



Facultat de Psicologia, Ciències
de l'Educació i de l'Esport Blanquerna

Universitat Ramon Llull

**UNIVERSITAT RAMON LLULL. FACULTAT DE PSICOLOGIA.
CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ I L'ESPORT BLANQUERNA.
DEPARTAMENT DE PSICOLOGIA.**

TESI DOCTORAL

**Imatge Social de l'Adolescent a través de les
Xarxes Socials (*Social Networking Sites*)**

Tesis doctoral presentada per:

Ariadna Pijuan Trasobares

Dirigida per:

Dr. Lluís Botella García del Cid

Setembre 2015



Universitat Ramon Llull

Tesi doctoral

Títol: Imatge Social de l'Adolescent a través de les Xarxes Socials (*Social Networking Sites*)

Ariadna Pijuan Trasobares

Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport, Blanquerna.

Dirigida pel Dr. Lluís Botella García del Cid

Agraïments:

La realització d'aquesta tesi ha estat una tasca elaborada, impossible de realitzar sense el suport de tots aquells que m'envolten i em donen energia dia rere dia. Per aquest motiu voldria poder expressar el meu agraïment sincer a totes aquelles persones que m'han donat suport en diversos moments del procés d'elaboració d'aquesta tesi doctoral.

Durant aquests mesos m'han acompanyat moltes vivències, situacions, llocs, paraules, cançons, sentiments, llibres, papers... i sobretot persones, persones a les quals ara i aquí vull donar les gràcies per ser-hi, sí, pel sol fet de ser-hi quan les necessitava i també per ser-hi quan creia que no les necessitava. A tots, gràcies.

No hi ha ordre ni concert quan parlem de persones, i és que totes han estat importants i, de ben segur, ho seran en el camí que avui començo. És per això que n'esmento algunes i en callo d'altres. Les duc totes al cor i ara vull donar les gràcies explícitament a totes aquestes:

En primer lloc, les meves paraules d'agraïment s'adrecen al director d'aquesta tesi, el Dr. Lluís Botella, persona que admiro i estimo profundament i que amb els anys m'ha ensenyat moltes coses i m'ha donat suport al llarg de la meva formació com a psicòloga. Per la confiança que sempre ha demostrat en mi i en aquesta tesi, ja que sense el seu guiatge aquest projecte mai no hauria agafat forma.

A totes aquelles persones que m'han volgut escoltar quan els ho he demanat, per obrir-me les portes i per donar-me consell, i especialment suport en els moments més difícils. I a tots aquells als que he torturat amb la lectura i relectura de la tesis.

Gràcies a la Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport, Blanquerna, pel seu suport, la seva ajuda alhora de resoldre els diferents dubtes i conflictes que han sorgit al llarg del procés. Especialment al servei de biblioteca que m'han ensenyat nous llocs i mètodes per a cercar la informació necessària. I a la Verònica sense la qual les meves dates d'entrega no haguessin sigut mai les que tocaven.

I gràcies amb majúscules, a l'escola Grèvol que ha permès la realització de l'estudi, especialment a l'equip directiu que ha donat el seu vist i plau, als mestres de la ESO per donar-me part del seu temps i sobretot a tots els alumnes de la ESO tan els voluntaris com els que han respost a les Graelles de grups, sense el seu esforç aquest projecte no hagués estat possible.

Gràcies, també a la meva família, especialment als meus pares, Jaume i Maria Teresa, que m'han permès seguir ampliant el meu coneixement sense exigir res a canvi. I als meus amics, per entendre que els caps de setmana també eren per fer tesis i per no deixar-me defallir.

I finalment, gràcies a la persona més important de la meva vida, a la meva germana Jessica sense la seva ajuda això no hagués estat possible.

Moltes gràcies.

Això és per a tots vosaltres

Els cossos s'han convertit en *cyborgs*, organismes cibernètics, híbrids, compostos d'encarnació tècnic-orgànica i de textualitat. El *cyborg* és el text, màquina, cos i metàfora, tots teoritzats i immersos en la pràctica en termes de comunicació.

Donna Haraway

*A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism
in the Late Twentieth Century*

*In Simians, Cyborgs And Women: The Reinvention Of Nature
(New York; Routledge, 1991)*

Índex

Agraïments	pàg. 5
------------------	--------

Capítol 1: Presentació de la investigació

1.1. <i>Abstract</i>	pàg. 13
1.2. Introducció	pàg. 15

Primera part. Marc teòric

<u>Capítol 2: Constructivisme i Construccionisme</u>	pàg. 21
---	---------

Capítol 3: Construcció de la identitat adolescent en el context social

3.1. Que entenem per adolescència	pàg. 33
3.2. L'aparença	pàg. 34
3.3. La personalitat dels individus	pàg. 35
3.4. Correlacions psicològics dels canvis hormonals en la pubertat	pàg. 36
3.5. La incertesa que crea el concepte cos	pàg. 38
3.6. El cos des de les ciències socials	pàg. 40
3.7. La idealització del cos	pàg. 46

3.8. Aproximació constructivista a la construcció del jo en l'adolescent	pàg. 47
3.9. Formació de la identitat en els adolescents	pàg. 56
3.10. Característiques dels adolescents	
en diferents estats de la identitat dins el grup	pàg. 60
3.11. La identitat a Internet, la temptació de ser un altre	pàg. 61
3.12. La construcció social del jo i la formació d'impressions	pàg. 62
3.13. Les escoles com a contextos de desenvolupament	pàg. 71
3.14. Construcció del jo ideal	pàg. 74

Capítol 4: Xarxes socials

4.1. Internet	pàg. 78
4.2. Xarxa social	pàg. 78
4.3. Eines 2.0	pàg. 79
4.4. FotoBlog	pàg. 80
4.5. Influència dels SXS en la construcció de la imatge adolescent.....	pàg. 82
4.6. Impressió principal en ambients en xarxa	pàg. 86
4.7. Descripció d'imatges com eines	
per a la gestió de les impressions visuals	pàg. 91

4.8. L'adolescent davant els SXS	pàg. 94
--	---------

Segona part. Estudi empíric

Capítol 5: Metodologia

5.1. Objectius	pàg. 105
5.2. Hipòtesis	pàg. 106
5.3. Disseny	pàg. 108
5.4. Mètode	pàg. 109
5.5. Participants	pàg. 112
5.6. Material	pàg. 114
5.7. Procediment	pàg. 118
5.8. Principis ètics	pàg. 120

<u>Capítol 6: Resultats</u>	pàg. 123
--	----------

Tercera part. Discussió i conclusions

Capítol 7: Discussió de les dades i conclusions

7.1. Presentació de la discussió	pàg. 135
--	----------

7.2. Conclusions de les dades pàg. 143

7.3. Limitacions de la recerca i

possibles futures investigacions pàg.145

Referències bibliogràfiques pàg.149

Annex 1: glossari

Annex 2: carta a les famílies

Annex 3: dossier de les graelles que se'ls hi passa al Grup B

Annex 4: exemple fictici d'un participant

Capítol 1: Presentació de la investigació

1.1. *Abstract*

Les xarxes socials són un fenomen força nou. Milions de persones utilitzen la xarxa per a comunicar les seves idees i penjar fotografies a llocs públics. L'estudi que presentem pretén fer una aproximació a com aquest nou fenomen de xarxes socials afecta a la construcció de la identitat dels adolescents.

L'objectiu és analitzar els processos de construcció del jo¹ i de presentació social en adolescents entre 11 i 16 anys mitjançant els FotoBlogs. Més concretament, es pretenen analitzar les relacions i interaccions entre l'autoconcepte, concepte del jo ideal, heteroconcepte i autoconcepte visual.

Més concretament volem observar l'heteropercepció i l'autoconcepte que té la persona en funció de la imatge que veu. Pel que fa a la primera hipòtesi hi ha dues possibilitats: que l'adolescent manifesti absència de coneixement personal de l'altre o que parteixi d'un coneixement interpersonal. Per altra banda, ens plantejarem si hi ha relació entre el *jo visual* (com volem mostrar-nos en societat) i el *jo ideal* (que té la funció de fer-nos sortir del que ja som per projectar-nos en el que podem arribar a ser).

La mostra està constituïda per 40 participants procedents de l'Escola Grèvol que conformen el Grup A i 240 alumnes de la mateixa escola que anomenarem Grup B (veure el punt 5.6: "Procediment").

¹En aquest estudi utilitzarem indistintament el terme jo i *self* ja que ambdós tenen un significat intercanviable per a les finalitats d'aquesta tesi.

S'ha administrat una adaptació de la tècnica de la Graella de Kelly (1995/1991) per tal de valorar la relació entre el jo, el jo ideal i el jo visual, i els resultats obtinguts s'han analitzat amb el programa informàtic SPSS.

S'administra individualment a cada subjecte del Grup A una adaptació de la Graella de Kelly, i se'ls demanen 10 característiques que els defineixin i tot seguit els seus pols oposats. Finalment hauran de valorar mitjançant una escala de Likert de l'1 al 7 en quin pol s'aproximen més al seu jo, jo ideal i jo visual. Per al jo visual ens hem centrat en les fotografies que tenien penjades als seus FotoBlogs. Per acabar hem ensenyat aquestes Graelles als alumnes que formen part del Grup B.

Hem analitzat les dades amb el programa SPSS. Un cop obtinguts els resultats hem contrastat que la hipòtesi de la manipulació d'impressions i la del jo fictici es compleixen ja que els resultats obtinguts amb l'SPSS ens donen significatiu. Pel que fa a les hipòtesis relacionades amb l'heteropercepció hem trobat discrepàncies ja que els resultats entre els que coneixen a l'adolescent del Grup A i els que no el coneixen no són significatives.

1.2. Introducció

Entenem per xarxa social aquella estructura formada per individus que estan connectats entre ells per una o més formes d'interdependència com pot ser d'amistat, parentiu, interessos comuns, etc. En el nostre estudi ens centrem en els serveis de xarxes socials que es basen en la creació i verificació de les xarxes socials a Internet, de forma *online*, per a comunitats de persones que volen compartir interessos i coneixements però requereixen l'ús de *software*.

Els Serveis de Xarxes Socials (SXS) són un fenomen relativament recent. Si les considerem en sentit ampli, les primeres comunitats d'usuaris d'Internet apareixen als anys 90. En un sentit més estricte, la primera SXS com a tal (*Facebook*) s'inicia al 2004. Malgrat la seva joventut, la seva popularitat i influència creix cada dia més. Milions de persones utilitzen la xarxa per a comunicar les seves idees i penjar fotografies i vídeos en entorns virtuals públicament accessibles. Els SXS es creen amb la intenció de fomentar la interacció humana, tan amb persones conegudes com per fer noves amistats amb gent descoberta a través de la xarxa. Qualsevol pot arribar a ser un membre d'aquets llocs responnent senzillament qüestions com poden ser aspectes de personalitat, gustos, interessos, preferències i tot això afegint fotografies i/o vídeos.

Malgrat que molts pares afirmen conèixer el significats d'algunes de les paraules més utilitzades pels seus fills, com ara *Tuenti*, *Myspace*, *Live Spaces*, *Instagram*, *Snapchat* o *Facebook* (veure glossari a l'Annex 1), quan se'ls pregunta pel seu significat es limiten a respondre de forma vaga que "és alguna cosa relacionada amb Internet". Tots aquests termes fan referència a noms de SXS molt populars i en les quals els joves participen de forma activa. Aquesta pràctica reflecteix el canvi d'hàbits que han experimentat els adolescents els últims anys: ja no només es barallen per veure la televisió al saló, sinó

que discuteixen per la pantalla de l'ordinador, *tableta* o *smartphone* i, si pot ser, tot alhora i en la intimitat de la seva habitació. Amb el telèfon es dona el mateix patró: ja no es pot dir que els joves passen les tardes enganxats a l'aparell, sinó que controlen la comunicació amb totes les seves amistats a través d'Internet i mitjançant els SXS. En aquests espais, entre d'altres coses, pengen fotografies seves per tal de mostrar diferents aspectes tan físics com de personalitat.

Des de fa molts anys els adolescents han sentit la necessitat d'expressar la incomprensió que senten al món on viuen. Per a alguns d'ells crear per exemple un Blog és una via de sortida per a compartir aquesta incomprensió. L'utilitzen per a expressar allò que els hi és difícil dir directament a la cara.

Tot i que les xarxes socials a Internet són un fenomen global i cada vegada trobem més recerques sobre el tema, tan pel que fa al llenguatge com a la identitat específica (Siibak, 2007a; Siiback 2007b; Svenigsson, 2006). Creiem que també cal investigar com aquests espais virtuals poden afectar als adolescents que han nascut immersos en aquest món tecnològic i com els influeix específicament en la seva imatge corporal.

La relació en els SXS no és tan intensa com en el pla físic (es poden veure, però no tocar), tot i això ofereix maneres de comunicar-se sense la necessitat física de ser-hi cara a cara: vídeo, àudio, veu, imatge, text, jocs... Aquesta fórmula no és exclusiva per als amics d'escola, del lloc d'estiueig o de la discoteca; hi ha milers d'adolescents més de tots els racons del món a Internet amb qui poden establir aquest tipus de relacions virtuals. Per a l'adolescent, el SXS és una prolongació del seu món, del grup on se sent comprès i amb el qual s'identifica. A més, un dels aspectes clau d'aquests llocs webs seria el fet que són públics i no tenen gairebé cap mena de restricció pel que fa a les

imatges visuals—si bé alguns com *Instagram* retiren les imatges de contingut sexual o que presentin cert grau de nuesa.

Per aquest motiu l'estudi que presentem consisteix en una aproximació a com aquest nou fenomen de SXS afecta a la creació de la identitat dels adolescents que creixen amb aquestes noves tecnologies.

Primera part. Marc teòric

Capítol 2: Constructivisme i Construccionisme

Dins el que es considerat com el pensament postmodern, trobem integrats tan el constructivisme (que en psicologia correspon a una visió més intrapsíquica) i el construccionisme social (que s'ha centrat més en la psicologia social). Així que el que tenen en comú aquests dos moviments és la concepció que el coneixement consisteix en un procés psicològic i social de construcció de la realitat i, per tant, els processos psicològics humans estan determinats per aquest procés. Les diferències es centren en com es construeix aquesta realitat: mentre que per als constructivistes es fa des de la perspectiva individual lligada a les seves percepcions, experiències i estructura mental, per als construccionistes és des del punt de vista d'un intercanvi entre individus que comparteixen un context cultural. Es considera que l'autor més representatiu de la versió radical del constructivisme és Von Glaserfeld, i del construccionisme Kenneth Gergen.

Ernst von Glasersfeld afirma que el constructivisme no nega la possibilitat de conèixer, sinó que proposa altres termes per a explicar aquests processos: "El constructivisme és una teoria del coneixement actiu, no tant una epistemologia convencional que tracta al coneixement com una encarnació de la veritat que reflexa el món en sí mateix independentment del subjecte cognoscent" (1996, p. 25). Basant-se en això reconeix dos principis bàsics: en primer lloc, s'entén que el coneixement no es rep passivament, ni sorgeix únicament dels sentits, sinó que és construït pel subjecte cognoscent; per una altra banda, s'entén que la funció de la cognició s'orienta a l'adaptació i serveix a l'organització del món de l'experiència i no al descobriment d'una realitat ontològica i objectiva (Botella *et al.*, 2006).

Per entendre la ment humana cal situar-la en la seva cultura, el coneixement que té un subjecte d'ell mateix i del món s'interpreta fenomenològicament i pot organitzar-se a través d'una sèrie de significats múltiples des del llenguatge disponibles a la matriu cultural a la qual s'adhereix. La psicologia basada en el construccionisme s'inspira en diferents models teòrics (Botella, 1998; Canavarro, 1998; Gonçalves, 1997; Guidano, 1998; Neimeyer, 1993; Parker, 1999), tots ells defenen la construcció com el progrés principal de la personalitat. El pensament constructivista considera que cada individu és capaç de crear la seva pròpia representació del jo i del seu entorn. Així, les persones són capaces de superar problemes i construir alguna cosa nova d'una manera diferent segons la seva construcció personal (Soares *et al.*, 2013).

El constructivisme és una tendència que es manifesta en la discussió epistemològica des de fa dècades. Per exemple, Watzlawick (1992, p. 17) afirma que “real és, a la fi, allò que s'anomena real per un número suficientment gran de persones. En aquest sentit, la realitat és una convenció interpersonal”. Schutz (1995, p. 36) formula una idea similar: “en termes estrictes, els fets purs i simples no existeixen”. També Maturana i Varela (1994, p. 14) quan diuen que “tot el que es diu, és dit per algú. Una explicació sempre és una proposició que reformula o recrea les observacions d'un fenomen en un sistema de conceptes acceptables per a un grup de persones que comparteixen un criteri de validació”. Com ens indiquen aquets autors tota recerca requereix d'un marc teòric que la recolzi, un paradigma des del qual centrar les conclusions obtingudes en la recerca realitzada. Per tan les conclusions obtingudes en cada estudi dependrà del marc teòric en el qual es centrin (Agudelo i Estrada, 2012).

Gergen (1996) considera que qualsevol marc discursiu es constitueix en un nucli d'intel·ligibilitat concret, és a dir, en un conjunt de proposicions relacionades entre

elles, compartides pels participants de diferents enclavaments científics. Per a l'autor participar en un nucli d'intel·ligibilitat és "interpretar/donar sentit" mitjançant criteris propis d'una comunitat particular. Així, tota recerca es deriva, en darrer terme, d'un paradigma, d'una cosmovisió específica, des d'on s'elabora i pren significat el cos discursiu. Des d'aquest punt de vista, la justificació del posicionament en un paradigma és una part essencial, ja que representa el referent i el fonament de la recerca en l'àmbit epistemològic, ontològic i metodològic.

Guba (1990) defineix paradigma com un conjunt fonamental de creences que guien l'acció humana. S'entenen, doncs, com a construccions humanes que determinen una manera particular de veure, entendre i donar significat global al món. D'aquesta manera, totes les cosmovisions tenen el mateix pes específic i no té sentit intentar legitimar un paradigma per sobre d'un altre, ja que un conjunt de creences específiques són el resultat directe d'una construcció individual o social i, per tant, no es constitueixen en termes de veritat última.

Guba i Lincoln (1994) ho expressen de la següent manera:

“Els paradigmes, com a creença bàsica, no estan oberts a ser provats en cap sentit convencional; no hi ha cap manera d'elevat un sobre l'altre pel que fa a criteris bàsics, últims i fonamentals” (p.108).

Segons Botella (2006) els paradigmes estan constituïts per tres elements fonamentals: l'element ontològic, l'epistemològic i el metodològic. Les respostes que donem a les preguntes a aquests tres nivells ens introdueixen als quatre paradigmes en la recerca: el positivista, el post positivista, el constructivista i el crític. D'aquests quatre, ens centrarem en el constructivista doncs entén que el coneixement no és una còpia de la

realitat, sinó una construcció de l'ésser humà i que aquesta construcció es realitza amb els coneixements previs que ja va obtenir del medi que l'envolta--idea que centra la nostra investigació ja que volem demostrar com els adolescents han construït la seva imatge a partir dels SXS.

El constructivisme es perfila com un dels paradigmes més adients per a la recerca hermenèutica. L'objectiu d'aquesta cosmovisió consisteix a entendre el món complex de l'experiència viscuda des del punt de vista d'aquells que la viuen i per entendre el món dels significats cal interpretar. Aquest objectiu es tradueix, doncs, en una preocupació constant pel món, per observar els diferents punts de vista, per interpretar i entendre els significats, per comprendre allò que l'actor entén d'una situació concreta, en definitiva, per a la comprensió. Així, l'objecte general de la recerca constructivista gira al voltant del món de la realitat viscuda i dels significats específics i de la situació construïts pels actors socials particulars, en llocs particulars, en temps particulars. Aquests actors socials modelen el significat dels fets i els fenòmens a través de complexos i prolongats processos d'interaccions socials en els quals intervenen també la història, el llenguatge i l'acció (Piaget, 1896, 1980).

Les característiques del constructivisme han estat sintetitzades per molts autors i des de vessants diferents i complementaries (Botella, 1995; Denzin i Lincoln, 1994; Bruner, 1990; Novak, 1988 i 1993). Dels aspectes comuns dels estudis dels diversos autors es dedueixen la premissa epistemològica bàsica del constructivisme que assenyala que el significat de la realitat només és accessible a través de la construcció de dimensions d'interpretació. És a dir, que opta per un posicionament ontològic neutre.

Així doncs, els individus construïm proactivament models d'atribució de significat al món i a nosaltres mateixos que varien de l'un a l'altre i que evolucionen segons

l'experiència i els intercanvis socials. La "realitat" es constituirà activament d'acord amb els models d'atribució de significat.

Aquesta preocupació del constructivisme pel significat es produeix bàsicament a partir del que s'ha anomenat la segona revolució cognitiva, fonamentada, entre d'altres, per les tesis de Jerome Bruner (1990). A *Actes de Significat*, l'autor reivindicava un retorn als orígens de les tesis que van motivar el canvi de la psicologia conductual a la renovació cognitiva iniciada entre els anys 1956 i 1965.

En un primer moment, la psicologia cognitiva va adoptar la metàfora computacional com a matriu explicativa del processament de la informació, oblidant d'aquesta manera allò que havia de ser la seva màxima preocupació, la construcció de significats. Així, la informació es va prioritzar davant el significat i el processament de la informació enfront de la construcció de significats. Ràpidament els processos cognitius es van comparar al funcionament dels programes informàtics en la seva execució, equiparant el funcionament de la ment humana al procés computacional i, per tant, s'acaba afirmant que els mecanismes que expliquen les ments dels éssers humans són també els que expliquen les ments virtuals. En certa manera, doncs, els *inputs* i els *outputs* van substituir els estímuls i les respostes de la psicologia conductual en una altra forma sofisticada de mentalisme, que oblida novament el significat i els seus processos de creació i negociació en la comunitat.

Bruner (1996) insisteix en la necessitat de restaurar la finalitat original de la revolució cognitiva i recuperar la motivació inicial per l'esforç interpretatiu del coneixement, fet que implica descobrir i descriure els significats que els éssers humans creen a partir dels encontres amb el món, per proposar després hipòtesis sobre els processos de construcció de significat en què es basen. En aquest objectiu retrobat, el culturalisme situa la cultura

com a element clau en el procés d'entendre els processos d'atribució de significat que fa el subjecte. Tot i que els processos d'atribució de significats del món són individuals, l'origen dels significats és cultural, ja que els significats que atribuïm a les coses no són originals de la persona, sinó que tenen els seus orígens en processos d'intercanvi i negociació en el marc d'una comunitat. La cultura, per tant, dóna les eines per poder comprendre el món a través dels significats disponibles i intercanviats en pràctiques socials.

Aquesta nova valoració del paper de l'entorn i de la cultura en els processos de negociació, creació i modificació de significats suposa un canvi respecte de les propostes inicials en les tesis cognitives. Si bé la Teoria del Desenvolupament Cognitiu de Jean Piaget es recolzava en la idea de l'interaccionisme integral, basada en una relació d'interdependència entre el subjecte i l'objecte, cal pensar que el paper de l'objecte o del medi és, en si mateix, força passiu o poc explicatiu dels mecanismes individuals de compensació i equilibrat que permeten l'adaptació de les estructures mentals del subjecte (Botella *et al.*, 2006).

En aquest sentit, centrar la psicologia cognitiva en els significats implica entendre la cultura o l'entorn més enllà d'un mer "escenari" en el qual l'individu desenvolupa les seves accions i del que pren o assimila els elements per poder-los autotransformar o acomodar en un procés de transformació estructural intrapsíquic. La interacció entre subjecte i cultura/medi és proactiva i transformadora en ambdues direccions. Per una banda, l'individu interactua i intercanvia significats negociats socialment a través d'eines culturals, i per l'altra, els seus significats reconstrueixen la seva mateixa realitat social (Botella *et al.*, 2006).

Possiblement, aquesta relació proactiva en els dos sentits entre individu i context cultural és un tret característic d'aquesta nova psicologia cognitiva. Intentar explicar l'activitat cognitiva o els processos d'atribució de significat des del desenvolupament actiu dels esquemes mentals de l'individu ubicat en un medi, no és suficient per explicar, entre d'altres coses, la “variabilitat” dels estadis explicatius d'una realitat en situacions diverses segons el contingut o la dada a interpretar (Pérez, 2012).

En aquest sentit, la teoria dels models organitzadors ha intentat donar llum a aquest punt, i evidencia la preocupació màxima de Piaget per intentar desenvolupar una teoria basada en els aspectes estructurals generals del pensament i la gènesi dels diferents estadis explicatius de la realitat, per tant, centrada en una perspectiva individual del subjecte i basant-se en els elements comuns trobats al marge de l'entorn (Botella *et al.*, 2006).

Determinades formes d'organització intel·lectual del tipus operatori semblen dependre tan o més dels continguts i de les dificultats que aquests presenten en el moment d'abstractar les dades adequades a l'edat (o l'estat) del subjecte. Resulta perfectament justificat adoptar aquesta perspectiva, a partir de la qual podem considerar les operacions com “invariants” o constants que organitzen, d'una manera particular, les dades a les que el subjecte atribueix significat (Piaget i Inhelder, 1969).

Així des de la teoria dels models organitzadors es proposa centrar l'estudi de l'activitat cognitiva en les dades disponibles en la realitat, és a dir, en esdeveniments observables susceptibles de ser interpretats de formes diferents. En concret, l'individu construeix models de la realitat a través d'una selecció de dades significatives que extreu del medi amb què interactua. El subjecte selecciona dades de la realitat com a indicadors als quals atribueix significat, obviant altres dades disponibles d'aquella realitat. A partir de

l'organització que el subjecte realitza de les dades seleccionades, es construeixen uns models organitzadors capaços d'explicar i interpretar la realitat. Ho concreten afirmant que entenem un model organitzador com una particular organització que el subjecte realitza de les dades seleccionades i elabora a partir d'una situació determinada, del significat que atribueix i de les implicacions que se'n deriven (Piaget i Inhelder, 1969).

Des de la teoria dels models organitzadors, la importància de l'activitat cognitiva ja no obeeix només a la gènesi dels estadis o esquemes mentals que de forma evolutiva permeten anar explicant de forma diferent la realitat, sinó que es reivindica la importància de les dades externes que se seleccionen i a les quals s'atribueixen un significat, en pro d'unes altres que es desestimen (Moreno, Sastre, Bovet i Leal, 1998).

Tot i no ser equiparable al culturalisme de Bruner (1996), possiblement descobrim en la teoria dels models organitzadors un intent per compaginar tant les preocupacions de Piaget (1926) per evidenciar la importància de l'evolució dels diversos estadis cognitius per tal de donar sentit i explicació a la realitat que ens envolta, com la reivindicació de la necessitat d'explorar la importància dels elements externs susceptibles de ser interpretats i significats en el marc de les pràctiques socials, i que els individus escollim de forma individual per organitzar-los en models explicatius de la realitat (Botella, 2006).

En aquesta línia, podríem preguntar-nos què porta un individu a escollir atribuir significat a unes experiències i donar menys importància a unes altres. Possiblement, a part de raons pròpiament cognitives, emocionals, físiques i fins i tot transcendents, trobem també factors de tipus social que justifiquen la tria. Els significats pactats i negociats en les pràctiques socials són possiblement una altra explicació que, combinada amb les anteriors, ens ajuda a comprendre aquesta discriminació. Per

apropar-nos més a aquest procés de negociació social dels significats, podem recórrer al marc teòric que ens planteja el construccionisme social (Gergen, 1996).

Els orígens del construccionisme social es poden veure recollits en la combinació i relació de treballs des de diferents disciplines, realitzats per autors nord-americans i europeus fa més de trenta anys. Una de les influències més importants ha estat sens dubte la de la sociologia (López-Silva, 2013).

Les idees fonamentals del construccionisme social han estat presents en la sociologia des de fa molts temps, tal com demostra, per exemple, “l’interaccionisme simbòlic” de Mead (1934). L’autora parla en termes de construcció de les nostres pròpies identitats a través de les interaccions socials del dia a dia. Possiblement, com assenyalen Gergen (1996) i Burr (1997), la contribució més important de la sociologia al construccionisme social prové de l’obra *The Social Construction of Reality*, de Berger i Luckmann (1968). Kenneth Gergen, considerat un dels màxims exponents del construccionisme social en psicologia (Burr, 1995; Schwandt, 1994; Botella, 1995), es refereix a la importància de l’aportació d’aquests dos autors de la següent manera:

L’obra clàssica de Berger i Luckmann (1968) en sociologia del coneixement. La construcció social de la realitat és una icona construccionista. L’accent posat en la relativitat de les perspectives, el vincle de les perspectives individuals amb el procés social i la reificació a través del llenguatge segueixen desenvolupant un paper de primera importància en els diàlegs construccionistes (Gergen, 1996: 92).

