Tabla 15

Porcentaje del uso de redes

Tipo de red	Frecuencia
Facebook	0%
Instagram	0,133
Ambas	0,867
TOTAL:	100%

En lo que respecta al tercer objetivo, se realizó un análisis de la relación de las variables del uso de redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes de la institución educativa. Para este fin se aplicó el estadístico de correlación de Pearson, se presentan los resultados de este análisis en la tabla 15.

Tabla 15

Correlación de Pearson entre el uso de redes sociales y la identificación grupal.

	Correlaciones	Uso de redes sociales	Identificación grupal
Redes sociales.	Correlación de Pearson	1,00	,286
	Sign. (bilateral)	30	,125
	N		30
Escala de identificación grupal.	Correlación de Pearson	,286	1,00
	Sign. (bilateral)	,125	
	N	30	30

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

El tratamiento estadístico se realizó utilizando la hoja de cálculo Excel, los datos se presentan en tablas de distribución de frecuencias, en las cuales se aplicó estadística descriptiva; para el cálculo de la correlación se utilizó el programa de Pearson. Hernández, Espinosa, Peñaloza, Rodríguez, Chacón, Toloza, Arenas, Carrillo, Bermúdez (2018) explican el coeficiente de correlación de Karl Pearson de esta manera:

Es una medida considerablemente utilizada en diversas áreas del quehacer científico, desde estudios técnicos, econométricos o de ingeniería; hasta investigaciones relacionadas con las ciencias sociales, del comportamiento o de la salud, un ejemplo de esto se halla cuando se asume que la correlación implica causalidad, confusión en la que se incurre con frecuencia y en la que se ven involucrados, tanto investigadores noveles, como algunos más experimentados (p. 3).

Para interpretar la tabla anteriormente expuesta es necesario conocer lo siguiente: r (correlación de Pearson), Sign (evidencia si el valor dado es estadísticamente significativo, también conocido como significación estadística) y N (número de muestra).

La tabla 15 muestra que la escala de identificación grupal y uso de redes sociales tienen una relación entre sí con un valor de ,125, en otras palabras, no existe relación, es decir que no hay correlación entre las dos variables.

4 r: Correlación de Pearson

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Sig: Significancia estadística

N: Número de muestra

Discusión

Con el presente estudio de investigación se logró interpretar los resultados que se realizaron mediante la información obtenida por medio la escala de identificación grupal como instrumento y de la información de uso de redes sociales adquiridos a partir de la encuesta referida y la información suministrada por docentes del grupo objeto de estudio para comprobar el uso de redes sociales y la relación con la identificación grupal.

Los autores (Hernández, Yáñez y Carrera, 2017, citado por Cienfuegos, 2017) exponen que la adolescencia en particular quizás sea una de esos períodos de la vida en que la frecuencia y utilidad de internet y las redes sociales aporten de manera progresiva, partiendo del control por parte de padres y maestros acerca de qué, cuándo y dónde utilizar las redes sociales sobre todo de aquellas que, como Facebook, ocupa el primer lugar en los rankings de visitas (párr.6).

De acuerdo a lo anterior, se hace referencia al motivo por el cual se llegó a investigar el uso de las redes sociales y la relación con la identificación grupal debido a que se encuentra un mundo en el que las redes se han convertido en una herramienta indispensable para la nueva realidad que es la virtualidad.

(Según Brewer, 1991, citado por Sabucedo, Rodríguez y Fernández, 2001) siguiendo una tradición iniciada por Sheriff en la década de los cincuenta, define la identificación grupal como el resultado de dos procesos diferenciados, por un lado, existe una necesidad de inclusión, de sentirse miembro de algún grupo determinado, de tener un grupo al que considerar como propio, por otro lado, también existe una necesidad de establecer diferencias con otros grupos a los que

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

no pertenecemos, entonces la existencia de esos diferentes niveles de la identificación grupal introduce la obligatoriedad de prestarle la adecuada atención a la dimensionalidad de este concepto (p.2).

En relación con este tema, el uso frecuente de las redes sociales permite que los estudiantes adolescentes se sientan aceptados por el grupo, se fortalece la comunicación y, por ende, logran que estos se sientan identificados con otros; es decir, las redes sociales pueden contribuir en que los adolescentes hagan mejores lazos de comunicación desde las diferentes dimensiones, lo cual ayuda a fortalecer aspectos personales, relaciones interpersonales, además de potencializar herramientas que les permitan estar al pie de esta nueva realidad, como se ha mencionado anteriormente.

De esta forma, se conoce el uso de redes sociales en los adolescentes, a partir de los datos obtenidos por la encuesta aplicada se puede dar cuenta que del uso de redes sociales y la relación con la identificación grupal por parte de los adolescentes de esta institución.

Entonces, en el uso de redes sociales se demuestra que la mayoría de los adolescentes usan las redes y exponen el motivo por el cual las utilizan, de acuerdo a esto la característica que predominó fue el ítem explorar el mundo del entretenimiento, permitiendo hacer un análisis general con las dimensiones de la escala, este resultado se contrasta con los resultados obtenidos por (Baelo, Cantón, 2009 citado por Anguita, Palma) las redes sociales online son un fenómeno interesante en el que se puede ver una clara conexión entre las TIC, la necesidad de

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

comunicación y las relaciones sociales de las personas, las cuales se dan por medio del contacto con los otros, a través de las posibilidades que ofrecen las TIC (p. 8).

Desde el apartado de conceptos teóricos se tienen en cuenta como base la teoría de identidad social que trae consigo un amplio vínculo puesto que es una de las más influyentes en el entorno de la psicología social que nos ha venido tendiendo la mano y que por esto se ha contribuido a entender de cierta forma la dimensión social de la conducta humana.

Por esta razón, se formuló el segundo objetivo específico de esta investigación; el instrumento de identificación grupal, utilizado para el cumplimiento de objetivos de esta investigación, está basado en la teoría de identidad social que propone tres dimensiones, cognitivo, evaluativo y afectivo, a partir de las variables que se busca medir. De modo similar, en el objetivo general que se planteó, se incluyó el instrumento mencionado anteriormente para el proceso de resultados que se ha aplicado sobre el grupo de adolescentes, en este punto es oportuno indicar, tal como lo manifiesta (Morales, 2007, citado por Anguita, Palma) “en que la identidad social vendría siendo el resultado de múltiples procesos cognitivos, evaluativos y emocionales” (p.16).

