



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”
“THE TEENAGERS MOTHERS AND HER RELATION WITH THE SOCIAL NETWORKS”**

M^a Isabel Fajardo Caldera

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz.
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: ifajardo@unex.es

Noelia Casanueva Carmona

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz. U
niversidad de Extremadura. 924289481. Email: noe2409@hotmail.com

Ana Belén Regalado Cuenca

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz.
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: anarecu@hotmail.com

M^a Luisa Bermejo García

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz.
Universidad de Extremadura. 924289581. Ex. 86571. Email: mbermejo@unex.es

Fecha de recepción: 29 de enero de 2012

Fecha de admisión: 15 de marzo de 2012

RESUMEN

Este estudio pretende conocer la motivación que impulsa a las adolescentes, ya madres, a integrarse y participar en las redes sociales, específicamente en la red: “tuenti” como reducto de evasión actual más frecuentado y conocido por los adolescentes españoles. En definitiva, el objetivo de esta investigación es analizar la influencia que ejerce la red sobre la vida de estas adolescentes, intentando verificar si gracias a estas redes, las adolescentes ya madres pueden aprender, colaborar y apoyarse. Esta investigación no sólo presenta una breve descripción de la realidad de estas madres prematuras en la red social sino que nos otorga datos para poder comparar sus comportamientos con los suyos propios cuando aún eran embarazadas. Para poder realizar esta comparación nos remitimos a los resultados obtenidos en la investigación presentada con anterioridad cuando estas adolescentes estaban embarazadas.

Palabras Claves: Adolescentes, madres adolescentes, embarazo, redes sociales, Tuenti, iguales.

ABSTRACT

This study tries to know the motivation of the teenagers already mothers to integrate and inform in the social networks, specifically in the network: “Tuenti” as redoubt of current evasion more frequented and known by the Spanish teenagers. Definitively, this investigation tries analyzing the influence that exercises the network on the life of these teenagers, trying to check if thanks to these networks, the teenagers already mothers can learn, to collaborate and to rest mutually. This investigation not only presents a brief description of the reality of these premature mothers in the social network but it grants information to us to be able to compare his behaviors with own theirs when still



“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

they were embarrassed. To be able to realize this comparison we send ourselves results in the presented investigation previously when these teenagers were pregnant.

Key Words: Adolescents, pregnancy, social networks, Tuenti, equal.

INTRODUCCIÓN

El estudio que vamos a exponer forma parte de una investigación que estamos llevando a cabo desde el pasado año sobre la conexión a las redes sociales de las embarazadas adolescentes, publicado en la misma revista INFAD en 2011. El artículo que presentamos se refiere, pues a esas mismas adolescentes pero ya madres, comparando sus resultados con los obtenidos en la pasada investigación realizada cuando aún estaban embarazadas.

La conexión a las redes sociales por parte de las personas es una realidad incuestionable en todos los ámbitos sociales, tanto desde el sistema educativo hasta el policial. Los adolescentes no son ajenos a esta realidad, es más, es una etapa de la vida humana donde más se utilizan las redes sociales para la comunicación, de hecho, el origen de Facebook fue el deseo de Mark Elliot Zuckerberg de que los alumnos de la Universidad Harvard pudieran comunicarse entre ellos, aquello que en un principio se creyó que no tendría éxito supuso un cambio radical en la comunicación de los jóvenes.

Esta comunicación, continuación de la anterior, pretende investigar si las madres embarazadas recurren a las redes sociales como búsqueda del conocimiento o del apoyo que encuentran entre las iguales, ya que como sabemos (Fajardo 2004) las adolescentes buscan en las iguales el espejo en el que mirarse para poder resolver sus propias situaciones personales. La principal red social y la que cuenta con un gran número de grupos o colectivos de adolescentes españoles incluidas las adolescentes embarazadas es la red social Tuenti. Los estudios sobre la conexión a las redes sociales por parte de las gestantes adolescentes prácticamente son inexistentes, por lo que no hemos encontrado bibliografía sobre ello, Fajardo y Casanueva (2011) “únicamente encontramos referencias a las conexiones a la red por parte de los adolescentes como las de Arcila C, (2010) cuando dice : *“Los entornos en los que tiene lugar la comunicación digital, como medios para la interacción comunicativa y social entre dos actores, son espacios propicios para la producción comunicativa de enunciados sobre el “sí-mismo” de cada individuo (unidades de información identitaria)”*

Este estudio, a través de observaciones y entrevistas sobre los comportamientos de dichas madres adolescentes en la red social Tuenti, nos ha conducido a obtener y a deducir que el perfil de nuestras madres adolescentes suele ser generalmente de madres tiernas y cariñosas con las demás madres, que buscan la reciprocidad, pero que por contra, esconden en ocasiones, una baja autoestima. Es en esta red, donde se refugian, por ello, manifiestan entusiasmo por reforzar esos lazos que se van creando y en la medida en que se les muestra la más mínima señal de afecto suelen devolverlo con creces. Siendo esas intervenciones precisamente conductas intencionales hacia un fin, en este caso claramente optimista.

Sea cual sea la relación que mantengan cada madre adolescente con otra dentro de la red, siempre e inevitablemente, ella tiene que ver con la que suelen mantener con ellas mismas. El concepto de autoestima, es fundamental en los momentos en que la adolescente es consciente de su maternidad. Las adolescentes con baja autoestima empiezan a ver cada vez más lejos el éxito personal. Muchas de estas chicas, se muestran en esta red como chicas con éxito, guapas, inteligentes... en ocasiones, esto esconde una inseguridad donde es fácil llevarse una decepción o frustración. Por este y por otros motivos, observaremos que estas madres adolescentes manifiestan una imagen que ciertamente y no siempre, es acorde con la realidad.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Fruto de dichas observaciones y entrevistas realizadas pudimos concluir que existe un cierto nivel de insatisfacción en la red, aspecto, por otra parte, no muy frecuente (como reflejaremos en las hipótesis) y que inmediatamente éste concluye con un cierre de la conexión momentánea, o bien, en menor proporción, dejan de pertenecer a dicha red, así algunas tratarán de cortar el vínculo drásticamente. Al hilo de lo expuesto, decir que la mayoría de ellas, suele volver a la red a pesar de estos incidentes, constituyendo esto un mecanismo en cierto modo de bienestar psicológico y condicionado en función del control de los propios sentimientos y emociones.

Otro aspecto sorprendente fruto de las entrevistas realizadas, es que muchas de las páginas que suelen visitar, les enseñan y aconsejan desde: qué hacer ante el cansancio, cómo ser capaz de decir que tienen un bebé, cuidados especiales que deben llevar con sus bebés, así como consejos de nutrición. Son páginas donde encuentran el apoyo y donde satisfacen las necesidades y carencias, donde se reflejan los problemas y realidades. Pero no olvidemos que carecen de validez científica y están repletos de una indudable subjetividad. Para concluir este apartado, destacar que si abrimos cualquier contenido de esta red social aparecerán más de cinco páginas vinculadas a madres adolescentes que comentan fotografías y buscan apoyo que tal vez carecen en el hogar, en el entorno social, con las ventajas e inconvenientes que esta realidad supone.

