



ALUMNO: Velasco Hernández Leticia Alejandra.

MATERIA: Taller de elaboración de tesis.

CATEDRATICO: María del Carmen Cordero Gordillo.

9° de Psicología.

COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS A 18 DE JUNIO DEL 2020.

PASIÓN 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 Visión general de la adolescencia.
 - 3.7.1 Características generales en la adolescencia.
- 3.8 Perspectiva general de salud mental.
 - 3.8.1 ¿Que es la ansiedad?.
 - 3.8.2 Concepto de autoestima.
 - 3.8.3 Depresión.
 - 3.8.4 ¿Que es el estrés?.

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 sobre preocupadas 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 sometieran 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 percató 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. (Celaya,2008)

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.

Los 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 ha 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. (Senior, 2017)

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.)

3.5 Definición de influencia.

"Cualquier cambio en el comportamiento de una persona o grupo debido a la anticipación de las respuestas de otros". (Julius Gould y William Kolb, 2020), por otro lado también es el "Deseo e intención de persuadir, convencer o influir a los demás, con el fin de lograr que sigan un plan o una línea de acción, para que contribuyan a alcanzar sus objetivos.

La influencia social es un proceso psicológico social en el que una o varias personas influyen en el comportamiento, actitud, sentimientos, opinión y/o actitudes de los demás. En este proceso se tienen en cuenta factores como la persuasión, la conformidad social, la aceptación social y la obediencia social.

Tanto la capacidad de una persona o grupo para modificar el comportamiento de otros sin utilizar la fuerza, como el cambio de conducta que se da en una persona cuando interactúa con otro/os o con el grupo en su totalidad.

Las teorías clásicas sobre la influencia social, basadas en la atracción interpersonal o interdependencia entre los miembros del grupo, sugieren que la interacción cara a cara favorece la influencia social (Deutsch; Gerard, 1955).

En Instagram se puede observar como varios influencers o bloggers influyen en los jóvenes, son estas personas con miles de seguidores puede ser de moda o deporte incluso ofrecen productos donde las marcas le pegan a ellos, las adolescentes al ver alguna prenda nueva de determinada marca y hace que las jóvenes lo deseen, es por eso que el poder de la influencia que tienen estos usuarios en Instagram deben aprovecharlo al máximo y con mucha responsabilidad.

Según Startupgrind, los influencers tienen un impacto increíble en los compradores y hacen que el proceso de toma de decisiones sea más conveniente.

De hecho, hay estudios que demuestran que el 84% de los consumidores hacen una compra en base a un post de un blog. Este alto número se debe al extenso alcance, relevancia y compromiso que representan los blogueros.

Los influencers en realidad son una ayuda para los compradores para tomar decisiones más informados en menor tiempo.

Los influencers no solo influyen en los productos a comprar si no también en la toma de decisiones de los adolescentes donde tienen que tener precaución al expresarse y que el mensaje sea claro ya que muchos adolescentes solo escuchan la opinión de estas personas y pueden llegar a mal interpretar un mensaje

3.6 Que son los estereotipos según diferentes autores.

Ashmore y boca (1981), indican que en lo que sí están de acuerdo los diversos autores es en considerar que los estereotipos son constructos cognitivos que hacen referencia a los atributos personales de un grupo social y en que, aunque éstos sean más frecuentemente rasgos de personalidad, no son, desde luego, los únicos.

Los estereotipos son transmitidos, promovidos y aprendidos con frecuencia a través de familia, amigos y medios de comunicación (Valdepeña, 2005), como la televisión, las revistas y las redes sociales, es de resaltar que el consumo en redes sociales se ha venido incrementando en la población colombiana en los últimos años, destacándose Facebook, Instagram y Twitter como las redes que dominan el mercado (Castro, 2015).

Considerando lo anterior, la presente investigación pretende describir los estereotipos de belleza física propuestos en el medio de comunicación de preferencia en mujeres jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio.

