



ALUMNO: Velasco Hernández Leticia Alejandra.

MATERIA: Taller de elaboración de tesis.

CATEDRATICO: María del Carmen Cordero Gordillo.

9o de Psicología.

COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS 11 DE JUNIO 2020.

PASION POR EDUCAR

INDICE TENTATIVO.

Capítulo I.

INTRODUCCIÓN.

1.1 Planteamiento del problema.

1.1.1 Preguntas de investigación.

1.2 Objetivos.

1.3 Justificación.

1.4 Hipótesis.

1.4.1 Variables.

1.5 Metodología.

1.5.1 Ubicación.

Capítulo II: orígenes y evolución.

2.1 Antecedentes históricos de las redes sociales.

2.2 Orígenes de Instagram.

2.2.1 Visión general de las consecuencias de Instagram.

2.3 Visión histórica de la ansiedad en adolescentes.

2.3.1 Antecedentes históricos de la ansiedad que provocan las redes sociales.

2.3.2 Antecedentes de la ansiedad que provoca Instagram.

2.4 Que adolescentes han sido afectados mas por la red social de Instagram.

2.4.1 Hasta que punto a sido afectada la salud mental los adolescentes por Instagram.

Capítulo III: Marco teórico y conceptual.

3.1 Perspectiva general de la teoría de l personalidad neurótica de Karen Horney.

3.1.2 Necesidad neurótica de reconocimiento o prestigio social.

3.1.3 Necesidad neurótica de admiración.

3.1.4 Necesidad neurótica de afecto y aprobación.

3.2 Visión general de la teoría de desarrollo psicosocial de Eric Erikson.

- 3.2.1 Estadio de identidad vs confusión de roles.
- 3.3 Visión de la teoría de jerarquía de necesidades Maslow.
 - 3.3.1 Necesidades estéticas.
- 3.4 Visión general de las redes sociales para Celaya.
 - 3.4.1 ¿Qué es Instagram?
- 3.5 Definición de influencia
- 3.6 Que son los estereotipos según diferentes autores.
- 3.7 Significado de adolescencia.
 - 3.7.1 Definición de cambios psicológicos en la adolescencia.
- 3.8 Definición de salud mental.
 - 3.8.1 ¿Que es la ansiedad?.
 - 3.8.2 Significado de autoestima.
 - 3.8.3 Depresión.
 - 3.8.4 Que es el estrés.
 - 3.8.5 Autoestima.

CAPITULO III: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.

3.1 Perspectiva general de la teoría de las 10 necesidades neuróticas de Karen Horney.

Las tendencias son inconscientes, aunque la persona puede tener consciencia de sus efectos. De este modo, se atribuirá a sí mismo determinados rasgos del carácter (por ejemplo, puede llegar a advertir que tiene una necesidad de afecto o perfección), pero nunca se da cuenta hasta que punto está bajo el dominio de esos impulsos, hasta que punto determinan su vida.

Son compulsivas: Esta característica se expresa en dos formas: primero, sus objetivos son perseguidos indiscriminadamente y estos con un menosprecio de la realidad y por el verdadero interés personal. Segundo, se produce una reacción de angustia tras la frustración.

Horney hace la siguiente distinción entre los sentimientos normales y las tendencias neuróticas : “las actividades neuróticas son casi una caricatura de los valores humanos a los que se asemeja. Les falta espontaneidad y sentido”(Horney,1960). Además, las tendencias neuróticas no representan lo que la persona desea verdaderamente, sino el sujeto es arrastrado a realizar algo que el no quería.

Las tendencias neuróticas influyen notablemente en el carácter de la persona. Estas tendencias obligan al sujeto a crearse ciertas actitudes, sentimientos y tipos de conducta subsidiarias tendientes a suprimir el conflicto, que causan un gasto de energía tal que impiden a la persona la expresión de sus capacidades. Puede presentarse una indecisión ante todo, una ineficacia general y/o una inercia general.

Las tendencias también influyen en la imagen que tiene una persona de lo que es o debiera; todos los neuróticos son inestables en su autoevaluación, que va de un imagen hipertrofiada a una disminuida de sí mismo.

Las necesidades neuróticas proporcionan una salida a las calamidades iniciales, prometiendo que se podrá afrontar la vida, pese a las relaciones perturbadas consigo mismo y con los demás, pero también producen perturbaciones nuevas: ilusiones sobre el mundo, sobre uno mismo, inhibiciones. Al principio son una salida, pero después proporcionan nuevos conflictos.