ESTUDIO EMPÍRICO

El objetivo de esta investigación es conocer y analizar las motivaciones que conducen a las madres adolescentes a incorporarse y participar de la red social: *tuenti*. Comentarios realizados por las mismas madres adolescentes nos llevaron a ello, al señalar que aunque existen centros a disposición de ellas, sin embargo necesitan las redes sociales porque en ellas encuentran la respuesta a sus vivencias, carencias o deseos personales: “no adaptación de los mismos a las adolescentes”, “no personalización”, “no son conocedores de la implicación de las realidades más íntimas” En las redes sociales encuentran según ellas información personalizada, pueden compartir emociones y en definitiva evadirse “a su medida”.

HIPÓTESIS

Estos son las hipótesis formuladas a contrastar:

Hipótesis primera: En la red Social “*Tuenti*”, la madre adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

Hipótesis segunda: La red social: “*Tuenti*” es un espacio de ocio donde la madre adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales.

Hipótesis tercera: La red social “*Tuenti*” supone la búsqueda de información no científica en relación a su gestación o cuidado del bebé”.

Hipótesis cuarta: La red social “*Tuenti*” constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, formas de pensar de las adolescentes embarazadas.

Hipótesis quinta: La red social permite a las madres adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo.

Hipótesis sexta: La frecuencia con la que la madre adolescente recurre a la red social *tuenti* cuando se encuentra mal guarda relación con el hecho de que en ésta red social ha aprendido la forma de solucionar problemas.

Hipótesis séptima: La red social permite a las madres adolescentes llenar el vacío de carencias afectivas y académicas y laborales.

Hipótesis octava: La conexión de las madres adolescentes a la red social *Tuenti* durante la maternidad varía con respecto al embarazo.



“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se ha efectuado:

Una observación y análisis detallado de cada uno de los grupos de madres adolescentes en “tuenti” para poder realizar un cuestionario adecuado a su realidad.

Un cuestionario específicamente confeccionado para la investigación. Este permite observar la vinculación de estas chicas adolescentes madres a la red social: “tuenti”, y las diferencias encontradas con respecto a su anterior estado de embarazo. El cuestionario ha sido construido de acuerdo a una escala Likert de cinco posibilidades de respuesta, constaba en un principio de 26 ítems pero debido a la dificultad que encontramos para lograr la fiabilidad deseada y las dificultades para obtener adolescentes madres en la red social tuenti, nos sentimos en la obligación de eliminar ciertos ítems para crear un cuestionario fiable y capaz de evaluar cogniciones, emociones y sentimientos relacionados con la integración de estas adolescentes en la red.

Una entrevista personal a las adolescentes que se prestaron a ello.

MUESTRA:

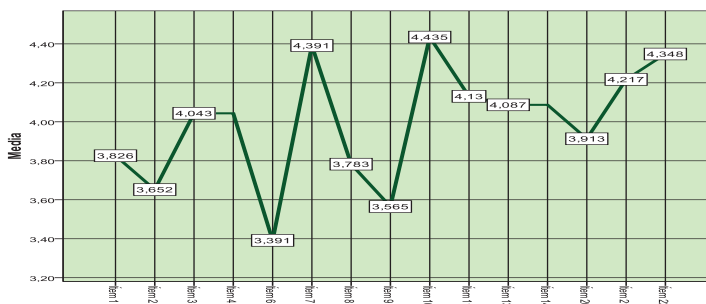
La muestra ha sido de 23 adolescentes madres. La muestra fue la misma que la estudiada en la investigación publicada, como hemos señalado anteriormente.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis estadístico de los datos hemos utilizado el programa SPSS, versión PASW Statistics 17.

Para empezar, comenzaremos a realizar el análisis de fiabilidad del cuestionario, utilizando el Alfa de Cronbach, que nos lleva a confirmar que es fiable.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.70	16



En este gráfico, podemos observar la media total obtenida por cada uno de los ítems. De este modo, observamos que los que cuentan con una mayor puntuación son los ítems 7, 10 y 22.

PRIMERA HIPÓTESIS

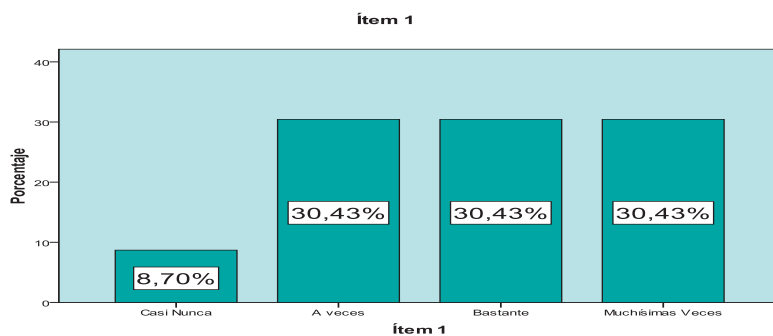
Para comenzar abordaremos la primera hipótesis: En la red social “Tuenti”, la madre adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

Para contrastar esta hipótesis, nos remitiremos a los ítems 1, 3, 4 y 14.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

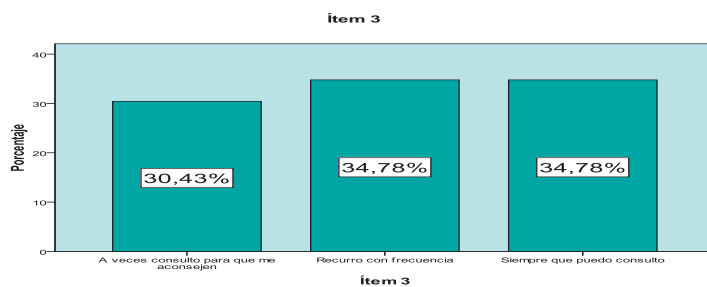
Ítem 1



Ítem 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	A veces	7	30,4	30,4	39,1
	Bastante	7	30,4	30,4	69,6
	Muchísimas Veces	7	30,4	30,4	100,0
Total		23	100,0	100,0	

Ítem 3



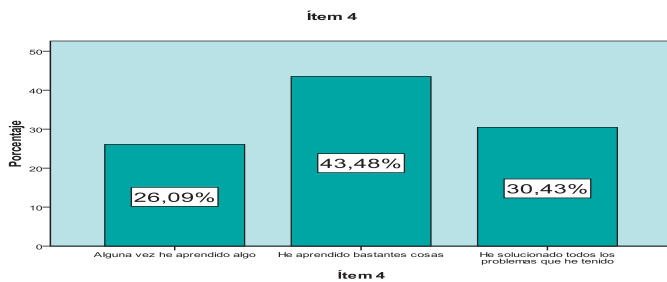
Ítem 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces consulto para que me aconsejen	7	30,4	30,4	30,4
	Recorro con frecuencia	8	34,8	34,8	65,2
	Siempre que puedo consulto	8	34,8	34,8	100,0
Total		23	100,0	100,0	