Respecto a las investigaciones realizadas sobre estereotipos de belleza física asociadas a los medios de comunicación; a nivel nacional se identificaron investigaciones en población adolescente; sin embargo, en población joven o

adulthood temprana que oscilan entre los 18 y 25 años (Berger, 2009), no se hallaron investigaciones.

En los últimos años los estándares de belleza han sido impuestos y reforzados de manera continua por los medios de comunicación. El cuerpo ha sido un medio poderoso a través del cual se han transmitido creencias y mitos generalizados en torno a la estética, y se ha utilizado como objeto de deseo para publicitar cualquier tipo de producto o servicio; el rol fundamental de la mujer como madre y cuidadora de la familia junto con el símbolo de belleza se estereotipa en la publicidad de forma natural con la juventud (Perpiña y Baños, 2014).

La comunicación es un fenómeno que caracteriza a la naturaleza humana, y su proceso evolutivo comunicacional comprende hechos como el habla, la escritura, la imprenta, la televisión, el lenguaje cinematográfico y el Internet (Macedo, 2014). Este último hace parte de los medios de comunicación contemporáneos así como los sitios web y diversas aplicaciones de redes sociales, como por ejemplo Facebook, Twitter, Tumblr, Instagram y Pinterest; cuyas plataformas agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses

Estereotipos de belleza física en medios comunes, su principal objetivo es entablar contacto con personas de cualquier parte del mundo, lo que permite una interactividad y conexión instantánea con otra persona, adicionalmente le permite a las personas tener su contenido disponible en cualquier momento durante las veinticuatro horas de cada día, esto las diferencia de otros medios de comunicación (Perloff, 2014).

De acuerdo a Schiffman y Lazar (2010), las compañías transmiten información e ideas diseñadas para persuadir a los consumidores a que lleven a cabo una conducta específica, por medio de un mensaje, ya sea verbal en cuanto a que es hablado o escrito, no verbal como una fotografía, una ilustración o un símbolo, o una combinación de ambos tipos de mensaje. El mensaje se refiere al pensamiento,

la idea, la actitud, la imagen u otra información que el emisor desea transmitir al público que tiene por objetivo.

3.7 Visión general de la 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 período de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social.

Es difícil establecer límites cronológicos para este período; de acuerdo a los conceptos convencionalmente aceptados por la Organización Mundial de la Salud, la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años, considerándose dos fases: la adolescencia temprana (10 a 14 años) y la adolescencia tardía (15 a 19 años).

La adolescencia es un concepto relativamente moderno; fue definida como una fase específica en el ciclo de la vida humana a partir de la segunda mitad del siglo pasado, estando ligado este hecho a los cambios políticos, económicos, culturales, al desarrollo industrial y educacional, al papel que comienza a jugar la mujer y al enfoque de género, en correspondencia con la significación que este grupo poblacional tiene para el progreso económico social. (OMS, 2010)

En las últimas generaciones es manifiesta la aparición cada vez más temprana de la maduración sexual y la participación activa de los jóvenes en la esfera social, cultural y económica, por lo que representa un desafío importante para los países y en particular para los sistemas de salud, cómo contribuir a que esta etapa transcurra exitosamente, con satisfacción de la calidad de vida y de sus necesidades de salud, bienestar y desarrollo. (Ballestrini, 2010)

Si bien los diferentes sistemas y programas de salud incluían la problemática del adolescente, durante mucho tiempo fueron vistos como niños grandes por los pediatras o como adultos pequeños por otros especialistas, no es hasta las últimas décadas que se desarrolla un movimiento dirigido a la individualización de este grupo poblacional y a la elaboración y ejecución de programas integrales de salud para adolescentes.

3.7.1 Características generales en la adolescencia.

Crecimiento corporal dado por aumento de peso, estatura y cambios de la forma y dimensiones corporales. Al momento de mayor aceleración de la velocidad de crecimiento en esta etapa, se le denomina estirón puberal.