3.1.2 Necesidad neurótica de reconocimiento o prestigio social.

La autoevaluación depende por completo de la aceptación pública; todas las cosas y las personas se evalúan sólo en términos del valor del prestigio.

Somos criaturas sociales, así como sexuales, y nos gusta ser apreciados por los demás. Pero estas personas están sobrepreocupadas por las apariencias y la popularidad. Temen ser ignorados

Esta necesidad lleva a que una persona organice toda su vida en torno al “qué dirán” o “qué dicen” los otros. Se preocupa irracionalmente por la apariencia, al punto en que puede meterse en líos para, por ejemplo, tener ropa de marca, o el mejor auto.

Esta red social se caracteriza por las personas que suben las mejores fotos pero en ellas portando cosas extravagantes, caras y muy boitas, lo cual ayuda a detallar la imagen con marcas muy reconocidas.

En instagram se pueden ver a chicas usando un bolso de 20 000 pesos, los zapatos mas caros y mas nuevos, la mejor ropa y el mejor maquillaje, claro que enseñar todas esas cosas hace a las demas chicas deseosas de estos articulos ya que es sinonimo de popularidad y prestigio.

3.1.3 Necesidad neurótica de admiración:

Imagen exagerada del yo; necesidad de ser admirado no por lo que uno posee o presenta al ojo público, sino por el yo imaginado.

Es similar a la necesidad de reconocimiento, pero en este caso el énfasis no está en ser aprobado por los demás, sino que además demanda que los otros le exalten. Quieren ser el primero que da la respuesta, el que más colabora, el que mejor cumple.

En Instagram no solo hay chicas con las cosas más caras y bonitas, sino también hay modelos con el mejor cutis y cuerpo, esto ha causado que muchas chicas se sometan a cirugías, se obsesionen con el ejercicio y se sientan frustradas.

Podemos relacionar esto también que en Instagram ya que la mayoría de adolescentes se enfocan en subir una imagen con su mejor pose o mejor selfie lo cual hace que ellas tengan la necesidad de ser admiradas.

Otra de las causas que también puede llevar el deseo de ser admiradas es que muchas de estas chicas se obsesionan con su cuerpo y esto puede causar anorexia y bulimia.

Se considera que todas las personas siempre buscan subir la mejor fotografía suya, pero la necesidad de admiración a veces lleva a otro extremo donde se puede ver comúnmente en Instagram que muchas de las chicas hacen encuestas en Instagram para ver si les gusta la foto o para que les dejen sus comentarios de lo que les gusta de la fotografía y sentirse alagadas, entre más comentarios y likes tenga la foto mejor.

Otro punto importante es que también existen muchas adolescentes que se califican de acuerdo a los likes de su fotografía, es decir que su autoestima depende de esto, muchas veces se nota que entre más seguidores tengan más seguras se sienten.

3.1.4 Necesidad neurótica de afecto y aprobación.

La necesidad compulsiva de recibir afecto es una característica común dentro de las personas que sufren de un cuadro y es "uno de los más fieles signos de la angustia reinante y de su intensidad aproximada"(HORNEY, 1946,p.96). Se caracteriza por una fuerte necesidad de agradar a los demás, ser querido y recibir aprobación por parte del prójimo. Se vive de manera automática, de acuerdo a las esperanzas, opiniones y deseos de los demás ,temiéndose la hostilidad de los demás.

El neurótico que está en busca de afecto presenta una hostilidad encubierta que interfiere en todas sus relaciones, haciéndolas fracasar, sin que el neurótico sepa porque . Esto lo lleva a concluir que la culpa de sus fracasos se encuentra en los otros, lo que lo lleva a buscar compulsivamente ese amor que no encuentra. Frente a esto el neurótico se enfrenta a la disyuntiva de ser incapaz de amar y de necesitar urgentemente del amor de los demás.

Este tipo de neurótico que busca el amor no se percata de su necesidad imperiosa de amar y ser amado. "La mayoría confunde su necesidad del prójimo con una presunta disposición al amor, ya sea por señalada persona o por la humanidad en general" (HORNEY, 1946, p.101). Ellos tienen que mantener esta impresión, pues de lo contrario, develarían su hostilidad hacia el mundo. No es posible amar y odiar al mismo tiempo por lo que su disposición hostil debe estar alejada de la conciencia. "La ilusión del amor, aunque resultado de un comprensible equivoco entre el autentico apego y la necesidad neurótica, cumple la indudable función de permitir la conquista del cariño."(HORNEY, 1946, p.101).