“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

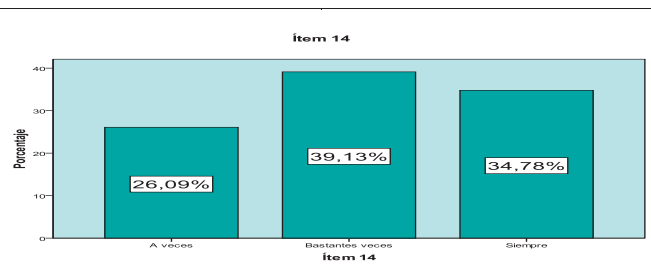
Ítem 4



Ítem 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alguna vez he aprendido algo	6	26,1	26,1	26,1
	He aprendido bastantes cosas	10	43,5	43,5	69,6
	He solucionado todos los problemas que he tenido	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Ítem 14



Ítem 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	6	26,1	26,1	26,1
	Bastantes veces	9	39,1	39,1	65,2
	Siempre	8	34,8	34,8	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



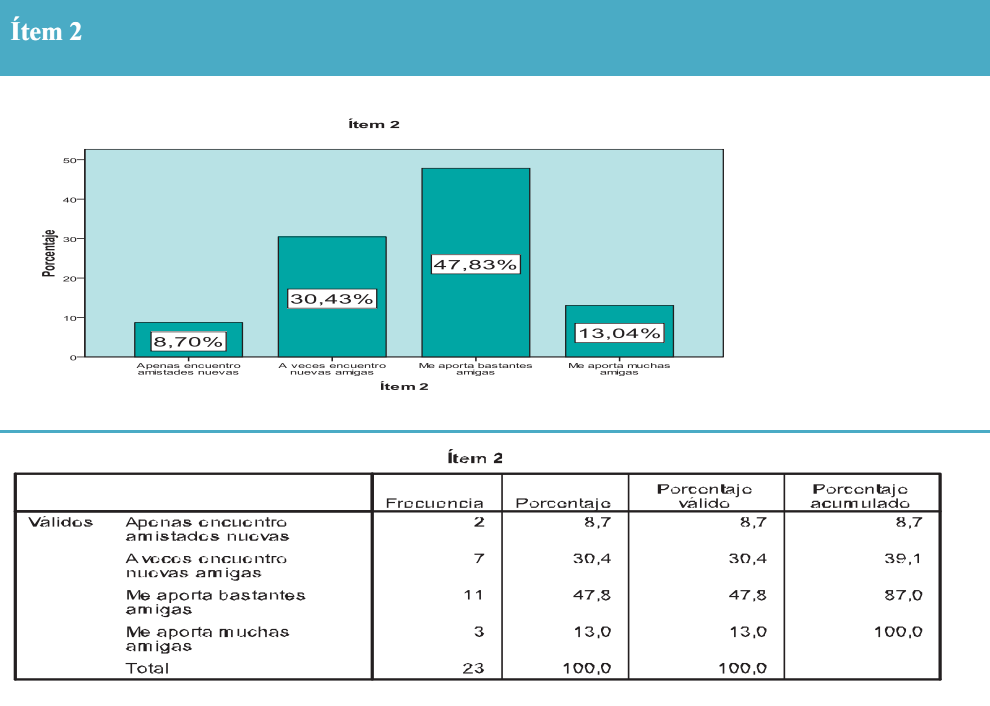
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Como podemos comprobar, las madres adolescentes se sienten apoyadas por el grupo de iguales que están en su misma situación. Así, recurren frecuentemente a la red cuando se encuentran en una situación adversa a causa de la idiosincrasia de su nueva etapa vital. De modo que, no sólo logra solucionar el problema a corto plazo, sino que también le permite adquirir herramientas personales para asumir nuevos retos. Por todo lo anteriormente mencionado aceptamos la hipótesis de trabajo. Este resultado coincide con el obtenido cuando éstas estaban embarazadas.

SEGUNDA HIPÓTESIS

A continuación, vamos a observar el contraste de nuestra segunda hipótesis: La red social: “Tuenti” es un espacio de ocio donde la madre adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales.

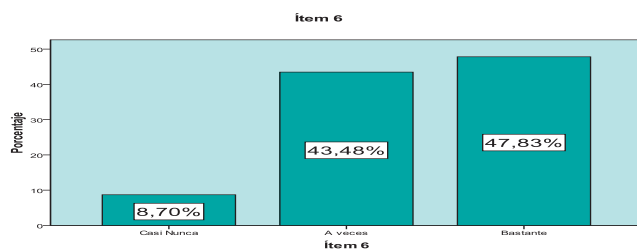
Para contrastar esta hipótesis utilizaremos los ítems 2, 6, 10, 11 y 13.





“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

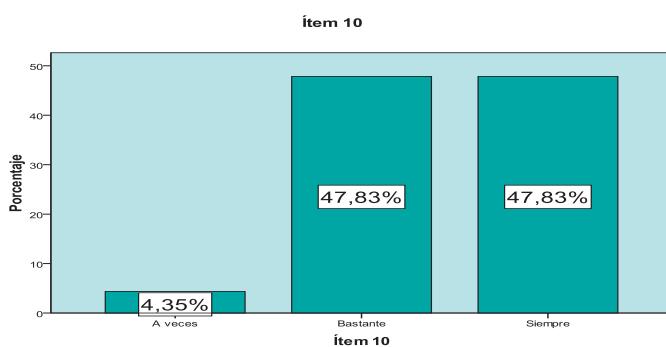
Ítem 6



Ítem 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	2	8,7	8,7	8,7
	A veces	10	43,5	43,5	52,2
	Bastante	11	47,8	47,8	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Ítem 10



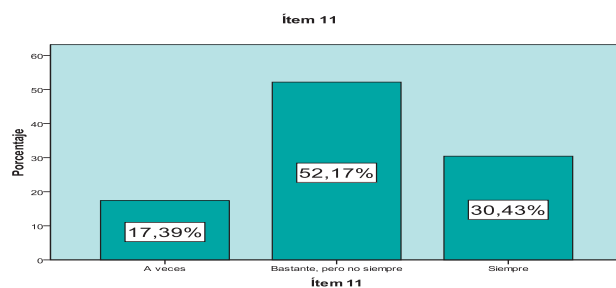
Ítem 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	1	4,3	4,3	4,3
	Bastante	11	47,8	47,8	52,2
	Siempre	11	47,8	47,8	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

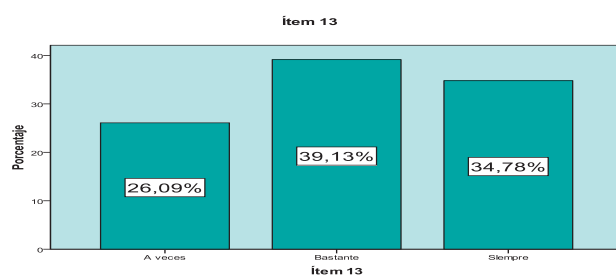
Ítem 11



Ítem 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	A veces	4	17,4	17,4	17,4
	Bastante, pero no siempre	12	52,2	52,2	69,6
	Siempre	7	30,4	30,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Ítem 13



Ítem 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	A veces	6	26,1	26,1	26,1
	Bastante	9	39,1	39,1	65,2
	Siempre	8	34,8	34,8	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

A tenor de lo anteriormente expuesto, podemos concluir que:

La red social “Tuenti” permite a las madres adolescentes aumentar su círculo de amistades con personas en su misma situación, con los beneficios enumerados en la hipótesis anterior.