Baron i Byrne, (1998) argumentaven el seu antiessencialisme defensant que els éssers humans creen i sustenten plegats tot el fenomen social a través de les pràctiques socials.

La justificació dels autors ens mostra com el món pot ser socialment construït a través de les pràctiques socials, però com alhora pot ser experimental pels seus agents com si la naturalesa d'aquest món fos fixa o ja donada.

Com ja hem dit en aquest apartat, les persones al llarg de la nostra vida anem construint una xarxa de constructes que ens permeten donar significat al món que ens envolta. Aquest significats són fruit de la nostra experiència i els atorguem arbitràriament fet que a vegades pot portar a confusions durant el procés de comunicació.

Els constructes són el resultat del procés de donar sentit a l'experiència. Cadascú de nosaltres utilitza conceptes que ens ajuden a donar sentit al món i ens serveixen com a guia per a actuar en el nostre dia a dia. Els constructes els anem desenvolupant a mesura que tenim experiències personals (Burr i Butt, 1992).

La Teoria de Constructes Personals (TPC; Kelly, 1955/1998) descriu els processos psicològics humans en funció dels processos de construcció. Enuncia unitats de construcció (els constructes personals), una organització entre elles (implicacions jeràrquiques), una modalitat de canvi (cicle d'experiència) i els límits d'aquests processos de canvi (permeabilitat del sistema) (Feixas, 1994).

Els constructes es formen alhora que les persones discriminen el flux interminable de l'experiència identificant en aquesta certs temes recurrents. Els constructes es postulen com a dicotòmics. El significat sorgeix del procés de discriminar i contrastar una experiència amb el seu oposat (Feixas, 1994).

La categorització dels constructes en polaritats com ara *fementí vs. masculí* o, *artístic vs. científic*, està feta de forma consensuada per la societat per tal de poder tenir un llenguatge comú i entenedor (Burr i Butt, 1992).

Els constructes s'organitzen en una xarxa jeràrquica de significats. Tenen implicacions supraordinades i subordinades. Els constructes més supraordinats constitueixen el nucli del sistema. La posició d'un constructe determinat en el sistema i el seu grau de supraordinació es vincula amb la seva importància, la resistència potencial del canvi i la identitat (Feixas, 1994).

Així doncs l'elaboració dels constructes que guien la nostra vida es fa de forma personal, tot i que en un context social; cada individu dona significat a les experiències en funció de les seves construccions. Per aquest motiu la comunicació entre les persones pot portar a confusions i malentesos ja que no tots construïm el mateix significat quan ens referim a una experiència en concret.

L'etapa de l'adolescència és un període on molts d'aquests constructes comencen a formar-se per acabar formant part de la nostra personalitat. Les xarxes socials són el nou context cultural que els influeix i on es donen la majoria de relacions interpersonals.

Capítol 3: Construcció de la identitat adolescent en el context social

3.1. Que entenem per adolescència

Entenem per adolescència aquell període evolutiu entre la infància i l'etapa adulta; això implica canvis biològics, cognitius i socioeconòmics. Aquests van des del desenvolupament sexual fins al pensament abstracte i la conquesta de la independència. Quan l'individu arriba a l'adolescència ja s'ha produït en ell un desenvolupament considerable i ha acumulat moltes experiències, sentiments i pensaments. Aquesta etapa s'inicia aproximadament entre els 10 i els 13 anys i finalitza entre els 18 i els 22. Els canvis biològics que es donen durant l'adolescència porten a la vegada la sexualització del cos, la genitalització de les relacions interpersonals i la construcció del jo. L'adolescent ha d'apropiar-se i assumir en la seva identitat aquestes característiques sense patir formes de pertorbació majors (Santrock, 2003).

Tècnicament, els adolescents no són adults ni nens, ja que l'adolescència és el període entre la infància i la vida adulta. Els psicòlegs del desenvolupament sovint subdivideixen l'adolescència en la preadolescència, des dels 10 als 13 anys, els anys d'adolescència, des dels 13 als 18 i la vida adulta emergent, des dels 18 als 22 o 25 anys (Berger, 2006).

Marshall i Tanner (1974) van identificar 5 àrees generals per al canvis interns i externs de la pubertat: (1) Acceleració seguida per la desacceleració del creixement esquelètic; (2) Increment i redistribució del greix corporal i la massa muscular; (3)

Desenvolupament del sistema circulatori i respiratori, i per tant més força i resistència; (4) Maduració de les característiques sexuals i dels òrgans reproductors; i (5) Canvis en el sistema hormonal i endocrí que serien els que regulen i coordinen la resta de canvis de l'adolescència. Com era d'esperar amb la magnitud dels canvis físics i fisiològics, la pubertat no és un esdeveniment sobtat, sinó que pren cinc o sis anys per a la majoria dels adolescents.

3.2. L'Aparença

Quan parlem d'aparença ens referim a aquella part de l'actuació de l'individu, del rol que exerceix, que ja ve prefixada per la situació respecte als que observen aquella actuació. L'aparença és la dotació expressiva de tipus corrent utilitzada intencional o inconscientment per un individu durant la seva actuació (Rodríguez, Goñi i Ruiz, 2006).

Aquesta aparença esta formada per diferents elements com són:

- ✓ *El mitjà (o setting)*: que inclouria l'espai on es du a terme l'actuació (mobiliari, decorat, equips i altres elements). Ens proporcionen l'escenari i els estris necessaris per poder realitzar l'actuació.
- ✓ *L'aparença personal*: aquells elements que identifiquem íntimament amb l'actuant i que el segueixen allà on va (càrrec o rang social, vestimenta, sexe, edat, característiques racials, la mida i aspecte, pautes del llenguatge, expressions facials, gestos corporals i altres). Dins aquests podem diferenciar entre:
 - *Façana*: estímuls que funcionen en el moment d'informar-nos sobre l'estatus social de l'actuant.

- *Maneres*: estímuls que funcionen en el moment d'advertir-nos sobre el rol d'interacció que l'actuant espera realitzar en la situació que preveu.

Per tant a part de compatibilitat entre façana i maneres, també esperem coherència entre el mitjà, la façana i les maneres.

Probablement no sigui només una accident històric que el significat original de la paraula persona sigui màscara. És més aviat un reconeixement del fet de que, més o menys conscientment, cada un de nosaltres desenvolupa un rol. És en aquests rols on ens coneixem a nosaltres mateixos. En certa manera, aquesta màscara és el nostre “nosaltres mateixos” més autèntic, el jo que voldríem ésser. Per fi, la nostra concepció del rol arriba a ser una segona naturalesa i part integrant de la nostra personalitat. Venim al món com individus, aconseguim un caràcter i arribem a ser persones (Goffman, 1997).

3.3. La personalitat dels individus

La personalitat no és una “cosa” o una entitat que puguem observar directament. La personalitat seria allò que inferim quan observem el comportament d'algú. Observem que és el que ell fa i aleshores fem inferències sobre el tipus de personalitat que deu tenir basant-nos en la percepció de les nostres observacions (Burr i Butt, 1992).

Un problema d'aquesta observació és que el comportament de les persones està fortament influenciat per les circumstàncies particulars de la situació que estan vivint: és per això que els psicòlegs parlen de “situacions específiques” o “context específic”.

Aquesta especificitat és un problema per a la noció de personalitat, ja que aquesta es defineix com a constant en el comportament de les persones (Burr i Butt, 1992).

El concepte de personalitat compren dos aspectes: La individualitat (cada persona té un tarannà diferent, una combinació única de trets de personalitat) i la estabilitat (el caràcter no canvia radicalment en un dia ni en un any). Una altra característica pròpia de la personalitat seria la coherència, integrada per una sèrie de característiques compatibles. El que veiem en nosaltres i en els altres és una personalitat unificada, un jo lògic i coherent. També creiem que la nostra manera d'ésser influeix en la nostra manera d'obrar (Pont, 2005).

La personalitat humana és alguna cosa sagrada, no se la viola ni s'infringeixen els seus límits, mentre que, a la vegada, en la majoria dels casos en la comunicació entre les persones és jutjada i criticada (Pont, 2005).

3.4. Correlats psicològics dels canvis hormonals en la pubertat

En general, els signes visibles de la pubertat comencen entre els 10 i els 13 anys en resposta a un disparador hormonal en la profunditat de l'encèfal. Les hormones de l'eix hipotàlem-hipòfisis-suprarenals afecten les emocions i la psiquis. Les reaccions adolescents sovint són el resultat de les respostes socials i culturals als canvis corporals visibles i no el resultat directe de les hormones en el torrent sanguini (Berger, 2006).

Molts factors, que inclouen el sexe, els gens i el greix corporal, determinen quan comença la cascada hormonal. Les probes obtingudes en les correlacions internacionals, la investigació en animals i les famílies amb padrastres i fillastres suggereixen que un

quart factor, l'estrès, pot induir la pubertat més precoçment del que hauria començat d'un altra manera. En totes les cultures és problemàtica la pubertat que comença molt abans (sobretot en les nenes) o més tard (especialment en els nois) (Berger, 2006).

Els factors hormonals tenen un paper important en l'augment de les emocions negatives i variables, característics dels adolescents. Els estudis dels adolescents indiquen que els majors nivells de gonadotropines i altres hormones de la pubertat s'associa amb l'afectivitat negativa i dificultats d'adaptació en l'adolescència (Limonés, 2011).

Segons Berger (2006) l'estirada de la pubertat i la maduració sexual són progressius en els tres o quatre anys següents a l'aparició dels primers signes de la pubertat. Ambdós grups de canvis mostren una seqüència predeterminada. L'estirada puberal és irregular i algunes parts del cos maduren abans que d'altres. El creixement prossegueix des de les extremitats cap el centre, de manera que els membres creixen abans que els òrgans interns. L'augment de pes precedeix l'augment de l'alçada, que a la vegada precedeix al creixement muscular.

En les nenes, la pubertat comença amb els caràcters sexuals primaris (el creixement dels òrgans sexuals interns) i després els caràcters sexuals secundaris (borrissol púbic, mugrons). L'estirada puberal de les nenes es dona a mig camí, les característiques sexuals continuen madurant i la menarquia completa la seqüència. En els homes, les característiques sexuals secundàries (que inclouen el creixement dels testicles i el penis i després la espermarquia) precedeixen a l'estirada puberal. Tots els nens i nenes experimenten un augment per l'interès sexual a mesura que els seus cossos es desenvolupen i les seves hormones augmenten, però la expressió dels sentiments sexuals i inclús les fantasies sobre ells depèn de la seva cultura (Berger, 2006).

Cap a mitjans de l'adolescència, la majoria dels individus joves han completat la pubertat i han arribat a la mida i les característiques sexuals de l'adult. Tot i això, el seus encèfals encara no són com els de l'adult. La maduració del sistema límbic encefàlic esta desencadenada per les hormones de la pubertat i comencen abans de mitjans de l'adolescència. La maduració del còrtex prefrontal sembla més depenent de l'edat i l'experiència i menys d'hormones específiques; per lo tant, es produeix una mica més tard. Es creu que aquesta maduració desigual és la raó per la qual els adolescents corren el riscos irracionals, gaudeixen d'experiències sensorials intenses i troben formes d'enfortir les seves emocions i disminuir el seu pensament racional. Durant l'adolescència, les reaccions són més ràpides, les dendrites són modelades i els records persisteixen. Per a la vida adulta, la part emocional i la part racional de l'encèfal treballen en harmonia la major part del temps (Berger, 2006).

3.5. La incertesa que crea el concepte cos

La possibilitat de planificar i transformar el cos porta implícita la incertesa del cos que volem. La multitud de pràctiques de transformació corporal que permeten els avenços biomèdiques del nostre temps ens dificulten la decisió d'escollir què volem variar del nostre cos i, en definitiva, quin és el cos que volem.

Juntament amb això, sorgeix una problemàtica que genera molts interrogants de tipus moral al principi del segle XXI i és determinar quin és el límit de la transformació corporal, és a dir, fins on es pot permetre la intervenció de la ciència en el control del cos.

Lipovetsky (2004) en una revisió del treball de Gervilla (2002), proposa els següents qualificatius per al cos en la postmodernitat.

- El cos seducció: la personalització del cos ve determinada pel sexe que es viu de forma més oberta a causa de la influència dels mitjans de la comunicació, que han portat al terreny públic l'espai més reservat del cos. Sota aquesta visió, el sexe està desvinculat de l'amor i del sentiment, és un sexe de consum que no es diferencia del cos.
- El cos individualista i narcisista: és sens dubte una de les grans característiques de la identitat postmoderna. Narcís, que va morir mentre admirava la seva pròpia imatge a l'aigua, és el gran símbol del nostre temps. El narcisisme veu reflectit en les nostres pràctiques quotidianes: l'angoixa per l'edat, l'interès per la salut i per la bellesa, l'excés de cura pel cos, l'hedonisme, la preocupació pel *look* i per la imatge en general...
- El cos estètic: és el valor a la bellesa, l'experiència, el valor estètic. En la postmodernitat el cos no és només quelcom que tenim, sinó el que som, ja que ens identifica davant dels altres: per això és tan important el culte al cos. En aquest sentit, tan important és la forma del nostre cos com la manera de vestir-lo. La societat marca unes normes relacionades amb les formes del cos i amb les diferents tendències per vestir-lo i decorar-lo. La tria que cadascú fa representa la millor targeta d'identificació davant la societat.
- El cos postmoralista: en la postmodernitat vivim un procés de secularització de la moral independent de qualsevol religió i de deure moral. Així, les morals personalitzades i fetes a mida predominen davant l'antiga moral guiada per uns

imperatius categòrics. En la postmodernitat, la idea del bé s'ha substituït per la idea de benestar i el cos hedonista, capaç d'experimentar, de sentir i de provar sense límits ha estat capaç de substituir l'estètica per l'ètica.

Obviar la dimensió social del cos representa obviar que la societat postmoderna, agradi o no, és una societat fortament corporeïtzada, on els valors corporals esdevenen prioritaris per explicar el que som.

3.6. El cos des de les ciències socials

El cos és un fenomen complex que ha anat despertant l'interès de les ciències socials de forma tardana. Si bé històricament la filosofia ha mostrat interès per reflexionar sobre el cos, especialment pel que fa a les seves relacions i contraposicions amb l'ànima, no és fins el segle XX que el cos comença a despertar curiositat com a objecte d'estudi en altres disciplines de les ciències socials. Aquesta incorporació tardana del cos troba la seva explicació en l'antropologia dualista sobre la qual es va sustentar la tradició judeocristiana i que va contribuir a dotar el cos d'una visió negativa del món occidental. Les actuals contribucions de l'antropologia, de la filosofia, de la psicologia i, sobretot, de la sociologia, han configurat el que anomenem la "teoria del cos", donant una visió realista de la complexitat i la multidimensionalitat del fenomen cos (Planella, 2003).

Les concepcions naturalistes del cos (Shilling, 1993; 2003) basades en una visió dualista de la persona (cos-ànima, psique-soma o cos-esperit), van abordar l'estudi del cos des de l'enfocament de "cos objecte". El cos era interpretat de forma simple, com una estructura de sistemes orgànics finits i tancats a qualsevol possibilitat

dialèctica amb l'entorn sociocultural. Per entendre millor aquesta idea en podríem remetre a Fullat (2002), que a la pregunta “¿què és el meu cos?”, referint-se a aquest nivell de cos objectiu, contestava:

“Així, no és una altra cosa que un objecte més del món, com una estrella, una coliflor, un bisó o una escombra. El meu cos, observat d'aquesta forma, és aquell objecte en el qual em trobo completament instal·lat. Des de sempre tan anatomistes com fisiòlegs han explorat el cos humà entenent-lo com una peça més de les que engloben la gran arca de l'univers.” (p. 71)

Sembla clar que l'autor es refereix al cos que veien des de fora, el cos material, el cos observat des del punt de vista purament morfològic i fisiològic. En aquesta perspectiva, el cos humà es defineix com el cos d'un mamífer evolutivament posat en peu, compost per cèl·lules morfològicament i fisiològicament organitzades en teixits i, en última instància, resoluble en molècules i en processos energètics-materials del caràcter biofísic i bioquímic. Aquesta visió de cos objectiu ha estat l'objecte d'estudi de la majoria de disciplines fins al final del segle XIX (Lain Entralgo citat a Vázquez, 1989).

La psicologia contribueix de forma determinant per ampliar la visió del cos, afavorint la reivindicació del cos propi o cos subjectiu. Freud desperta al cos de la letargia a què havia estat sotmès, per un enfocament psicològic massa centrat en els processos conscients de la conducta, per reivindicar el “jo corporal”. Vázquez (1989) ho expressa dient: “ El cos passa, de ser un objecte silenciós i suposadament obedient, a tenir, com “això”, la seva pròpia espontaneïtat, les seves normes i els seus intents constants de manifestar-se” (p.47)

El “jo corporal”, encara que en aquest cas clarament libidinal, passa a tenir un lloc privilegiat en la psicologia de la personalitat de Freud. Per primera vegada s’observa el cos com una matèria modelada, ja sigui per les experiències o per la història personal o social. Posteriorment, les aportacions de la neurologia, de la psiquiatria i de la psicologia genètica van consolidar una visió molt més complexa del cos subjectiu.

L’evolució de la sociologia també va afavorir el pas de les concepcions naturalistes del cos a les concepcions socials. En aquest sentit, resulta interessant analitzar l’evolució del cos com a objecte d’estudi en la sociologia que ens suggereix Le Breton (2002). L’autor considera clau l’evolució d’una sociologia implícita del cos a la que es refereix com a sociologia detallista. En la primera, el cos té un lloc secundari en l’anàlisi, no apareix com a tema d’estudi central i real, sinó col·lateral. Seria el cas, per exemple, dels estudis sobre la visió del cos com a productes social (sociologia marxista), o aquells centrats a intentar justificar les diferències socials i culturals a través d’aspectes suposadament biològics, com podrien ser el pes del cervell, l’angle facial, l’índex encefàlic, etcètera. La sociologia detallista suposa un pas important cap a les concepcions socials del cos, ja que se centra de forma específica en el cos i delimita les lògiques socials i culturals que s’hi distingeixen.

Les concepcions del cos van evolucionant de forma progressiva cap un enfocament social en totes les disciplines socials. El cos ja no és només “objectiu” i “subjectiu”, sinó també social (Aguilar, 2008).

Aquesta estreta relació entre context sociocultural i cos s’articula en un doble sentit. Per una banda, com argumenten Freund i Mc Guire (1991), la societat exerceix de motlle sobre les formes del cos, és a dir, la societat “dibuixa” els cossos.

Per altra banda, els autors ens recorden que la societat crea també els discursos disponibles sobre les idees i creences del cos, és a dir, atorga valors concrets al significat cos.

Tot i el que molta gen pensa, l'adolescent ja reconeix el seu cos com a propi molt abans d'arribar aquest període de la seva vida, el que el converteix en estrany de forma tan brusca és l'emergència del seu caràcter sexual.

Les imatges del propi cos s'elaboren en el context de les relacions quotidianes amb els altres. L'entorn social és indispensable: l'experiència de ser en sí un i el mateix no pot realitzar-se sense que a la seva vegada el subjecte existeixi i tingui un sentit per al seus interlocutors, siguin aquests reals, virtuals o imaginaris. Sense oblidar que el propi cos es al mateix temps seu i instrument de la consciència de sí mateix (Perinat, 2003).

El nostre cos, no és alguna cosa que tinguem, és en gran mesura qui som en realitat. Sense cos seria impossible tenir experiències i sensacions pròpies, el cos és el mitjà de la nostra vivència i l'instrument de la nostra acció (Miller, 1978, pàg. 6).

No ens podem imaginar qui som sinó és a través d'una imatge corporal. Ni definint algú de forma espiritual, sense rostre ni cara no podem representar-lo. Per això quan parlem del cos ens referim al significat psicològic que s'adquireix en aquesta etapa de la vida (Botella *et al.*, 2008).

Certament allò referent a la corporalitat en general i especialment en la seva dimensió d'imatge corporal, ha sigut sospitós de banal, cosmètic o secundari respecte a tot al que suposadament era "psicològic", "mental", "intel·lectual" o "racional" en exclusiva. Tot i les contribucions pioneres de Freud i Piaget pel que fa a la consideració d'allò corporal

com a part intrínseca del desenvolupament humà concebut com un tot, la cognitivització racionalista a la que ens referíem al principi va portar probablement a aquesta secundarització de lo somàtic en general i d'allò corporal en particular (Botella, Grañó, Gámiz i Abey, 2008).

Tot i així, la transcendència d'allò corporal i la impossibilitat de fragmentar-lo d'allò psicològic concebut com exclusivament intel·lectual resulta cada vegada més evident.

Alguns exemples d'aquesta rellevància són els següents (Cash i Pruzinsky, 1990):

- Entre les persones que es consideren menys atractives es troba major incidència de fòbia social, ansietat social i locus de control extern.
- La satisfacció personal com el propi físic correlaciona amb el grau d'ajust social percebut.
- La manca d'atractiu comporta un factor de risc per part del desenvolupament de diferents patologies mentals (inclosa la esquizofrènia), així com una complicació en curs de la seva recuperació.
- L'atractiu del pacient és considera com un dels factors que contribueixen al bon pronòstic de la psicoteràpia.
- Els problemes i símptomes associats a la imatge corporal o a la corporalitat en general caracteritzant a un bon nombre de patologies psicològiques (incloent els trastorns alimentaris): la hipocondria, els trastorns dismòrfics corporals, les al·lucinacions somàtiques pròpies d'algunes formes de trastorn paranoide, els trastorns d'identitat de gènere i les automutilacions i autolesions.

- A més a més, en els últims anys s'han descrit algunes formes menys comunes de patologies de la corporalitat tals com el síndrome de Munchausen, l'addicció a les transformacions corporals cosmètiques neotribals (tatuatges, pírcing, escarificacions, arracades d'extensió...), la addicció a l'exercici físic i la musculació ("vigorexia") i l'apotemnofilia (el desig obsessiu de que s'amputi una part del propi cos, normalment una cama, associat a conductes parafiliques d'excitació sexual amb parelles amputades).
- Per un altra banda, no hi ha pràcticament cap trastorn psicopatològic sense correlacions a l'esfera de la corporalitat i en alguns aquestes correlacions són especialment nuclears: el desgrat pel propi físic, la manca d'apetència sensual i les preocupacions excessives pel cos dels pacients depressius, les disfuncions corporals evidents en els trastorns sexuals, les alteracions de la imatge corporal en la psicosis ...
- Pel que fa referència a la influència d'allò físic en allò psicològic, són evidents els efectes traumàtics i sovint emocionalment devastadors de la pèrdua de funcions o de parts del cos deguda a accidents, cirurgies invasives o processos patològics, per exemple les desfiguracions accidentals per cremades, les amputacions quirúrgiques o com a resultat d'accidents, les deformitats degudes a patologies genètiques o adquirides, ...

Tot això ens porta a plantejar-nos la serietat i importància d'allò corporal en la construcció de la identitat, en la seva patologia i en la seva reconstrucció terapèutica. Com molt bé destaquen Cash i Pruzinsky (1990) és evident que el sentit del jo es basa en la nostra experiència corporal, en definitiva no naixem amb un sentit del jo, però si inevitablement amb un cos.

3.7. La idealització del cos

La postmodernitat dona l'oportunitat de planificar el cos com a projecte (Kirk, 2004). Els avenços dels darrers anys en matèria de cirurgia estètica i enginyeria genètica ens aporten noves possibilitats en formes del nostre cos. Podem decidir retocar, canviar, augmentar o disminuir parts del nostre cos, convertint-nos per primera vegada en la història en els autèntics gestors de la forma del nostre propi cos (Pérez Samaniego, 2002).

Planella (2003) diferencia les formes més comunes de pràctiques de transformació corporal entre els joves postmoderns: escriure i marcar la pell, canviar la forma del cos i la negació del cos en l'era Internet.

- **Escriure i marcar la pell:** l'autor explica que les pràctiques de tatuar, escarificar i perforar el cos són clarament simbòliques. En un món canviant, la transformació realitzada al cos és un símbol de persistència, d'identitat, que acompanya durant tota la vida. La recerca de l'originalitat personal fa que els joves es tatuïn la pell amb formes cada cop més exclusives i simbòliques, com demostra l'èxit dels tatuatges tribals.
- **Canviar la forma del cos:** la cirurgia estètica és la segona pràctica de modificació corporal més estesa entre els joves. Els patrons estètics per als homes i per a les dones vénen concebuts per diferents agents socials. El món del cinema i de la música ens han apropiat aquesta possibilitat a través de les transformacions corporals practicades per diversos ídols. D'altra banda la pressió comercial que es fa des de la televisió i la ràdio ha contribuït a la difusió de productes i pràctiques de transformació amb facilitats per al finançament.

- La negació del cos en l'era Internet o els cossos posthumans: en la postmodernitat, el cos és, per als teòrics del ciberespai, un vestigi arqueològic. Internet possibilita la virtualitat del cos, o la supressió del propi cos, de manera que a la xarxa no es necessita el cos per relacionar-se, per moure's, per buscar o per trobar.

En aquest sentit, el cos com a projecte virtual pot anar canviant dia a dia, segons els desitjos del cosmonauta: l'edat, el sexe, l'alçada, la constitució física i l'estètica passen a ser factors relatius a la voluntat de l'usuari i, alhora, acceptats per tota la comunitat virtual.

3.8. Aproximació constructivista a la construcció del jo en l'adolescent

En la línia dels plantejaments dels autors narratius, la identitat no es considera en cap moment un producte acabat o final, sinó el resultat d'un procés de continua reelaboració en el si de les relacions, discursos i narratives canvians i en últim terme indeterminades.

Pel que fa a les teories constructivistes, gairebé totes elles plantegen que l'home viu en un univers simbòlic.

Jean Piaget, per exemple, va estudiar les diferències qualitatives de la intel·ligència en nens de diverses edats i observa la manera en que es desenvolupen les capacitats cognitives a mesura que els nens creixen. Va remarcar la seqüència invariant dels períodes, segons la qual s'arriba a cada període per ordre, un rere l'altre, mai s'omet cap i cap es dona en un ordre que no li correspongui.

Segons Piaget, existeixen quatre factors generals involucrats en aquesta seqüència progressiva del desenvolupament cognitiu:

1. La maduració del sistema nerviós crea oportunitats per al creixement mental, però no és suficient per provocar-lo.
2. L'exercici, a través de l'entrenament físic i l'experiència mental, implica al nen activament en el desenvolupament de la comprensió del món extern.
3. La interacció social i l'ensenyança són necessàries, però insuficients per elles mateixes, per donar lloc al desenvolupament cognitiu.
4. Un procés intern d'autoregulació, conegut com equilibració, funciona com una espècie de sistema de feedback d'ajust actiu a nova informació (Piaget i Inhelder, 1969).

Els períodes de desenvolupament cognitiu segons la teoria de Piaget són:

- Període I: *Intel·ligència sensoriomotora*: intel·ligència d'acció, consistent en sis fases que comencen amb la exercitació dels reflexos al néixer i finalitza amb la comprensió de la permanència de l'objectiu (aproximadament als 2 anys).
- Període II: *Pensament preoperacional*: comença amb l'aparició del pensament mitjançant la utilització de símbols mentals. Difereix del pensament adult i és un període d'organització i preparació per operacions concretes (aproximadament entre els 2 i els 7 anys).
- Període III: *Operacions concretes*: pensament lògic i sistemàtic sobre activitats i objectes físics i concrets (aproximadament entre els 7 i els 11 anys).

- Període IV: *Operacions formals*: capacitat per pensar sobre el pensament i altres idees abstractes i hipotètiques (comença als 11 anys).

Es creu que l'ús del pensament operacional formal és necessari per aconseguir la identitat o un sentit de continuïtat i consistència del jo a lo llarg del temps. Tot i això les dades empíriques sobre aquestes idees no són concloents.