Dentro de su búsqueda de afecto el neurótico encuentra, además, otra dificultad: a pesar de obtener el cariño buscado, es incapaz de aceptarlo. La aceptación del cariño que le es entregado es solo temporal. Esto esta dado por que estas muestras

de afecto se enfrentan con su desconfianza y hostilidad interna desencadenando .

Esta desconfianza lo lleva a no creer en ellas, pues está convencido de que el no puede ser amado por nadie. Esto está dado por que su "convicción de ser indigno del amor se vincula íntimamente con la incapacidad de sentirlo y, en realidad es un reflejo consciente de ésta."(HORNEY, 1946, p.102) .

Cualquier entrega de cariño será recibida con desconfianza llegando a creer el neurótico que esta obedece a intereses ocultos, e incluso la entrega efusiva de cariño es recibida como un insulto hacia él, pues no le es posible aceptar que alguien sienta algún sentimiento positivo hacia él. Es común que a ciertos neuróticos la expresión de afecto pueda provocarles un cuadro de ansiedad. "un neurótico inclusive puede experimentar autentico terror cuando se halla a punto de comprender que alguien le ofrece sincero cariño o amor."(HORNEY, 1946, p.102).

3.2 Visión general de la teoría de desarrollo psicosocial de Eric Erikson.

Erikson reinterpretó las fases psicosexuales elaboradas por Freud 4,5 y enfatizó, según Engler³ los aspectos sociales de cada una de ellas en cuatro aspectos principales: a) incrementó el entendimiento del 'yo' como una fuerza intensa, vital y positiva, como una capacidad organizadora del individuo con poder de reconciliar las fuerzas sintónicas y las distónicas, así como de solucionar las crisis que surgen del contexto genético, cultural e histórico de cada individuo; b) explicitó profundamente las etapas de desarrollo psicosexual de Freud, integrando la dimensión social y el desarrollo psicosocial; c) extendió el concepto de desarrollo de la personalidad para el ciclo completo de la vida, de la infancia a la vejez; d) exploró el impacto de la cultura, de la sociedad y de la historia en el desarrollo de la personalidad.

La perspectiva de Erikson fue organizar una visión del desarrollo del ciclo completo de la vida de la persona humana, extendiéndolo en el tiempo, de la infancia a la vejez, y en los contenidos, el psicosexual y el psicosocial, organizados en ocho estadios. Cada estadio integra el nivel somático, psíquico y ético social y el principio epigenético; comprende un conjunto integrado de estructuras operacionales que constituyen los procesos psicosexuales y psicosociales de una persona en un momento dado.

Para cada estadio, Erikson, atribuye una característica central básica y una crisis básica psicosocial dialéctica. Cada estadio tiene una potencialidad sintónica específica para superar el potencial de su antítesis. Las fuerzas se contraponen dialécticamente, de forma que la resolución de cada crisis resulta en la emergencia de fuerza básica o cualidad. A su vez, la fuerza simpática también presenta una contradicción antipática que permanece como constante amenaza para la persona y para el orden social

3.2.1 Estadio de identidad vs confusión de roles.

Estadio: identidad versus confusión de roles - fidelidad y fe
Adolescencia: de 12 a 20 años

El período de la pubertad y de la adolescencia se inicia con la combinación del crecimiento rápido del cuerpo y de la madurez psicosexual, que despierta intereses por la sexualidad y formación de la identidad sexual.

La integración psicosexual y psicosocial de esta etapa tiene la función de la formación de la identidad personal en los siguientes aspectos: a) identidad psicosexual por el ejercicio del sentimiento de confianza y lealtad con quien pueda compartir amor, como compañeros de vida; b) la identificación ideológica por la asunción de un conjunto de valores, que son expresados en un sistema ideológico o en un sistema político; c) la identidad psicosocial por la inserción en movimientos o asociaciones de tipo social; d) la identidad profesional por la selección de una

profesión en la cual poder dedicar sus energías y capacidades de trabajo y crecer profesionalmente; y e) la identidad cultural y religiosa en la que se consolida su experiencia cultural y religiosa, además de fortalecer el sentido espiritual de la vida. La fuerza distónica es la confusión de identidad, de roles, la inseguridad y la incertidumbre en la formación de la identidad.