Hay un gran apego a estos grupos, de modo que las encuestadas estiman seguir perteneciendo a él a medio-largo plazo.

Destacamos también cierta preferencia de las adolescentes, de conectarse a estos grupos de “Tuenti” antes que realizar otras actividades, lo cual se podría explicar por el sentimiento de comprensión y la identificación con el resto de miembros.

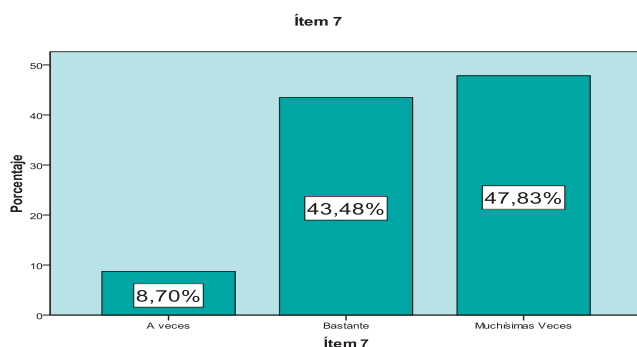
Podemos contrastar que este grupo les supone una distracción, con lo cual se conectan frecuentemente a “Tuenti” en sus ratos libres.

Observamos que la red social sigue siendo un importante recurso para la madre adolescente, la cual utiliza aquélla como medio de distracción y ocio. Por tanto, aceptamos la hipótesis de trabajo.

TERCERA HIPÓTESIS

Continuemos con el contraste de la tercera hipótesis : La red social “Tuenti” supone la búsqueda de información no científica en relación al cuidado del bebé”. Contrastaremos esta hipótesis utilizando los ítems 7 y 26

Ítem 7



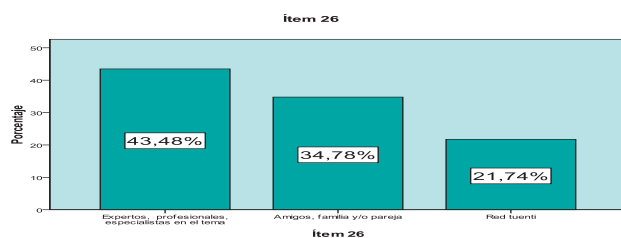
Ítem 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	2	8,7	8,7	8,7
	Bastante	10	43,5	43,5	52,2
	Muchísimas Veces	11	47,8	47,8	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 26



Ítem 26

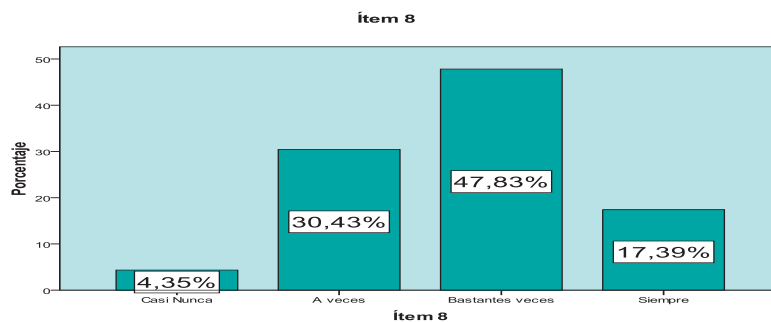
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Expertos, profesionales, especialistas en el tema	10	43,5	43,5	43,5
Amigos, familia y/o pareja	8	34,8	34,8	78,3
Red tuenti	5	21,7	21,7	100,0
Total	23	100,0	100,0	

En base a lo anterior, observamos que la red social se convierte en una importante y accesible fuente de información para la madre adolescente sobre la maternidad, que le permite obtener conocimientos y consejos útiles y prácticos de personas que están en su misma situación. El peligro reside en esto precisamente, pues son consejos que carecen de fundamentación científica. A su vez, estas adolescentes, como punto positivo, no olvidan la importancia del asesoramiento de profesionales u otras personas cercanas, a las que sitúan como preferentes en este sentido. Por ello, no podemos aceptar la hipótesis de trabajo planteada.

Llama nuestra atención, el hecho de que sitúen prácticamente la familia, pareja y amigos tan solo a tres puntos de diferencia con respecto a la red. Es decir, de la muestra seleccionada ocho chicas aseguran la importancia del asesoramiento de su familia, amigos o pareja cuando tienen un problema y cinco de ellas confían más en la red. Deberíamos aumentar la muestra en posteriores estudios para observar si es significativo o no este resultado.

CUARTA HIPÓTESIS

En lo que respecta a la cuarta hipótesis: La red social "Tuenti" constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, y formas de pensar de las adolescentes, la contrastaremos remitiéndonos al ítem 8.

**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”****Ítem 8****Ítem 8**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	1	4,3	4,3	4,3
	A veces	7	30,4	30,4	34,8
	Bastantes veces	11	47,8	47,8	82,6
	Siempre	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Las adolescentes encuestadas expresan que la red social les aporta un considerable sentimiento de libertad, ya que al participar en la misma y, tal y como se exponía en la primera hipótesis, se sienten comprendidas y apoyadas. Por tanto, aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.

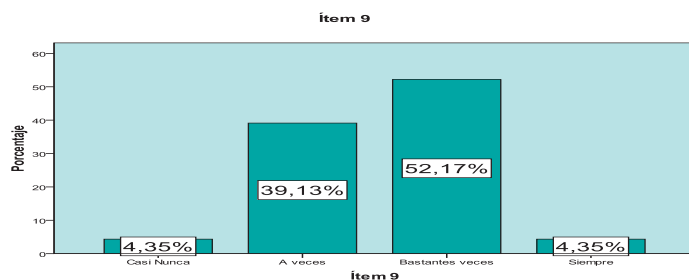
QUINTA HIPÓTESIS

Continuamos con el contraste de la hipótesis quinta: La red social permite a las madres adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo. Para ello, utilizaremos el ítem 9.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 9



Ítem 9

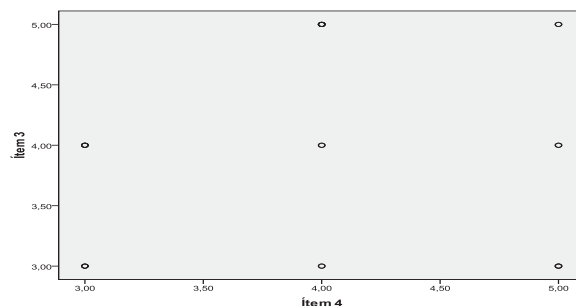
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	1	4,3	4,3	4,3
	A veces	9	39,1	39,1	43,5
	Bastantes veces	12	52,2	52,2	95,7
	Siempre	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

A pesar de los resultados obtenidos en la hipótesis anterior, de la cual concluíamos que las madres adolescentes se sienten libres en el entorno de una red social, observamos que, sin embargo, adoptan con una alta frecuencia el papel de la persona que les gustaría ser. Es decir, se sienten libres para decidir, pero deciden no mostrarse tal cual son. Por ello, aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.