Piaget creia que l'estadi final de la intel·ligència, el pensament operacional formal, comença en l'adolescència. Ell va descobrir que els adolescents milloren en lògica deductiva i pensament hipotètic. Altres investigadors han observat que els adolescents sovint prefereixen el pensament intuïtiu, que és més ràpid i més intens. Degut a l'avanç d'ambdós tipus de pensament, els adolescents saben més, pensen més ràpid i utilitzen l'anàlisi sistemàtic i la lògica abstracta que esta més allà de la capacitat dels nens més petits. El fet que un adolescent determinat utilitzi el raonament lògic o la intuïció depenent de molts factors. L'economia cognitiva a vegades afavoreix la velocitat emocional sobre l'anàlisi intel·lectual i el pensament ràpid i limitat és més valorat en les experiències personals (Berger, 2006).

Marcia (1967) que va definir quatre maneres d'abordar els problemes d'identitat en l'adolescència tardana, va suggerir que les operacions formals constitueixen una condició necessària per aconseguir la identitat.

De la mateixa manera, varen plantejar que els individus no utilitzaven el pensament operacional formal en la resolució de problemes d'identitat, sinó que estaven adoptant rols i valors prescrits socialment en lloc de desenvolupar la seva pròpia identitat particular.

Segons Berger (2006) cap a finals de l'adolescència, alguns joves adquireixen la capacitat d'un pensament avançat que combina emocions i lògica. Aquesta a vegades es denomina pensament postformal, perquè segueix a la quarta etapa del pensament operacional formal de Piaget. El pensament de l'adult jove sovint és més flexible, més dinàmic i menys absolutista que el pensament dels individus més joves. Les expectatives poden tenir un efecte fonamental sobre el rendiment d'aquest pensament i per això l'amenaça d'estereotips pot ser devastadora. L'educació universitària es correlaciona directament amb millor salut, ingressos més alts i vida més llarga. Per aquest motiu és probable que la universitat faci avançar el pensament, especialment al que ens referim, el post formal complexa i flexible. Lamentablement, no tots els joves poden assistir a la universitat per raons diverses, impeding afavorir el desenvolupament d'aquest pensament.

La construcció de la pròpia imatge, de la visió global sobre qui és un mateix, és un procés de caràcter evolutiu complex, que va unit a la constitució de la identitat. Aquesta construcció comporta un procés d'integració de factors cognitius, emocionals i relacionals.

El sentit de la identitat consisteix en que l'individu estigui raonablement segur del tipus de persona que és, d'allò en el que creu i de què vol fer amb la seva vida. Formar una identitat suposa que l'individu arribi a una visió integrada de les seves aptituds i capacitats, dels seus valors i preferències i de les seves formes de reaccionar davant les altres persones i de ser percebut per elles (Castells, 2007).

D'entre les característiques de la formació de la identitat destaquen:

1. Les persones aconsegueixen la identitat en la mesura que són capaços d'implicar-se en una sèrie de compromisos relativament estables.
2. Inclouen decisions sobre :
 - a. Un conjunt de valors i creences que guien les pròpies accions, el que defineix una actitud ideològica.
 - b. Una sèrie d'objectius educatius i professionals als que dirigir tots els esforços que es realitzen, el que constitueix una actitud ocupacional.
 - c. Una orientació de gènere que influeix en les formes d'amistat i intimitat de l'individu amb els homes i les dones, el que determina una actitud interpersonal.
3. La formació de la identitat rep la influència conjunta de factors intrapersonals, factors interpersonals i factors culturals.
4. Suposa un procés de diversos anys de provar la conveniència de diversos rols i ideologies.
5. Quan més desenvolupat està el sentit de la identitat, més plenament valoren els individus la manera en que són semblants i diferents als altres.
6. Les persones que tenen un sentit de la identitat personal clar, se senten bé amb elles mateixes, s'esforcen de manera constructiva per aconseguir objectius ben definits, procuren tenir relacions íntimes amb els altres i sentir-se còmodes amb elles mateixes i estan relativament lliures d'ansietat, depressió i altres símptomes de malestar emocional.

7. El procés de formació de la identitat no s'acaba mai. Els adults revisen constantment la seva identitat a mesura que s'enfronten a experiències noves i diferents rols.

Volem destacar una síntesis dels punts bàsics d'una visió de la consciència d'un mateix des del constructivisme relacional coherent amb les neurociències contemporànies (el que s'ha denominat constructivisme neuronal) combinats amb la taxonomia de nivells i funcions de l'experiència corporal elaborada per Cash i Pruzinsky (1990) a partir de la seva revisió d'autors anteriors.

✓ Nivell I: Esquema corporal

Definició: Percepció del cos com objecte en l'espai i com a font de plaer o dolor.

Funcions del cos relacionades: El cos com a registre sensorial i processador d'informació.

Aportacions del constructivisme:

- El coneixement de la realitat, inclosa la consciència d'un mateix, és una construcció i no un registre passiu: s'assumeix un funcionament proactiu dels òrgans dels sentits inclosos els propioceptius.
- Concepció múltiple del coneixement: una bona part d'ell es concep com a tàcit, implícit, preverbal o inconscient si bé es tracta d'un inconscient diferent del postulat per la psicoanàlisi freudiana, ja que no està necessàriament relacionat amb pulsions instintives ni amb conflictes sexuals. Es parteix de la noció de xarxes ocultes de processament neuronal com a base del coneixement tàcit.

- Paper actiu i reconstructor del record. Memòria somàtica pro activa.

✓ Nivell II: El sí mateix corporal (*body self*)

Definició: Discriminació entre jo i no jo. Desenvolupament de conceptes centrats en la corporalitat (per exemple, a dalt vs. a baix; a prop vs. lluny; davant vs. darrera; això vs. allò; aquí vs. allà; ara vs. abans ...)

Funcions del cos relacionades:

- El cos com a font de necessitats, impulsos, instints ...
- El cos com a instrument d'actes propositius.
- El cos com a estímul per a un mateix.

Aportacions del constructivisme:

- Paper proactiu i propositiu dels processos de construcció de significat. Qualsevol procés cognitiu es considera essencialment anticipatori. Així que, la connexió temporal entre passat, present i futur es considera un component clau de la consciència, inclosa la consciència d'un mateix.
- Concepció anticipatòria del coneixement com a procés de predicció i conseqüent validació o invalidació, no com establiment d'associacions en absència d'expectatives. Coneixement d'un mateix com anticipació.
- Paper modulador de la complexitat cognitiva pel que respecta a la flexibilitat de resposta conductual. Complexitat del jo com a variable moduladora del desenvolupament psicosocial.

✓ Nivell III: El cos com a discurs i objectiu del discurs

Definició: Dimensió simbòlica i analògica de la corporalitat (metàfores corporals, somnis, imatges, símbols, mites ...).

Funcions del cos relacionades:

- El cos com a estímul per als altres.
- El cos com a instrument expressiu.

Aportacions del constructivisme:

- Naturalesa narrativa i discursiva de la memòria i de la identitat: narratives del *self*.
- Primacia de l'atribució de significat com a base dels processos cognitius. Noció contextual de significat, atribuir significat a una experiència és posicionar-la en una xarxa interconnectada de significats preexistents validats en experiències prèvies. La identitat concebuda com a posicionament discursiu.
- Relació intrínseca entre allò psicològic i somàtic, de manera que les circumstàncies vitals i el significat atribuït a elles poden tenir repercussions directes en la nostra salut física i mental i a l'inrevés.

✓ Nivell IV: El cos com a concepte

Definició: Coneixements sobre el cos adquirits com a part de la cultura i l'educació i no necessàriament de l'experiència directa.

Funcions del cos relacionades:

- Consciència cognitiva del cos com a entitat abstracte.
- L'experiència corporal com a món privat.

Aportacions del constructivisme:

- Relació dialèctica entre els processos personals i socials de construcció de la realitat i la seva funció validadora o invalidadora.
- Constriccions mútues entre subsistemes sustentades en una dinàmica sistèmica de primàcia d'allò nuclear respecte a allò perifèric.
- Desenvolupament concebut com augment de la complexitat i de l'autoorganització: dels sistemes simples (indiferenciats i no integrats) als complexos (diferenciats i integrats).

Així, la construcció personal del jo en la seva dimensió de corporalitat inclou des de la dimensió més sensoriomotora de l'esquema corporal, que s'adquireix en etapes evolutives primerenques i es perd només en casos de greus afectacions neurològiques, fins a la dimensió conceptual del cos com objecte de coneixement, en un nivell màxim de complexitat i autoconsciència.

Segons López i Castro (2007) posseir una identitat requereix una sèrie de factors:

- ✓ Sentit de continuïtat.

- ✓ La diferenciació respecte la resta.
- ✓ La coherència entre qui parla i qui s'és, tenir un discurs propi.

3.9. Formació de la identitat en els adolescents

Els adolescents busquen respostes a les preguntes que giren entorn a la identitat. La persona s'enfronta al descobriment de qui és, que fa a la vida i cap a on va. Han d'adoptar nous rols propis dels adults. Erikson proposa la moratòria psicosocial per definir el trauc existent entre la seguretat pròpia de la infància i l'autonomia pròpia de l'etapa adulta. És una etapa en la que els adolescents experimenten una part de la construcció de la seva identitat. Van experimentant amb diferents rols i personalitats fins arribar a un sentit del jo estable.

Els joves que exploren aquestes identitats contradictòries de forma saludable emergeixen amb un nou sentit del jo. En canvi, els que no resolen aquesta crisi d'identitat experimental passen per un període de confusió, tal com ens diu Erikson. Aquesta pot portar a dues vies: a que el individu es retiri, aïllant-se dels iguals i de la família, o es submergeixi en el món dels iguals, perdent la seva identitat (Castells, 2007).

Erikson adopta un enfocament psicosocial de la identitat mitjançant la descripció de la interacció entre la biologia, la psicologia i el reconeixement social i la resposta dins d'un context històric. En aquest cas té la mateixa importància parlar dels elements com destacar el context històric de la seva definició.

Teòrics posteriors, però, han posat èmfasis en aquests elements diferencials, tant en la definició de la identitat com en la investigació dels seus paràmetres. Models històrics, l'estadi estructural, sociocultural i la narrativa han ofert alternatives a una definició de la identitat psicosocial (Kroger, 2000).

En aquests enfocaments, destaquen el paper fonamental de l'època històrica en la qual tenen lloc les qüestions d'identitat, les formes de desenvolupament diferent en les quals els individus construeixen el significat i la identitat, les forces socials i culturals que creen i conformen la identitat i la narració de la seva pròpia història de vida com la creació i formació de la identitat. Tots aquests enfocaments tenen les seves pròpies fortaleces i limitacions i una revisió més completa es pot trobar a Kroger (2000).

Erikson ha donat una explicació detallada sobre els conceptes més importants en descriure la naturalesa de la identitat de l'ego.

Per la identitat de l'ego, Erikson (1968) es refereix tant a un sentit conscient de la singularitat individual, així com un inconscient lluita per la continuïtat de les experiències, una identitat òptima s'experimenta com una sensació psicosocial de benestar.

La confusió d'identitat enfront de la cinquena etapa de les vuit que Erikson seqüència de la vida útil de les tasques de desenvolupament, és aquella etapa que passa a primer pla durant l'adolescència. Durant aquest temps, els adolescents intenten trobar alguna solució entre aquests dos pols. En condicions òptimes, els adolescents experimenten el procés de formació de la identitat. És una etapa sensible en la que poden sorgir alguns trastorns de personalitat que han estat latents durant la infància.

Aquest procés consisteix en la capacitat del jo per sintetitzar i integrar importants identifikacions anteriors en una nova forma, únicament aquelles que són les pròpies. Erikson també destaca l'important paper exercit per la comunitat, tant a reconèixer com a ser reconegut l'adolescent en el seu període de maduració. Erikson considera una moratòria psicosocial al ser un procés important de desenvolupament en què els joves experimenten lliurement amb diferents rols d'adults, per tal de trobar un que sembla proporcionar un ajust únic adequat al seu jo (Erikson, 1968).

Potser un dels conceptes més àmpliament relacionats d'Erikson ha estat el de la crisi d'identitat. Per la crisi, no es refereix a una catàstrofe imminent, sinó més aviat un punt d'inflexió en la història de la vida d'un individu, en la qual el desenvolupament només pot seguir endavant amb un curs en una direcció nova.

Marcia (1967) utilitza originalment els estats de la identitat, com les característiques topogràfiques d'algunes estructures d'identitat subjacent. Aquelles àrees o dominis en què la identitat més s'havia aconseguit, tenien més probabilitat d'un cert tipus d'estructura de la identitat. Abans d'assolir la identitat els individus han portat a terme exploracions en diferents sentits al llarg de la seva vida, mentre d'altres individus s'han format compromisos sense grans exploracions prèvies. Molts dels valors i els rols adoptats per la persona executada es basen en valors dels pares, amb qui els adolescents tenen una forta identificació. Les persones en l'estat de moratòria d'identitat estan molt en el procés de recerca dels rols d'adults significatius i de valors, però no han format encara compromisos en ferm, mentre que en l'estat de difusió sembla desinteressat en la recerca dels rols adults personalment expressius i valors. Aquests joves poden no tenir compromís per a una varietat de raons, que van des d'una simple enfocament feliç i afortunat de la vida fins a una psicopatologia severa.

Una identitat saludable és aquella flexible, capaç d'adaptar-se i oberta als canvis que van tenint lloc a la societat, les relacions i el món laboral. Tot això provoca moltes reorganitzacions del contingut de la identitat. Les identitats és caracteritzen per la recerca d'equilibri entre les necessitats d'autonomia i de vinculació.

Segons Marcia (1966) trobem quatre estadis en la construcció de la identitat:

1. Difusió de la identitat: encara no han experimentat una crisi de la identitat, ni han assumit un compromís.
2. Delegació de la identitat: han assumit un compromís sense passar prèviament per una crisi d'identitat (els pares imposen la seva idea).
3. Moratòria de la identitat: es troben en plena crisi, però el seu compromís està absent o poc definit.
4. Consecució de la identitat: han travessat una crisi d'identitat i han sortit d'ella assumint un compromís.

En funció d'aquests quatre estadis l'autor defineix la crisi com el període del desenvolupament de la identitat durant el qual l'adolescent es qüestiona diferents alternatives significatives i es referix a compromís quan l'adolescent realitza una inversió personal en el que va a fer.

Molts adolescents triguen anys en aconseguir una identitat sòlida, que és el producte de l'exploració i el compromís. Erikson descriu que la crisi de la identitat es donava en quatre escenaris: religió, sexe, política i vocació. Molts altres psicòlegs del desenvolupament han treballat sobre aquesta crisi: a alguns adolescents no sembla

importar-los res (difusió de la identitat), alguns fan eleccions prematures (identitat prematura), alguns senzillament reaccionen contra les normes socials (identitat negativa) i alguns opten per un interval acceptat per la societat (moratòria). Per a la joventut contemporània, cada aspecte de la identitat és més complexa del que era abans. La identitat prematura de tipus religiós pot ser atractiva; la identitat sexual s'ha convertit en identitat de gènere, rols de gènere i orientació sexual; la identitat política sovint esta barrejada amb la identitat ètnica i religiosa; i la identitat vocacional és evasiva. Les eleccions i els patrons vitals poques vegades són dicotomies simples (per exemple: creient/infidel, home/dona, negre/blanc, treballador/estudiant). En les condicions actuals, les eleccions que en una altra època eren simples són frustrantment evasives (Berger, 2006).

3.10. Característiques dels adolescents en els diferents estats de la identitat dins els grups

S'han dut a terme nombrosos estudis per examinar una àmplia gamma de trets de personalitat, els comportaments interpersonals, antecedents familiars i els patrons de desenvolupament del moviment de cada un dels estats d'identitat.

En molts contextos occidentals, aquestes característiques han estat trobades per a homes i dones en les dècades més recents. En les primeres etapes de la investigació la identitat d'estat, a través de la dècada de 1970, es va centrar principalment en les característiques de la personalitat central de cada estat de la identitat, amb els patrons de desenvolupament estudiats incidint en només dos punts de recollida de dades durant l'adolescència. No obstant això, les últimes dues dècades han vist una àmplia gamma de trets de personalitat examinades en molts països arreu del món. Tot i que les primeres

investigacions eren més pobres, actualment s'han ampliat aquestes dades (Zacarés, Iborra, Tomás i Serra, 2009).

Els patrons de desenvolupament s'han examinat en més punts en el temps i l'estudi dels patrons d'estat de la identitat del canvi i l'estabilitat s'han ampliat fins als anys de l'adulthood primerenca i mitjana (Zacarés, Iborra, Tomás i Serra, 2009).

Erik Erikson (1963, 1968) va utilitzar per primera vegada el terme "identitat del jo" i ha proporcionat, conceptes relacionats amb la identitat que els investigadors continuen explorant avui en dia en les investigacions empíriques i la narrativa. Entre els investigadors, Marcia (1966, 1967) estudia el paradigma de la identitat-estat proporcionant un model popular per ampliar i investigar empíricament les nocions d'Erikson sobre la identitat. Ens hem centrat fonamentalment en aquest paradigma, l'estructura cap als factors claus de personalitat associats amb els estats d'identitat, així com els patrons de desenvolupament del moviment en el temps.

Tradicionalment, la psicologia social ha considerat que dues persones en una relació d'amistat s'impacten una a l'altra o són dependents una de l'altra segons en la mesura que un canvi en l'estat d'una causa un canvi en l'estat de l'altra. En acceptar aquesta definició, estem adoptant el centre de les relacions entre parells de persones, descartant les relacions en grups. Però també eliminem aquelles relacions amb ésser inexistents com podria ser Deu ja que ens basem en la relació del cara a cara.

3.11. La Identitat a Internet, la temptació de ser un altre

L'absència de reconeixement visual fa que en les relacions a les xarxes el usuari puguin escollir la seva identitat, poden ser el que vulguin ser o decideixin ser. Aquestes

noves condicions fan que hi hagi canvis en la noció d'identitat. Es pot donar la simulació total d'identitat, ser un altre totalment o experimentar personalitats diferents. Podem trobar l'exageració o l'ocultament d'alguns trets de la personalitat amb objectius diversos com la desitjabilitat social. Un comportament comú és el complexa de celebritat, s'exposa tot tipus de característiques i mediocritats personals, amb l'únic objectiu de sentir-se famós (Turkle, 1995).

En l'adolescència és quan l'ésser humà comença a tenir capacitat d'interpretació de la seva pròpia vida al voltant de la creació del concepte d'identitat personal. Es podria utilitzar la xarxa de forma constructiva per entrenar i experimentar diferents identitats d'una manera similar a com l'adolescent ho fa en la seva vida real. El risc de no confrontar-se realment amb les conseqüències dels seus experiments i la superabundància i possibilitats infinites de la xarxa com proveïdors d'identitats fictícies, poden submergir al jove en un estat de major confusió de la identitat que la pròpia del seu període adolescent (Turkle, 2008).

3.12. La construcció social del *self* i la formació d'impressions

La societat està organitzada sobre el principi de que tot individu que posseeix certes característiques socials té un dret moral a esperar que els altres el valorin i el tractin d'una forma apropiada. En connexió amb aquest principi hi ha un segon: un individu que implícita o explícitament pretén tenir certes característiques socials hauria de ser en realitat el que diu ser.

En conseqüència, quan un individu projecta una definició de la situació fa una demanda implícita o explícita de ser una persona de determinat tipus, amb això automàticament, presenta una exigència moral als altres, obligant-los a valorar-lo i tractar-lo de la manera que tindrien dret a esperar les persones del seu tipus. També implícitament renuncia a tota demanda a ser el que ell no sembla ser i en conseqüència renuncia al tractament que seria apropiat per aquests altres individus. Els altres descobreixen, aleshores, que l'individu els ha informat sobre el que "és" i del que haurien de veure en aquest "és" (Goffman, 1997).

Les persones ens formem impressions basades inevitablement en l'aparença de l'altra (en la seva imatge social) i relacionem els constructes en que basem aquestes impressions uns amb els altres que ja tenim formant així construccions constel·latòries, és a dir, fixant l'àmbit de pertinença d'aquests elements en altres constructes (Botella i Feixas, 1998).

Fixant-nos en la teoria dels constructes personals i en la construcció social de la realitat, hi ha un solapament entre les nostres formes de construcció i les dels altres, assegurat per la nostra pertinença comuna a una família o un grup cultural o ètnic. Això és degut en part a que els nostres constructes tenen un origen social; els nostres sistemes de constructes estan limitats per les ideologies dels sistemes socials en que vivim (Procter i Parry, 1978). Però els individus també contribueixen a crear les realitats socials dels grups als per que pertanyen, fenomen especialment notable en diades o grups petits. Els grups evolucionen per articular i mantenir una visió conjunta de la realitat social en general i de la seva pròpia identitat en particular (Neimeyer i Neimeyer, 1989).

Els adolescents són molt conscients de *l'audiència imaginària*, que consisteix en suposar que les persones estan observant i formant-se impressions de la conducta de

l'individu encara que no estiguin realment presents. Moltes característiques de la forma d'interactuar dels joves entre sí, són estratègiques i el principal objectiu és tenir "bona imatge" davant qualsevol que estigui observant (Kimmel i Weiner, 1998).

Es busca l'acceptació d'altres figures valorades i el grup d'iguals és aquest element sancionador per aconseguir aquesta aprovació. L'adolescent imagina el que l'altre veu en ell i és això el que conta. Aquest poder que se li suposa al pensament dels altres és un signe que ens indica la dependència en la que encara s'està instal·lat.

En un estudi de Livesley i Bromley del 1973 que es centrava en la descripció de sí mateix i d'altres persones que et coneixien es va trobar que els nens més petits, de 6 o 7 anys, es fixaven en característiques generals com l'aspecte, la família, el domicili i termes autoreferencials (egocèntrics). En canvi els subjectes en la infància mitjana es centraven més en els trets de personalitat, entre els que s'inclouïen actituds, interessos i capacitats. Els adolescents feien retrats més organitzats de la persona que descrivien, s'inclouïa una ampla gama d'idees, com les percepcions d'altres persones, trets contradictoris de la personalitat i diferents tipus de personalitat (Kimmel i Weiner, 1998).

Els adolescents donen descripcions més organitzades i més estructurades, coherents i consistents d'ells mateixos que els nens petits. Donen una gama més ampla de conceptes que comprenen trets contradictoris de la personalitat, diferents nivells de personalitat i una millor comprensió dels factors que interactuen per a originar la conducta humana. També es centren més en creences, actituds i valors i manifesta una major consciència social. A més a més, dona molta importància als altres: com el veuen, que pensen d'ell i com els afecta la seva conducta.

Segons Goffman (1997) en definir el rol social com la promulgació dels drets i deures atribuïts a un status donat, podem afegir que un rol social implicarà un o més papers i que cada un d'aquests diferents papers pot ser presentat per l'actuant en una sèrie d'ocasions davant els mateixos tipus d'audiència o davant una audiència formada per les mateixes persones.

La coherència expressiva necessària per a tota actuació senyala una discrepància fonamental entre el nostre "nosaltres mateixos" massa humà i el nostre "nosaltres mateixos" socialitzat (Nunes, Marcela, Ferrari i Marín, 2012).

El procés de socialització no només transfigura sinó que també fixa: però sigui alegre o trist el semblant que assumim, en adoptar-lo i accentuar-lo definim el nostre humor prevalent. D'aquí en endavant, mentre continuem sota l'encanteri d'aquest autoconeixement, no només vivim sinó actuem; posem i representem el personatge que hem escollit, definim i idealitzem les nostres passions, ens estimulem eloqüentment a ser allò que som (Nunes, Marcela, Ferrari i Marín, 2012).

Quan els individus es reuneixen amb finalitats d'interacció, cada un d'ells es cenyeix al paper que li ha estat adjudicat dins la rutina del seu equip i es posa d'acord amb els seus companys per mantenir la combinació apropiada de formalitat i informalitat, de distància i intimitat, davant dels membres d'un altre equip. Això no vol dir que els companys d'equip es tractin un als altres de la mateixa manera en que tracten obertament a l'auditori, però significa que ho faran de forma diferent de la que seria més "natural" per a ells (Nunes, Marcela, Ferrari i Marín, 2012).

En la vida quotidiana, quan els individus no coneixen les seves opinions i estatus mutus té lloc un procés de sondeig per mitjà del qual un d'ells revela a l'altre poc a poc els

seus punts de vista i status. Després d'abandonar només una mica les seves precaucions, espera que l'altre li demostrï que no hi ha perill en fer-ho, una vegada obtinguda aquesta confirmació, pot abandonar una mica més les seves precaucions sense corre riscos. En expressar cada pas de l'admissió de les seves opinions en termes ambigus, l'individu està en condicions de parar el procés d'abandonar la seva façana en el precís moment en que no obté confirmació del seu interlocutor i en aquest moment, pot actuar com si la seva última revelació no fos una admissió formal (Alcaide, 2009).

Qualsevol que sigui el motiu que origini la necessitat humana del contacte social i companyia, l'efecte adopta dues formes: la necessitat de comptar amb un auditori davant del qual podem sotmetre a prova els nostres "sí mateixos", dels quals tan presumim i la necessitat de comptar amb companys d'equip amb els quals podem establir convivències íntimes i relaxar-nos entre vestidors (Alcaide, 2009).

Segons Berger (2006) la xarxa social creix en mesura i en importància durant la pubertat, més sovint per a benefici de l'adolescent que en la seva contra. El recolzament social prové de molts adults: la fissura generacional és més estreta del que ampleament es creu. En particular són fonamentals els pares. Encara que els adolescents i els pares sovint es barallen per petites coses, la comunicació i el control dels pares són útils per qüestions importants, com la vocació i la sexualitat.

És tan probable que els pares ajudin als adolescents en la recerca d'autoestima i maduresa com que estimulin una conducta autodestructiva i antisocial. Els amics dels dos sexes són importants per a tots els adolescents; els vincles de parella habitualment no comencen fins els últims anys de l'adolescència. És necessari donar informació i orientació precisa als adolescents sobre les relacions sexuals. Encara que això no

sempre s'aconsegueix, correspon a pares, parents, docents i mitjans de comunicació complir amb aquest objectiu (Berger, 2006).

Quan un individu arriba en presència d'altres, aquests tracten d'adquirir informació sobre ell o de posar en joc la que ja posseeixen. Els interessa el seu estatus socioeconòmic general, el seu concepte d'ell mateix, l'actitud que té cap a ells, la seva competència, la seva integritat, etc. Encara que part d'aquesta informació sembla ser buscada gairebé amb un fi en ell mateix, hi ha raons molt pràctiques per adquirir-la. La informació sobre l'individu ajuda a definir la situació, permetent als altres saber per avançat el que espera d'ells i el que ells poden esperar d'ell. Així informats, els altres sabran com actuar a fi d'obtenir d'ell una resposta determinada (Goffman, 1997).

El pensament aconseguix una autoconsciència alta durant els anys preadolescents, quan s'observa sovint l'egocentrisme adolescent. Molts adolescents joves tenen idees poc realistes sobre el seu lloc en el món social i a vegades s'imaginen que són invencibles, únics i el centre d'atenció. Molts estan avorrits de l'institut, sovint perquè acostumen a ser menys personals, menys flexibles i tenen normes més estrictes que les escoles primàries. Donada la naturalesa del creixement físic i cognitiu durant aquests anys, aquestes estructures no tenen en compte les necessitats dels adolescents. En conseqüència, l'educació de molts estudiants assoleix un nivell baix. Una manera d'evitar el problema pot ser reestructurar els instituts (Berger, 2006).

L'expressivitat de l'individu involucra dues formes diferents d'activitat significativa: l'expressió que dona i l'expressió que emana d'ell. El primer inclou els símbols verbals que s'utilitzen amb l'únic propòsit de transmetre la informació que ell i els altres atribueixen aquests símbols. Aquesta és la comunicació en el sentit tradicional i limitat del terme. El segon engloba un ampli rang d'accions que els altres poden tractar com

simptomàtiques de l'actor, considerant probable que hagin estat realitzades per raons alienes a la informació transmesa en aquesta forma (Goffman, 1997).

Segons Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), la cognició social fa referència a les impressions que la gent es forma dels demés. Entenem per impressions els coneixements com el comportament observable, la informació sobre els antecedents i la història, les deduccions de personalitat, els atributs, les metes i els ideals que una persona es forma respecte una altre persona.

Baron i Byrne (1998) afirmen que és a través de l'experiència que adquirim esquemes, marcs mentals que contenen informació relativa a les situacions o esdeveniments específics i prototips. Aquests marcs mentals ens ajuden a entendre a altres persones i els esdeveniments que ocorren en situacions socials. Alhora, afecten a la informació social que captem (atenció), la que emmagatzemem a la memòria (codificació) i la que després recordem (recuperació). D'aquesta manera, els marcs mentals tenen efectes poderosos en el comportament social que es pot donar en situacions molt diferents. Tan mateix, les actituds i els estereotips sovint funcionen com esquemes i exerceixen forts efectes en formes importants de comportament social.