Los resultados obtenidos al aplicar la escala de Tarrant, permite evidenciar los puntajes de las dimensiones cognitivo, evaluativo y afectivo en general de 30 estudiantes del grado Once de una Institución Educativa, con edades entre 17 y 20 años.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Ahora bien, al validar los resultados con respecto a la dimensión cognitiva se tiene en cuenta que está ubicada en un nivel alto en la puntuación por dimensiones, por lo que los adolescentes contestaron de manera positiva, continuamente, en la segunda dimensión que es la afectiva, se expone como uno de los resultados interpretados en un nivel alto desde la escala analizando que cada estudiante contesta de manera positiva a cada ítems, como última dimensión se presenta la dimensión evaluativa ubicada en el mismo nivel alto, esto se puede comparar con lo presentado en la investigación de (Tajfel 1974, citado por Scandroglio, López San José, 2008) postuló que el comportamiento social de un individuo variaba a lo largo de dos extremos, el intergrupar, en el cual la conducta estaría determinada por la pertenencia a diferentes grupos o categorías sociales; y el interpersonal, en el que la conducta estaría determinada por las relaciones personales con otros individuos y por las características personales idiosincráticas (p.2).

Cabe añadir que, por lo que se observa, efectivamente gran parte de los jóvenes hoy construyen su identidad a partir de la redes sociales, es otro nuevo espacio de socialización como lo ha sido en otros momentos su familia, el colegio, el barrio, el trabajo, es también las redes sociales un espacio virtual grande que ayuda a la consolidación de la identidad y permite una retroalimentación constante en su mundo virtual, esto se compara con los resultados obtenidos por (Baelo, Cantón, 2009, citado por Anguita, Palma) “estos avances tecnológicos, en la actualidad, son usados en diversas áreas, como el trabajo, la educación, la entretención, entre otras” (p.8).

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

A partir de los datos obtenidos, se pudo evidenciar que el uso de redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes, desde un concepto estadístico se apreciaron los resultados interpretados permitiendo plasmar la ausencia de relación entre ambas variables, refutando la idea original del estudio investigativo proyectado por las autoras, se contrasta la idea con la postura (Scandroglio, López San José, 2008) en su estudio, los trabajos mencionados han articulado sus resultados de forma coherente con las propuestas contenidas en la TIS y la TAC, si bien no están libres de una tendencia a la construcción de explicaciones o de categorías, por lo que demuestran que los conceptos no son directamente equiparables (p. 5).

En este punto se puede comparar con los resultados obtenidos por Anguita, Palma (2017) que tenía como objetivo principal conocer el proceso de construcción de identidad social mediante el uso de la red virtual Instagram en un grupo de adolescentes, concluyendo en sus resultados que los adolescentes establecen claras diferencias entre distintas redes sociales representando distintos contextos de interacción social, asociando cada contexto con distintos endogrupos y por lo tanto distintas interacciones e intenciones dentro de cada red, así mismo es relevante mencionar que la penetración de estas redes sociales hace de este tema poco estudiado en función de la identidad social, por lo que respecta un nuevo espacio para futuros investigadores interesados como las autoras del presente proyecto, de acuerdo a esto se verifica los resultados de la encuesta de redes, evidenciando que cada adolescente usa las redes sociales por motivos diferentes pero eso no causa que se sienten fuera del grupo en el que interactúan.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Para concluir, es pertinente mencionar que los datos estadísticos obtenidos permitieron confirmar la hipótesis nula H_0 la cual plantea que el uso de redes sociales no mejora la identificación grupal es decir no se encuentra una relación entre ambas variables, no obstante se puede demostrar que los adolescentes de la mencionada institución se sienten identificados en su grupo y logran tener una comunicación asertiva sin necesidad de aumentar el uso de redes sociales, por esta razón se rechaza la hipótesis alternativa H_a al igual que la hipótesis investigativa H_i pues no se evidencia que a mayor uso de redes sociales mejore o disminuya la identificación grupal.

Finalmente, los resultados obtenidos a nivel general, se contradicen con los encontrados en la investigación realizada por Guzmán, León y Vélez (2014) en su estudio *construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales* concluyendo en sus resultados que se evidencia que las redes sociales fomentan la sociedad del espectáculo y que en ellas el cuerpo se exhibe, es decir que son consumidos por el mundo virtual y no vivencian lo que sucede en su realidad como en el compartir con el grupo.

Conclusiones

En primer lugar, se describieron las características sociodemográficas del presente estudio, luego se reconoció el uso de redes sociales por parte de los adolescentes del instituto mencionado con anterioridad, dando respuesta al segundo objetivo específico de esta investigación, esto se logró gracias a la información que se obtuvo mediante las encuestas aplicadas.

En segundo lugar, se evaluó las dimensiones afectivas, evaluativas y cognitivas de la identificación grupal en los adolescentes de la institución, dando respuesta al segundo objetivo específico, los resultados se exponen anteriormente, de igual manera se evidencia de acuerdo a la puntuación por dimensiones que se encuentran en un nivel alto generalmente.

Para dar respuesta al objetivo general, se evidenció que no existe correlación entre las variables de identificación grupal y uso de redes sociales, la cual comprobó la hipótesis de investigación nula y rechazó las otras hipótesis, objetivo expuesto de la siguiente manera ‘Analizar el tipo de relación existente entre el uso de las redes sociales y la identificación grupal de los Adolescentes del grado 11 en la ciudad de Buenaventura’.

En lo que refiere al marco teórico, se contó con suficientes aportes teóricos los cuales sirvieron de base para el desarrollo de esta investigación, además esta información fue de gran apoyo ya que sirvió para clarificar cierto desconocimiento sobre el tema central de esta investigación, el cual era el nivel de correlación entre las variables ya mencionadas.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Para concluir, se afirma que gracias a este proceso se pudo conocer información la cual aportaron datos que resultaban desconocidos, los cuales generaron un impacto enriquecedor a las autoras y a la institución evaluada.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se recomienda a la institución que:

Se implemente actividades que motiven e incentiven a los estudiantes, para que de este modo se mantenga estable su satisfacción por mantenerse en el grupo.