SEXTA HIPÓTESIS

A continuación trataremos la hipótesis sexta sobre la frecuencia con la que la madre adolescente recurre a la red social cuando se encuentra mal emocionalmente, guarda relación con el hecho de que en ésta red social ha aprendido la forma de solucionar problemas, (según los datos obtenidos en la investigación del 2011

Contrastaremos esta hipótesis haciendo uso del ítem 3 (en caso de encontrarme mal me conecto a la red) y 4 (en Tuenti he aprendido a solucionar problemas que tengo), utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.



**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”**

En este gráfico de dispersión, los puntos no parecen agruparse bajo una hipotética línea recta (el efecto se vería mejor si trabajásemos con más casos). Esto indica que posiblemente no haya correlación entre estos ítems.

Correlaciones

		Ítem 3	Ítem 4
Ítem 3	Correlación de Pearson	1	,069
	Sig. (bilateral)		,768
	N	23	23
Ítem 4	Correlación de Pearson	,069	1
	Sig. (bilateral)	,768	
	N	23	23

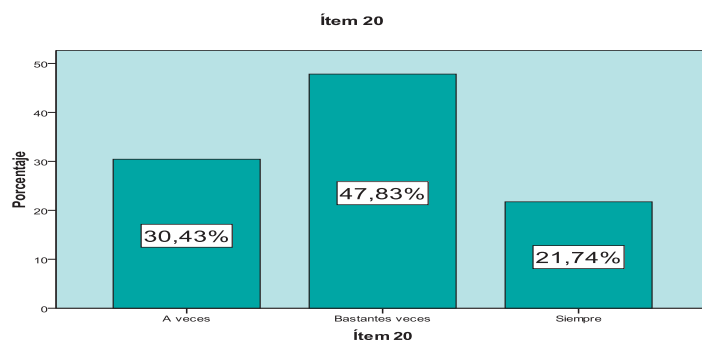
Tras observar el Coeficiente de Correlación, podemos darnos cuenta de que éste asciende a 0,069, lo que indica una correlación muy pobre, prácticamente inexistente, entre estos dos ítems. Así, el hecho de que la adolescente acceda más a Tuenti, no indica que tenga mayores destrezas ni conocimientos en relación a la maternidad. Por tanto rechazamos la hipótesis de trabajo planteada.

Podemos deducir de las entrevistas realizadas a ellas, que la búsqueda de información sobre la maternidad es menos importante para ella que el apoyo, la comunicación y lo lúdico que les pueden aportar sus iguales a través del grupo.

SÉPTIMA HIPÓTESIS

Concluyendo el estudio, abordaremos el contraste de la séptima hipótesis: La red social permite a las madres adolescentes llenar el vacío de carencias afectivas, académicas y/o laborales.

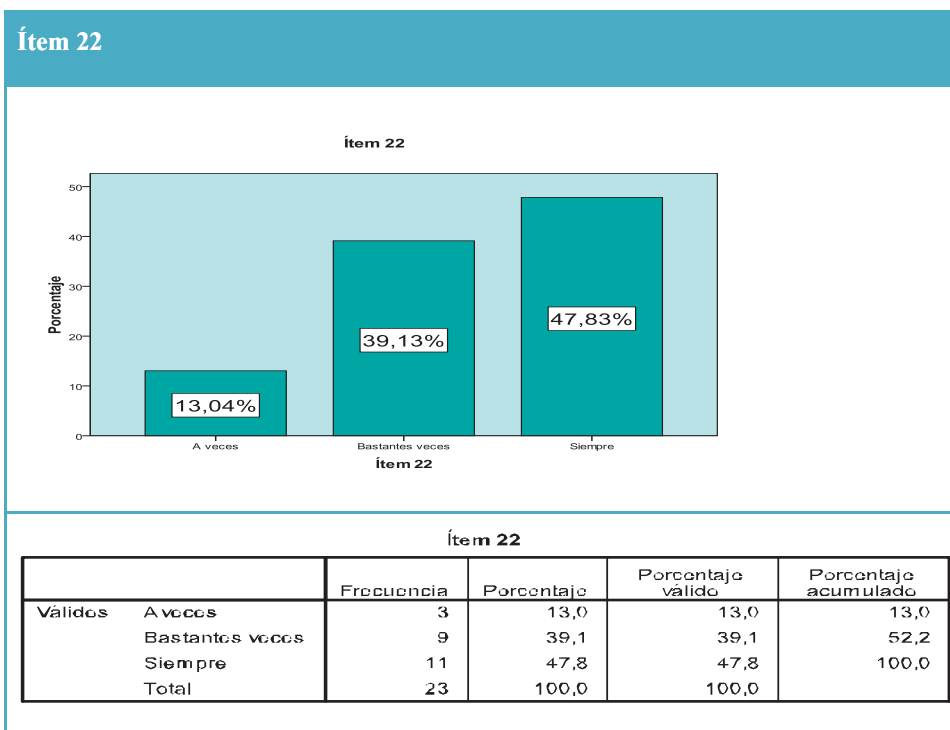
Realizaremos el contraste de esta hipótesis remitiéndonos a los ítems 20 y 22.

Ítem 20**Ítem 20**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	7	30,4	30,4	30,4
	Bastantes veces	11	47,8	47,8	78,3
	Siempre	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO



Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, podemos concluir con lo siguiente:

La red social se convierte en un importante refugio para las madres adolescentes, donde encuentran afecto y comprensión por parte de personas que atraviesan su misma situación.

Por otro lado, al hablar de planes de futuro, en la red encuentran un grupo con el que se sienten más identificadas al respecto, lo cual les resulta reconfortante.

Por todo ello, aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.