Segons Goffman (1997) quan permetem que l'individu projecti una definició de la situació en presentar-se davant dels altres, hem de tenir també en compte que els altres, per molt passius que els seus rols puguin semblar, projecten a la vegada eficaçment una definició de la situació en virtut de la seva resposta a l'individu i de qualsevol línia d'acció que inicien cap a ell. En general, les definicions de la situació projectada pels diferents participants harmonitza suficientment entre ells com perquè no es produeixi una oberta contradicció.

Per tal d'afrontar de manera eficaç la quantitat d'informació que les persones reuneixen les unes de les altres, Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), afirmen que s'utilitzen categories mentals que permeten a la persona fer inferències, deduccions. Aquestes categories, segons Kunda (2000), es transformen en conceptes mentals que són els que permeten classificar la informació inferir informació addicional, guiar l'atenció i facilitar la interpretació.

Tal com diu Kunda (2000), aquests conceptes estan estretament lligats a les senyals relacionades amb el públic objectiu, al context on aquest és observat i a les característiques de la persona que percebi. La gent fàcilment atribueix trets de personalitat a partir de característiques físiques com l'alçada, el pes o la roba.

D'acord amb Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), l'experiència recent de l'observador, els seus objectius personals i les seves preferències seran importants influents en el moment de captar les senyals visuals o no visuals de la persona observada i d'atribuir-los-hi un significat. Aquestes senyals seleccionades generalment tenen algun significat per al perceptor malgrat pugui ser-ne conscient o no. Un cop seleccionades les senyals, el perceptor dedueix trets generals de la persona observada i d'altres característiques personals. Aquest procés s'anomena inferència interpretativa.

Per exemple, l'observador selecciona un senyal de la persona observada, les ungles pintades de vermell, i dedueix elements d'informació basats en aquesta senyal, com per exemple que la persona és extravertida i alegre.

Seguint a Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), una inferència interpretativa pot portar a una inferència extensa quan el perceptor atribueix característiques addicionals a l'altre persona basades en les senyals que dedueix més enllà d'un primer contacte.

D'aquesta manera, cal tenir present que tota la informació que dedueix el perceptor de la persona observada, informació que associa a trets que aquesta posseeix, no ha de ser necessàriament característica de la persona en qüestió, sinó que pot ser únicament fruit de la inferència del que percep.

Tanmateix, tal com diuen Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), el perceptor no tan sols atribueix trets addicionals de personalitat a la persona percebuda sinó que utilitza els seus conceptes mentals per inferir i deduir, quins rols serien assumits per la persona i com actuaria aquesta en una situació determinada.

Seguint amb els conceptes mentals, Johnson, Schofield i Yurchisin (2002) afirmen que aquests permeten a la persona anar més enllà de la informació proporcionada pel subjecte en sí, donant lloc a deduir i inferir informació nova sobre la família, els amics o el lloc de treball de la persona percebuda. Un exemple podria ser que una dona alta i elegant (informació proporcionada) té una feina amb un càrrec important (informació nova deduïda). En un estudi sobre les inferències interpretatives de les peces de vestir, fet a l'any 1989 per Workman i Johnson (citats a Johnson, Schofield i Yurchisin, 2002) s'evidencia la voluntat individual dels subjectes de fer inferències extenses i interpretatives que abasten des de trets personals de les persones observades, fins al lloc de treball que aquestes ocupen.

Per últim, quan les característiques deduïdes del perceptor són integrades per formar una base com a resposta, es parla, del conjunt d'anticipació, el que seria l'última fase en el procés de formació d'impressions (Johnson, Schofield i Yurchisin, 2002).

Malgrat Livesley i Bromley (1973) citats a Johnson, Schofield i Yurchisin (2002), defensen que el procés de formació d'impressions segueix una seqüència lineal, no hi ha

cap prova que demostrï que no es pot passar d'una primera fase, l'elecció d'una senyal, a una última fase, el conjunt d'anticipació.

Si un equip vol sustentar la línia de conducta que ha adoptat, els seus membres han d'actuar com si haguessin acceptat certes obligacions morals. No han de permetre que els seus interessos, els seus principis o la falta de discreció els indueixi a traïr els secrets de l'equip en els intervals d'una actuació a l'altra.

Una tècnica bàsica que pot utilitzar l'equip per defensar-se d'aquesta deslleialtat consisteix en desenvolupar una forta solidaritat de grup dins de les seves pròpies files, mentre crea entre bastidors una imatge de l'auditori suficientment inhumana com per permetre que els actuants l'enganyin amb immunitat emocional i moral.

3.13. Les escoles com a contextos de desenvolupament

Tot i la importància que caldria donar a les escoles com espais on es dona el desenvolupament cognitiu i social dels adolescents, no hi ha gaires estudis del tema. Aquest fet cal afegir que cada disciplina estudia un àrea en concret sense tenir en compte les altres (Eccles *et al.*, 1998; Speece i Keogh, 1996).

Cal valorar que les característiques de les escoles, com la seva grandària, influeixen en els factors del desenvolupament dels adolescents. Depenent el nombre d'alumnes que en formen part, es creen uns rols o uns altres. Les escoles amb pocs alumnes permeten crear relacions més personals entre ells, fomentant així un creixement en un entorn més segur (Lee i Smith, 2001).

Un altre factor que intervé en el desenvolupament social dels adolescents seria la quantitat i qualitat de les opcions que se'ls hi dona als alumnes en els seus aprenentatges. Aquells alumnes que poden escollir acostant-se al màxim als seus interessos personals, milloren la seva formació personal sentint-se més segurs per a la creació de la seva personalitat (Roser, Midgley i Urdan, 1996).

El nivell que se'ls imposa als alumnes també és un factor important per al desenvolupament personal dels alumnes. Aquells que reben un nivell adequat a les seves necessitats es mostren més segurs amb les seves actituds i en la creació del seu jo social (Fulgini, Eccles i Barber, 1995).

També cal valorar les expectatives que el mestre té amb el grup d'alumnes ajudant o interferint en la seva construcció personal si aquestes expectatives són massa elevades per l'alumne o són adequades al seu nivell (Jussim, Eccles i Madon, 1996).

Amb aquests ítems volem concretar la nostra anàlisi de les influències de l'escola en el desenvolupament de l'adolescent. Així es fan evidents els diferents factors amb que les escoles afecten al desenvolupament dels adolescents i va tractar de deixar clar com les escoles funcionen a diferents nivells per tal d'influir en el desenvolupament dels adolescents que eduquen (Martinez, Buelga i Cava, 2007).

També cal posar èmfasi en la necessitat d'adoptar un desenvolupament i una perspectiva d'ajust entre persona i entorn a les escoles. Per entendre com les escoles influeixen en el desenvolupament de l'adolescent, cal entendre el canvi, tant a nivell individual com institucional. L'etapa escolar de secundària és un excel·lent exemple de la vinculació d'aquestes dues trajectòries de desenvolupament. Cal imaginar dues trajectòries: una en l'àmbit escolar i una a nivell individual (Martinez, Buelga i Cava, 2007).

Les escoles canvien de moltes maneres pel que fa al grau d'exigència de cada nivell. La naturalesa d'aquests canvis poden tenir un desenvolupament adequat o inadequat segons la influència que poden tenir en el desenvolupament continu cap a la transició de l'adulthood i la maduresa (Giraldo i Mera, 2000).

Els joves es mouen a través d'aquest context canviant a mesura que avancen de grau a grau i d'escola a escola. Així mateix, els joves es desenvolupen i canvien a mesura que es fan grans. També tenen suposicions sobre la seva creixent maduresa i els privilegis que han de pagar per ella (Giraldo i Mera, 2000).

Esforços de reforma escolar han demostrat que les escoles poden ser més apropiades per al desenvolupament dels adolescents, quan ho són, els adolescents segueixen sent ocupats en els seus propis estudis i es connecta a les escoles com a institucions socials valorats (Giraldo i Mera, 2000).

És també poc probable que els adolescents prosperin en les escoles que permeten pensaments molt radicals, basats en l'origen ètnic, orientació sexual i en discriminacions. L'exposició repetida als insults com a la pròpia personalitat soccavaria el desenvolupament dels adolescents i la seva inclinació a l'agenda de l'escola mateixa (Martinez, Buelga i Cava, 2007).

L'educació en les escoles secundàries pot afavorir el desenvolupament de tot tipus de pensament. Les avaluacions d'alta exigència demostren un esforç per igualar el rendiment i augmentar la responsabilitat, però aquestes proves en sí mateixes són controvertides. Es considera que la falta de motivació en els estudiants prefereixen comprometés amb les idees sovint estan desconnectades de l'aprenentatge que

necessiten per aprovar els seus cursos. La violència escolar és relativament estranya, però molts estudiants i altres individus tenen por d'aquesta possibilitat. Les activitats en les classes i les extra curriculars són fonamentalment per a la educació secundària segura i d'èxit que estimula el compromís dels estudiants amb les idees, amb els seus companys i amb els docents (Berger, 2006).

3.14. Construcció del jo Ideal

Un dels objectius principals de l'adolescent és assegurar-se que els altres vegin no tan el que és, sinó com li agradaria ser.

En el procés de socialització, les persones tendim a oferir als nostres observadors una impressió que és idealitzada de diferents maneres.

Segons Cooley (2005), si no tractéssim mai de semblar millor del que som, com podríem millorar o formar-nos de fora cap endins? Aquesta necessitat d'aprovació dels altres fa que tinguem l'impuls de mostrar al món un aspecte millor o idealitzat de nosaltres mateixos.

Així, quan l'individu es presenta davant dels altres, la seva actuació tendirà a incorporar i exemplificar els valors oficialment acreditats de la societat, més del que ho fa en la seva conducta general.

Si un individu ha d'expressar estàndards ideals durant la seva actuació, tendirà aleshores a abstenir-se de l'acció que no és compatible amb ells o amagar-la. Per tan acostuma a donar menys importància a aquelles activitats, fets i motius incompatibles amb una versió idealitzada d'ell mateix i de les seves obres. A més a més, el que actua produeix

sovint en els membres del seu auditori la creença de que esta relacionat amb ells d'una manera més ideal del que en realitat ho esta (Cooley, 2005).

Primer de tot els individus fomenten la impressió que la rutina que realitzen en el moment és la seva única rutina, o almenys la més important. L'auditori a la vegada dona per fet que el caràcter projectat davant d'ells és tot el que hi ha darrera l'individu que actua per a ells.

Podríem dir que el ell té tants "sí mateixos" com grups diferents de persones hi ha la opinió dels quals interessa. En general, mostra una diferent fase d'ells mateixos a cadascun d'aquests grups. Molts joves, molt seriosos davant dels seus pares i mestres, maleeixen i fanfarronegen entre el seus amics (Cazalla i Molero, 2013).

Capítol 4: Xarxes socials

Aquesta segona meitat del marc teòric la dediquem als SXS, és menys extensa que la primera ja que molta de la informació disponible no té una base científica. Per altra banda és un tema molt nou, només fa uns quants anys que parlem d'aquests temes mentre que fa dècades que s'estudia la psicologia humana.

Des de l'any 2008, els SXS han experimentat un creixement exponencial a l'estat espanyol, hi hagut un augment del 22,6% al 72,3 pel que fa als usuaris freqüents entre el 2008 i l'últim trimestre del 2010 (INTECO, 2011). Segons Bringué i Sádaba (2009), l'any 2009 el 71% dels adolescents espanyols entre 12 i 18 anys ja utilitzaven els SXS i aquesta dada augmentava amb l'edat dels usuaris. L'any 2012 segons l'Institut Nacional d'Estadística, 88,5% de joves entre 16 i 24 anys en són usuaris.

Tot i que en un primer moment les preferències dels usuaris es centraven en l'ús del correu electrònic, la descàrrega de pel·lícules i la recerca d'informació en els anys 2007 i principis del 2008. Aquestes dades en poc temps canvien situant la participació en fòrums i l'ús dels FotoBlogs entre les primeres eleccions dels usuaris (INTECO, 2011).

4.1. Internet

Internet és un excel·lent mitjà per compartir informació, per intercanviar idees i opinions i, sobretot, per comunicar-se. Té un gran poder d'atracció per als nostres fills i al mateix temps els aporta un seguit d'aspectes positius (Prats i Dorado, 2009).

Ara bé, també té uns riscos com són:

- Un ús continuat d'Internet pot provocar conductes addictives.
- És un espai de fàcil accés i on es comparteixen tot tipus d'informació i d'arxius.
- És un mitjà que afavoreix poder contactar amb desconeguts.
- A la xarxa hi pot haver continguts il·legals, nocius i/o falsos.
- Es pot accedir amb facilitat a tot tipus de comerç electrònic.

4.2. Xarxa social

Una xarxa social és una estructura social, un grup de persones relacionades entre elles.

Aquesta estructura pot ser física o virtual i permet que les persones es connectin entre elles segons els seus interessos i amb diversos fins: personals, professionals, d'oci...

Una xarxa social és un lloc on es pot conversa i en el que pot arribar a crear-se una comunitat, encara que això no sempre passi (Christakis, 2009).

Segons la temàtica de la que tractin, podem parlar de SXS horitzontals o genèriques, com Facebook i verticals o especialitzades en un tema concret, com les xarxes professionals LinkedIn o Xing. Un altra classificació diferencia entre xarxes centrades

en objectes, com YouTube o Flickr, on el que importa és el material que es comparteix (Christakis, 2009).

Així doncs, cada xarxa social té unes finalitats concretes. De la mateixa manera, cada persona que decideix forma part d'una xarxa social pot perseguir objectius diferents (Christakis, 2009).

Internet ofereix un ventall de possibilitats que la converteixen en una eina encisadora per a l'ésser humà. Les eines de comunicació a temps real, com els xats i la missatgeria instantània, no en són una excepció (Prats i Dorado, 2009).

Aquestes aplicacions possibiliten el contacte i la comunicació amb la xarxa social i ofereixen l'oportunitat de fer nous contactes i participar en noves xarxes. Generalment, els serveis com Messenger mantenen connectats els qui ja es coneixen i els xats permeten crear noves SXS per als qui volen compartir interessos comuns o conèixer gent. Ambdues modalitats faciliten l'intercanvi de coneixements, emocions i opinions (Prats i Dorado, 2009).

4.3. Eines 2.0

Als SXS és molt fàcil publicar continguts. Les eines 2.0, entre les que destaquen els SXS i els Blogs, faciliten que els usuaris puguin compartir fàcilment textos, fotografies, vídeos... Aquesta és la gran novetat que aporta la Web 2.0: qualsevol persona pot publicar a Internet si ho desitja, d'aquí que es digui que és la Web participativa o que, com a mínim, permet la participació (Peña-López, 2007).

La Web 2.0 suposa un canvi de mentalitat respecte a la 1.0, on per publicar continguts és necessari tenir amplis coneixements tècnics, de manera que només uns quants ho podien fer. A aquesta nova era d'Internet, la participació es democratitza. Si es té accés a Internet, publicar una fotografia o participar als SXS és tan senzill com crear-se una conta de correu electrònic (Peña-López, 2007).

Segons Aced (2010), el terme Web 2.0 va ser encunyat per Tim O'Reilly al 2004 i es va popularitzar amb l'expansió d'eines gratuïtes de creació de Blogs, com Blogger i Wordpress i amb l'èxit dels SXS com Facebook.

4.4. FotoBlog

La pràctica de la fotografia en aquest particular grup de nous usuaris d'Internet, els FotoBloggers, són persones que fan fotografies i després les penjen a els webs en forma de FotoBlogs (Bilton, 2011).

Hi ha milions de FotoBlogs i Blogs en el món, la majoria han aparegut en els últims anys. La paraula "Blog" és una contracció, de "web" i "log" (Bilton, 2011).

Els primers Blogs van aparèixer a Internet al 1999. Els seu ús inicial, era una pàgina amb un llistat de llocs webs preferits per l'usuari, on afegia un comentari i diàriament renovava la pàgina. Els Blogs són llocs webs en els quals l'autor explica esdeveniments de la seva vida diària (Cohen, 2005).

Hi ha diferents graus d'intimitat i anonimat en els Blogs. Mentre la majoria de Bloggers tenen feedback amb el seu Blog, d'altres són més curiosos sobre la informació personal

que donen. Tot i això la majoria de Bloggers no consideren aquesta pràctica un perill o que sigui un risc (Bilton, 2011).

Segons Cohen (2005), en els FotoBlogs normalment a part de penjar-hi la fotografia, els autors i afegeixen un petit comentari sobre allò que hi han penjat. El FotoBlog és un tipus de Blog que normalment està compost per fotografies. Alguns FotoBlogs estan focalitzats només en les fotografies, mentre que d'altres tenen altres continguts afegits. Tot i això, tots els FotoBlogs, consideren les fotografies com la part bàsica de la seva estructura.

La varietat de formes dins els FotoBlogs inclou: presència o absència de títols per les fotografies, possibilitat d'organitzar les fotografies per categories, la quantitat de fotografies, la integració de text amb les fotografies, la mida i la qualitat de les fotografies i el grau de protecció de la pàgina (Livingstone, 2009).

Molts usuaris de FotoBlogs creuen que la vida real és el millor contingut de les seves fotografies. Fan fotografies del que passa a la seva vida, de les seves experiències (Tapscott, 2009).

Els adolescents segueixen el ritme que els ofereixen les TIC a través del fenomen del Blogging. Seria un quadern de bitàcora, un lloc web personalitzat que s'actualitza amb regularitat i que recopila cronològicament textos, fotos, música, etc. Molts adolescents creen el seu propi Blog personal i el publiquen per compartir amb els altres (Matalí i Alda, 2008).

Els FotoBlogs i altres SXS permeten observar com els i les adolescents s'apropien de narratives sobre l'atractiu i expressen i comparteixen la seva pròpia concepció sobre això (Tortajada, Araüna i Martínez, 2013).

El FotoBlog és l'espai que permet crear un mitjà d'expressió propi, centrat, com el seu nom indica, en la imatge que els adolescents estan utilitzant per autorepresentar-se i compartir les seves experiències afectives (Tortajada, Araüna i Martínez, 2013).

Els llocs creats tenen sentit degut a les connexions que estableixen i al temps que els joves dediquen a actualitzar-los i a penjar comentaris. Els i les adolescents no busquen protegir la seva privacitat sinó compartir les seves experiències i crear espais d'intimitat que els permetin ser ells mateixos, en i a través de les connexions amb les seves amistats (Livingstone, 2009).

4.5. Influència dels SXS en la construcció de la imatge adolescent

En els últims anys, s'han elaborat diferents estudis que recolzen que tan les pàgines web personals com els SXS són un entorn important per l'exploració identitaria (Stern, 2004; Manago *et al.*, 2008), l'autopresentació dels i les adolescents (Stern, 2004), la comparació social i l'expressió dels aspectes idealitzats d'ell mateix que voldria ser (Manago *et al.*, 2008) i els SXS tenen un gran pes en la socialització i, específicament, en la construcció de la identitat de gènere (García-Gómez, 2010; Huffaker i Calvert, 2005; Sevic-Bortree, 2005; Svenigsson, 2008; Thelwall, 2008)

Els diferents estudis sobre el tema ens diuen (Matalí i Alda, 2008):

- El 74% dels adolescents de 15 a 19 anys són usuaris d'Internet, es connecten pràcticament tots els dies i unes set hores a la setmana. Principalment l'utilitzen per jugar *on line* o per utilitzar els serveis de missatgeria.

- El 80% dels adolescents espanyols de 12 a 19 anys tenen mòbil. El 90% l'utilitzen per enviar missatges curts i el 75% per trucar amics i/o familiars.
- Aproximadament un 40% dels adolescents reconeixen que es connecten a Internet amb freqüència.
- La meitat dels adolescents mai han rebut informació sobre les normes bàsiques de seguretat i el 86% accedeix als continguts d'Internet sense cap sistema de filtrat.
- El 10% dels adolescents ho passa malament si no té un telèfon mòbil. La meitat envia SMS a diari. El 78% ha tingut més d'un aparell.

En l'actualitat els infants i adolescents viuen en un entorn sociotecnològic i aquest fet condiciona la manera de relacionar-se, d'emocionar-se i de comunicar-se entre ells. Estan sotmesos contínuament al que s'anomena "emocions-xoc", és a dir, situacions emocionals impactants de curta durada. Aquestes noves formes de relacionar-se estan produint canvis estructurals profunds en la societat (Prats i Dorado, 2009).

El primer objectiu de l'adolescent quan entra en un d'aquests serveis i s'hi inscriu és conformar la seva pàgina personal i crear així la seva identitat virtual. En aquesta pàgina penjarà fotografies amb la seva imatge i amb la dels seus amics, inclourà els vídeos que li agraden, els enllaços als seus llocs de la xarxa preferits, les cançons que més escolta i explicarà les seves experiències i pensaments. A partir d'aquí, es trobarà amb amics virtuals amb qui interactuarà i ampliarà el seu espectre comunicatiu (García *et al.*, 2013).

La creació d'identitats és quelcom especialment interessant en l'etapa adolescent, ja que els permet experimentar. El canvi d'indumentària, de pentinat, etc, ara es complementa amb el canvi de sexe, edat i color d'ulls d'un sol "clic" (Small, 2008). Matute (2003)

creu que és ben sa poder jugar amb la identitat per calibrar els aspectes més agradables que volem adquirir. Internet deixa de banda les limitacions socials i permet assajos amb diferents formes de relacionar-se, portant al límit les condicions biològiques, psicològiques i socials i experimentant amb noves formes de ser per exportar-les al món real una vegada comprovada la seva eficàcia virtual.

Hi ha diversos estudis que es centren en l'impacte d'aquests espais en les persones. Demostren que tot hi que no hi ha relació entre l'ús de les xarxes socials i la cura de la imatge personal. Si que el que opinen d'ells en aquests entorns visuals els afecta i fa que canviint aspectes físics com aprimar-se (Kim i Makana, 2015). Segons Fardouly *et al.* (2015), van correlacionar el malestar en la imatge personal amb estar connectat als serveis de xarxes socials. Demostrant així que passar estones navegant en aquest espais centrats en mostrar-se afecta directament a com es veuen els seus usuaris. Aquest fet també queda corroborat en l'estudi de Wallis (2015), on demostra que aquelles noies que passen més estona en les xarxes socials, tendeixen a fer més comparacions tan entre elles com a estereotípies socials i això els porta cada vegada més a un malestar amb el seu aspecte físic.

Segons Fraser i Dutta (2009), els espais virtuals es podrien classificar en 5 categories:

1. Espais virtuals egocèntrics: Són les xarxes més populars, que serveixen com a plataformes on els amics es troben i construeixen la seva identitat.
2. Espais virtuals comunitaris: Persones que s'agrupen segons la seva nacionalitat, raça, religió, classe, orientació sexual i d'altres. Normalment sorgeixen com a resposta a comunitats que existeixen en el món real.

3. Espais virtuals oportunistes: Els seus membres s'agrupen per raons professionals.
4. Espais virtuals centre d'oci: Els seus membres s'agrupen pels seus interessos i hobbies.
5. Espais virtuals de comunicació per compartir: Els membres es motiven pel contingut d'aquests espais.

Des de fa uns anys la tecnologia ha inundat la nostra societat, per aquest motiu, es considera ser tecnològic quan s'ha nascut després d'aquesta i es diferencia d'utilitzar tecnologia. Dins d'aquests últims es pot diferenciar la generació net dels que avui tenen entre 20 i 30 anys i la generació i que tenen entre 10 i 20 anys i que ja estan deixant obsolets als anteriors (Prensky, 2001).

Segons William Deresiewicz, professor de la Universitat de Yale, l'ordinador ha descobert la cultura de la connectivitat i per als adolescents afavoreix la seva necessitat d'estar connectats, de ser reconeguts i en definitiva la necessitat de ser visible (Carr, 2010).

Els adolescents envien 80 missatges de telèfon mòbil diaris, cadascun d'ells esta enviant un missatge cada 10 minuts per promig. Això vol dir que mai estan sols. La negació de la soledat en els adolescents actuals té conseqüències personals i també generacionals. A més a més, perd la comprensió del valora de la soledat, soledat com a mitja per poder llegir amb plaer i profunditat, possibilitat per poder trobar-se amb un mateix i amb lo transcendent, la soledat per practicar la capacitat de introspecció, assegurar la nostra integritat i per saber qui som (Deresiewicz, 2009).

El final de la soledat, que s'obté mitjançant la connexió tecnològica intensiva, impedeix el desenvolupament personal i redueix la capacitat d'auto coneixement intercanviant-lo pel coneixement superficial de l'altre. La meta de ser conegut i transformar la seva existència en la d'una celebritat en miniatura. Quants amics tinc?, Quants llegeixen el meu Blog?, Quantes entrades d'Internet hi ha hagut aquesta última hora? Tota aquesta visibilitat pretén assegurar l'autoestima dels joves, però sembla un camí molt insegur per la construcció sòlida de la personalitat (Quiroga, 2011).

Els SXS són maneres virtuals d'interacció social en un sistema obert i en permanent canvi que permet un intercanvi dinàmic entre els seus components. Són utilitzades de forma combinada amb les amistats reals, es connecten de forma local enlloc de global i s'afegeixen altres formes de comunicació (Matei i Ball-Rokeach, 2001).

Berríos i Buxarrais (2006), en l'estudi sobre la utilització de les noves tecnologies, senyalen que les TIC afavoreixen les relacions socials, l'aprenentatge cooperatiu i el desenvolupament de noves habilitat i de formes de construcció del coneixement. Desenvolupen les capacitats de crear, comunicar i conèixer.

La participació en grups virtuals permet trobar i relacionar-se amb gent afí a la nostra manera de pensar, facilitant a persones estigmatitzades (per raons de sexe o ideologia) una millor acceptació d'ells mateixos (Matalí i Alda, 2008).

4.6. Impressió principal en ambients en xarxa

Quan les persones és comuniquen cara a cara tracten d'obtenir informació sobre l'altre, en la comunicació en xarxa la gent també tracta de treure aquest tipus d'informació.

Erving Goffman (1959/1990) va ser el primer de destacar la importància de la primera impressió, la gent sovint prioritza en activitats en les quals pot mostra als altres aquella impressió que l'interessa (Goffman, 1990). Les persones estan interessades en controlar la impressió que ells volen mostrar d'aquesta manera ho poden fer de conscient o inconscient calculant les accions i comportaments que més els beneficien per aquest fi.

Segons Goffman (1990), les impressions estan formades a través de dos tipus d'interpretacions: tan de les expressions mostrades com d'aquelles que s'ometen. La forma s'expressa durant la comunicació verbal. A més a més, els estats individuals tendeixen a accentuar certs aspectes del jo, depenent del context de cada situació. Quan els altres son presents les persones tendeixen a accentuar aquells aspectes del jo que són normalment valorats en aquell grup del qual forment part. Nosaltres estem actuant sempre de manera que el grup aprovi la nostra manera de fer per tal d'obtenir valoracions positives.

La impressió principal que volem mostrar sempre requereix molta feina especialment en aquelles situacions en que difereix significativament de l'entorn que ens envolta. Aquestes diferències poden ser de molts tipus diversos entre aquests poden haver les nostres discrepàncies respecte creences i el nostre estat basada en la teoria de la discrepància de E. Tory Higgins (1987).

Segons Higgins (1987), tenim tres tipus de jo dominants: (1) *el jo actual*, el qual és una representació dels atributs que creiem tenir, segons nosaltres mateixos o els altres i que processen de forma individual; (2) *el jo ideal*, representació dels atributs que a algú li agradaria posseir; i (3) *el jo social*, que es refereix als atributs que un altre creu que hauríem de tenir per pertànyer aquell grup. Un altra manera d'expressar-los seria veure la nostra perspectiva del jo actual com el jo concepte. Un altra representació del jo estat,

les nostres esperances i desitjós serien jo ideal i els límits i les obligacions que els altres ens pressuposen seria el jo social, marcant importants metes o guies del jo per a la regulació del jo.