El uso frecuente de las redes sociales no afecta en las dimensiones cognitiva, evaluativa y afectiva, logrando aumentar de manera favorable a la hora de mejorar la identificación grupal de los estudiantes. Tener una opción que en las instituciones educativas se instruyan tanto a padres como a estudiantes, acerca del uso de las redes sociales, también compartir que aspectos positivos o negativos suelen traer el navegar durante tiempo en el mundo virtual, también es importante que los estudiantes puedan leer documentos que los instruyan para un buen manejo de uso de redes, entre otras, esto favorece mucho para mantener un buen clima académico dentro de la institución.

Se considera pertinente que realicen un análisis constante y detallado del uso de las redes y también de la relación social entre los adolescentes del grupo puesto que anteriormente solo se tenía la opinión de manera verbal sobre estas variables, ya que la falta de claridad de este les puede generar alguna afectación en su estabilidad. De manera similar, las autoras consideran pertinente recomendar que se estudie en profundidad ambas variables.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Por último, para futuros estudios se recomienda analizar también las distintas variables que conlleven a un mayor conocimiento respecto al tema y así tener una visión más amplia de lo que se puede estar presentando a nivel de las dos variables tratadas en la investigación.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta de caracterización

Encuesta sobre el uso de las Redes Sociales

A continuación le presentamos unas preguntas las cuales nos permitirá medir su uso frecuente de Facebook e Instagram. Usted deberá leer y marcar la casilla que crea correspondiente:

***Obligatorio**

-Edad: *

Tu respuesta _____

-Genero: *

Femenino

Masculino

1- ¿Utilizo redes sociales?

Si

No



2- ¿Qué tipo de red social utilizas? *

- Instagram
- Facebook
- Ambas

3- ¿Por que motivo las utilizas? *

- Comunicación con mis amigos.
- Información de noticias nacionales e internacionales.
- Explorar el mundo del entretenimiento.
- Por temas laborales.

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

El formulario se creó en Universidad Antonio Nariño. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios



Apéndice B. Ficha técnica escala de identificación grupal

Ficha técnica

Nombre. Escala de identificación grupal

Autor. Tarrant

Año. 2002

Objetivo. Evaluar por medio de 13 ítems el análisis de las diferentes dimensiones de la identificación grupal de los jóvenes con las redes.

Aplicación. Individual

Duración. 20 minutos

Dimensiones. Cognitivo, afectivo y evaluativo.

Instrucción. A continuación, le presentamos una serie de ítems los cuales nos permitirá medir su identificación grupal. Usted deberá leer y marcar la casilla que crea correspondiente, eligiendo un número entre 0 y 10, en la que 0 significa estar completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo.

Apéndice D. Consentimiento informado psicología

La facultad de psicología de la Universidad Antonio Nariño permite presentar las estudiantes a cargo de realizar un estudio, ambas cursan X semestre identificadas como Lisbeth Camila Aguirre Gómez con cédula de ciudadanía 1.111.818.246 y Luisa Natalia Quintero Ramírez con cédula de ciudadanía 1.053.863.373, cuyo objetivo principal es Analizar el tipo de relación existente entre el uso de las redes sociales y la identificación grupal de los adolescentes del grado 11 de la institución educativa Juan XXIII en la ciudad de Buenaventura.

Para realizar el estudio se seleccionó a un grupo de 30 adolescentes con un intervalo de edades entre 17-20 años. Usted hace parte de ese grupo de personas y por eso se le está invitando para vincularse a este proyecto.

Por favor lea de manera atenta el siguiente documento ya que tiene como objetivo explicar la confidencialidad y el uso de sus datos, así mismo como sus derechos y compromisos. Si tiene alguna inquietud puede consultarla con las psicólogas en formación.

1. USO Y CONFIDENCIALIDAD DE LOS DATOS

Toda la información concerniente a este proyecto, incluyendo un reporte escrito, son confidenciales y no serán divulgadas ni entregadas a ninguna otra institución o individuo sin su premeditado consentimiento, excepto cuando la orden de entrega provenga de una autoridad judicial competente, es necesario quebrantar este principio de confidencialidad en caso de presentarse situaciones que pongan en grave peligro su integridad física o mental o de algún otro miembro de la comunidad de acuerdo a la ley 1090 del 2006 título VII capítulo I.

2. MODELO DE TRATAMIENTO

Se les aplicará una encuesta y una escala, las cuales son: Escala de identificación grupal y encuesta sobre redes sociales.

3. REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Las decisiones sobre la continuidad o suspensión de las actividades programadas por las psicólogas en formación del proyecto abordado son tomadas por usted. Este proceso requiere de su compromiso de puntualidad y participación, además de su colaboración en diligenciar la encuesta y escala, con información personal que será utilizada por las profesionales para la evaluación y procedimiento.

4. DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO

Yo, _____, identificado(a) con la cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad número _____ manifiesto:

- 1) Mi aceptación del proceso de este proyecto ofrecido por el servicio de psicología de la Universidad Antonio Nariño y que me ha sido explicado y entendido por mí y cuyas condiciones generales me ha aclarado la psicóloga en formación.
- 2) Que la información que le brindó a las psicólogas en formación es verdadera y corresponde a mi realidad, ya que sobre dicha información se plantean las propuestas de intervención.
- 3) Que he leído y comprendido íntegramente este documento y en consecuencia acepto su contenido y las consecuencias que de él se deriven y accede a lo anteriormente mencionado.

Firma

Fecha

Apéndice E. Resultado por Dimensiones

A continuación, se dan cuenta de cada uno de los resultados por dimensión

Resultados Dimensión Cognitiva

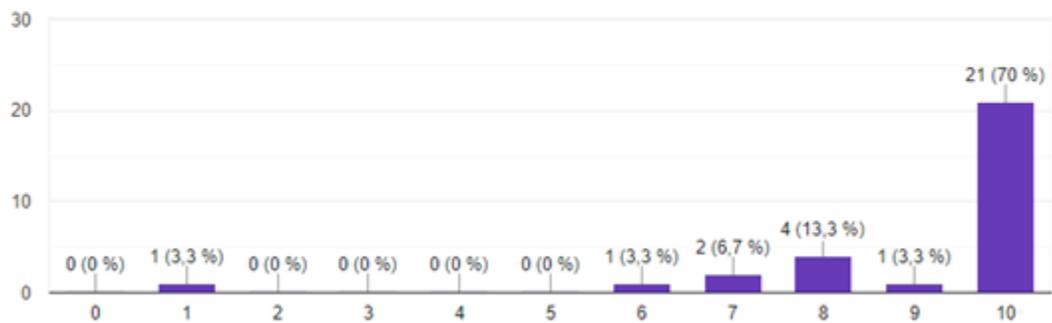
Tabla 16

Pregunta 1. Se siente libre en este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	0	0	0	1	2	4	1	21	0	3,3	0	0	0	0	3,3	6,7	13,3	3,3	70