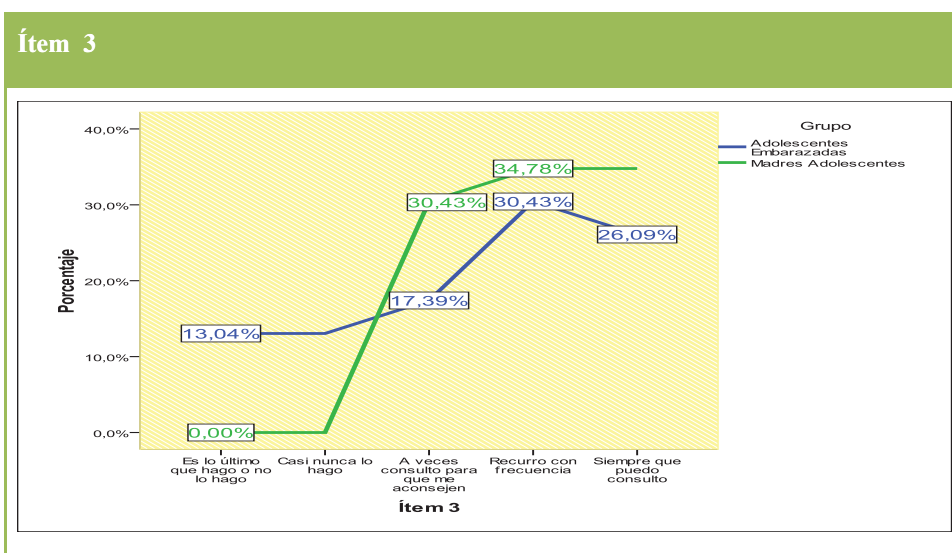
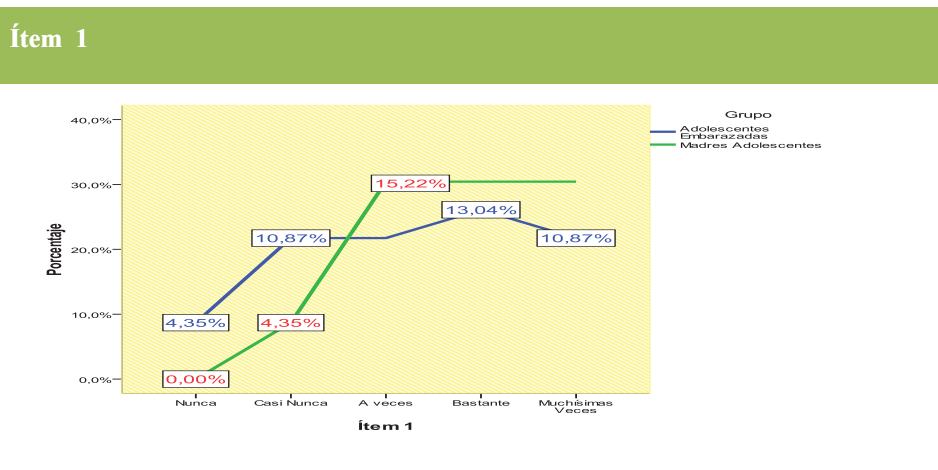
OCTAVA HIPÓTESIS

Por último podemos concluir con el contraste de la octava hipótesis: La conexión de las madres adolescentes a la red social Tuenti durante la maternidad varía con respecto al embarazo.

En primer lugar vamos a ver si hay diferencias en cuanto a que la red Social "Tuenti", la madre adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.



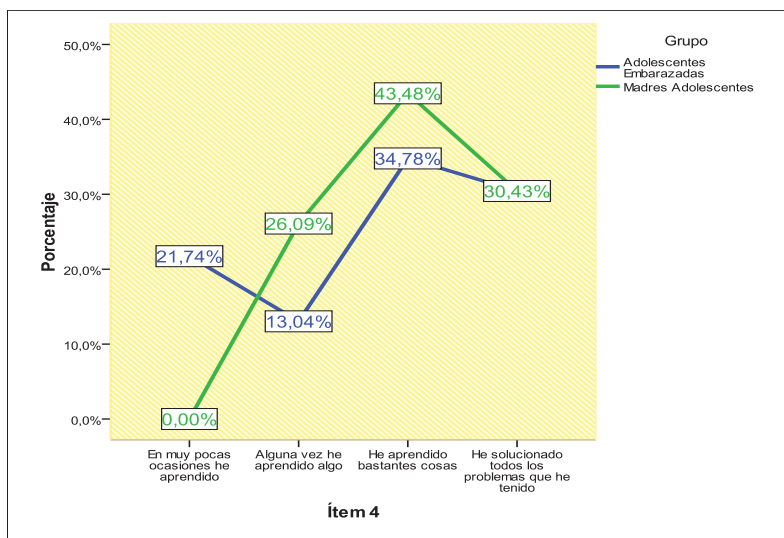
“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”



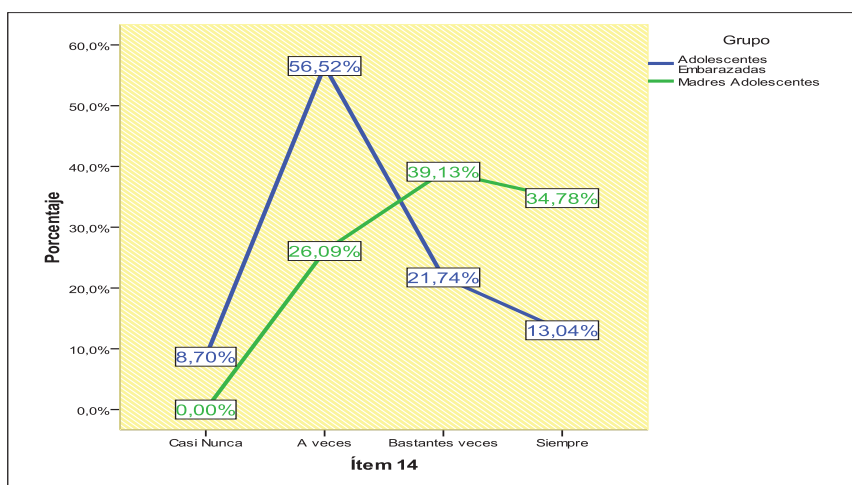


INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 4



Ítem 14



**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”**

Teniendo en cuenta lo anterior podemos observar que:

Las adolescentes, cuando son madres, valoran más la función de apoyo del grupo de la red social y recurren con una mayor frecuencia a las redes sociales cuando presentan malestar por su situación vital o tienen algún problema. Así, muestran una gran confianza en el grupo para la resolución de los mismos y para la adquisición de habilidades para afrontar mejor su maternidad.