L'espai virtual d'Internet li dona a les persones una llibertat extraordinària per a experimentar amb totes les fases del seu jo. Especialment, la gent jove respon a test sobre aspectes de la seva identitat a Internet (Vybiral, Smahel i Divinova, 2004). A més a més, les comunitats en xarxa també deriven en espais on es busca feina (Bruckman, 1992 citat a Roberts i Parks 2001) on la gent pot construir i reconstruir els diferents aspectes del seu jo dominant per tal de realçar la seva persona. Per un altra banda, Petkova, 2006, ha descobert que en els nous ambients d'Internet a les persones els és més fàcil mostra les característiques del seu jo social que no les del seu jo real. A més a més, quan ens comuniquem a través de la xarxa intentem formular la impressió d'aquelles característiques que nosaltres considerem més importants per tal d'aconseguir l'aprovació dels altres. Aquestes diferents representacions necessiten ser modificades constantment segons el feedback que rebem dels altres (Clark, 2005).

Aquests últims anys s'han realitzat diversos estudis en els quals s'ha analitzat el comportament de les persones davant aquest fenomen tan nou com són els SXS. Segons Genís Roca (2012), especialista en SXS, hi ha conductes que ningú faria en públic que alguns realitzen als SXS, això pot ser degut a que es perd la percepció de que s'està en un espai públic quan la persona està connectada a casa seva en un ambient íntim. D'aquesta manera hi ha estudis que demostren que a través dels SXS la gent envia més petons i abraçades del que faria si es reunís cara a cara amb aquestes persones, mostrant a la gent més afectiva del que seria normalment.

Moltes persones es mostren desinhibides en els seus comportaments per Internet, això té a veure en que perden la perspectiva de que estan en un espai públic i no són conscients de l'abast que Internet pot arribar a tenir. Sovint apareixen a televisió notícies en que informacions privades i íntimes de les persones han donat la volta al món per un descuit personal (Balaguer, 2012).

Com a l'entorn virtual no tenim present a l'altre, es desdibuixa, no sentim la seva mirada i per tan ens desinhibim, portant a terme conductes que en altres entorns no fariem. En aquest micromón, les persones es senten còmodes, alliberades i els nivells d'inhibició baixen, per aquest motiu molts adults es mostren com adolescents i tenen conductes molt relacionades amb l'agressivitat o pel contrari en l'amor. Els adolescent ja realitzen aquestes conductes com a pròpies per l'edat i en aquest ambients en xarxa encara queden marcades de forma més clara (Rius, 2012).

A tot això s'afegeix la percepció de que en el món virtual tot és lúdic, sense conseqüències per a la vida real. Per aquest motiu algunes persones fan coses que semblen broma però acaben tenint conseqüències psicològiques i emocionals per a qui les pateix però també legals per a qui les realitza. És un funcionament mental, el de pensar que tot queda impune, que es dona en els adolescents i en entorns on no és té presència de l'altre, només hi ha la escriptura, tot això promou el descontrol. Per aquest motiu els adolescents són una població d'alt risc davant aquestes noves tecnologies (Rius, 2012).

Segons Micó (2008), les persones tenen aquest comportaments a les xarxes per exhibicionisme. Actualment els SXS han democratitzat l'accés als mitjans de comunicació, això ha permès que tothom pugui tenir el seu minut de glòria i se l'estrella per un dia.

Les xarxes virtuals han permès el retorn d'alguns valors oblidats com poden ser la col·laboració, la solidaritat, la igualtat... Però també han accentuat alguns contravalors com la hipocresia, la immaduresa, la irresponsabilitat o la tolerància amb l'anonimat com a mitjans per aconseguir objectius (Wallace, 2001).

4.7. Descripció d'imatges com eines per a la gestió de les impressions visuals

A part de l'opció de donar dades personals i d'omplir plantilles amb textos en la majoria del SXS, la gent també pot afegir les seves fotografies als seus perfils. Aquesta eina té un paper molt específic en el context d'autopresentació en xarxa. Basat en el seu estudi d'autopresentació en xarxa Ellison, l'Heino i Gibbs (2006) afirmen que les fotografies utilitzades en el perfil "servien per garantir o donar suport a declaracions fetes en les descripcions textuales", la gent utilitzava fotografies no solament per visualitzar el seu aspecte, sinó també emfasitzar les coses i qualitats que eren importants per a ells. Per això Ellison *et al.* (2006), suggereixen que una fotografia d'un home sense una camisa damunt i una altra fotografia del mateix home que està dret davant de la paret on es mostren els seus diplomes, funcionen en molts nivells emfatitzant aspectes diversos. Així compleixen una doble funció, per una banda les fotografies estan donant suport a les declaracions discursives fetes en la part textual del perfil; d'altra banda estan donant una visió de conjunt d'un autoconcepte de persona i característiques físiques.

Tanmateix, es poden analitzar fotografies en les que es fa difícil veure si la seva finalitat és una representació de comportaments o una representació d'ells (Boyd, 2006). No obstant això, investigacions han confirmat que la gent és molt conscient de la seva selecció de fotografies. Fins i tot les postures diferents i els comportaments que estan retratant en ells es formen segons el "conjunt de regles" que són també utilitzats per avaluar les fotografies d'altres (Ellison *et al.*, 2006).

Monica T. Whitty (2008) ha investigat l'ús que la gent fa d'aquelles fotografies que acompanyen els seus perfils. Aquests mostraven que la gent experimentava quines eren

aquelles fotografies i descripcions de sí mateixos que tenien més èxit en els altres per tal d'utilitzar-les en el seu perfil. A més, els participants creien que presentar una bona imatge física de sí mateixos era més important que qualsevol altra característica.

Pel que fa als criteris de selecció de les fotografies entre els usuaris de SXS hi ha unes tendències similars que es repeteixen. Per exemple, l'estudi de Michele Strano (2008) entre els usuaris de Facebook mostrava que escollien aquelles fotografies que ells mateixos classificarien com atractives per tal d'ensenyar a la resta d'usuaris. Mostrant que es reflectien menys sovint amistats especials o relacions familiars. També escollien aquelles fotografies on el seu perfil es veia reflectit, on se'ls veia fent activitats divertides o amb trets humorístics. Altres criteris de selecció eren retratar la seva relació romàntica.

L'estudi de Young (2008) també confirma la idea que per presentar-se en entorns en xarxa la gent sovint tendeix a seleccionar fotografies on es destaquen al màxim les qualitats tan com sigui possible. En la seva enquesta en xarxa entre els joves australians de 18-25 anys (N=752) l'anàlisi qualitatiu de les respostes donades mostrava que hi havia set factors que influïen en l'elecció de fotografies per acompanyar els perfils de els SXS. Segons Young (2008) els joves més populars per escollir fotografies eren o semblarien bons o allò projectaria una imatge desitjada de sí mateixos. Fotografies que representarien una ocasió o on significatiu altre/els amics eren inclosos a la fotografia era també popular.

Les fotografies cobren una gran importància com a eina per a la manipulació de les impressions i existeix una utilització molt conscient d'elles per a l'exhibició identitaria en els SXS (Siiback, 2010). Segons Young (2009), existeixen set factors que expliquen l'elecció d'una determinada fotografia, entre ells, aparèixer bé (el millor possible) i

projectar una imatge desitjada d'un mateix. Aquestes conclusions coincideixen amb les de Sevick-Bortree (2005): els i les adolescents es representaran de manera que agradin als altres, que esdevinguin desitjables per a les relacions.

Alguns justificaven la seva elecció en fotografies amb la convivència; altres estaven interessats a mantenir una mica l'anonimat. Les fotografies sense imatge del propietari de perfil també se seleccionaven normalment per descriure la persona com a ventall d'alguna cosa (p. ex. espectacles de TV, dibuixos animats, etc.). D'aquesta manera, els descobriments de Young (2008), li permeten concloure que l'elecció de la fotografia que acompanya el perfil en xarxa dels individus és en la majoria dels casos una decisió conscient i resoluda.”

Mikkola *et al.* (2008) manifesten que la gent jove expressa coses que considera importants amb les seves fotografies. L'anàlisi de fotografies també mostrava que els joves estan interessats en els altres, com són els membre de la seva família o els amics. Així com per mostrar els seus hobbies i animals de companyia. Tanmateix, els investigadors també es trobaven fotografies que descrivien els joves de manera que recordava a les imatges vistes en els mitjans de comunicació.

Les imatges que els adolescents creen i comparteixen a través de la xarxa estan centrades en ells mateixos i el gènere i la sexualitat constitueixen l'eix principal de la representació.

4.8. L'adolescent davant els SXS

La societat actual s'estableix en un món en continua evolució que va canviant constantment, època de transformacions i és un període d'adaptació de la societat a les noves tecnologies. Segons Levis (2002) la informàtica té un paper important en el procés de socialització, influint en el comportament i les actituds dels adolescents actuals.

Durant l'adolescència la utilització dels SXS, demanda una major atenció i aquesta pot intervenir i fins i tot provocar problemes en la vida diària, en les diverses facetes d'aquesta (Castellana *et al*, 2007).

L'adolescència és una etapa que mereix una atenció especial respecte a les seves relacions amb les TIC, sobretot perquè és un col·lectiu molt sensible al moment i a l'entorn social en que viu i també perquè aquestes tecnologies estan especialment presents en la seva vida (Castellana *et al*, 2007).

Per als adolescents aquestes noves tecnologies suposen un mitjà extraordinari de relació, comunicació, aprenentatge, satisfacció de la curiositat, oci i diversió. Per aquest motiu, les TIC cada vegada més es converteixen en un element important i imprescindible de les seves vides (Machargo, Luján, León, López i Martín, 2003).

L'adolescència és un fenomen psicològic, biològic, social i cultural. Durant aquest període és on l'individu es desenvolupa cap a l'adquisició de la maduresa psicològica a partir de construir la seva identitat personal (Castellana, 2003; 2005).

Període molt important també per les seves característiques evolutives: omnipotència, tendència a buscar l'origen dels seus problemes en l'altre, poca experiència de la vida,

dificultat de reconèixer addiccions subtils i necessitat de normalitzar conductes de risc (Palfrey i Gasser, 2008).

Per tots aquests factors aquest període de la vida és summament susceptible de patir conductes additives o altres trastorns psicològics relacionats amb l'ús d'alguna de les aplicacions de les TIC (Palfrey i Gasser, 2008).

Internet es pot definir com una xarxa de xarxes d'ordinador per compartir dades i recursos (Madrid, 2000). L'abaratiment dels costos de connexió, les millores tecnològiques i l'arribada massiva d'ordinadors personals a les llars, provoquen un creixement exponencial del número d'usuaris, per aquest motiu, cada vegada adquireixen més importància les respostes dels usuaris i convé valorar alguns efectes que la irrupció d'Internet produeix en les seves conductes (Chamaro i Hernández, 2005).

L'ús que fa l'adolescent d'Internet és rellevant. Les hores de connexió són diferents segons l'edat amb la tendència de les noies a connectar-se més que els nois (Fundació Catalana per a la Recerca, 2004). Respecte a l'entorn de connexió, la majoria es connecta des de les seves llars (78,4 %), de les quals la meitat tenen el seu propi ordinador i línia d'Internet personal; la resta es connecten des de l'escola (26%), biblioteca (8%) o cibercafé (5%) (Estallo, 2000). A través del Xat, el 32% dels menors faciliten el seu telèfon, el 17% ha quedat físicament amb algú i s'han conegut personalment a través d'una cita i el 34% s'han sentit incòmodes en la xarxa en alguna ocasió (Fundació Catalana per a la Recerca, 2004).

Segons dades de la Fundació Pfizer (2009), 92,6% dels joves entre 11 i 20 anys participen en els SXS. Tuenti, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat i Fotolog són les

xarxes més utilitzades. Segons Sánchez i Fernández (2010), l'ús de les xarxes és molt intensiu: un 66% dels enquestats ho fa a diari i un 18% diverses vegades per setmana i, el 42,9 % de les noies i el 34,5% dels nois utilitzen les xarxes varies vegades al dia.

Els nois i les noies produeixen autopresentacions altament sexualitzades, tan per mitjà dels àlies (20%) com a través de les imatges (40%). Els adolescents tendeixen a retratar-se en poses actives i penjen imatges centrades en la força (músculs, tors), mentre que elles centren l'atenció en la bellesa i la intimitat, mostrant l'escot, les cames, els llavis, l'esquena o les espatlles. A més a més, són elles les que sovint es mostren estirades, agenollades o oferint-se, es a dir, com cossos exhibits, passius, subordinats, preparats per ser admirats. Això demostra que les presentacions en els SXS segueixen els estereotips de gènere (Sveningsson, 2006).

Les noies creen les seves pàgines personals de manera intencional i estratègica i prenen decisions sobre com volen que sigui la seva pàgina i que volen que la seva audiència aprengui d'elles (Stern, 2002). També els nois presten molta atenció a les imatges que escullen pel seu perfil als SXS (Siibak, 2010). Existeix una preferència dels usuaris pel mostrar abans que pel dir, per les poses implícites i mesurades abans que per les afirmacions explícites d'identitat. Les persones construeixen el seu jo ideal que són un model d'ells mateixos socialment desitjat que pot presentar als altres i que té a veure amb la identitat que encara no està totalment establerta en els entorns externs a la xarxa (Zhao, Grasmuck i Martin, 2008).

Segons Goffman (1979) els adolescents agafen les manifestacions de gènere que compartim socialment i les reconfiguren exagerant-les. Per tan als SXS, les identitats es configuren com identitats aparador.

Respecte els motius que mouen als adolescents a connectar-se a la xarxa, s'ha observat que es centren en la possibilitat d'estar connectat i vincular-se al seu grup d'iguals superen la distància física, així com expressar i parlar de temes que des de la relació cara a cara els seria difícil o impossible de realitzar. L'efecte desinhibidor de l'anonimat i l'absència de contacte visual li permet expressar alguna necessitat o emoció desagradable o, en altres ocasions, ser honest, obert i expressar emocions sobre temes personals que no podrien ser fàcilment discutits cara a cara (King, 1996). L'adolescent es troba en un món diferent, sense les limitacions del món real, en un lloc on s'amaga la vergonya i sorgeixen les intimitats del seu món intern (Fiel, 2001).

De la mateixa manera, en aquestes edats l'atractiu d'Internet augmenta perquè inclou la relació virtual amb amics i desconeguts i perquè l'absència d'elements de la comunicació no verbal facilita la interacció i possibilita d'emascarar la identitat personal, fet que pot provocar la vivència d'una experiència plaent i d'excitació alleujant l'avorriment, la tensió, la depressió i l'ansietat (Fiel, 2001); també permet la correspondència amb els iguals les vint-i-quatre hores, contactar amb persones que d'un altra manera no hauria conegut, mantenir el contacte amb amics al mínim cost i ser tinguts en compte (Castellana, Sánchez, Beranuy i Graner, 2006). Aquestes troballes suggereixen que els llocs de xarxes socials, encara que s'utilitzen de forma diferent tan per homes i com per dones, proporcionen un fòrum important per a la construcció de les connexions socials entre els grups (Bourgeois, A., Bower, J. i Carroll, A., 2014).

Quan els adolescents seleccionen la fotografia: per una banda, la representació social i, per un altra, la creació del jo, ambdós conceptes relacionats amb la construcció d'identitats socials. Els alumnes es mostren molt preocupats pel tipus de fotografia que es mostren als SXS, no tan per la seva difusió sinó per la naturalesa, o en altres

paraules, per sortir o no agraciats. Cada usuari genera així el seu propi perfil, la seva identitat i la seva imatge en àgora públic. En aquesta pràctica, que està íntimament relacionada amb la recerca de noves amistats, la fotografia constitueix el mètode de presentació de l'adolescent. Ells mateixos argumenten que a la fotografia es destaquen les seves qualitats i s'explota la seva sensualitat (García, 2010).

La reproducció de models hegemònics de masculinitat i feminitat en les auto representacions adolescents remarquen la importància dels SXS com espai per presentar una identitat idealitzada (Manago *et al.*, 2008; Zhao, Grasmuck i Martin, 2008; Young, 2009).

Les pàgines web personals permeten als seus autors senyalar qui són i com desitgen que els altres els vegin (Stern, 2004). Per crear una determinada impressió, les dues àrees que la persona controla específicament són l'elecció de la fotografia de perfil i l'estatus. De fet, l'únic element que els usuaris actualitzen de forma regular són les fotografies (Young, 2009).

Les decisions que els adolescents prenen en els mitjans autogenerats sobre les imatges i els continguts que comparteixen són decisions pensades (Livingstone, 2009; Stern 2002, 2004; Siiback, 2010), el que es demostra en la reflexivitat del text que acompanya a les imatges. Com alguns autors escriuen (García, 2010; Huffaker i Calvert, 2005; Sevic-Bortree, 2005; Sveningsson, 2008; Thelwall, 2008), l'ús intensiu i extensiu del Fotolog fa evident la importància que els SXS tenen per al procés de socialització.

Conservar la bona imatge a la xarxa és una de les preocupacions fonamentals dels adolescents. D'aquí es deriven altres amenaces per als alumnes: la publicació de fotos inapropiades o compromeses sense consentiment previ. Una característica de les xarxes

de interacció social és que totes les persones que participen en elles poden fer-se amb les fotos de la resta dels usuaris, fins i tot quan estan bloquejats i no es deixen copiar.

En l'estudi d'Almansa *et al.* (2013) van veure en les entrevistes qualitatives que tenir un perfil als SXS significa que aquell adolescent gestiona la seva personalitat. Tracta de presentar-se com és però a la vegada destaquen allò que els agradaria arribar a ser. Ja que d'aquest perfil en depèn la seva socialització tan en l'entorn virtual com el real.

Els adolescents dediquen la major part del temps a elaborar i escollir les fotografies del seu perfil per sobre de les dades i els comentaris que puguin fer en aquest espais virtuals (Almansa, Fonseca i Castillo, 2013).

Arribats aquest punt veiem la creixent influència que Internet té en la nostra societat i com aconsegueix canviar les nostres maneres de viure i de pensar. Sobretot en les generacions que ja neixen integrades en aquest món.

Segons el construccionisme les persones donem significat a la realitat que els envolta a partir de les nostres vivències i experiències. Per aquest motiu és molt important tenir en compte la cultura en la que aquesta persona viu ja que tot i que els significats s'atribueix individualment, es fan dins un marc que ve marcat per la cultura en la que es viu (Bruner, 1996, Botella *et al.* 2006). De la mateixa manera que la influència va en les dues direccions, els individus amb les seves construccions de significat també modifiquen l'entorn en el que viuen (Pèrez, 2012). Per tan la persona tria uns significats davant uns altres per un pacte social implícit en tots els grups de persones (Pèrez, 2012). Fins i tot el nostre jo ideal ve seleccionat en funció de la nostra interacció social (Bruner, 1996).

Molts autors en han demostrat que a l'adolescència és l'etapa on es forja la identitat, on es donen els canvis més importants i on es comencen a crear els nostres constructes nuclears. Els adolescents volen agradar als seus iguals i intenten forma part de la societat mostrant aquells aspectes més acceptats per l'entorn (Piaget, Castells, 2007; Kroger, 2000). Quan una persona es mostra espera que el seu entorn el rebi segons els criteris ja marcats per aquell grup. D'aquesta manera l'adolescent mostrarà diferents aspectes d'ell mateix depenent de l'audiència que tingui al davant (Goffman, 1997; Botella i Feixas, 1998; Kimel i Weiner, 1998). Els serveis de xarxes socials permeten als adolescents jugar amb la seva identitat ja que tot el que es mostra en aquests espais digitals no té perquè ser real. Aquests nous espais permeten als adolescents experimentar de forma més amplia amb la creació de la seva identitat (Turkle, 1995, 2008). Busquen mostra la seva cara més bonica i per tant aquella que consideren més popera al seu jo ideal (Alcaide, 2009; Cazalla i Molero, 2013; Cooley, 2005,...) Per tan nosaltres creiem que en un entorn virtual els adolescents aproximaran el màxim les seves fotografies, el que anomenem el seu jo visual, al jo ideal.

En aquesta era digital els adolescents tenen la necessitat d'estar connectats contínuament (Car, 2010). A més Internet els ofereix un món ple de possibilitats tan per estar en contacte amb gent del seu entorn com per conèixer gent nova amb la que compartir els seus interessos (Prensky, 2001; Garcia *et al.* 2013).

Una d'aquestes eines i en la que ens em centrat ja que és pública, són els FotoBlogs, en ells les persones que en tenen un, penjen fotografies fetes per ells acompanyades de comentaris personals (Bilton, 2011; Cohen, 2005; Livingstone, 2009; ...).

Alguns estudis demostren que les persones seleccionen aquelles fotografies on es mostren més atractius i amb els aspectes positius que volen remarcar per tal de penjar als seus perfils (Young, 2008; Whitty, 2008).

Agafant aquestes idees i combinant-les ens han sorgit una sèrie de preguntes a les que ens agradaria donar resposta. D'aquí sorgeixen les nostres hipòtesis sobre com els serveis de xarxes socials influeixen en els adolescents, especialment en la creació de la seva imatge.

Com tots aquests autors ens demostren, les persones creem significats a partir d'un marc de referència (Agudelo i Estrada, 2012; Botella *et al.*, 2006; Gergen, 1996). Per al present estudi aquest seria el paradigma teòric en el que ens basem per a la formulació dels nostres objectius i hipòtesis. A partir de totes aquestes idees i la informació que a continuació exposem basarem, les nostres conclusions dels resultats obtinguts.

Segona part. Estudi empíric

Capítol 5: Metodologia

5.1. Objectius

- Objectiu general

Analitzar, mitjançant els FotoBlogs, els processos de construcció del jo i de presentació social en adolescents entre 11 i 16 anys.

- Objectius específics

Analitzar les relacions i interaccions entre:

- *Autoconcepte* operacionalitzat com a conjunt de constructes el·licitats pels participants en resposta a la instrucció: “Defineix-te a tu mateix amb 10 adjectius”
- *Concepte del jo ideal* operacionalitzat com la posició desitjada en la llista de constructes que conforma l’autoconcepte.
- *Heteroconcepte* operacionalitzat com la construcció que els altres fan de la persona. Si està basada en un coneixement personal en la vida quotidiana es defineix com *heteroconcepte interpersonal*. Si es basa en la imatge *heteroconcepte visual*.
- *Autoconcepte visual* operacionalitzat com concepte d’un mateix que s’intenta transmetre mitjançant la imatge visual que es projecta en els SXS.

5.2. Hipòtesis

Autoconcepte:

Hipòtesis de la manipulació de les impressions

H₀ No hi ha relació entre imatge visual i jo ideal.

H₁ Els adolescents intenten acostar la seva imatge visual al seu jo ideal.

Hipòtesis del jo fictici

H₀ No hi ha relació entre manipulació de les impressions i autoestima.

H₁ Hi ha relació entre manipulació de les impressions i la baixa autoestima.

Hipòtesis de la heteropercepció de la discrepància:

- En absència de coneixement personal: Hipòtesis de la prevalença visual

H₀ La imatge visual no preval en la percepció de l'altre quan la discrepància amb l'auto concepte és molt gran.

H₁ Preval el que veiem en la imatge.

- Amb coneixement interpersonal: Hipòtesis de la prevalença interpersonal

H_0 Preval el que veiem en aquell moment a la imatge per sobre del que coneixem d'aquella persona.

H_1 Preval el que sabem d'aquella persona per sobre del que veiem en la imatge mostrada.

5.3. Disseny

Disseny quasi experimental i exploratori amb una barreja de metodologia qualitativa i quantitativa. Valoració quantitativa en analitzar les puntuacions que els altres fan dels constructes del subjectes amb el programa SPSS i metodologia qualitativa en fer la reflexió dels valors que ens donen, associat a la teoria trobada del tema

5.4. Mètode

Els subjectes són adolescents entre 12 i 16 anys propietaris i /o usuaris d'un espai de FotoBlog. Aquests espai ha d'estar en funcionament i ha d'haver-hi penjades fotografies recents per tal de valorar que és una eina que estan utilitzant.

Els subjectes han d'acceptar de manera voluntària la seva participació en l'estudi, firmant juntament amb els seus pares o tutor una carta de consentiment informat després d'haver rebut l'explicació sobre el tipus d'investigació que s'està portant a terme (Annex 2). D'aquesta manera es vol assegurar que els subjectes que participen en l'estudi s'impliquen en ell signant aquest compromís. Tot i això no vulnera cap dret a la intimitat ja que les fotografies utilitzades són públiques per a tots els usuaris d'Internet, així mateix segueixen la política de publicació dels portals web d'aquest sistema. Pel fet de ser voluntaris s'està respectant la seva intimitat quan mostrem les fotografies a la resta de companys perquè també puguin fer la valoració corresponent.

Després de la selecció d' alumnes que formaran part de l'estudi i de tenir la confirmació dels pares, es faran entrevistes individuals amb cadascun d'ells per tal de dur a terme la Graella de constructes de Kelly. Cal dir que no s'utilitza la Graella en la seva forma original sinó que se n'ha fet una adaptació que s'adequa a les necessitats de l'estudi que es presenta. Per tan la nostra Graella constarà de cinc columnes i 11 fileres com ja s'explica a l'apartat d'instruments (Veure figura 1).

Primer de tot es demanarà als subjectes que mostrin la fotografia que han escollit per tal de poder-la tenir arxivada. Aleshores se'ls demana que diguin 10 característiques que creuen que els defineixen, si els costa anomenar alguna es podrà ajudar l'alumne demanant que es compari respecte un familiar o amic o altres persones significatives per

a ell, també es poden fer referència allò que veuen en la fotografia escollida. Un cop tenim aquestes 10 primeres característiques, llavors se'ls demanarà que diguin el pol oposat de cadascun dels constructes. Finalment utilitzant una escala Likert de l'1 al 7 els subjectes hauran de valorar a quin pol s'aproximen més valorant-se ells normalment, el seu jo ideal i en la fotografia seleccionada (jo visual). Per recollir aquesta informació s'han dissenyat les Graelles que podem veure a la Figura 1.

Per tal d'ometre noms i així assegurar la privacitat dels subjectes participants en l'estudi s'ha utilitzat un sistema de números i lletres per tal de codificar les graelles i les fotografies. D'aquesta manera un cop cada individu va donar la seva fotografia se li va assignar el seu codi i es va elaborar una presentació amb elles. Després de realitzar les entrevistes individuals es va preparar un dossier amb totes les Graelles. Aquestes Graelles també tenen cadascuna el seu codi corresponent, que seria el mateix que el de la fotografia. A més a més les graelles que se li presenta al Grup B estan modificades respecte a les que teníem dissenyades pels participants del Grup A, consten de les dues columnes amb els constructes que ens han dit els nostres subjectes i una tercera on hi haurà la valoració amb escala Likert feta pels altres per tal de valorar el jo social (Annex 3).

Un cop tenim totes les Graelles es mostren les fotografies amb la Graella de cada alumne als diferents grups de la ESO que formen part de l'escola Grèvol per tal que valorin els constructes amb una escala Likert. La consigna que se'ls va donar va ser que valoressin les característiques de la Graella en funció del que veien en la fotografia. Com que érem conscients que hi havia alumnes del Grup A que es podien conèixer amb els del Grup B, per tal de separar aquells alumnes que coneixien els subjectes respecte als que els hi eren desconeguts, vam afegir a sobre de cada Graella una pregunta:

“Coneixes aquesta persona?” on es responia si o no a la casella corresponent per tal de saber si la seva valoració es veia influenciada pel coneixement previ que tenien del subjecte. Se’ls va donar la consigna que conèixer una persona era haver interactuat verbalment amb aquesta, no només haver-la vist en un espai comú. Aquesta pregunta és la que ens permet separar els alumnes per valorar les hipòtesis de la heteropercepció de la discrepància. Un cop es recopilen totes les graelles s’introdueixen les dades al programa informàtic SPSS. Es crearà una Graella per a cada un dels alumnes amb l’SPSS on introduïrem les dades tan dels propis subjectes com les del altres participants per tal de fer les anàlisis estadístiques corresponents. D’aquesta manera en el programa per a cada subjecte tindrem tres arxius, un amb les seves puntuacions, un altre amb les puntuacions d’aquells membres del Grup B que el coneixien i un tercer amb les puntuacions dels membres del Grup B que no sabien qui era el subjecte del Grup A.

Amb totes les puntuacions obtingudes a les Graelles es realitza un estudi comparatiu per a veure les discrepàncies i semblances que es donen entre els diferents termes valorats: Autoconcepte, Concepte del jo ideal, Heteroconcepte i Autoconcepte visual. En funció dels resultats obtinguts s’analitza si es compleixen o no les hipòtesis plantejades en l’estudi.

Posem un exemple fictici per tal que quedi més clar que tindriem de cadascun dels nostres subjectes de la mostra (veure annex 4).