Se siente libre en este grupo

30 respuestas



Gráfica 7. Se siente libre en este grupo

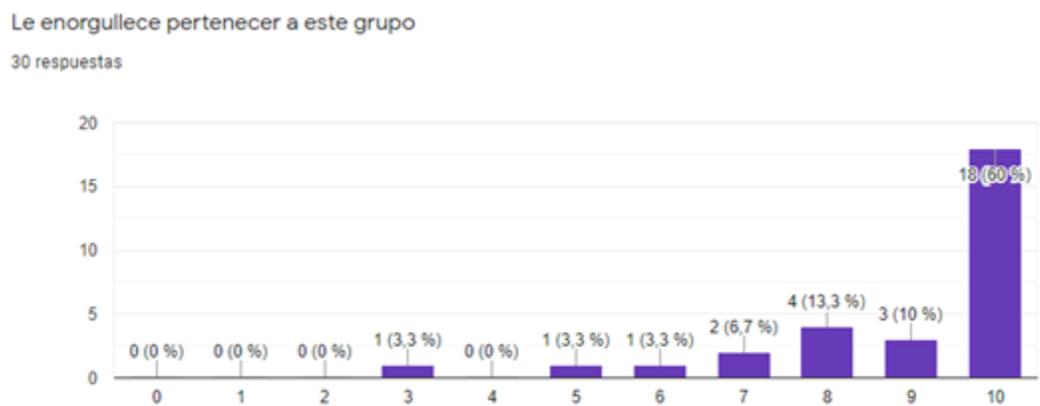
Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Según la gráfica 7 se evidencia que el 70% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo de que se siente libre en el grupo, el 3,3% y 13,3% manifiestan que están muy acuerdo, luego el 6,7% y 3,3% está de acuerdo, por último el 3,3% manifiesta que está muy en desacuerdo.

Tabla 17

Pregunta 2. Le enorgullece pertenecer a este grupo.

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	0	1	1	2	4	3	18	0 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	1 (3,3 %)	0 (0 %)	1 (3,3 %)	1 (3,3 %)	2 (6,7 %)	4 (13,3 %)	3 (10 %)	18 (60 %)



Gráfica 8. Le enorgullece pertenecer a este grupo

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Según la gráfica 8, se logra ver que el 60% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo de que les enorgullece pertenecer a este grupo, el 10% y 13,3% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 6,7% y 3,3% están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta, por último un 3,3% manifiesta estar en desacuerdo.

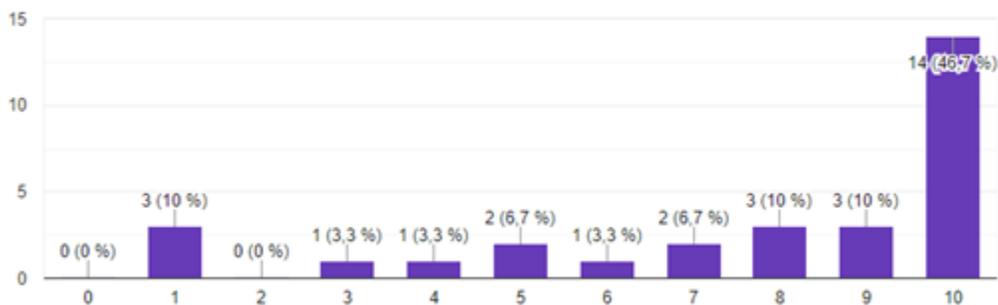
Tabla 18

Pregunta 3. Se siente cómodo con las personas de este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	3	0	1	1	2	1	2	3	3	14	0	10	0	3,3	3,3	6,7	3,3	6,7	10	10	46,7

Se siente cómodo con las personas de este grupo

30 respuestas



Gráfica 9. Se siente cómodo con las personas de este grupo

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Según la gráfica 9 se evidencia que el 46,7 de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que se sientes cómodo con las personas de este grupo, el 10% y 10% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 6,7% y 3,3% están de acuerdo, mientras que otro 6,7% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta, un 6,6% manifiesta estar en desacuerdo, por último un 10% se encuentra muy en desacuerdo.

Resultados Dimensión Evaluativa

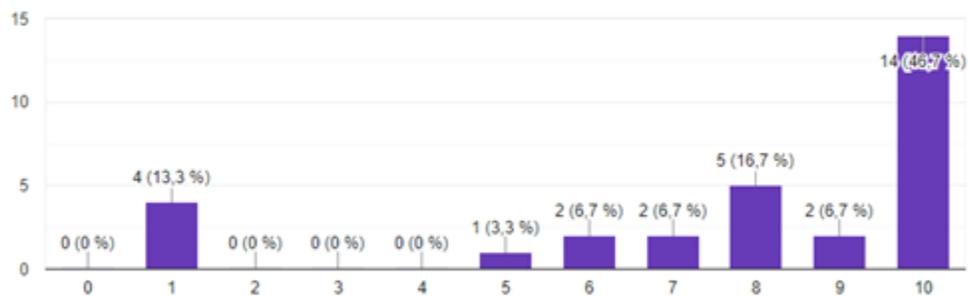
Tabla 19

Pregunta 4. Habla positivamente de este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	4	0	0	0	1	2	2	5	3	14	0	13,3	0	0	0	3,3	6,7	6,7	16,7	6,7	46,7

Habla positivamente de este grupo

30 respuestas



Gráfica 10. Habla positivamente de este grupo

Según la gráfica 10 se evidencia que el 46,7% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo en hablar positivamente de este grupo, el 16,7% y 6,7% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 6,7% y 6,7% están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta, por último un 13,3% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 20

Pregunta 5. Le satisface cuando dice que es parte de este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	2	0	2	4	4	18	0	0	0	0	0	6,7	0	6,7	13,3	13,3	60



Gráfica 11. Le satisface cuando dice que es parte de este grupo

Según la gráfica 11 se evidencia que el 60% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo en que le satisface cuando dice que es parte de este grupo, el 13,3% y 13,3% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 6,7% están de acuerdo, por último un 6,7% manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