La relación social significativa es la formación de grupo de iguales, por el cual el adolescente busca la sintonía e identificación afectiva, cognitiva y comportamental con aquellos con los cuales puede establecer relaciones autodefinitorias; superar la confusión de roles; establecer relaciones de confianza, estabilidad y fidelidad; consolidar las formas ideológicas o las doctrinas totalitarias y enfrentar la realidad de la industrialización y globalización.

La fuerza específica que nace de la constancia en la construcción de la identidad es la fidelidad y la fe. La fidelidad es la solidificación y asunción de los contenidos y proceso de su identidad, una vez establecida como proyecto de vida, son resumidos en la frase: "Yo soy el que puedo creer fielmente." un justo equilibrio entre la formación de la identidad y la confusión alimenta la búsqueda constante de nuevos estadios de perfeccionamiento del amor, de la profesión, de la cultura y de la fe.

Este proceso puede extenderse a través del tiempo previsto. El principio del orden social elaborado en la adolescencia es la orden ideológica, una visión de mundo, de sociedad, de cultura y de fe como fundamento teórico de la cosmovisión personal. Las instituciones, detentoras de las ideologías culturales, políticas y religiosas, tienen la función importante de inspirar a los adolescentes en la formación de su proyecto de vida, profesional e institucional. En el afán de superar su confusión el adolescente puede unirse a formas ideológicas totalitarias por las cuales se deja atraer. (antonio, 2005)

3.3 Visión de la teoría de jerarquía de necesidades Maslow.

La “Teoría de la Motivación Humana”, propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Colvin; Rutland 2008).

La caracterización de la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow es la siguiente (resumido de Simons, Irwin y Drinnien 1987; Boeree 2006; Feist y Feist 2006), Necesidades fisiológicas: son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.

- Necesidades de seguridad: cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades orientadas hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades se encuentran cosas como: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal.

- Necesidades de amor, afecto y pertenencia: cuando las necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación. En la vida diaria, estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o simplemente asistir a un club social.

- Necesidades de estima: cuando las tres primeras clases de necesidades están medianamente satisfechas, surgen las llamadas necesidades de estima orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor. En este particular, Maslow señaló dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

- Necesidades de auto-realización: son las más elevadas y se hallan en la cima de la jerarquía; Maslow describe la auto-realización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, es el cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica; de esta forma una persona que está inspirada para la música debe hacer música, un artista debe pintar, y un poeta debe escribir.

Además de las cinco necesidades antes descritas, Maslow también identificó otras tres categorías de necesidades: las estéticas, las cognitivas y las de auto-trascendencia (Feist y Feist 2006), lo que dio origen a una rectificación de la jerarquía de necesidades.

3.3.1 Necesidades estéticas.

No son universales, pero al menos ciertos grupos de personas en todas las culturas parecen estar motivadas por la necesidad de belleza exterior y de experiencias estéticas gratificantes.

Muchos hombres y mujeres sienten necesidad de orden, simetría y belleza en todo lo que captan. Por eso, miles de anuncios presentan seres humanos, objetos y paisajes bellos y armónicos. Ocupan los primeros lugares los anuncios sobre bebidas. (Angarita, s.f.)

Los estereotipos de belleza hacen que las personas cada vez necesiten verse bien la mayoría del tiempo las personas se la pasan buscando un nuevo look, nueva ropa, incluso se someten a cirugías, la necesidad estética también busca la admiración de las demás personas, claro que una persona debe verse bien, pero siempre y cuando no lleven al límite esta necesidad.

En Instagram se puede ver que la mayoría de personas buscan satisfacer esta necesidad y buscan cualquier manera para lograrlo, ya que se observa que constantemente buscan cuidarse el cuerpo, llevar una vida saludable, cuidarse la piel con los mejores productos, eso es válido ya que no lo llevan al extremo, hay que tener un equilibrio entre lo sano y lo excesivo.

3.4 Visión general de las redes sociales para Celaya.

La actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Es decir, ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología

Las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre, y sin lugar a dudas esta dinámica es trasladada a las organizaciones, las cuales como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno. Desde luego, la forma en que estas interactúan, al igual que en el caso de los seres humanos, puede darse en una dinámica natural y espontánea, o bien dentro de un esquema direccionado y estratégico.