5.5. Participants

La mostra total (N= 40) s'obté amb la col·laboració de l'Escola Grèvol de Barcelona, se'ls demanarà a aquells alumnes que tinguin creat un FotoBlog si volen participar en l'estudi. La mostra estarà composta per adolescents amb edats compreses entre els 12 i 16 anys i membres dels dos sexes. Aquests adolescents cursen entre 1r ESO i 4rt ESO.

Pel que fa a l'edat dels subjectes la majoria està situada als 14 anys (35%), són el gruix de la mostra ja que el grups dels alumnes de 12, 13, 15 i 16 anys són menys nombrosos com es veu a la gràfica de la figura 1. Això vol dir que la majoria de participants de la mostra cursaven els cursos de segon o tercer de l'ESO. Així tenim en el grup de 12 anys un 17% de la mostra, en el de 13 un 15%, en el de 15 un 20% i per últim el menys nombrós seria el de 16 amb un 13%.

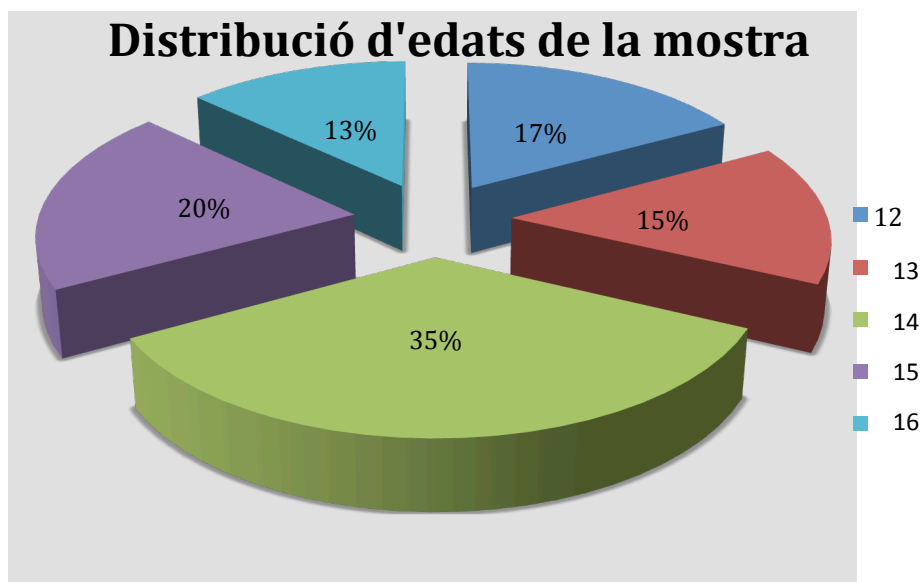


Figura 1: Edat

Quan observem la distribució de sexe de la mostra, es detecten diferències poc destacades, un 53% dels subjectes de la mostra eren noies mentre que un 47% d'aquests eren nois. A la figura 2 veiem la seva representació gràfica.

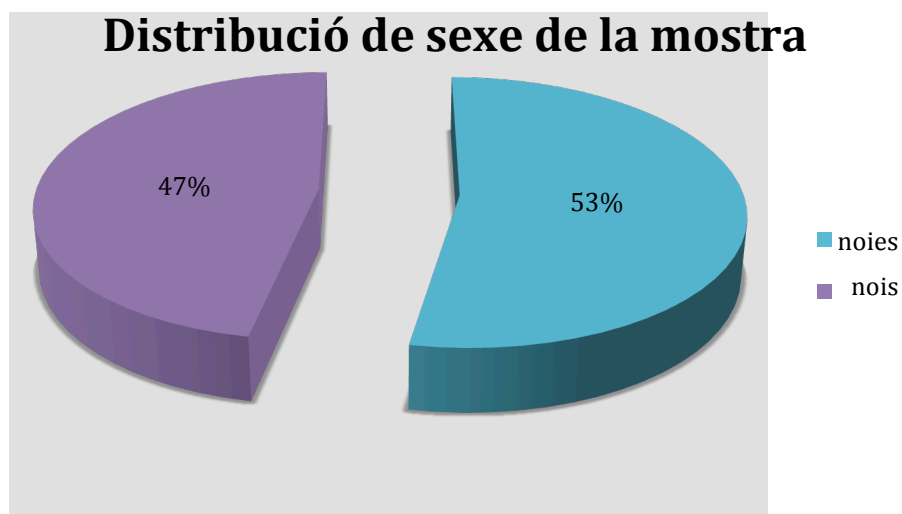


Figura 2: Sexe

Els alumnes de l'escola formen part de famílies amb una situació socioeconòmica mitja alta que viuen als barris de Poble Nou i Diagonal Mar. Trobem una barreja de famílies que tota la vida han viscut al barri amb famílies amb un nivell econòmic alt que s'instal·len al nou barri de Diagonal Mar. Es considera un districte força influenciat per les noves tecnologies ja que forma part del districte 22@ que promou la integració d'aquestes a la vida del barri.

5.6. Material

1. Tècnica de la Graella de Kelly (1955/1991): Elaboració d'una Graella de constructes per a cadascun dels adolescents de la mostra en la que destacarem 3 elements: jo, jo ideal i jo visual.

La tècnica de la Graella és un instrument d'avaluació de les dimensions i estructures del significat personal. Vol captar la manera en que una persona dona sentit a la seva experiència amb els seus propis termes. No es tracta doncs d'un test convencional sinó d'una forma d'entrevista estructurada orientada a explicitar els constructes amb els que la persona organitza el seu món. La nostra forma de conèixer i interpretar el nostre entorn, als que ens envolten i a nosaltres mateixos. Està guiada per una teoria implícita fruit de les particulars conclusions que hem extret de la nostra experiència prèvia. La tècnica de la Graella és, en la seva diversitat de formes, un mètode per a explorar l'estructura i contingut d'aquestes teories implícites o xarxes de significat a través de les quals percebem i actuem en la vida diària (Feixas i Cornejo, 1992).

De entre totes les tècniques d'avaluació psicològica basades en els constructes personals, la tècnica de la Graella (Kelly, 1955/1991) és, sens dubte, la més utilitzada. Segons les dades de Neimeyer, Baker i Neimeyer (1990) dels 1.700 estudis sobre Constructes Personals publicats fins el 1990 més de 1.000 utilitzaven la tècnica de la Graella com a instrument d'avaluació. Aquesta popularitat és deguda a diversos factors: (a) la gran coherència entre la tècnica de la Graella i els postulats teòrics dels constructes personals; (b) la combinació de l'anàlisi qualitatiu i quantitatiu que permet; (c) la seva sofisticació matemàtica, amb la consegüent possibilitat de derivar múltiples índex de mesura

a partir de les dades brutes; (d) la creixent accessibilitat de programes informatitzats que permeten optimitzar la relació entre administració i anàlisis de la Graella (Botella i Feixas, 1998).

Bàsicament, la Graella de constructes personals és una matriu de dades constituïda per tres components bàsics. En primer lloc, en les columnes es recullen els elements, que configuren una mostra representativa de persones, fets, situacions i objectes en un domini determinat de l'experiència de la persona. Les files de la matriu estan constituïdes per les dimensions bipolars que els subjecte utilitza per donar sentit a la varietat d'elements de les columnes. Aquestes dimensions bipolars constitueixen els constructes personals i sorgeixen a partir de la consideració de les similituds i diferències entre els elements. Per últim, en les caselles formades per la intersecció entre files i columnes es recullen les puntuacions de cada element en cada constructe personal (Botella i Feixas, 1998).

En la nostra adaptació de la Graella a les columnes dels elements hi preseleccionem el jo, el jo ideal i el jo visual, ja que són els aspectes que volem analitzar i sobre els quals hem formulat les nostres respectives hipòtesis. Per la resta d'elements es segueix la Graella com s'explica. A l'hora d'el·licitar els constructes en alguns casos fem comparacions entre persones significatives per al subjecte per tal de facilitar aquesta tasca.

Així doncs la nostra Graella estarà composta per cinc columnes, dues per als constructes i a les tres centrals hi hauran els elements jo, jo visual i jo ideal. I tindrà onze fileres a la primera posarem els ítems i a les altres deu i col·locarem

els constructes que ens diuen els subjectes participants de l'estudi, tal com s'indica a la figura 1.

Núm. Subj. _____

	Jo	Jo ideal	Jo fotogràfic	
1.				1.
2.				2.
3.				3.
4.				4.
5.				5.
6.				6.
7.				7.
8.				8.
9.				9.
10.				10.

Figura 1: Graella de Kelly adaptada

2. Imatges gràfiques incloses en els FotoBlogs de cada participant: Aquells adolescents que es presentin voluntaris per a formar part de l'estudi hauran de seleccionar una de les fotografies que tenen penjades en els seus FotoBlogs. En aquesta hauran de sortir ells de forma individual o amb algú del qual tinguin autorització. Les fotografies no poden ser només de paisatges o objectes, cal que hi hagi una imatge seva per tal de poder valorar el seu jo visual, si en la fotografia no se'ls reconeix perquè no se'ls hi veu la cara de forma clara no hi ha problema perquè prenguin part en l'estudi. Amb el recull de totes les imatges realitzem una presentació que utilitzarem juntament amb els dossiers de les

Graelles de cada subjecte per a la valoració que demanem que facin la resta d'alumnes que pertanyen a la ESO. A cada una de les imatges se li assigna un codi, que serà el mateix que el de la Graella corresponent.

3. Dossier amb les Graelles: En la segona part de l'estudi també elaborem un dossier en el que hi hauran totes les Graelles que hem elaborat amb els participants de l'estudi. Aquest dossier consta de 10 pàgines i a cada una hi ha quatre Graelles modificades, de manera que només consten de tres columnes per Graella, dues per als constructes i una altra per a la valoració. Cada Graella té un codi que correspon a una fotografia i també tenen una pregunta (Annex 3).

5.7. Procediment

Els subjectes de la mostra eren un grup de 30 voluntaris usuaris de FotoBlog, a aquest grup al llarg de l'estudi se l'anomenarà Grup A per evitar confusions amb l'altre grup d'adolescents que participa en l'estudi. Als adolescents que formaven part del grup A se'ls va demanar una fotografia per poder analitzar al llarg de l'estudi. Aquesta anàlisi la realitzen els propietaris de la fotografia, el grup A i els participants de la ESO, els 165 alumnes de l'Escola que hi ha a Secundària. A aquest segon grup d'alumnes ens referirem a ells al llarg de l'estudi com a Grup B, com ja hem comentat anteriorment per evitar errors d'interpretació en la lectura de la tesis.

Es van recollir les dades i el seu anàlisi es va realitzar amb el paquet estadístic SPSS 19.0. Un cop obtenim les dades significatives fem una valoració qualitativa respecte a les nostres hipòtesis plantejades juntament amb els objectius que ens havíem marcat en realitzar l'estudi.

Un cop fet l'anàlisi de les Graelles del Grup A, es varen entrar al SPSS les dades obtingudes de les Graelles del Grup B. Així per a cada participant de la mostra es generen dues matrius de dades, una amb els companys que coneixen aquella persona i l'altre amb els que no coneixen l'alumne, separant aquestes segons la resposta que ens hagin donat en el dossier (aquesta pregunta esta explicada a l'apartat de mètode).

Les respostes dels alumnes del Grup B que sí coneixen al subjecte al primer constructe de l'alumne del Grup A es varen promitjar per a cadascun dels 10 constructes de cadascun dels subjectes del Grup A. El mateix es va fer però les respostes del participants del Grup B que no coneixien al participant.

Això dona lloc a una matriu de dades amb cinc columnes: (1) jo, (2) jo ideal, (3) jo visual autoavaluats, (4) mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que sí coneixen al participant i (5) mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que no coneixen al participant

Constructes	Avaluats per un mateix			Avaluats pels altres	
	Jo	Jo ideal	Jo visual	Sí coneixen	No coneixen
1	2	2	3	3,30	3,95
2	1	3	4	2,80	3,62
3	1	1	1	3,09	3,22
4	3	3	2	2,93	3,26
5	1	1	3	2,76	3,17
6	6	3	5	2,61	3,30
7	2	1	5	3,11	3,44
8	1	1	2	2,76	3,08
9	1	1	1	2,35	2,73
10	3	4	3	3,82	3,53

Taula 1

5.8. Aspectes ètics

L'estudi respecta els 5 principis de l'ètica aplicada de No maleficència, Beneficència, Autonomia, Justícia i Confidencialitat (Manrique, 2000)

- *No maleficència:* L'estudi no causa danys ni físics ni mentals als membres de la mostra, tan als participants del Grup A com del Grup B, ni abans ni després de l'elaboració de la Graella. Les preguntes i valoracions que es realitzen durant l'estudi no provoquen cap tipus de perjudici als subjectes participants.
- *Beneficència:* Els adolescents que formin part de l'estudi poden augmentar la seva consciència sobre la relació entre el com els agradaria ser i com es mostren als seus iguals. Tan els participants del Grup A com els del Grup B obtenen eines per a l'auto coneixement de les seves característiques personals.
- *Autonomia:* L'estudi preveu l'explicació oral i escrita del que es farà durant la investigació, tan als adolescents com als seus pares. Per tan aquells que participen en l'estudi ho fan voluntàriament. En tot moment poden fer preguntes sobre el funcionament de l'estudi i se'n poden retirar d'aquest si no estan d'acord amb algun dels aspectes que engloben la investigació. Pel que fa als membres del Grup B en tot moment estan informats de l'estudi que s'està realitzant i poden negar-se a la seva participació.
- *Justícia:* Tots els adolescents de l'escola Grèvol poden obtenir beneficis de la investigació i només es requereix tenir un FotoBlog. L'estudi acota unes edats de participació per tal de marca una mostra en concret però aquestes inclouen tots els alumnes que estudien a l'escola a l'etapa de secundària, sense excloure'n cap per capacitats, sexe o ètnia.

- *Confidencialitat:* Les Graelles són anònimes i estan subjectes al secret professional. Aquestes consten d'un codi que només coneixen els investigadors de l'estudi per tal d'associar cada Graella a la fotografia corresponent. Les fotografies per tan també són anònimes tot i que evidentment els adolescents que escullen fotografies on se'ls hi veu la cara poden ser reconeguts pels que valoren les Graelles. En cap cas es fan registres de les entrevistes que es realitzen amb els membres del Grup A, així que només queda constància dels constructes i les puntuacions que se'ls demana i aquestes últimes només són valorades pels investigadors de la mostra.

Capítol 6: Resultats

Pel que fa a l'anàlisi descriptiu que s'ha realitzat sobre les variables de l'estudi veiem que la mitjana d'edat dels subjectes als que se'ls ha passat els tests de la investigació és de 14 anys amb una desviació típica de 1,26. Les edats representades en la mostra estan compreses entre 12 i 16 anys. Aquestes dades estan representades a la figura 1 de l'apartat descripció de la mostra.

Les correlacions entre el jo i el jo visual i entre el jo ideal i el jo visual es varen dicotomitzar per a comparar les seves freqüències entre sí La prova de McNemar però no va resultat significativa ($p = 0,227$).

Subjectes	Jo- Jo ideal	Jo ideal- Jo visual	Jo- Jo visual
1	0,293	0,896	0,498
2	0,031	-0,102	0,169
3	0,273	0,809	0,353
4	0,448	0,055	0,017

5			0,791
6	0,806	0,093	0,053
7	0,305	0,680	-0,384
8	0,620	0,610	0,540
9	0,567	0,605	0,366
10	0,587	0,932	0,723
11	0,730	0,097	-0,224
12	0,798	-0,082	-0,046
13	0,453	0,277	-0,032
14	0,705	-0,422	-0,472
15	0,339	-0,307	-0,141
16	0,342	0,601	0,845

17	0,580	0,866	0,755
18	0,757	0,689	0,447
19	0,227	0,711	0,680
20	0,628	0,822	0,822
21	0,781	0,924	0,732
22	-0,086	0,363	0,229
23	0,252	0,783	0,288
24	0,463	0,105	-0,345
25	0,904	0,727	0,585
26	0,487	0,841	0,302
27	-0,373	-0,346	-0,398
28	0,609	0,541	0,116

29	-0,110	0,271	0,607
30	-0,369	0,645	-0,676
31	0,603	0,322	0,534
32	-0,384	-0,586	0,561
33	0,745	-0,302	0,000
34	0,375	0,262	0,768
35	0,165	-0,497	-0,270
36	0,626	0,078	0,633
37	0,391	0,749	0,628
38	0,422	0,345	-0,031
39	0,515	0,047	0,122
40	0,543	-0,345	-0,101

Tanmateix, elevant al quadrat els valors de les correlacions (per a evitar els signes negatius) i calculant la significació de la diferència de les correlacions no dicotomitzades entre sí es va trobar un resultat significatiu: $t = 0,0317$, $p < 0,001$.

Analitzant la direcció de la diferència veiem que la correlació entre el jo ideal i el jo visual és major que no pas la del jo amb el jo visual. Aquest resultat queda expressat gràficament a la figura 3.

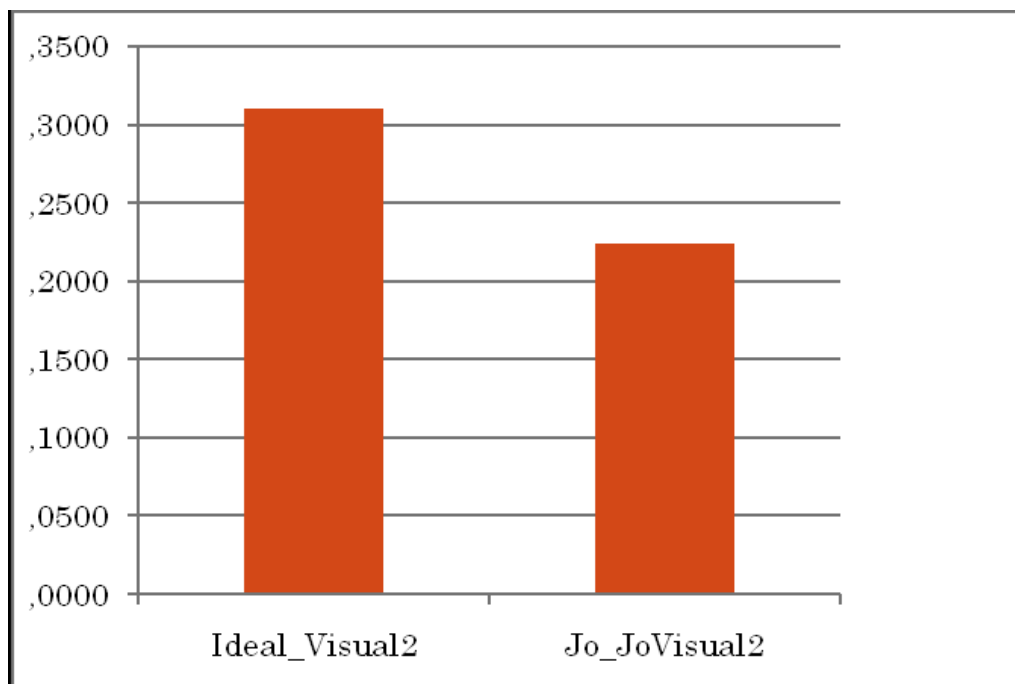


Figura 3: Correlacions del Jo Ideal amb el Jo Visual i del Jo amb el Jo Visual

A continuació s'analitzen les correlacions bivariades entre (a) el jo visual autoavaluat i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que sí coneixen al participant, (b) el jo visual autoavaluat i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que no coneixen al participant i (c) la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que sí coneixen al participant i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que no coneixen al participant.

Subjectes	Jo visual- Si	Jo visual- No	Si- No
1	0,2	0,50	0,66*
2	0,10	0,26	0,97**
3	0,36	0,41	0,46
4	0,74*	0,66*	0,70*
5	-0,21	-0,31	0,85**
6	-0,33	-0,68*	0,58
7	0,29	0,14	0,82**
8	0,92*	0,83**	0,96**
9	-0,28	0,18	0,77**
10	0,87**	0,82**	0,97**
11	0,19	0,05	0,95**

12	0,31	0,45	0,88**
13	0,61	0,33	0,89**
14	0,82**	0,87**	0,96**
15	0,91**	0,84**	0,97**
16	0,90**	0,82**	0,97**
17	-0,37	0,13	0,76*
18	0,93**	0,86**	0,92**
19	0,20	0,27	0,99**
20	-0,15	0,18	0,70*
21	-0,03	-0,33	0,86**
22	-0,18	-0,14	0,92**
23	-0,36	-0,04	0,60

24	0,83**	0,73*	0,92*
25	0,57	0,64*	0,60
26	0,12	0,30	0,68*
27	-0,31	0,20	0,76*
28	-0,72*	-0,01	0,21
29	0,65	0,31	0,70*
30	0,25	0,42	0,92**
31	-0,21	-0,22	0,90**
32	-0,87**	0,73*	0,92**
33	0,78**	0,70*	0,82**
34	-0,38	-0,35	0,95**
35	-0,01	-0,07	0,85**

36	0,73*	0,75*	0,90**
37	-0,45	0,28	-0,36
38	0,87**	0,89**	0,97**
39	-0,01	0,38	0,81**
40	0,88**	0,84**	0,95**

Per a facilitar el càlcul es va calcular el percentatge de correlacions significatives respecte el total. En el cas del jo visual autoavaluat i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que sí coneixen al participant el total de correlacions significatives va ser del 35%. En el cas del jo visual autoavaluat i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que no coneixen al participant el total de correlacions significatives va ser del 37,5%. Finalment en el cas de la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que sí coneixen al participant i la mitjana de la puntuació atorgada pels membres del Grup B que no coneixen al participant el total de correlacions significatives va ser del 87,5%.

El càlcul de percentatges dona poca informació ja que només es tenen en compte els resultats significatius. S'intenta valorar el número i per fer-ho elevem tots els resultats al quadrat per calcular la T-Student donant-nos una diferència no significativa.

Tercera part. Discussió i conclusions

Capítol 7: Discussió de les dades i conclusions

7.1. Presentació de la discussió

Pel que fa a les hipòtesis relacionades amb l'autoconcepte:

La hipòtesi de la manipulació de les impressions portava a predir que els adolescents del Grup A de la mostra intentaven acostar la imatge que presentaven en les fotografies dels seus *Blogs* a la imatge del seu jo ideal. Un cop analitzats els resultats es comprova que efectivament aquesta hipòtesi es verifica, és a dir que les correlacions entre jo ideal i jo visual són significativament més altes que les correlacions entre jo i jo visual.

Molts dels autors actuals parlen del canvi que s'està fent sobre la valoració del cos. En aquesta nova era el cos pren una importància que afecta a la formació dels nostres adolescents. Segons Cash i Pruzinsky (1990), molts dels trastorns psicològics estan relacionats amb l'atractiu físic que aquestes persones creuen que tenen, donant lloc a patologies que abans no existien ja que la relació entre cos i psique no es pot fragmentar i queden inevitablement units.

Lipovetsky (2004), ens parla del cos en la postmodernitat destacant les següents característiques: seductor, individual i narcisista, estètic i postmoralista. La societat exerceix de motlle sobre les formes del cos (Freund i Mc Guire, 1991). Els nostres adolescents reben una forta influència de la imatge que Internet els projecta de les

persones i a la vegada ells intenten acostar la seva imatge a aquest ideal creat col·lectivament.

Les persones mostren una aparença depenent davant qui ens trobem. En aquesta queden inclosos diferents elements com són: el mitjà, l'aparença personal, la façana i les maneres (Rodríguez, Goñi i Ruiz, 2006). En el cas dels adolescents intenten mostrar-se per tal d'agradar als seus iguals i modificaran aquests elements de manera que s'accentuin aquelles característiques que ells considerin més apropiades. Els adolescents es mostren de manera que agradin als altres (Sevick-Bortree, 2005).

Com afirmen Perinat (2003), Fullat (2002) i Planella (2003) les persones creem la nostra personalitat i formem la nostra imatge per tal de ser acceptats socialment i agradar al màxim el nostre grup d'iguals. El procés de socialització fixa aquell comportament i aparença que hem triat, de manera que, sigui més alegre o menys, un cop triada la mantindrem fins al final (Nunes, Marcela, Ferrari i Marín, 2012). D'aquesta manera els nostres adolescents mostren a les seves fotografies d'Internet allò que ells han triat ser i intenten acostar aquesta imatge a aquest voler ser i per tan al seu ideal de com han de ser socialment.

En l'entorn digital és fàcil inventar i fer canvis en la realitat mostrant un cos que no és el nostre i unes característiques que no tenen perquè tenir cap semblança amb com som realment.

Els SXS són un espai on es dona l'exploració identitària i l'autopresentació i idealització dels adolescents (Stern, 2004 i Manago, Graham *et al.* 2008). Internet ens dona la llibertat d'experimentar amb totes les fases del jo (Vybiral, Smahel i Divinova, 2004; Turkle, 1995 i 2008). Podem modificar la nostra imatge amb un sol "clic". Queda

clar doncs que els SXS permeten idealitzar les persones de forma més senzilla que en les relacions cara a cara. Ja que les noves tecnologies ens permeten fer modificacions físiques sense gaires dificultats, remarcant així el que més ens agrada de nosaltres.

Hi ha estudis que demostren que les persones són molt conscients de els fotografies que escullen per penjar a les xarxes i de les característiques que volen ressaltar en aquest espai (Ellison, Heino i Gibbs, 2006; Young, 2008; Almansa, Fonseca i Castillo, 2013). Sovint escullen aquelles que han estat més ben valorades pels altres (Whitty, 2008)

Per tant sembla que els adolescents quan es mostren socialment intenten agradar al màxim als altres i aquesta imatge que mostren s'aproxima més al seu jo ideal (com voldrien arribar a ser) que no al seu jo (com es veuen realment). Per tan alhora de mostrar-se en un espai digital vist per tothom i en el que pengen fotografies seves intenten que aquestes s'aproximin al màxim al seu jo ideal, maximitzant allò que més els agradaria arribar a ser i intentant amagar aquelles característiques seves que no els agraden tant.

La hipòtesi del jo fictici portava a predir que els adolescents de la mostra que més aconseguien acostar la imatge que presentaven en les fotografies dels seus *Blogs* a la imatge del seu jo ideal mostraven una major autoestima. Aquesta hipòtesis es compleix en el nostre estudi.

Vivim en una època en que la importància del cos centra la nostra societat, fins al punt que podem modificar-lo de manera quirúrgica arribant així al nostre ideal físic (Pérez Samaniego, 2002). Si som capaços de fer això de forma real, que no poden fer els nostres adolescents en l'espai virtual on modificar la seva imatge i fins i tot la seva

identitat no requereix res més que un terminal des del que poder-se connectar a Internet (Turkle, 2008).

Durant l'adolescència els cos acaba adquirint un significat psicològic (Botella, Grañó, Gàmez i Abey, 2008). De manera que aquells adolescents que psicològicament estan més estructurats i per tan tenen més maduresa, són capaços de no limitar la seva identitat a la seva imatge corporal, donant-li un paper menys rellevant i per tan adequant les seves expectatives a la seva realitat.

Segons Castells (2007), la identitat és la suma de les nostres capacitats, valors i aptituds i com elaborem aquestes davant dels altres. Com som capaços de fer prevaldre qui som per damunt del que vol el gran grup i no quedar esborrats per una identitat col·lectiva.

Segons Pèrez, (2012), hi ha una reacció proactiva entre entorn i individu; l'individu també contribueix a crear la realitat social (Neimeyer i Neimeyer, 1989). Per tan els nostres adolescents amb una major autoestima són aquells que més influencien sobre les SXS i a la vegada menys influenciats per aquests estan. Els SXS impliquen milers d'adolescents valorant la nostra imatge i opinant sobre allò que pensem, opinem i pengem a la xarxa. Per tant aquells adolescents que menys aproximen la seva imatge al seu jo ideal són aquells que més segurs es senten tal i com són i possiblement són aquells que marquen tendència en el món digital.

Aquells adolescents que tenen un sentit de la identitat clar se senten més còmodes amb ells mateixos (Castells, 2007). Per tant seran adolescents que el seu jo i el seu jo ideal el tindran més proper com ens indiquen els nostres resultats.

Els nostres resultats ens demostren que entre aquells adolescents que tenien clar quins eren els seus punts forts i els potenciaven al màxim en el seu jo, el seu ideal era pròxim a aquest de manera que el seu jo visual no diferia gaire en puntuacions respecte al jo.