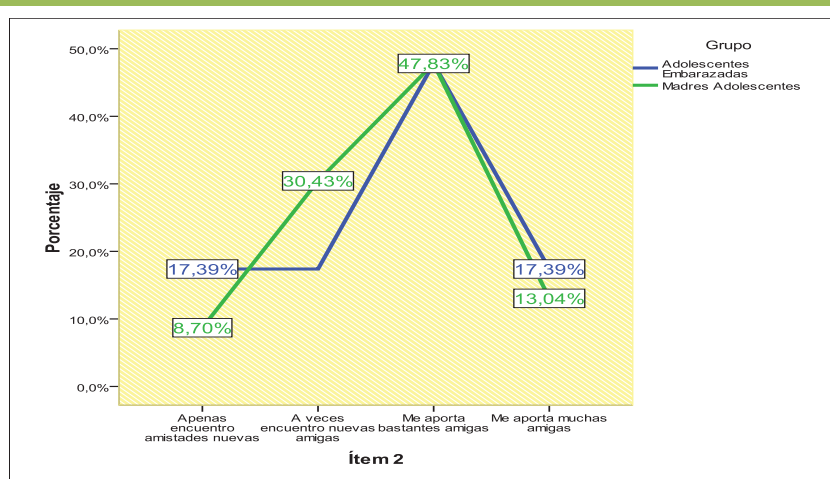
Por otro lado, llama nuestra atención que cuando ya son madres cuando se conectan a la red social “Tuenti” nunca, en ningún momento han dejado de sentirse mejor consigo misma o sentirse que no están apoyadas por el grupo. Esto es bastante interesante, porque ninguna de ellas De esto deducimos, a que cuando son madres han reforzado los lazos durante el embarazo, consolidando amistades. Sus puntuaciones durante la maternidad en relación a las redes sociales son mayores con respecto al embarazo, y por lo tanto su dependencia a la red parece ser mayor.

Ninguna de ellas, en el caso de encontrarse mal (sentirse triste, sola...) o tener (dolores de cabeza, náuseas...) considera que el conectarse a la red sea lo último que harían y por lo tanto niegan que sea algo que no les aporte nada nuevo.

Así mismo ninguna de ellas, considera que través de tuenti no hayan aprendido ni solucionado nada, ni tampoco que ninguna de ellas considere que tuenti no es un lugar de escucha y comprensión.

En síntesis, observamos cómo la percepción de las adolescentes en relación a su grupo de la red social “Tuenti”, es mejor tras el embarazo.

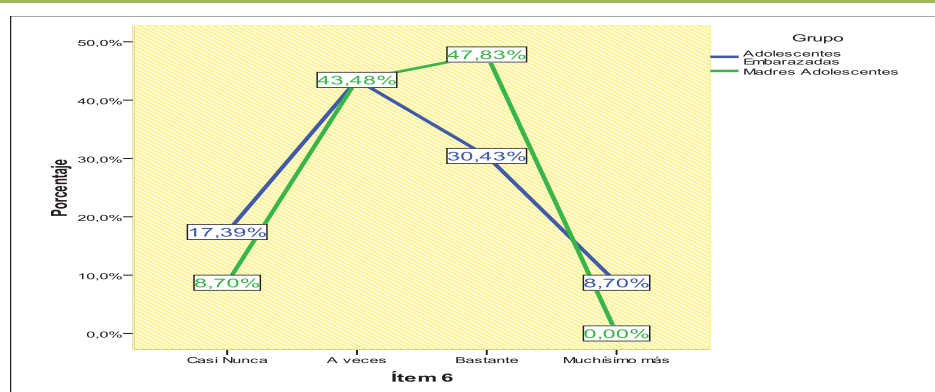
Analicemos a continuación las diferencias entre ellas en cuanto si a la red social: “Tuenti” es un espacio de ocio donde la madre adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales.

Ítem 2

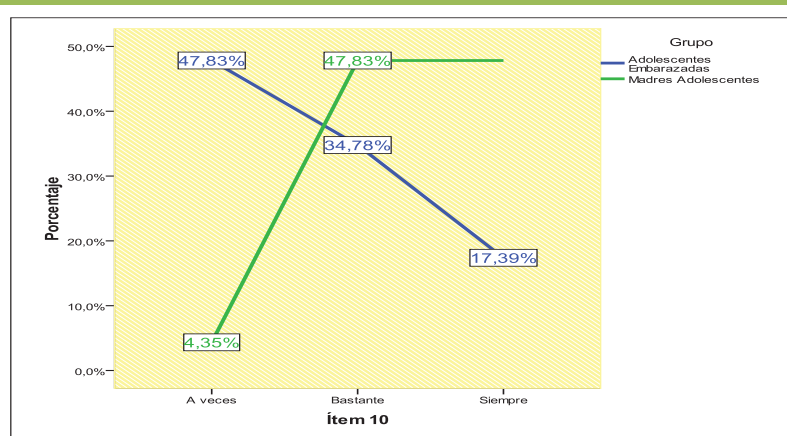


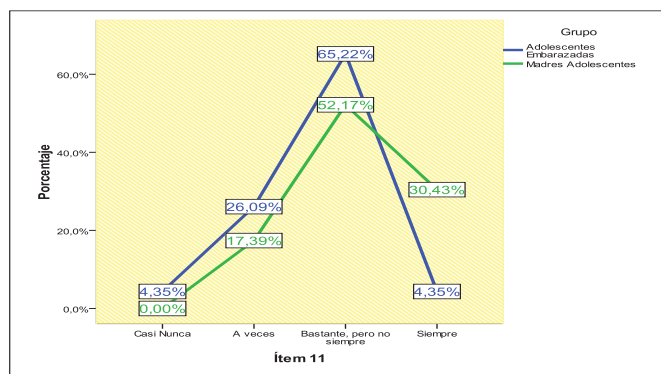
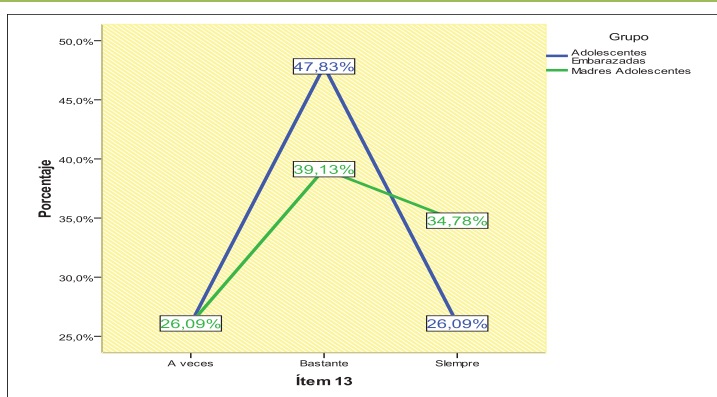
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 6



Ítem 10



**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”****Ítem 11****Ítem 13**

Visto lo anterior, concluimos con lo siguiente:

Las adolescentes, tanto al estar embarazadas como al ser madres, consideran que “Tuenti” les ha permitido conocer nuevas amigas con su misma situación para compartir sus experiencias, siendo los resultados obtenidos son extraordinariamente similares en ambos momentos.

Las madres adolescentes, muestran una mayor preferencia a su grupo de la red social que las adolescentes embarazadas. Esto puede deberse a que, una vez transcurrido el embarazo, el grupo se ha afianzado, convirtiéndose en un pilar importante para cada uno de sus miembros.