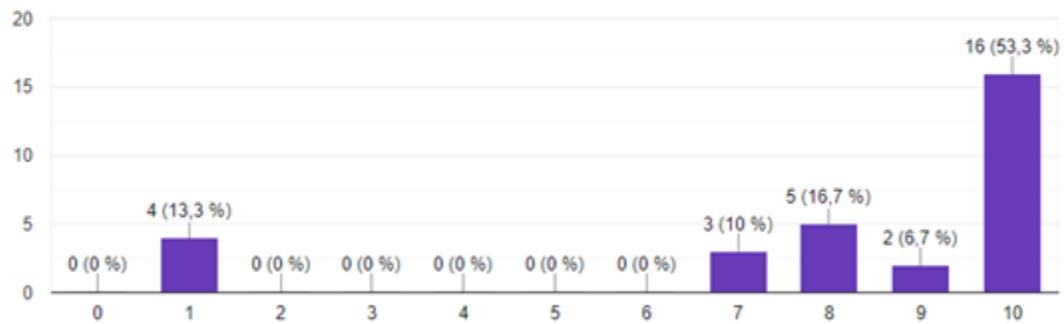
Tabla 21

Pregunta 6. Siente que pertenece a este grupo

Frecuencia											Porcentaje										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	4	0	0	0	0	0	3	5	2	16	0	13,3	0	0	0	0	0	10	16,7	6,7	53,3

Siente que pertenece a este grupo

30 respuestas



Gráfica 12. Siente que pertenece a este grupo

Según la gráfica 12 se logra ver que el 53,3% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo en que sienten que pertenecen a este grupo, el 16,7% y 6,7% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 10% que están de acuerdo, por último un 13,3% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 22

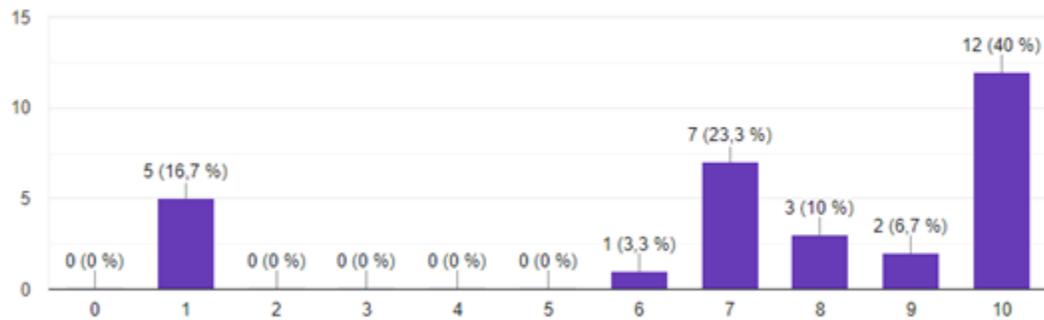
Pregunta 7. Se identifica con algunas personas de este grupo

Frecuencia											Porcentaje										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

0 5 0 0 0 0 1 7 3 2 12 0 16,7 0 0 0 0 3,3 23,3 10 6,7 40

Se identifica con algunas personas de este grupo

30 respuestas



Gráfica 13. Se identifica con algunas personas de este grupo

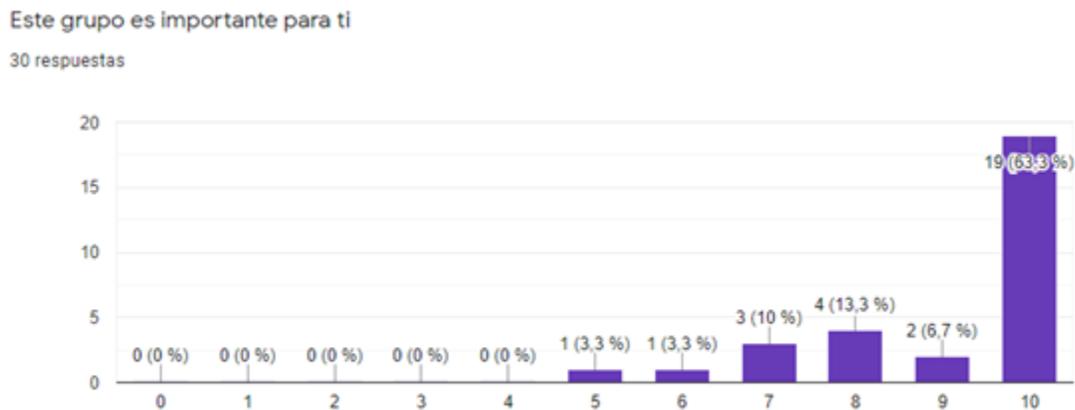
Según la gráfica 13 se logra ver que el 40% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que se identifica con algunas personas de este grupo, el 10% y 6,7% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 23,3% están de acuerdo, por último un 16,7% manifiesta estar en desacuerdo.

Resultados Dimensión Afectiva

Tabla 23

Pregunta 8. Este grupo es importante para ti

Frecuencia											Porcentaje										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	1	3	4	2	19	0	0	0	0	0	3,3	3,3	10	13,3	6,7	63,3



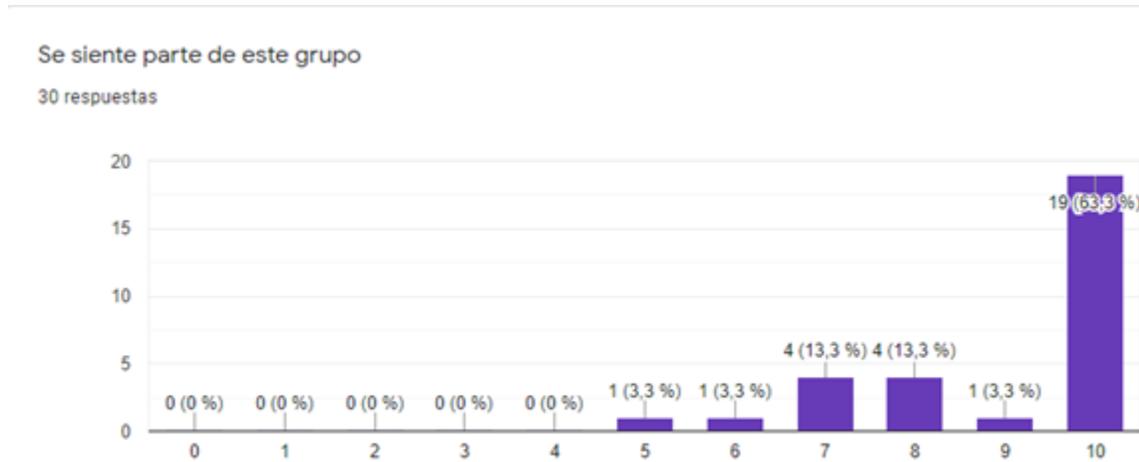
Gráfica 14. Este grupo es importante para ti

Según la gráfica 14 se evidencia que el 63,3% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que el grupo es importante para ti, el 13,3% y 6,7% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 10% están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta.