Pel que fa a les hipòtesis relacionades amb l'heteropercepció:

La hipòtesi de la prevalença visual portava a predir que, encara que es donés una discrepància entre l'autoconcepte i la imatge que els adolescents del Grup A de la mostra presentaven en les fotografies dels seus *Blogs*, els adolescents del Grup B que no coneixien en persona als del Grup A feien prevaldre la imatge visual. Un cop analitzats els resultats es comprova que aquesta hipòtesi no es compleix, és a dir que només hi ha un 35% de correlacions significatives entre la forma en que els membres del Grup A es mostren a sí mateixos en les fotografies dels seus *Blogs* i la forma en que els perceben els adolescents del Grup B que no els coneixen en persona.

Els nostres resultats demostren que per molt que els adolescents del Grup A pensin que a la imatge estan magnificant allò que més els hi agrada d'ells i fins i tot que estan acostant-se al màxim al seu ideal, això no és així.

Aquest resultat es podria explicar com a resultat d'una certa estereotipificació en la forma en que els participants del Grup B han aplicat els seus constructes als del Grup A. Sembla com si els adolescents dels Grup B ja tinguessin uns constructes preestablerts de l'aparença dels adolescents del Grup A, fet que ens ajudaria a entendre perquè els resultats dels que coneixen i els que no als del Grup A son tan semblants.

Com afirma Gergen (1996) hi ha una sèrie de factors personals i socials que influeixen a les persones quan han de prioritzar unes experiències per sobre d'unes altres. Cada

persona té el seus constructes a partir dels quals analitza el món (Burr i Butt, 1992; Feixas, 1994). Cadascú interpreta el món des de la cultura a la qual s'insereix. Per tan la gent que ens envolta són aquells que més influencien alhora de crear-nos la nostra realitat (Soares, Botella, Corbella, Serra de Lemos i Fernández, 2013). Centrant-nos en el nostre estudi els nostres adolescents estan fortament influenciats per les tendències i corrents que el món de les SXS els marca de manera que tots es mouen en uns significats semblants, unificant criteris alhora de valorar les característiques dels altres.

Les persones atribuïm significat segons la cultura (Botella *et al.*, 2006). Entenem el món a partir de l'experiència viscuda i per entendre aquests significats cal interpretar i cadascú ho fa des de la seva visió, amb la seva subjectivitat (Agudelo i Estrada, 2012). Per tant en la era digital els nostres adolescents atribueixen significat segons el que més destaca als SXS. Així que per molt que els participants del Grup A volguessin mostrar el seu ideal, els del Grup B tenien les seves pròpies creences i visió de la realitat que influeix en l'observació de la fotografia.

No oblidem que els nostres constructes tenen un origen social, de manera que la construcció dels nostres es solapa amb la dels altres (Procter i Parry, 1998). Probablement per aquest motiu tots els adolescents del Grup B donen puntuacions molt semblants en les graelles.

A tot això cal sumar que a Internet les persones els és més fàcil mostrar el seu jo social que no pas el real (Petkova, 2006). D'aquesta manera les característiques que els nostres adolescents mostren seran aquelles millor pel grup i per tan aquells aspectes que estaran més integrats en els seus constructes.

Per tot això creiem que la nostra hipòtesi no es confirma doncs no hem tingut en compte que els membres del Grup B tenen la seva visió de la imatge que han de tenir les persones i aquesta ha influenciat de forma clara a l'hora de valorar la fotografia dels membres del Grup A.

La hipòtesi de la prevalença interpersonal portava a predir que, si es donava una discrepància entre l'autoconcepte i la imatge que els adolescents del Grup A la mostra presentaven en les fotografies dels seus *Blogs*, els adolescents del Grup B que sí coneixien personalment als del Grup A feien prevaldre el seu coneixement interpersonal per sobre de la imatge. Un cop analitzats els resultats es comprova que aquesta hipòtesi es compleix, és a dir que hi ha un 35% de correlacions significatives entre la forma en que els membres del Grup A es mostren a sí mateixos en les fotografies dels seus *Blogs* i la forma en que els perceben els adolescents del Grup B que els coneixen en persona. El 65% que no són significatives demostra que preval el coneixement interpersonal per sobre del visual.

Segons aquests resultats, les persones donem més importància al coneixement que tenim de l'altre per sobre del que aquest ens vol mostrar. D'aquesta manera els nostres coneixements previs d'aquella persona prevalen davant la imatge idealitzada que ens pugui mostrar. Les persones ens fem impressions dels altres i en això consisteix la cognició social (Johnson, Schofield i Yurchisin, 2002).

Segons Kimel i Weiner (1998), els adolescents estan constantment mostrant una "bona imatge" d'ells mateixos independentment de si algú els observa o no. Per tan podem creure que la imatge que mostren als altres tan sigui en una fotografia als FotoBlogs com en un encontre casual sempre intentant acostar-la al màxim al seu jo ideal.

De fet, la majoria de correlacions entre les puntuacions de les Graelles dels membres del Grup B que coneixen als del Grup A i els que no son molt significatives, la qual cosa demostra que quan avaluen no es veuen influïts pel fet de conèixer o no a qui estan avaluant. Aquest fet podria venir explicat pel que Johnson, Schofiel i Yurchisin (2002), anomenen interferència interpretativa. Amb aquest concepte els autors expliquen com creem una sèrie de mapes mentals a partir dels quals fem suposicions sobre els altres. Davant d'unes característiques determinades nosaltres hi atribuïm uns rols i maneres de pensar que venen donats per experiències prèvies.

Aquesta explicació juntament amb totes les altres expressades en aquest punt ens poden ajudar a entendre perquè tant els participants que coneixen als subjectes del Grup A com els que no els coneixen les valoren de forma semblant—com indiquen les correlacions significatives. Tan uns com els altres els valoren a partir dels coneixements que tenen: en els cas dels membres del Grup B els coneixements estan directament relacionats amb l'adolescent del Grup A, i en el cas dels que no el coneixen esta relacionat amb els seus constructes personals i mapes mentals.

7.2. Conclusions de les dades

Aquests treball avarca un àrea molt nova que serien els SXS i les volem relacionar amb la construcció de la imatge social que fan els adolescents del segle XXI. Veure com aquestes noves eines els ajuden a mostrar-se als altres i de quina manera ho fan per tal d'analitzar les discrepàncies entre com es mostren i com els veuen els altres.

Les hipòtesis es centren en com es veuen els adolescents i es mostren als altres i com els altres es percebem, centrant-nos en els FotoBlogs que són una eina nova i que de moment no té control sobre les imatges publicades.

La societat actual es centra en el cos en com les persones ens mostrem de forma física, com ens cuidem, ens vestim, gesticulem, ... a partir de tots aquests aspectes els altres ens valoren i creen les seves primeres opinions sobre com som i que pensem. Per això el nostre estudi s'ha volgut centrar en la imatge en com Internet que comunica el món sencer fa que tots els nostres adolescents s'assemblin i alhora es vegin de la mateixa manera. Internet a unificat criteris alhora de mostrar la nostra imatge fent que els adolescents per molt que ells no ho vulguin es mostrin de manera semblant davant els altres. Fent que el seu jo ideal relament es converteixi en això, un ideal de moment lluny del seu abast.

Una conclusió important que podem extreure de l'estudi és que el nostre enfocament centrat en l'individu a resultat erroni ja que les persones estem fortament influenciades pels nostres constructes personals i mapes mentals que ens fem de la realitat que ens rodeja. D'aquesta manera en els resultats es veu com prevalen les nostres idees davant el que ens vol mostrar aquella persona que intenta canviar la seva imatge acostant-la al seu ideal.

El nostre estudi si que ens indica que Internet unifica criteris tal i com s'ha vist als resultats obtinguts ja que els adolescents del Grup B tan si coneixen al subjecte del Grup A com sino, en fan una valoració molt semblant. Ja que tan els adolescents del Grup B com els del Grup A tenen el mateix marc de referència per fer aquestes valoracions i són els SXS.

Queda exposat en diferents punts del treball com de fràgil és la creació de la identitat adolescent, moment de decidir aspectes importants i d'experimentar amb aquests canvis que es produeixen. Que passa quan això s'experimenta en un entorn que no té control social com són els SXS. En ells els nostres adolescents poden experimentar les identitats que vulguin però escapen al control de lo físic, del cara a cara potenciant l'engany i la invenció, caient en el parany de crear imatges idealitzades adequant-les al que volen els altres però impossibles d'aconseguir a la realitat.

Un altre aspecte preocupant d'Internet és la seguretat que ens dona, les persones no ens adonem de l'abast que té ja que tot és dona en la intimitat de la nostra habitació. Això pot crear una forta confusió en els adolescents ja que a vegades els costa veure els riscos d'allò que fan . Ells penjen les fotografies des de casa i no pensen que aquella imatge l'estan veient milions de persones de tot el món que a més la poden copiar i fer-ne l'ús que vulguin d'aquesta.

Tot això tenint en compte que actualment la majoria dels nostres adolescents tenen accés a Internet i de forma senzilla i ràpida. L'ús ja no és exclusiu de l'ordinador sinó que des del mòbil poden accedir als espais i penja aquestes fotografies de forma gairebé immediata. Actualment podem seguir al vida dels nostres adolescents minut a minut i ells no en són conscients de tota la informació que donen amb les seves imatges.

7.3. Limitacions de la recerca i possibles futures investigacions

Les limitacions del nostre procés d'investigació estan relacionades en part per la mostra ja que disposàvem d'un nombre limitat d'alumnes. A tot això cal afegir el fet que es demanava la col·laboració voluntària dels adolescents, per tan aquells que participaven en l'estudi mostraven una motivació molt elevada i això pot haver influït en els resultats.

Les noves tecnologies estan en continu creixement, això fa que cada vegada sigui més fàcil la comunicació entre les persones o l'intercanvi d'informació. Des de l'equip d'investigació creiem que els adolescents són una població vulnerable que se sent atreta per aquest àmbit i no sempre tenen el control dels adults que els ajudin a gestionar aquesta informació. Reben allaus de sol·licituds per participar en serveis de xarxes socials i exposar en ells la seva vida, sentiments i pensaments, fins arriba a l'extrem que aquest espais els influeixen en el seu creixement personal i la seva imatge.

Actualment aquest tema rep molta atenció per part de diferents àmbits però creiem que a nivell psicològic manca recerca sobre aquest tema com hem pogut comprovar en fer la recerca bibliogràfica. Pensem que és un tema prou important perquè futures investigacions el puguin ampliar a un nombre més gran d'adolescents i es pugui cada vegada acotar més fins a quin punt aquests serveis de xarxes socials influeixen en les noves generacions i els afecten a l'hora de crear els futurs adults que seran.

La població que es compren entre 12 i 15 anys esta en plena formació de la seva personalitat, s'està creant el seu jo tan a nivell individual com social. Per aquest motiu creiem que cal valorar com els SXS influeixen en aquesta formació i com pot fer que aquesta població rebi uns estímuls que no siguin els més adequats per a ells. Com

aquests adolescent comencen a canviar la seva escala de valors i com aquest poden acabar formant persones centrades en la imatge i no en altres valors tan essencials per viure en societat.

Cada vegada sorgeixen més serveis de xarxes socials i tots tenen el seu punt àlgid en els adolescents, el nostre estudi s'ha centrat en els FotoBlogs però seria bo elaborar investigacions sobre cada un d'aquests serveis ja que no tots funcionen igual i els petits matisos poden ser molt importants quan parlem d'adolescents.

El futur es presenta ple de dubtes i de possibilitats i el desenvolupament tecnològic és imparabile. No sembla responsable mantenir un punt de vista absolutament optimista sobre la seva influència en les futures generacions, així com tampoc mantenir plantejaments apocalíptics. Per això és necessari realitzar investigacions que ens informin en profunditat sobre els riscos i les possibilitats, que ens permetin realitzar una aposta per a que el grau de desenvolupament obtingut no suposi un retrocés en el nostre sistema de valors, en el nostre benestar i en la nostra capacitat per a la creació de coneixements suficientment profunds i universals per a la comprensió del món.

Després dels resultats obtinguts amb la mostra d'adolescents, creiem que podria ser interessant i molt enriquidor fer el mateix estudi amb una mostra d'adults. Ja que hem pogut veure al llarg de l'estudi tan pel que fa als resultats com el que hem pogut cercar en el nostre marc teòric, que els adolescents tenen una visió distorsionada de la imatge que projecten. Ells pensen que la seva imatge s'apropa al seu jo ideal amagant allò que no els hi agrada d'ells mateixos, quan en realitat els altres els veuen tal com són. Com demostren els nostres resultats en que hi ha una mínima diferència entre els adolescents del Grup B que coneixien a l'adolescent del Grup A com dels que no el coneixien. Per tot això creiem que amb una mostra d'adults possiblement la seva imatge s'aproximi

molt més al seu jo i no la tinguin tan distorsionada com els adolescents ja que en ells és just la etapa en que el jo es comença a consolidar i la part més visual pren una rellevància que al llarg dels anys es va normalitzant.

Referències bibliogràfiques

Aced, C. (2010). *Redes sociales en una semana*. Barcelona: Gestión 2000 Grupo Planeta.

Agudelo, M^aE. y Estrada, P. (2012). Constructivismo y construccionismo social: Algunos puntos comunes y algunas divergencias de estas corrientes teóricas. *Prospectiva*, 17, 353-378.

Aguilar, T. (2008). *Ontología Cyborg*. Barcelona: Gedisa.

Alcaide, M. (2009). Influencia en el rendimiento y autoconcepto en hombres y mujeres. *Revista electrónica de investigación y docencia*, 2, 27-44.

Almansa, A.; Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso del Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, .XX, (40), 127-135.

Balaguer, R. (2012). *La nueva matriz cultural*. Montevideo: Pearson Education.

Baron, R. i Byrne, D. (1998). *Psicología social*. Madrid: Pearson.

Berger, K. (2006). *Psicología del Desarrollo. Infancia y Adolescencia*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.

Berger, P. y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorroutu.

Berrios LL y Buxarrais MR. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes*. Disponible en: <http://www.campus-oei.org/valores/monografias/monografia05/reflexion05.htm>

Bilton, N. (2011). *Vivo en el futuro... y esto es lo que veo*. Barcelona: Grupo Planeta.

Botella, L. (2006). Constructivismo Relacional: Principios básicos e implicaciones para la psicoterapia. En L. Botella (Comp.) *Construcciones, narrativas y relaciones: Aportaciones constructivistas i construccionistas a la psicoterapia*. Barcelona: Edebé.

Botella, L. y Feixas, G. (1998). *Teoría de los Constructos Personales: Aplicaciones a la práctica psicológica*. Barcelona: Laertes.

Botella, L., Miquel, D., Gallifa, J., y Lasaga, O. (2006). La complejidad del sistema de construcción emocional. En L. Botella (Comp.) *Construcciones, narrativas y relaciones: Aportaciones constructivas y construccionistas a la psicoterapia*. Barcelona: Edebé.

Botella, L., Grañó, N., Gámiz, M. y Abey, M. (2008, Noviembre). La Presencia Ignorada del Cuerpo: Corporalidad y (Re) Construcción de la Identidad. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, XVII, 245-264.

Bourgeois, A., Bower, J. i Carroll, A., (2014, December). *Social Networking and the Social and Emotional Wellbeing of Adolescents in Australia*. *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 24, 2, 167-182.

Boyd, D. (2006). Friends, friendsters, and MySpace top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11-12. Retrieved July 22, 2007, from http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/

Bringué, X. y Sádaba, C. (2009). *La generación interactiva en España. Niños y jóvenes ante las pantallas*. Madrid: Fundación Telefónica.

Bruner, J. S. (1990). *La elaboración del sentido: la construcción del mundo por el niño*. Barcelona: Paidós.

Bruner, J. S. (1996). *The Culture of education*. Cambridge ; London : Harvard University.

Burr, V. & Butt, T. (1992). *Invitation to personal construct psychology*. London: Whurr Publishers Ltd.

Burr, V. (1997). *Introducció al construccionisme social*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Carr, N. (2010). *Superficiales ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Santillana.

Cash, T.F. & Pruzinsky, T. (Ed.). (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. New York: The Guilford Press.

Castellana, M. (2003). *La relació de l'adolescent amb les persones significatives*. Barcelona: P.a.u. education.

Castellana, M. (2005). El adolescente y sus personas significativas. *ROL Enfermería*, 28 (9), 18-29

Castellana, M., Sànchez-Carbonell, X., Graner, C. y Beranuy, M. (2006). La relació de l'adolescent amb les TIC: Un tema de rellevància social. *Full Informatiu del Col·legi Oficial de Psicòlegs de Catalunya*, 192, 22-23.

Castellana, M., Sànchez-Carbonell, X., Graner, C. y Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, Móvil y Videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28(3), 196-204.

Castells, M. *et al* (2007). *Comunicació mòbil y sociedad: una perspectiva global*. Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica.

Cazalla, N. y Molero, D. (2012, Julio). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista electrónica de investigación y docencia (REID)*, 10, 43-64.

Chamarro, A. y Hernández, E. (2005). Nuevos estilos de vida en la sociedad red: una propuesta teórica enfocada a la intervención en salud. *Iberpsicología*, 10, 2-15.

Christakis, N. A. & Fowler, J. H. (2009). *Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives*. Boston: Little Brown & company.

Clark, L. S. (2005). The constant contact generation. Exploring teen friendship networks online. In S. R. Mazarella (Ed.), *Girl Wide Web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*. New York: Peter Lang Publishing.

Cohen, K. R. (2005, November). What does the PhotoBlog want? *Media culture and society*, 27, (6), 883-901.

Cooley, C. (2005, Enero). El yo espejo. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 0.

Deresiewicz, W. (2009). The end of Solitude. *The Chronicle of Higher Education*. January 30.

Eccles, J. S. , Wigfield, A., & Schiefele, U. (1998). Motivation. In N. Eisenberg (Ed.), *Handbook of child psychology* (Vol. 3, 5th ed., pp. 1017-1095). New York: Wiley.

Ellison, N. B., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Jo-
presentation processes in dating environment. *Journal of Computer Mediated
Communication*, 11(2). Retrieved March 18, 2007, from
<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>

Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society* (2nd ed.). New York: W. W.Norton..

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W. W. Norton.

Estallo, J. A. (2000). Usos y abusos de Internet. *Anuario de Psicología*, 32, 98-108.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L.R. & Halliwell, E. (2015, March). Social
comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image
concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.

Feixas, G. y Cornejo, J. M. (1992). *Manual de la tècnica de rejilla mediante el
programa record*. Madrid: TEA Edicions.

Feixas, G. (1994, Agosto). Abordando al individuo, abordando el sistema: modelo
constructivista para una psicoterapia integradora. *Sistemas Familiares*, 10, (2),25-48.

Fiel, G. (2001). *Los grupos de charla de Internet como objeto de adicción: caso IRC*.
Consultado en : www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/3_fiel_martinez.htm

Fraser, M. & Dutta, S. (2009). The business advantages of social networking. *Finance and Management, the month magazine of the ICAEW's Finance and Management Faculty*, 168.

Freund, P. & Mc Guire, M. (1991). *Health, illness and the social body*. Nova Jersey: Prentice-Hall.

Fuligni, A. J., Eccles, J. S. & Barber, B. L. (1995). The long-term effects of seventh-grade ability grouping in mathematics. *Journal of Early Adolescence*, 15 (1), 58-89.

Fullat, O. (2002). Me siento cuerpo [Ponència]. XX Congreso nacional Educación física y universidad. Guadalajara.

Fundació Catalana per a la Recerca. (2004). *II estudio sobre los hábitos de uso de Internet entre jóvenes de 12 a 17 años*. Día Internacional para una Internet Segura: Madrid.

Fundación Pfizer (Ed.) (2009). *La juventud y las redes sociales en Internet*. Madrid: Autor.

García, A. (2010). *Comunicación y comportamiento en el ciberespacio. Actitudes y riesgos de los adolescentes*. Barcelona: Icaria editorial.

García, A., López de Ayala, M.C. y Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, XXI (41), 195-204.

García-Gómez, A. (2010). Disembodiment and Cyberspace: Gendered Discourses in Female Adolescents' Personal Information Disclosure. *Discourse and Society*, 21 (2), 135-160.

Geregen, K.J. (1996). *Realidades y relaciones*. Barcelona: Paidós.

Giraldo, L. y Mera, R. (2000). Clima social escolar: percepción del estudiante. *Colombia Médica*, 31 (1).

Goffman, E. (1981/1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina: Amorrortu editores.

Guba, E. G. (Ed.). (1990). *The paradigm dialog*. Newbury Park, CA: Sage.

Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. A Denzin, N. K. And L

Higgins, E. T. (1987). Jo-discrepancy: A theory relating jo and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340. the quest for the powerful jo-fulfilling prophecy. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*.

Huffaker, D.A. & Calvert, S.L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage Blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, 2.

INTECO (2011). Estudio sobre la seguridad de la información y la confianza de los hogares españoles.

Johnson, Schofield & Yurchisin. (2002). Appearance and dress as a source of information: A qualitative approach to data collection. *Clothing and Textiles research Journal*, 20 (3), 125-137.

Jussim, L., Eccles, J. S., & Madon, S. (1996). Social perception, social stereotypes, and teacher expectations: Accuracy and the quest for the powerful jo-fulfilling prophecy. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 281-388). New York: Academic.

Kelly, G. A. (1955/1991). *The psychology of personal constructs* (Vols. 1 and 2). London: Routledge.

Kim, J.W & Makana, Ch. (2015, July). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48, 331-339.

King, S. A. (1996). *Is the Internet Addictive, or Are Addicts Using the Internet?*
Consultado en: <http://webpages.charter.net/stormking/iad.html>

Kirk, D. (2004). *Towards a critical history of the body, identity and health: Corporeal power and school practice*. . Londres: Routledge.

Kimmel, D. y Weiner, I. (1998). *La adolescencia: una transición del desarrollo*. Barcelona: Ariel Psicología.

Kroger, J. (2000, June). Ego identity status research in the new millennium. *International Journal of Behavioral Development*, 24 (2), 145-148.

Kunda, Z. (2000). *Social cognition. Making sense of people*. Cambridge, MA: MIT Press.

Le Breton, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva visión.

Lee, V. E., & Smith, J. (2001). *Restructuring high schools for equity and excellence: What works*. New York: Teachers College Press.

Levis, D. (2002). Videojuegos;cambios y permanencias. *Comunicación y pedagogía*, 184, 65-69.

Limones, I. (2011). Adolescentes y percepción del sí mismo: la construcción de una imagen realista de la adolescencia desde la familia y la escuela *Etic@net*, 9 (11), 233-252.

Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

Livesley & Bromley. (1973). *Person perception in childhood and adolescence*. England: Oxford.

Livingstone, S. (2009). La redes sociales online, una oportunidad con riesgo para los adolescentes. In M. Grané & C. Willem (eds.), *Web 2.0: Nuevas formas de aprender y participar* (pp. 87-106). Barcelona: Laertes.

López, A. M^a. y Castro, A. (2007). *Adolescencia. Límites imprecisos*. Madrid: Alianza Editorial.

López-Silva, P. (2013). Realidades, Construcciones y Dilemas. Una revisión filosófica al construccionismo social. *Cinta moebio*, 46, 9-25.

Machargo, J., Luján, I., León, M. E., López, P. y Martín, M. A. (2003). Videojuegos por los adolescentes. *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, 6, 159-172.

Madrid, R. I. (2000). *La Adicción a Internet*. Disponible en: [http://www. Psicologia-online.com/colaboradores/nacho/ainternet.htm](http://www.Psicologia-online.com/colaboradores/nacho/ainternet.htm)

Manago, A. M., Graham, M.B. & Al. (2008). Selfpresentation and Gender on Myspace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29 (6), 446-458.

Manrique, J. I. (2000). Aspectos característicos de la responsabilidad médico legal. *Médico-legal*, 6 (3), 22-24.

- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 551-558.
- Marcia, J. E. (1967). Ego identity status:relationship to change in jo-esteem, “general maladjustment”, and authoritarianism. *Journal of Personality*, 35, 118-133.
- Marshall, W.A. & Tanner, J.M. (1974). Identity and Intervention. *Journal of adolescence* 12, 401-410.
- Martinez, M.; Buelga, S. M.y Cava, M. J. (2007). La satisfacción con la vida en la adolescencia y su relación con la autoestima y el ajuste escolar. *Anuario de Psicología*, 38 (2), 293-303.
- Matalí, J. Ll. y Alda, J. A. (2008). *Adolescentes y nuevas tecnologías: ¿innovación o adicción?* Barcelona: Edebé
- Matei, S. & Ball- Rokeach, S. J. (2001). Real and virtual social ties: Connections in the everyday lives of seven ethnic neighborhoods. *American Behavioral Scientist*, 45, 550-564.
- Matute, H. (2003). *Adaptar-se a Internet*. La Coruña: La Voz de Galicia.
- Micó, J.LL., Canavilhas, J., Masip. P. y Ruiz, C. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. 2007-2013 © *Revista Estudos em Comunicação • Universidade da Beira Interior*.
- Mikkola, H., Oinas, M., & Kumpulainen, K. (2008). Net-based identity and body image among young IRC-gallery users. In K. McFerrin *et al.* (Eds.), *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2008* (pp. 3080-3085). Chesapeake, VA: AACE.

- Miller, J. (1978). *The body in question*. New York: Vintage Press.
- Moreno, M., Sastre, G., Bovet, M y Leal. (1998). *Conocimiento y cambio: los modelos organizadores en la construcción del conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Neimeyer, R. A., Baker, K. D., & Neimeyer, G. J. (1990). The current status of personal construct theory: Some scientometric data. *Advances in personal construct psychology, 1*, 3-22.
- Neimeyer, R. A. y Neimeyer, G. J. (1989). *Casos de terapia de constructos personales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Nunes, M., Marcela, D., Ferrari, H. y Marín, F.J. (2012, Enero-abril). Soporte social, familiar y autoconcepto: relación entre los constructos. *Psicología desde el caribe, 29* (1).
- Palfrey, J. & Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Peña-López, I. (2007). “UNESCO Seminar on the Web2.0 and e-Learning. John Palfrey: Born Digital” In *ICTlogy, #44*, May 2007. Barcelona: ICTlogy.
- Pérez, A. M^a. (2012). Construcción social de lo real y práctica investigativa. *Revista latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales. 2, (2)*, 5-21.
- Pérez Samaniego, C. (2002). *Cuerpo, construcción social y educació física* [Comunicación personal]. XX Congreso nacional Educació física y universidad. Guadalajara.
- Perinat, A. (2003). *Los adolescentes en el siglo XXI*. Barcelona, Editorial UOC.

Petkova, D. (2006). *Identity and the human interaction on the Internet – Limitations of current social research and prospect of future analysis*. Paper presented at the First European Communication Conference, November 24-26, 2006, Amsterdam. Collection of papers on CD-ROM.

Piaget, J. y Inhelder, B. (1969). *Psicología del niño*. Madrid: Morata.

Planella, J. (2003). Pedagogia del cos simbòlic: el cos com a valor emergent entre els joves. *Temps d'educació*, 27, 383-395.

Pont, N. (2005). IA-TP Avaluació dels trastorns de la personalitat en l'adolescència. *Ambits de psicopedagogia: revista catalana de psicopedagogia i educació*, 13, 40-47.

Prats, M.A. i Dorado, C. (2009). *Educar en l'ús saludable i segur de les noves tecnologies*. Sabadell: i-confiable.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrant. *On the Horizon*, 9, 16.

Quiroga, M^a. P. (2011). El Impacto de las Nuevas Tecnologías y las Nuevas Formas de Relación en el Desarrollo. *Psicología Educativa*, 17 (2), 147-161.

Ringrose, J. & Eriksson, K. (2011). Gendered risks and opportunities? Exploring Teen Girls' Digitized Sexual Identities in Postfeminist Media Contexts. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7 (2), 121-138.

Rius, M. (2012). *Mi otro yo de las redes sociales*. La Vanguardia. Com. <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida>

Roberts, L. D. & Parks, M. R. (2001). The social geography of gender-switching in virtual environments on the Internet. In E. Green & A. Adam (Eds). *Virtual gender. Technology, consumption and identity* (pp. 265-285). Routledge: London.

Roca, G. (2012, Abril-junio). ¿Que dice la red de ti? Redes sociales e identidad digital. *Revista Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*.

Rodríguez, A., Goñi, A. y Ruiz, S.(2006). Autoconcepto físico y estilos de vida en la adolescencia. *Intervención Psicosocial*, 15 (1).

Roser, R. W., Midgley, C.M., & Urdan, T. C. (1996). Perceptions of the school psychological environment and early adolescents' psychological and behavioral functioning in school: The mediating role of goals and belonging. *Journal of Educational Psychology*, 88, 408-422.