Se produce un aumento de la masa muscular y de la fuerza muscular, más marcado en el varón, acompañado de un aumento en la capacidad de transportación de oxígeno, incremento de los mecanismos amortiguadores de la sangre, que permiten neutralizar de manera más eficiente los productos químicos derivados de la actividad muscular, también se produce un incremento y maduración de los pulmones y el corazón, teniendo por tanto un mayor rendimiento y recuperación más rápida frente al ejercicio físico.

El incremento de la velocidad de crecimiento, los cambios en la forma y dimensiones corporales, los procesos endocrino metabólicos y la correspondiente maduración, no siempre ocurren de manera armónica, por lo que es común que presenten torpeza motora, incoordinación, fatiga, trastornos del sueño, que pueden generar trastornos emocionales y conductuales de manera transitoria.

El desarrollo sexual está caracterizado por la maduración de los órganos sexuales, la aparición de los caracteres sexuales secundarios y el inicio de la capacidad reproductiva.

Para alcanzar el desarrollo pleno de la adolescencia es necesario que la sociedad asegure sus necesidades de salud, desarrollo y bienestar.

Debido a que los índices de mortalidad de los adolescentes y jóvenes son bajos, tradicionalmente sus problemas de salud habían sido ignorados o atendidos insuficientemente.

La salud integral del adolescente, es un concepto que abarca su condición biopsicosocial, de género, enmarcada en el período del ciclo vital y familiar por el que transita y con satisfacción de sus necesidades de salud, desarrollo y bienestar social.

Para lograr esta integralidad es necesario un enfoque clínico epidemiológico y social en los programas y servicios de salud para adolescentes. Es imprescindible que las estrategias estén dirigidas a acciones de promoción de salud, prevención y no solamente a las curativas y de rehabilitación.

Es fundamental la participación multidisciplinaria con interacción de los niveles primario, secundario y terciario, intersectorialidad, con objetivos comunes, así como la participación activa de los adolescentes como agentes promotores de salud.

3.8 Perspectiva general de salud mental.

La salud no es solamente la ausencia de enfermedades sino la resultante de un complejo proceso donde interactúan factores biológicos, económicos, sociales, políticos y ambientales en la generación de las condiciones que permiten el desarrollo pleno de las capacidades y potencialidades humanas, entendiendo al hombre como un ser individual y social.

El significado que se atribuye en Bolivia, basado en el Decreto del 18 de julio de 1987 que da vigencia al Código de Salud de la República Boliviana, es que “ la salud es un bien de interés público y por consiguiente, es función fundamentalmente del estado velar por la salud del individuo, la familia y la población en su totalidad en la República de Bolivia”(Dávila,1994).

En la psiquiatría se considera que la salud mental “es el estado de equilibrio y adaptación activa y suficiente que permite al individuo interactuar con su medio, de manera creativa, propiciando su crecimiento y bienestar individual, y el de su ambiente social cercano y lejano, buscando mejorar las condiciones de la vida de la población conforme a sus particularidades” (Vidal, y Alarcón, 1986).

En psicología cuando se habla de salud mental se la entiende como un “estado relativamente perdurable en el cual la persona se encuentra bien adaptada, siente gusto por la vida y esta logrando su autorrealización. Es un estado positivo y no la mera ausencia de trastornos mentales”. También se considera un estado normal del individuo (Davini, Gellon De Salluzi, Rossi, 1968).

En este sentido la salud mental tiene que ver con la vida diaria de todos, se refiere a la manera como cada uno se relaciona con las actividades en general en la comunidad; comprende la manera en que cada uno armoniza sus deseos, anhelos, habilidades, ideales, sentimientos y valores morales con los requerimientos para hacer frente a las demandas de la vida. La salud mental depende de: cómo uno se siente frente a sí mismo, cómo uno se siente frente a otras personas, y en que forma uno responde a las demandas de la vida.

En cuanto al ámbito social se habla de salud mental comunitaria que implica el desarrollo general de los aspectos psicosociales y conductuales, la percepción de la salud y la calidad de vida por parte de la población, la forma con que se cubren

las necesidades básicas y se aseguran los derechos humanos y la atención de trastornos mentales.