Tabla 24

Pregunta 9. Se siente parte de este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	1	4	4	1	19	0	0	0	0	0	3,3	3,3	13,3	13,3	3,3	63,3



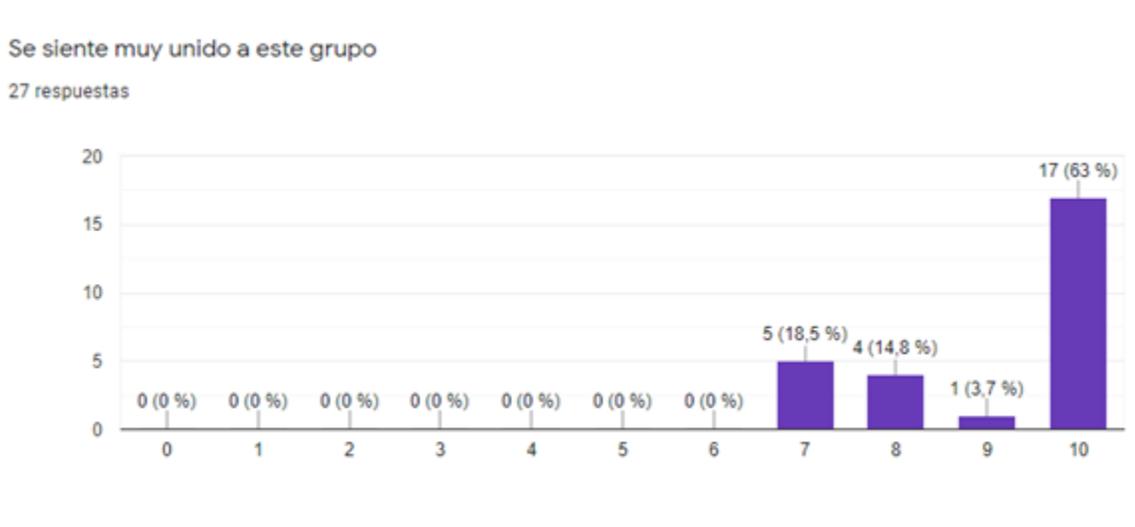
Gráfica 15. Se siente parte de este grupo

Según la gráfica 15 se evidencia que el 63,3% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo de que se siente parte de este grupo, el 13,3% y 3,3% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 13,3% están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta.

Tabla 25

Pregunta 10. Se siente muy unido a este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	5	4	1	17	0	0	0	0	0	0	0	18,5	14,8	3,7	63



Gráfica 16. Se siente muy unido a este grupo

Según la gráfica 16 se evidencia que el 63% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que se siente muy unido a este grupo, el 14,8% y 3,7% manifiestan que están muy de acuerdo, por último un 18,5% manifiesta estar de acuerdo.

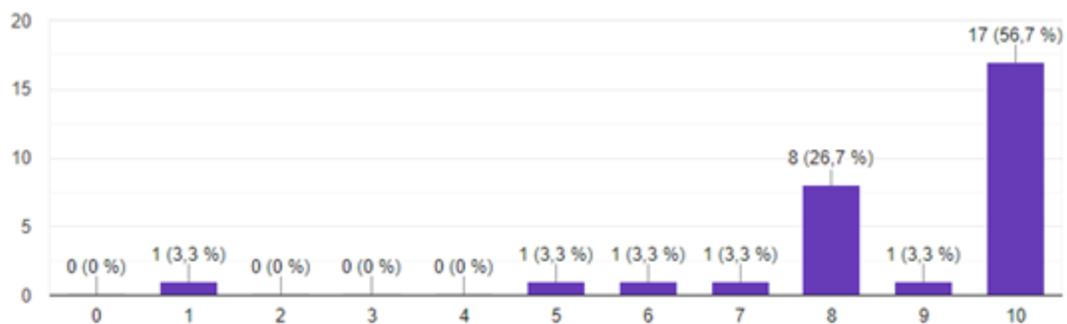
Tabla 25

Pregunta 11. Se siente identificado a este grupo

Frecuencia										Porcentaje											
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	0	0	1	1	1	8	1	17	0	3,3	0	0	0	3,3	3,3	3,3	26,7	3,3	56,7

Se siente identificado a este grupo

30 respuestas



Gráfica 17. Se siente identificado a este grupo

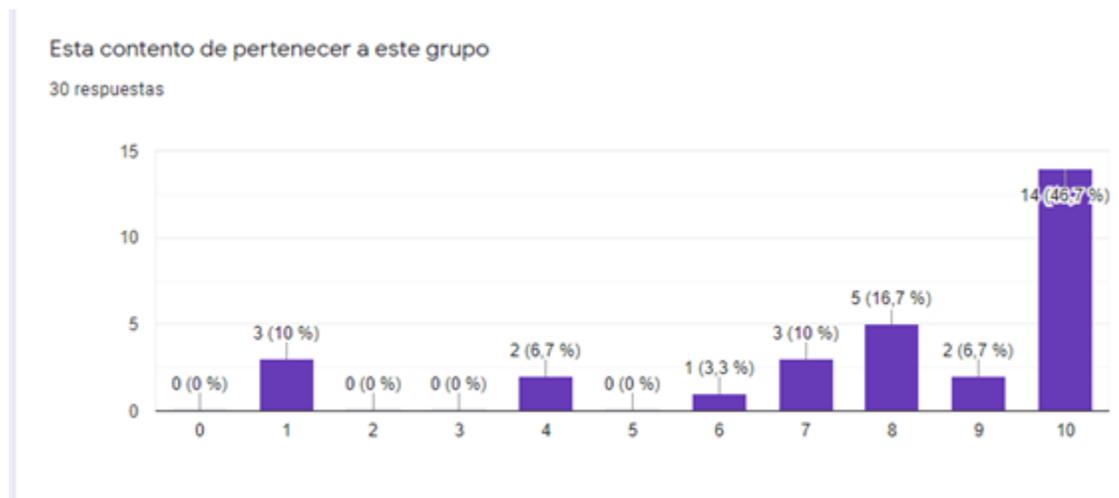
Según la gráfica 17 se evidencia que el 60% Según la gráfica 8, se logra ver que el 56,7% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo de sentirse identificado a este grupo, el 26,7% y 3,3% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 3,3%

están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta, por último un 3,3% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 26