Sánchez, A. y Fernández, M.P. (2010). Generacion 2.0, 2010. *Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales*. (www.sildeshare.net/ucjc/generacin-20-hbitos-de-los-ad) (31-08-2012)

Santrock, J. W. (2003). *Psicología del desarrollo en la adolescencia*. Madrid: Mcgraw-Hill.

Sevick-Bortree, D. (2005). Presentation of Self on the Web: an Ethnographic Study of Teenage Girls' WeBlogs. *Education, Communication and Information*, 5 (1), 25-39.

Shilling, C. (2003). *The body and social theory*. (2ªed). Londres: Sage.

Siibak, A. (2007a). *Sugu virtualmailmas*. Ariadne Long, ½, 36-48.

Siibak, A. (2007b). Reflections of RL in the virtual world. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 1(1). Retrieved March 10, 2008, from <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2007072301>.

Siibak, A. (2010). Constructing Masculinity on a Social Networking site. The Case-Study of visual self-presentations of Young Men on the profile images of SNS Rate. *Young. Nordic Journal of Youth Research*, 18 (4), 403-425.

Small, G. (2008). *El cerebro digital, cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente*. Barcelona. Editorial Urano.

Soares, Ll.; Botella, Ll.; Corbella, S.; Serra de Lemos, M. y Fernández, M. (2013). Diferentes estilos de clientes y construcción de la alianza con un terapeuta. *Revista Argentina de clínica psicológica XXII*, 27-36.

Speece, D. L., & Keogh, B. K. (1996). *Research on classroom ecologies: Implications for inclusion of children with learning disabilities*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Stern, S.R. (2002). Sexual Selves on the world Wide Web: Adolescents girls' home pages as sides for sexual self-expression. In J.D. Brown, J.R. Steele & K. Walsh-Childers (Ed.), *Sexual teens, sexual media. Investigating Medias'Influence on adolescent sexuality*, 265-285.

Stern, S.R. (2004). Expressions of Identity online: prominent features and gender differences in adolescents' world wide web home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 2, 218-243.

Strano, M. M. (2008). User descriptions and interpretations of jo-presentation through Facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2). Retrieved March 10, 2008, from <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=5>

Sveningsson, M. (2006). *Doing gender in a Swedish Internet community*. Paper presented at the 9th Nordic Youth Research Information Symposium, Stockholm, Sweden.

Sveningsson, M. (2008). Young People's Gender and Identity Work in a Swedish Internet Community. In S. Fischer-Hübner, P. Duquenoy & al. (Ed.), *The Future of Identity in the Information Society* (pp. 113-128). New York: Springer.

Schwandt, T.A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. *Handbook of qualitative research*. , (pp. 118-137). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications

Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: Mac Graw-Hill.

Thelwall, M. (2008). Social Networks, Gender and Friending: An Analysis of MySpace Memeber Profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59, 8, 1321-1330.

Tortajada, I., Araüna, N. y Martínez, I.J. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*, XXI (41), 177-186.

Turkle, S. (1995). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Turkle, S. (2008). *The Inner History of Devices*. Chicago: MIT Press.

Vázquez, B. (1989). *La educació física en la educació bàsica*. Madrid: Gymnos.

Vybiral Z., Smahel, D., & Divinova R. (2004). Growing up in virtual reality – Adolescents and the Internet. In P. Mares (Ed.), *In Society, Reproduction and Contemporary Challenges* (pp. 169-188). Brno: Barrister and Principal Publishing.

Wallace, P. (2001). *Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós.

Wallis, J. (2015, May). The effects of social media on the body satisfaction of adolescent and young adult females. *K-State Research Exchange*.

Whitty, M. T. (2008). Revealing the `real` me, searching for the `actual` you: Presentations of jo on an internet dating site. *Computers in Human Behavior*, 24, 1707-1723.

Young, K. (2008). *Online social networking: An Australian perspective*. Paper presented at the AOIR 0.9 Conference, Copenhagen, Denmark.

Young, K. (2009). Online Social Networking: An Australian Perspective. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 7, 1, 39-57.

Zacarés, J.J., Iborra, A., Tomás, J.M. y Serra, E. (2009, Diciembre). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de psicología*, 25(2), 316-329

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.

Annex 1

Glossari:

Tuenti: és una operadora de telefonia mòbil espanyola i eina de comunicació de caràcter social. Va ser creada l'any 2006 i permet a l'usuari crear el seu propi perfil, afegir altres usuaris com amics i intercanviar missatges, fotografies, vídeos, pàgines o esdeveniments. Té un servei de xat, individual o en grup i ed videochat amb una única persona. Fins al 14 de novembre del 2011 la plataforma era privada i només es podia accedir per invitació i des del 2009 té un requisit d'edat mínima de 14 anys. El lloc estava enfocat principalment a la població espanyola, fins que l'11 de juliol de 2012 es va anunciar una renovació per la qual estaria obert a Europa i Amèrica.

Myspace: és un lloc web d'interacció social format per perfils personals d'usuaris que inclou xarxes d'amics, grups, Blogs, fotos, vídeos i música, a més d'una xarxa interna de missatgeria que permet comunicar uns usuaris amb uns altres i un cercador intern. Creat l'any 1998, és conegut pel seu vessant musical. Molts músics fan servir aquesta comunitat per a fer conèixer els seus treballs. En un principi es tractava d'artistes desconeguts o d'aficionats, però els darrers anys ha augmentat significativament el nombre d'artistes professionals i fins i tot de discogràfiques, que fan servir aquest portal com a canal de comunicació amb el públic potencial.

Live spaces: són serveis que alguns operadors ofereixen com a plataforma per a crear Blogs, actualment aquest s'han fusionat amb plataformes especialitzades per a la creació de Blogs, millorant el seu servei.

Instagram: és una aplicació mòbil gratuïta desenvolupada per Kevin Systrom i Mike Krieger l'any 2010 per compartir imatges. L'aplicació permet als usuaris fer fotografies, aplicar filtres i marcs si es desitja i, finalment, mostrar-les a les seves amistats o seguidors, ja sigui a la pròpia plataforma o a diverses xarxes socials.

SnapChat: és una aplicació mòbil que consisteix en enviar vídeos o fotografies autodestructives als deu segons com a màxim amb missatges, o sense, als destinataris escollits pel mateix emissor i que formen part de la seva base de dades d'amics. Així doncs, és una aplicació que permet configurar l'enviament d'elements audiovisuals a nivell temporal. Convé destacar, que tot i ser autodestructius en el cas de la fotografia es poden realitzar captures de pantalla, que la pròpia aplicació notificarà a l'emissor.

Facebook: xarxa social llançada el 2004 i que pertany a la companyia privada Facebook, Inc. La xarxa permet afegir gent com a amics i enviar-los missatges i compartir enllaços, fotografies i vídeos, entre altres coses. És obert a tothom qui tingui més de tretze anys i només cal una adreça de correu electrònic vàlida per registrar-s'hi. És una de les xarxes socials més conegudes actualment.

Annex 2

Benvolguts pares i mares de la ESO:

Una de les mestres de l'Escola esta realitzant un doctorat de psicologia, des de la branca d'investigació. El treball és titula la Imatge Social de l'Adolescent a través de els SXS (Social Networking Sites).

Els SXS són un fenomen molt nou, tot i això la seva popularitat i influència creix cada dia més. Milions de persones utilitzen la xarxa per comunicar les seves idees i penjar fotografies en llocs públics. Els SXS es creen amb la intenció de la interacció humana, tan amb persones conegudes com per fer noves amistats amb gent descoberta a través de la xarxa. Qualsevol pot arribar a ser un membre d'aquets llocs responent senzillament qüestions com poden ser aspectes de personalitat, gustos, interessos, preferències i tot això afegint fotografies.

Encara que els llocs socials a Internet són un fenomen global, poques recerques han estat focalitzades en llocs socials que són més llenguatge i identitat nacional específica (Siibak, 2007a; Siiback 2007b; Svenigsson, 2006).

Per aquest motiu l'estudi que presentem pretén fer una aproximació a com aquest nou fenomen de SXS afectarà a la creació de la identitat dels adolescents que creixent amb aquestes noves tecnologies. Un dels aspectes que volem destacar d'aquests llocs webs seria el fet que són públics i no tenen cap mena de restricció pel que fa a les imatges visuals.

Després d'aquesta breu explicació us demanaria la vostra col·laboració per tal de deixar participa aquells alumnes de la ESO usuaris d'un FotoBlog i que ho volen fer de forma voluntària.

Annex 3

Núm. Subj.: 14A1523

Núm. Subj. : 24A1614

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7
1. Còmode		1. Incòmode		1. Alegre	1. Trist
2. Alegre		2. Trist		2. Tendre	2. Dur
3. Tranquil		3. Nerviós		3. Simpàtic	3. Antipàtic
4. Simpàtic		4. Desagradable		4. Més caràcter	4. Tranquil
5. Responsable		5. Irresponsable		5. Confiança	5. Desconfiança
6. Amable		6. Borde		6. Solidari	6. Insolidari
7. Lliure		7. Esclavitzat		7. Amable	7. Borde
8. Fer amistats ràpidament		8. Tímid		8. Empàtic	8. Egoista
9. "Campechano"		9. Tancat		9. Sincer	9. Callat
10. De la conya		10. Serio		10. Cabezón	10. Tendre

Núm. Subj.: 13B152

Núm. Subj. : 13B1412

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7
1. Alegre		1. Seriós		1. Divertit	1. Avorrit
2. Carinyós		2. No li agrada estar amb els amics		2. Alegre	2. Trist
3. Ajudar a la gent		3. No ajudar la gent		3. Simpàtic	3. Desagradable
4. Graciós		4. Aborrit		4. Desordenat	4. Ordenat
5. Bon amic		5. Mal amic		5. Pesat	5. Que és sap controlar
6. Cregut		6. Normal		6. Seriós	6. Alegre
7. Amable		7. No sociable		7. Passota	7. Atent
8. Simpàtic		8. Borde		8. Sociable	8. Associable
9. Sociable		9. Antisociable		9. Graciós	9. Desanimat
10. Sincer		10. No sincer		10. Discret	10. Crida l'atenció

Núm. Subj.: 13B154

Núm. Subj. : 13B1413

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1. Alegre		1. Trist		1. Boig	1. Normal
2. Divertit		2. Callat		2. Content	2. Trist
3. Simpàtic		3. Desagradable		3. Pesat	3. No pesat
4. Entrovertit		4. No vol fer res		4. Tranquil	4. Esberat
5. A gust		5. No acoplat		5. Solidari	5. Ranci
6. Amable		6. Tacanyo		6. Vol saber-ho tot	6. Incult
7. Sincer		7. Mentider		7. Aventure	7. No mogut
8. No hipòcrita		8. Hipòcrita		8. Lliure	8. Tancat
9. Intel·ligent		9. Deficient		9. Preocupat	9. Despreocupat
10. Vols algo hi ho aconseguixes		10. Tirar la tovallola		10. Revoltós	10. Tranquil

Núm. Subj.: 21A1203

Núm. Subj. : 21A1226

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1. Rialler		1. Amargat		1. Arreglat	1. Desarreglat
2. Coqueta		2. Llançat		2. Pensatiu	2. Tonto
3. Tímid		3. Extrovertit		3. Posant	3. No posant
4. Implicat		4. No implicat		4. Bromista	4. Estricta
5. Xerraire		5. Callat		5. Agradar fer fotos	5. No fotos
6. Canvió d'opinió		6. Manténir l'opinió		6. Fer tonteries	6. Serios
7. Desconfiat		7. Confiat		7. Pija	7. Normal
8. Generós		8. Egoista		8. Enginyós	8. Poc creatiu
9. Por equivocar-me		9. Segur		9. Alegre	9. Trist
10. Teballador		10. Vago		10. Gelós	10. No gelós

Núm. Subj.: 13B1425

Núm. Subj. : 23A1415

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1. Vergonyós		1.Extrovertit		1.Simpàtic		1.Borde
2.No preocupat		2.Preocupat		2.Agradable		2.Desagradable
3.Sincer		3.Guradar les coses		3.Responsable		3.Irresponsable
4.Pesat		4.No parlar		4.Desordenat		4.Ordenat
5.Xulo		5.No xulo		5.Familiar		5.Solitari
6.Algre		6.Tríst		6.Alegre		6.Tríst
7.Estar amb amics		7.Insociable		7.Esportiu		7.Vago
8. Diu el que pensar		8.No expressar els sentiments		8.Tossut		8.Li és igual tot
9.Tímid		9.No li fa por fer coses		9.Carinyós		9.Distant
10.No molt responsable		10.Responsable		10.Desorganitzat		10.Organitzat

Núm. Subj.:23A1413

Núm. Subj. : 21B1304

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Tímid		1.Extrovertit		1.Content		1.Tríst
2. Feliç		2.Tríst		2.Emocionat		2.Desanimat
3.Rialler		3.Queixós		3.Amable		3. Barruer
4.Amable		4.Borde		4.Simpàtic		4.Antipàtic
5.Em preocupo pels demes		5.Despreocupat		5.Comprensiu		5.Incomprensiu
6.Cuidadós		6.Bèstia		6.Atrevit		6.Vergonyós
7.Endreçat		7.Desendreçat		7.Rialler		7.Enfadat
8.Bromista		8. Serió		8.Ajudar a la gent		8.Egoista
9.Desorganitzat		9.Previsor		9.Xafarder		9.Poc curiós
10.Autònoma		10.Depenent		10.Que m'agrada aprendre		10.Desinteresat

Núm. Subj.: 11B1219

Núm. Subj. : 22B1402

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Rialler		1.Trist		1.Alegre		1.Trist
2.Presumit		2.Descuidat		2.Simpàtic		2.Antipàtic
3.Corpulent		3.Prim		3.Amb personalitat		3.Ignorant de la vida
4.Carinyós		4.Passota		4.Feliç		4.Desgraciat
5.Aten		5.Desconcentrat		5.Content		5.Enfadat
6.Algre		6.Flexible		6.Ganes de fer coses		6. Passota
7.Tossut		7. Compleix les normes		7.Positiu		7.Negatiu
8.Capcigrany		8.Serio		8.Extrovertit		8.Tímid
9.Positiu		9.Negatiu		9.Tranquil		9.Nerviós
10.Viatger		10.Vago		10.Responsable		10.Irresponsable

Núm. Subj.: 21A1201

Núm. Subj. : 24B1522

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Xerraire		1.Callat		1.Feliç		1.Infeliç
2. Mandon		2.Deixa fer tot		2.Amistos		2.Marginat
3.Cridaner		3.Parlar fluix		3.Rialler		3. Serio
4.Ficar-se nerviós		4.Estar tranquil		4.Enyorat		4.Inanyorat
5.Ordenat		5.Desordenat		5.Trist		5.Alegre
6.Simpàtic		6.Antipàtic		6.Mogut		6.Estàtic
7.Mimos		7.Desagradable		7.Actiu		7.Quiet
8.Tímid		8.Pocavergonya		8.Ràpid		8.Lent
9.Liante		9.No la lia		9.Graciós		9.Borde
10.Xafarder		10.No xafarder		10.Divertit		10.Morrut

Núm. Subj.: 14A1604

Núm. Subj. : 24A1509

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1.Esportista		1.Vago		1. Simpàtic	1.Desagradable
2.Agrada naturalesa		2.De ciutat		2.Coqueta	2.No es cuida
3.Agrada velocitat		3.Prudent		3.Amable	3.Antipàtic
4.Adrenalina		4.Escalada		4.Tossut	4.Passota
5.Ecologista		5.Desperdici		5.Cascarràbias	5.Alegre
6.Divertit		6.Avorrit		6.Mengen el cap	6. Dona tot igual
7.Independent		7.Espanyol		7.Perfeccionista	7.Imperfeccionista
8.Sociable		8.Tímid		8.Perseveran	8.Deixa les coses a mitges
9.Ajudar als demès		9.Anar a la seva		9.Graciós	9.Soso
10.Activitats aire lliure		10.Tancat		10.Extrovertit	10.Introvertit

Núm. Subj.:11B1224

Núm. Subj. : 11B1314

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1.Tristesia		1.Alegria		1.Content	1.Trist
2. Rialler		2.Ploraner		2.Disfrutant	2.Patin
3.Mandrós		3.Treballador		3.Ansiós	3.Tranquil
4.Esforça		4.Vago		4.Atent	4.Despistat
5.Graciós		5.Sosu		5.Alegre	5.Preocupat
6.Frustar ràpid		6.Constància		6.Avorrit	6.Divertit
7.Paciència		7.Poca paciència		7.Pesat	7.Feliç
8.Funcionamnet a base de premis		8.Treballa per si mateix		8.Animat	8.Relaxat
9.Intel·ligent		9.Discapacitat		9.Tossut	9.Simpàtic
10.No rancorós		10.Rancorós		10.Vergonyós	10.Atrevit

Núm. Subj.: 11B1220

Núm. Subj. : 21B142

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Alegria		1.Tristesia		1.Content		1.Trist
2.Descans		2.Estrés		2.Poca confiança		2.Confiat
3.Seriós		3.Bromista		3.Motivat		3.Avorrit
4.Paciència		4.Agoviat		4.Simpàtic		4.Borde
5.Pessimista		5.Optimista		5.Atrevit		5.Tancat
6.Perfeccionista		6.No perfeccionista		6.Dolç		6.Alegre
7.Simpàtic		7.No t'agrada estar amb l'altre		7.Pesat		7.Passa dels altres
8.Responsable		8.Irresponsable		8.No estudiós		8.Estudiós
9.Agradable		9.Desagradable		9.Presumit		9.Deixat
10.Preocupació pels demès		10.Només pensar en ell mateix		10.Divertit		10.No motivat

Núm. Subj.: 23B141

Núm. Subj. : 13B1423

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Tímid		1.Directe		1.Extrovertit		1.Callat
2.Apàtic		2.Si mateix		2.Amigable		2.No buscar amics
3.Ajudar els altres		3.Només pensar en ell		3.Pesat		3.No molesta
4.Rialler		4.Serio		4.Bromista		4.Avorrit
5.Sensible		5.Fred		5.Tossut		5.Si a tot
6.Amable		6.Borde		6.Intenta caure bé		6.No preocupació
7.Simpàtic		7.Tancat		7.Preocupació per les persones		7.Només ell mateix
8.Callat		8.Xerraire		8.Organitzador grups		8.S'adapta
9.Distret		9.Centrat		9.Alegre		9.Enfada, trist
10.Al que es proposa ho aconsegueix		10.Rendeix a la primera		10.Character		10.Tímid

Núm. Subj.: 22B1315

Núm. Subj. : 11A1217

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Sensible		1.Fred		1.Rialler		1.Enfadat
2.Positiu		2.Negatiu		2.Amable		2.Tacany
3. Alegre		3. Trist		3.Tranquil		3.Mogut
4.Sociable		4.Tancat		4.Bon caràcter		4.Mal caràcter
5.Poruc		5.Valent		5.Cridaner		5.Serè
6.Xerraire		6.Tímid		6.Content		6.Seriós
7.Extrovertit		7.Introvertit		7.Organitzat		7.Desorganitzat
8.Responsable		8.Irresponsable		8.Vago		8.Actiu
9.Rialler		9.Serio		9.Esportista		9.Estudiant
10.Tossut		10.Flexible		10.Graciós		10.Avorrit

Núm. Subj.: 12A1315

Núm. Subj. : 22A1422

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Amable		1.Mal educat		1.Alegre		1.Trist
2.Nerviós		2.Tranquil		2.Amable		2.Borde
3.Vergonyós		3.Extrovertit		3.Simpàtic		3.Antipàtic
4.Simpàtic		4.Antipàtic		4.Insolent		4.Respectuós
5.Mal caràcter		5.Bon caràcter		5.Graciós		5.Soso
6.Esportista		6.Vago		6.Rialler		6.Ploraner
7. Pesat		7.No insistent		7.Hospitalari		7.Poc acollidor
8.Alegre		8.Enfadat		8.Tranquil		8.Esverat
9.Juganer		9.Avorrit		9.Malcarat		9.Ben carada
10.Atent		10.Adormit		10.Presumit		10.Pordioser

Núm. Subj.: 22B1430

Núm. Subj. : 23A144

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7
1.Alegre		1.Amargat		1.Simpàtic	1.Estúpit
2.Sociable		2.Insociable		2.Amable	2.Esquerp
3.Extrovertit		3.Introvertit		3.Tímid	3.Alegre
4.Estimació (amics,família)		4.No estimació		4.Divertit	4.Avorrit
5.Intel·lectual		5.tonto		5.Bona persona	5.Mala persona
6.Simpàtic		6.Antipàtic		6.Amigable	6.Insociable
7.Cabezón		7.Flexible		7.Juganer	7.Tranquil
8.Histèric		8.Tranquil		8.Prudent	8.Inprudent
9.Intel·ligent		9.Tossut		9.Presumit	9.Deixat
10.Carinyós		10.Distant		10.Nerviós	10.Quiet

Núm. Subj.: 23A1418

Núm. Subj. : 23A152

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7
1.Simpàtic		1.Antipàtic		1.Simpàtic	1.No simpàtic
2.Extrovertit		2.Tancat		2.Divertit	2.Avorrit
3.Divertit		3.Avorrit		3.Alegre	3.Trist
4.Amb ganes d'aprendre		4.Desmotivats		4.Tranquil	4.Nerviós
5.Obert		5.Vergonyós		5.Pacífic	5.Destructor
6.Vitalitat		6.Cansat		6.Obert	6.Tancat
7.Sociable		7.Pocs amics		7.Parlador	7.Callat
8.Despert		8.Dormit		8.Agrada ajudar	8.Irresponsable
9.Apuntar a tot		9.No s'apunta		9.Estar amb amics	9.Despreocupat
10.Autoexigent		10.Satisfet		10.Positiu	10.Pesimista

Núm. Subj.: 23A1422

Núm. Subj. : 22B135

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Simpàtic		1.Antipàtic		1.Alegria		1.Desagradable
2.Tímid		2.Obert		2.Felicitat		2.Infeliç
3.Borde		3.Agradable		3.Simpàtic		3.Amargat
4.Vago		4.Animat		4.Agradable		4.Complica la vida
5.Tancat		5.Sociable		5.Sociable		5.Solitari
6.Cridaner		6.Callat		6.No enfadar-se		6.Enfadat
7.Enfadar ràpidament		7.Tranquil		7.Límit		7.No viu experiències
8.Llest		8.Tonto		8.Extrovertit		8.Només ell
9.Indecís		9. Decidit		9.Amb personalitat		9.El mateix que els altres
10.Vergonyós		10.Parlador		10.Estar bé amb ell mateix		10.No s'accepta

Núm. Subj.: 24B1505

Núm. Subj. : 24B1512

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7				De l'1 al 7	
1.Tancat		1.Obert		1.Alegre		1.Tríst
2.Alegre		2.Tríst		2.Simpàtic		2.Arrogant
3.Negatiu		3.Positiu		3.Rialler		3.Enfadat
4.Treballador		4.Vago		4.Extrovertit		4.Introvertit
5.Gelós		5.Assertiu		5.Amic dels amics		5.Marginat
6.Arrogant		6.Normal		6.Obert		6.Tímid
7.Borde		7.Sociable		7.Borde		7.Dolç
8.Insegur		8.Segur		8.Poca paciència		8.Pacient
9.Simpàtic		9.Borde		9.Mala llet		9.Bo
10.Desagradable		10.Agradable		10.Bona persona		10.Mala persona

Núm. Subj.: 14A1623

Núm. Subj. : 24A1602

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1.Pallasso		1.Introvertit		1.Inpuntual	1.Puntual
2.Alegre		2.Trist		2.Alegre	2.Trist
3.Despistat		3.Responsable		3.Insegur	3.Segur
4.Juganer		4.Avorrit		4.Rialler	4.Apagat
5.Tímid		5.Extrovertit		5.Caràcter	5.Passiu
6.Simpàtic		6.Desagradable		6.Organitzador	6.Passota
7.Exagerat		7.Serió		7.Desordenat	7.Ordenat
8.Energètic		8.Calmat		8.Empàtic	8.Egoista
9.Sincer		9.Mentider		9.Esportista	9.Vago
10.Empàtic		10.Fred		10.Inconstant	10.Consatant

Núm. Subj.: 24A1503

Núm. Subj. : 24B1516

Coneixes aquesta persona? Si No

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7			De l'1 al 7	
1.Carinyós		1.Distant		1. Curiós	1.Desinteressat
2.Alegre		2.Trist		2.Graciós	2.Avorrit
3.Tímid		3.Extrovertit		3.Obert	3.Tancat
4.Positiu		4.Negatiu		4.Content	Trist
5.Desorganitzat		5.Organitzat		5.Responsable	5.Irresponsable
6.Avorrit		6.Divertit		6.Presumit	6.Tirat
7.Amable		7.Borde		7.Prudent	7.Imprudent
8.Sincer		8.Mentider		8.Positiu	8.Pesimista
9.Atrevit		9.Vergonyós		9.Amigable	9.Estúpid
10.Feliç		10.Infeliç		10.Desagradable	10.Agradable

Annex 4

Exemple fictici de com seria tot el procés fet per un membre del Grup A i un dels membres del Grup B:



Figura 4: Fotografia seleccionada pel nostre adolescent del Grup A

Quan el membre del Grup A ha seleccionat la fotografia del Fotoblog i ens la mostra, elaborem l'adaptació de la Graella de Kelly amb els constructes que el subjecte ens diu. Aleshores passem a valorar-la a partir dels elements del jo, el jo ideal i el jo visual.

Núm. Subj. 14B1513

	Jo	Jo ideal	Jo fotogràfic	
1. Còmode	2	2	3	1. Incòmode
2. Alegre	1	3	4	2. Trist
3. Tranquil	1	1	1	3. Nervios
4. Simpàtic	3	3	2	4. Desagradable
5. Responsable	1	1	3	5. Irresponsable
6. Amable	6	3	5	6. Borde
7. Lliure	2	1	5	7. Esclavitzat
8. Fer amistats ràpidament	1	1	2	8. Tímid
9. "Campechano"	1	1	1	9. Tancat
10. De la conya	3	4	3	10. Serio

Figura 5: Graella elaborada pel nostre adolescent del Grup A

Un cop fet aquest primer pas adaptem la graella de l'adolescent per tal que els membres del Grup B la puguin valorar a partir de la foto ja seleccionada.

Núm. Subj.: 14B1513

Coneixes aquesta persona? Si No

	De l'1 al 7	
1. Còmode	3	1. Incòmode
2. Alegre	2	2. Trist
3. Tranquil	3	3. Nerviós
4. Simpàtic	2	4. Desagradable
5. Responsable	2	5. Irresponsable
6. Amable	2	6. Borde
7. Lliure	3	7. Esclavitzat
8. Fer amistats ràpidament	2	8. Tímid
9. "Campechano"	2	9. Tancat
10. De la conya	3	10. Serio

Figura 6: Graella omplerta per un membre del Grup B

Agafem totes les graelles dels membres del Grup B i les dividim entre aquells que ens han respost Si i els que ens han respost No a la pregunta inicial. Aleshores introduïm les dades al programa SPSS i fem la mitja dels Si i els No per tal d'introduir la dada a la graella que tenim de cadascun dels adolescents del Grup. Així per cada un dels membres del Grup A tindriem una graella com la que es mostra a continuació:

Constructes	Avaluats per un mateix			Avaluats pels altres	
	Jo	Jo ideal	Jo visual	Sí coneixen	No coneixen
1	2	2	3	3,30	3,95
2	1	3	4	2,80	3,62
3	1	1	1	3,09	3,22
4	3	3	2	2,93	3,26
5	1	1	3	2,76	3,17
6	6	3	5	2,61	3,30
7	2	1	5	3,11	3,44
8	1	1	2	2,76	3,08
9	1	1	1	2,35	2,73
10	3	4	3	3,82	3,53

Taula 1

Un cop tenim la graella fem les correlacions corresponents amb les diferents dades per tal de poder corroborar les nostres hipòtesis.



Universitat Ramon Llull

Aquesta Tesi Doctoral ha estat defensada el dia ____ d _____ de 20
al Centre _____
de la Universitat Ramon Llull
davant el Tribunal format pels Doctors sotasignants, havent obtingut la qualificació:

President/a

Vocal

Secretari/ària

Doctorand/a

C. Claravall, 1-3
08022 Barcelona
Tel. 936 022 200
Fax 936 022 249
E-mail: urlsc@sec.url.es
www.url.es