3.8.1 ¿Que es la ansiedad?.

La ansiedad es una experiencia emocional que todos estamos familiarizados con ella, pero no por eso fácil de definir. La ansiedad es un fenómeno normal que lleva al conocimiento del propio ser, que moviliza las operaciones defensivas del organismo, es base para el aprendizaje, estimula el desarrollo de la personalidad, motiva el logro de metas y contribuye a mantener un elevado nivel de trabajo y conducta. En exceso, la ansiedad es nociva, maladaptativa, compromete la eficacia y conduce a las enfermedades.

En su uso cotidiano el término ansiedad puede significar un ánimo transitorio de tensión sentimiento, un reflejo de la toma de conciencia de un peligro miedo, un deseo intenso anhelo, una respuesta fisiológica ante una demanda estrés y un estado de sufrimiento mórbido trastorno de ansiedad. (Sierra,2003)

En el campo de la psiquiatría ha sido motivo de controversia y confusión los términos ansiedad y angustia, estrés y ansiedad, ansiedad y miedo y la utilización en psicopatología del vocablo ansiedad como sentimiento, síntoma, síndrome y enfermedad.

La ansiedad es la más común y universal de las emociones. Es sinónimo de congoja, preocupación, desasosiego ante acontecimientos futuros o situaciones de incertidumbre. Es la anticipación temerosa de peligro inminente acompañada de un sentimiento intenso y displacentero o de síntomas físicos ubicados en cualquier región de la geografía corporal. Implica el presentimiento de que algo grave le va a ocurrir al sujeto. (Reyes, 2012)

Se afirma a menudo que el tipo de vida de la sociedad actual tecnológica, urbanizada y competitiva genera mucha ansiedad. Sin embargo ansiedad ha habido siempre en toda época. Es impensable la vida sin ella. Cierta grado de ansiedad está presente en nuestras vidas cotidianas. Existe una ansiedad normal, ligada a las situaciones que vivimos, que cumple una función adaptativa y prepara al individuo para la ejecución de tareas o alerta frente a posibles amenazas. Sin embargo, la ansiedad puede ser patológica cuando no se presenta como respuesta proporcionada frente a un estímulo o si su intensidad y duración exceden de los límites aceptables. En tales condiciones pierde su función de adaptación y se convierte en un problema para el individuo. (OMS, 2010)

3.8.2 Concepto de autoestima.

Un aspecto muy importante de la personalidad, del logro de la identidad y de la adaptación a la sociedad, es la autoestima; es decir el grado en que los individuos tienen sentimientos positivos o negativos acerca de sí mismos y de su propio valor. La autoestima está relacionada con muchas formas de conducta. Las personas con una autoestima elevada suelen reportar menos emociones agresivas, negativas y menos depresión que las personas con una autoestima baja.

De modo similar, las personas con una autoestima elevada pueden manejar mejor el estrés y cuando son expuestas al mismo, experimentan menos efectos negativos en la salud.

La época importante para el desarrollo de la autoestima es la infancia intermedia. El niño, aquí, compara su yo real con su yo ideal y se juzga a sí mismo por la manera en que alcanza los patrones sociales y las expectativas que se ha formado de sí mismo y de qué tan bien se desempeña.

Las opiniones de los niños acerca de sí mismos tienen un gran impacto en el desarrollo de la personalidad, en especial en su estado de ánimo habitual.

Por todo lo anterior, es importante el estudio de la autoestima, así como la presentación de patrones de conducta que lleven al individuo a establecer una autoestima elevada, que le permita un mejor desarrollo de sí mismo.

Por tanto, la autoestima, es el concepto que tenemos de nuestra valía y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que sobre nosotros mismos hemos ido recogiendo durante nuestra vida; creemos que somos listos o tontos, nos gustamos o no. Los millares de impresiones, evaluaciones y experiencias así reunidos se juntan en un sentimiento positivo hacia nosotros mismos o, por el contrario, en un incómodo sentimiento de no ser lo que esperábamos. (Solignac, s.f).