En el segundo caso, los resultados de esa interacción obedecerán a objetivos específicos y procurarán la transmisión de ideas claras, asertivas y consistentes con los intereses de la organización y sus diversos públicos meta, garantizando así la fluidez y eficacia de sus mensajes. Desde este punto de vista, la comunicación siempre ha estado compuesta por los mismos elementos. Es decir, el esquema básico de emisor, mensaje, canal y receptor o perceptor, no ha variado en esencia, aunque, claro está, siempre hay elementos circundantes que han sido sujeto de análisis y estudio, tanto en el ámbito de la semiótica como de las relaciones causa-efecto en el marco de las teorías del comportamiento humano, los canales de comunicación y las variables tecnológicas entre otros muchos factores.

En este sentido, uno de los elementos que nos llama a la reflexión en el marco de este encuentro es justamente la característica de los nuevos medios, canales y técnicas de comunicación. Bajo esta perspectiva, es importante destacar que hay ciertos hitos en la historia que han marcado a la humanidad en el desarrollo de sus procesos de comunicación. El primero y más notorio fue el surgimiento de la escritura, cuyos primeros pasos datan del IV milenio antes de Cristo aproximadamente y, desde luego, previo a esto, la concepción de códigos comunes que

(blogs, wikis, etc). La principal regla en este último grupo es que no hay reglas; es decir, no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios.

En razón de lo anterior, las empresas, y desde luego las personas, se han visto en la necesidad de establecer pautas y lineamientos propios para interactuar en este ámbito. Por ejemplo, qué tipo de fotografías o información comparto, con quién las comparto, cuáles son mis previsiones en materia de seguridad personal e informática, cuál es la sistematización que voy a establecer para la elaboración de mensajes en términos de frecuencia, tono y forma, así como también, cuáles van a ser mis políticas de respuesta y tratamiento de la información.

Sobre estos últimos puntos, debemos recordar la primicia de “actos privados, consecuencias públicas”. Es decir, su vida privada deja de ser privada cuando usted decide hablar de ella en público, o bien ante una serie de receptores que están decodificando de manera permanente sus mensajes y elaborando sus propias conclusiones y conceptos sobre usted y sus acciones. La dinámica en este caso siempre es “personal”. Esto implica que usted tendrá la oportunidad de crear una imagen sobre usted mismo, la cual estará ligada de manera indivisoria con la percepción laboral y profesional que proyecte. En consecuencia, sea cauto con lo que escribe y con las personas que admite en su entorno social virtual para evitar consecuencias desagradables.

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008). Por su parte, Wikipedia la define como: “una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos donde nodos representan individuos y las aristas las relaciones entre ellos”.

Entre tanto, las redes sociales profesionales han tenido un crecimiento más homogéneo y un perfil de usuarios similar, según el reporte de la misma fuente, pese a que su lista de integrantes es sustancialmente menor. De hecho, el “networking” ha sido el motor de las redes profesionales, lo que explica que sean sustancialmente inferiores en número que las sociales.

generalistas cuentan con infinidad de perfiles ficticios y con casi nulo control sobre los mismos”, afirma (Celaya, 2008).

3.4.1 ¿Qué es Instagram?

Instagram es una red social que se basa en subir fotografías hechas por la dueña del perfil, pueden ser fotografías de paisajes hasta de cuerpos o moda, esta red social se caracteriza por los usuarios famosos que se encuentran en ella o influencers populares, donde interactúan por medio de historias de videos o imágenes con sus fans, esta plataforma a crecido tanto que es una plataforma muy buena para el marketing y promocionar productos.

Instagram se ha convertido una de las Redes Sociales más populares , su uso se ha disparado estos dos últimos años debido a que las personas buscan contenido real, personal e instantáneo.

Los jóvenes son los mayores consumidores de las Redes Sociales en todas las plataformas, no es el caso de Instagram que se está ganando terreno entre el público senior (de 55 a 65 años), con un 35% de ellos usando Instagram, un 31% más que en el 2015. El atractivo del contenido visual, directo y rápido ha supuesto que esta app sea la segunda Red Social en España.

Es una aplicación destinada a compartir fotos y videos. Actúa como una red social y sus usuarios también pueden aplicar gran diversidad de filtros, efectos fotográficos., marcos, similitudes térmicas, colores retro, vintage, así como videos de corta duración y en directo, que posteriormente podrás compartir en diversas redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr o Flickr. (vasco, s.f.)