Pregunta 12. Está contento de pertenecer a este grupo

Frecuencia											Porcentaje										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	3	0	0	2	0	1	3	5	2	14	0	10	0	0	6,7	0	3,3	10	16,7	6,7	46,7



Gráfica 18. Está contento de pertenecer a este grupo

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Según la gráfica 18 se evidencia que el Según la gráfica 8, se logra ver que el 46,7% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que está contento de pertenecer a este grupo, el 16,7% y 6,7% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 10% están de acuerdo, mientras que un 6,7% está en desacuerdo, por último un 10% manifiesta estar en desacuerdo.

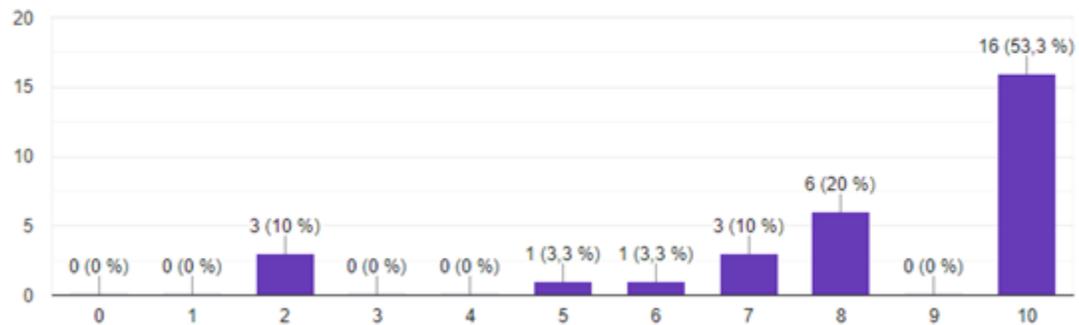
Tabla 27

Pregunta 13. Se ve como una parte importante de este grupo

Frecuencia											Porcentaje										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	3	0	0	1	1	3	6	0	16	0	0	10	0	0	3,3	3,3	10	20	0	53,3

Se ve como una parte importante de este grupo

30 respuestas



Gráfica 19. Se ve como una parte importante de este grupo

Según la gráfica 19 se evidencia que el 53,3% de los adolescentes indican que están completamente de acuerdo que se ve como una parte importante de este grupo, el 20% manifiestan que están muy de acuerdo, siguiéndoles el 3,3% y 10% están de acuerdo, mientras que otro 3,3% no están ni de acuerdo ni desacuerdo con la pregunta, por último un 10% manifiesta estar en desacuerdo.

Referencias

101 términos de investigación científica. (2007, 15 agosto). Espacio Virtual.

[https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/#:~:text=42\),se%20desea%20obtener%20alguna%20informaci%C3%B3n%E2%80%9D](https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/#:~:text=42),se%20desea%20obtener%20alguna%20informaci%C3%B3n%E2%80%9D)

Anguita, M., & Palma, I. (2019). CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DEL USO DE INSTAGRAM. *Red Bibliotecas*, 20.

<http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2457/1/Anguita%20Anguita%2C%20Mat%3ADas%20Eduardo.pdf>

Bolaños, Figueroa. (2017). *CLIMA ORGANIZACIONAL E IDENTIFICACIÓN*

ORGANIZACIONAL EN EMPLEADOS DE UNA EMPRESA DE LA CIUDAD DE CALI [Archivo PDF].

Cava, M., Buelga, S., Herrero, J., & Musitu, G. (2011). Estructura factorial de la adaptación española de la Escala de Identificación Grupal de Tarrant. *Psicothema*, 23(4), 1.

<https://www.uv.es/~lisis/gonzalo/12estructurafactorial.pdf>

Chala, L., & Matoma, L. V. (2013, junio). *LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN LA ADOLESCENCIA*. Repositorio pedagogía.

<http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/2535/TE-16019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

- Cmf, W. D. M. (2021, 17 febrero). *La teoría de Erik Erikson: Las etapas del desarrollo psicosocial*. Web del Maestro CMF. <https://webdelmaestrocmf.com/portal/la-teoria-de-erik-erikson-las-etapas-del-desarrollo-psicosocial/>
- Colombia, C. T. E.-. (2018, 13 agosto). *Así usan redes sociales los niños y jóvenes en Colombia*. En TIC confío. <https://www.enticconfio.gov.co/Asi-usan-redes-sociales-los-ninos-y-jovenes-en-colombia>
- D. (2017, 5 abril). *Redes sociales e identidad personal | KubernÉtica*. KubernÉtica | Revista. <https://www.santiagokoval.com/2012/10/25/redes-sociales-e-identidad-personal/>
- Del Barrio Fernández, A., & Ruiz, I. (2014, 30 marzo). *LOS ADOLESCENTES Y EL USO DE LAS REDES SOCIALES*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf>
- E. (2021, 20 enero). *El papel de las Redes Sociales en el desarrollo de la identidad de los adolescentes (Parte I)*. kids and teens online. <https://kidsandteensonline.com/2014/01/08/el-papel-de-las-redes-sociales-en-el-desarrollo-de-la-identidad-de-los-adolescentes-parte-i/>
- Eddy, L. (2014, mayo). *La identidad del Adolescente. Como se construye* (N.º 2). <https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/02-01%20Mesa%20debate%20-%20Eddy.pdf>

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Estructura y funcionalidad de la familia durante la adolescencia: relación con el apoyo social, el consumo de tóxicos y el malestar psíquico. (2007, 1 febrero). ScienceDirect.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656707708405>

EUROPA PRESS. (2012, 26 marzo). *El 96% de los jóvenes usa internet, la mayoría a diario y el 83% utiliza redes sociales.* www.20minutos.es - Últimas Noticias.

<https://www.20minutos.es/noticia/1350975/0/>

Europa press. (2019, 23 enero). *El 92% de adolescentes tiene perfil en redes sociales que usan para sentirse integrados.* europapress.es.