3.8.3 Depresión.

La depresión es un trastorno mental frecuente, que se caracteriza por la presencia de tristeza, pérdida de interés o placer, sentimientos de culpa o falta de autoestima, trastornos del sueño o del apetito, sensación de cansancio y falta de concentración.

La depresión puede llegar a hacerse crónica o recurrente y dificultar sensiblemente el desempeño en el trabajo o la escuela y la capacidad para afrontar la vida diaria. En su forma más grave, puede conducir al suicidio. Si es leve, se puede tratar sin necesidad de medicamentos, pero cuando tiene carácter moderado o grave se pueden necesitar medicamentos y psicoterapia profesional.

La depresión es un trastorno que se puede diagnosticar de forma fiable y que puede ser tratado por no especialistas en el ámbito de la atención primaria.(OMS,2017)

La depresión es mucho más que estar bajo de ánimo. Aunque la mayoría de nosotros experimenta tristeza de vez en cuando, en algunas personas estos sentimientos no desaparecen y se acompañan de otros síntomas que provocan malestar o dificultades para desarrollar su vida cotidiana. Estas personas pueden tener un trastorno denominado depresión. (Clinica, 2017)

Algunas personas tienen un episodio de depresión mayor sólo una vez en la vida. Sin embargo, cerca de la mitad de las personas que han tenido un episodio de depresión, tienen al menos otro más. La duración del episodio depresivo es variable, aunque la mayoría se sienten mejor al transcurrir entre 4 y 6 meses. En algunos casos, los síntomas pueden persistir durante mucho más tiempo (la depresión que perdura 2 o más años se denomina depresión crónica).

La gravedad de la depresión varía enormemente. Algunas personas tienen solamente unos pocos síntomas que afectan a su vida cotidiana de forma parcial o la limitan sólo en algún aspecto específico. Esta es la denominada depresión leve. Otras personas pueden tener muchos más síntomas que llegan a causar un deterioro o incapacidad generalizada; en este caso, la depresión se califica como moderada o grave.

3.8.4 ¿Que es el estrés?.

Autores como Oblitas (2004) se refieren a diferentes concepciones teóricas y como estas entienden el término estrés. Este autor explica que los enfoques fisiológicos y bioquímicos se centran en las respuestas orgánicas que se generan en la persona cuando se enfrenta a una situación percibida como amenazante.

Por su parte, los enfoques psicosociales hacen énfasis en factores externos; es decir, en los estímulos y eventos productores de estrés. Por su lado, los enfoques con una orientación cognitiva subrayan que el estrés surge a partir de la evaluación cognitiva que la persona realiza tomando en cuenta tanto aspectos internos como aquellos propios del ambiente. Por otra parte, los enfoques más integradores consideran que el estrés debe comprenderse desde una perspectiva más amplia, por cuanto en este convergen e interactúan muchas variables.

Navas (citado por Naranjo, 2004a) coincide con esta última posición, pues considera que el estrés no es algo que pertenece solo a la persona o al ambiente, ni es

tampoco un estímulo o una respuesta, sino que más bien es una relación dinámica entre la persona y el ambiente. Esto significa que la persona no es una víctima pasiva del estrés, y que su forma de interpretar los acontecimientos y la manera de valorar sus propios recursos y posibilidades para enfrentarlos, determina en gran medida la magnitud de la experiencia de este.

Dependiendo de la forma en que la persona piense y de los sentimientos e imágenes que tenga respecto de una situación, puede crear, aumentar, mantener o disminuir la respuesta a él. Se puede decir entonces que, de acuerdo con la literatura científica, el estrés implica cualquier factor externo o interno que induce a un aumento en el esfuerzo por parte de la persona para mantener un estado de equi- librio dentro de sí misma y en relación con su ambiente.

El estrés se caracteriza por una respuesta subjetiva hacia lo que está ocurriendo; indica Arellano (2002), en este sentido que es el estado mental interno de tensión o excitación.