<https://www.europapress.es/epsocial/igualdad/noticia-mas-90-adolescentes-espanoles-tiene-perfil-propio-redes-sociales-usan-sentirse-integrados-20190122121310.html>

Fandos, M. (2003, octubre). *Formación basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación: Análisis didáctico del proceso de enseñanza-aprendizaje.*

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1.pdf?sequence=5&isAllo

Guzmán, C., López, C. V., & Vélez, D. (2014, septiembre). *CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE LOS Y LAS JÓVENES EN LAS REDES VIRTUALES.* http://www.contextos-revista.com.co/Revista%2012/A2_1construccion%20de%20identidad%20de%20los%20y%20las%20jovenes%20en%20las%20redes%20virtuales.pdf

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

- Hernández, K., Yanez, J., & Carrera, A. (2017, abril). *LAS REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIAS. REPERCUSIÓN EN LA ACTIVIDAD FÍSICA*. SciELO.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200033
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.^a ed.) [Libro electrónico]. McGraw-Hill Education.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Izco, E., Portilla, M., Perez, L., & Francisco, J. (2007). *Los adolescentes en la planificación de medios: segmentación y conocimiento del target*. Instituto de la Juventud (INJUVE).
- Krauskopf, D. (2000, enero). *PARTICIPACION SOCIAL Y DESARROLLO EN LA ADOLESCENCIA* (N.º 2). UNFPA.
http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Participaci%C3%B3n%20Social%20y%20Adolescencia%20Dina%20Krauskopf_0.PDF
- Lillo, J. (2004). *CRECIMIENTO Y COMPORTAMIENTO EN LA ADOLESCENCIA*1. *Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 3.
<https://www.redalyc.org/pdf/2650/265019660005.pdf>

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Lobato, R. M. (2019, 6 junio). *¿Sabes qué es la psicología social y por qué es tan importante?*

La Mente es Maravillosa. <https://lamenteesmaravillosa.com/sabes-que-es-la-psicologia-social-y-por-que-es-importante/>

Mario Orlando Suárez Ijujes, Monografias.com. (2013). *Coefficiente de correlación de Karl*

Pearson - Monografias.com. Monografias.

[https://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-](https://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-pearson/coeficiente-correlacion-karl-pearson.shtml#:~:text=Los%20coeficientes%20de%20correlaci%C3%B3n%20son,%20ADmite%20%2B1%20y%20%2D1)

[pearson/coeficiente-correlacion-karl-](https://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-pearson/coeficiente-correlacion-karl-pearson.shtml#:~:text=Los%20coeficientes%20de%20correlaci%C3%B3n%20son,%20ADmite%20%2B1%20y%20%2D1)

[pearson.shtml#:~:text=Los%20coeficientes%20de%20correlaci%C3%B3n%20son,%20ADmite%20%2B1%20y%20%2D1](https://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-pearson/coeficiente-correlacion-karl-pearson.shtml#:~:text=Los%20coeficientes%20de%20correlaci%C3%B3n%20son,%20ADmite%20%2B1%20y%20%2D1)

Martínez, J. (2009). *LA PERSONA COMO SER RACIONAL, AFECTIVO Y SOCIAL*. Recursos Educación.

http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena1/quincena1_contenidos_1.htm

Medina, R. K. (2021, 21 abril). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2019 y*

2020. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2019-y-2020/>

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Mercado, A., & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva.

SciELO, 17(53), 2. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010

Mite, H. K. D. (2017, abril). *LAS REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIAS: REPERCUSIÓN EN*

LA ACTIVIDAD FÍSICA. SciELO.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200033

Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2009). *Desarrollo Humano* (Undécima edición). McGraw-Hill Education.

Pérez, M. (2006). *Desarrollo de los Adolescentes III Identidad y Redes Sociales* [Libro electrónico].

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/Libros_Adolescencia.pdf

Pérez-Torres, V. (2018, 1 abril). *Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente*.

Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/158/15854832007/html/index.html>

Piedrahita, D., & Parra, M. (2018, junio). *ANALISIS DE LA CONSTRUCCION DE IDENTIDAD EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM EN LAS MUJERES ENTRE 18 Y 21 AÑOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE - CALI*.

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10377/T08044.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

R. (2020, 11 diciembre). *6 características de los influencers digitales*. Antevenio.

<https://www.antevenio.com/blog/2016/06/6-caracteristicas-de-los-influencers-digitales/>

Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación* [Archivo PDF].

<file:///C:/Users/natal/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475.pdf>

Rios, Sigifredo. (2006). *La teoría y su función en los tres modelos de investigación* [Archivo

PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/3578/357835619004.pdf>

Rojas, A. (2021, 23 abril). *POBLACIÓN Y MUESTRA*. Blogger.com.

[http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Tamayo%20y%20Tamayo%20\(2006\)%2C,176](http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Tamayo%20y%20Tamayo%20(2006)%2C,176)

Sabucedo, J., Rodríguez, M., Casal, & Fernández, C. (2001). IDENTIFICACION GRUPAL,

EFICACIA Y PROTESTA POLITICA. *Psicología Política*, 2–6.

<https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N23-6.pdf>

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Sammarco, P. (2021, 12 abril). *Descubre todo sobre las redes sociales [2021]*. The Social Media Family. <https://thesocialmediafamily.com/redes-sociales/>

Sánchez, E. (2017). *La crisis de identidad en la adolescencia a través de Alicia en el País de las Maravillas y Alicia a Través del Espejo de Lewis Carroll*.
<http://webs.ucm.es/BUCM/revcul//e-learning-innova/187/art2651.pdf>

Scandroglio, B., López, J., & San Jose, M. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20, 2.
<http://www.psicothema.es/pdf/3432.pdf>

Vista de Las redes sociales ¿Para Qué? | Psicología desde el Caribe. (1999, Enero). Revista psicológica de la Universidad del Norte.
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/psicologia/article/view/754/5253>

World Health Organization. (2015, 1 diciembre). *Desarrollo en la adolescencia*. Organización Mundial de la Salud.
https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/

Zárate, J. (2014). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *SciELO*, 5. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-88572015000200007

Uso de Redes Sociales y su Relación con la Identificación Grupal

Zuckerman, M. (2019, 4 diciembre). *Influencer Marketing: Millennials y Centennials*. Blogs.

<https://blog.digimind.com/es/insight-driven-marketing/influencer-marketing-millennials-y-centennials>