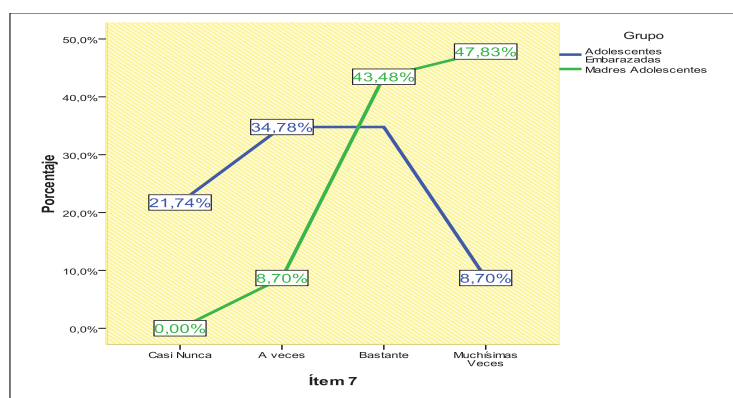
Las adolescentes manifiestan que utilizan más la red social como medio de desconexión de su vida diaria al ser madres que antes de serlo. No obstante, en ambos casos, hay una alta frecuencia de uso de esta red social en el tiempo de ocio.

Veamos a continuación, las diferencias entre los dos grupos atendiendo a si la red social “Tuenti” supone la búsqueda de información no científica en relación a su gestación o cuidado del bebé



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

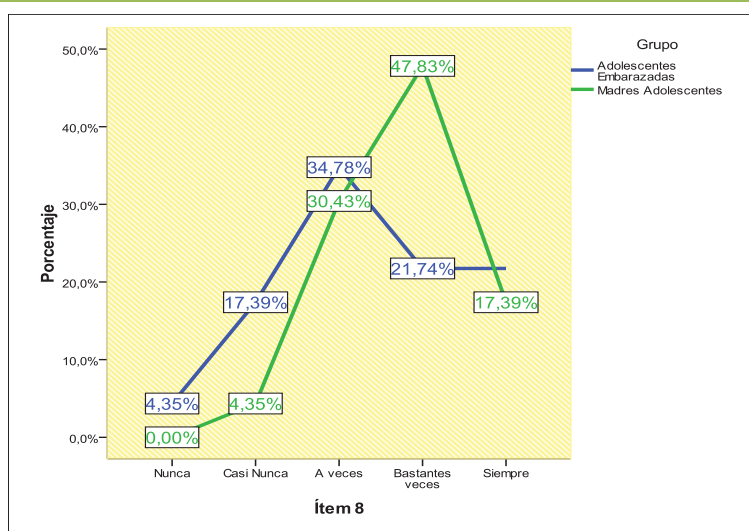
Ítem 7



Los datos obtenidos revelan que las adolescentes, una vez son madres, demandan del grupo de la red social “Tuenti” información acerca de la maternidad con una mayor frecuencia que cuando estaban embarazadas, lo cual se relacionaría directamente con el hecho de involucrarse más en dicho grupo. También encontramos que cuando ya son madres ninguna considera que casi nunca reciban consejos sobre sus bebés cuando se conecten. Esto es porque en estas páginas hay mayor información para madres adolescentes que para embarazadas.

A continuación analicemos las posibles diferencias existentes en cuanto a si la red social “Tuenti” constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, formas de pensar de las adolescentes embarazadas.

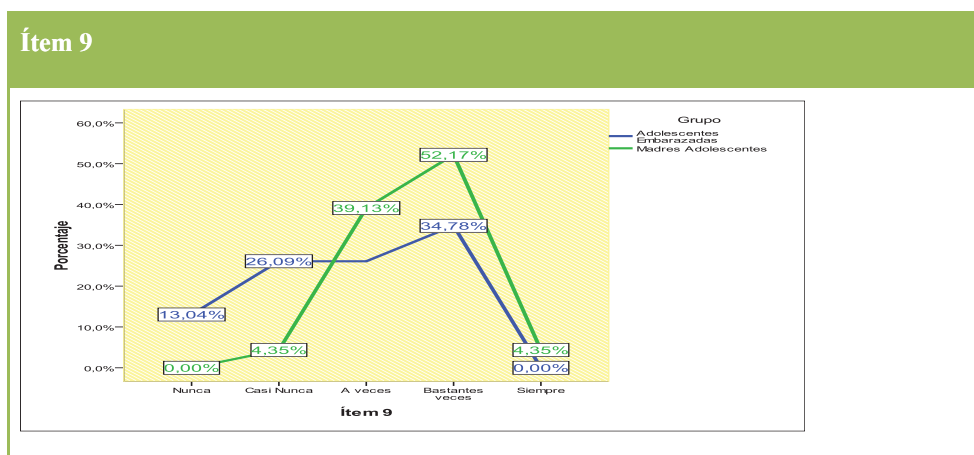
Ítem 8



**“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”**

Tal y como indican los datos, las adolescentes, al ser madres, expresan que se sienten más libres y seguras de sí mismas dentro del grupo, que, como hemos venido mencionando, estará más afianzado en esta segunda fase e inicio de la maternidad.

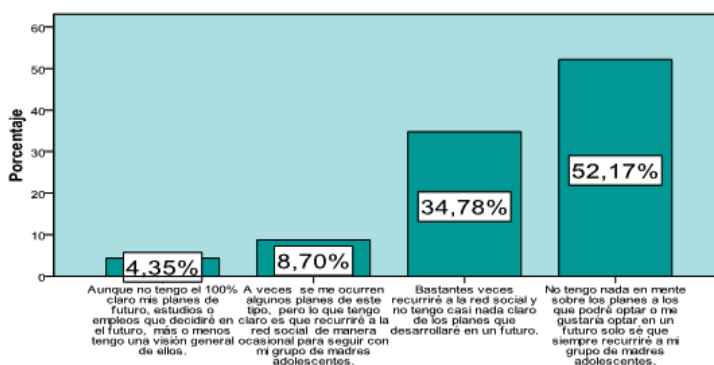
Vamos a analizar si esta red social permite a las madres adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo.



Tal y como indican los datos, hay una tendencia de las encuestadas a no mostrarse tal cual son, dentro de las redes sociales. Sin embargo, esta tendencia aumenta cuando ya son madres, de modo que, aunque se encuentren en un grupo cohesionado y firme, no muestran su verdadera personalidad.

Fruto de numerosas conversaciones y de manera ajena al cuestionario analizado al que acabamos de hacer referencia ahora, nos planteamos otra cuestión: ¿Las madres adolescentes que se refugian en esta red social se encuentran desorientadas a nivel académico y laboral?

Decidimos contrastar esta nueva hipótesis ajena al cuestionario anterior y descubrimos que siendo la misma muestra, se aceptaba, pues prácticamente la mitad de ellas contestaron que “no tenían nada en mente” en relación a sus planes de futuro. Ninguna tenía claro, al 100% los planes de futuro.



Como observamos, una gran mayoría no lo tiene nada claro, y recurre a su grupo de “Tuenti” como medio de evasión. Nos encontramos ante unas madres adolescentes rodeadas de una gran incertidumbre, creemos reforzada por la situación actual de crisis.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

CONCLUSIONES

Las madres adolescentes encuentran un mayor apoyo y un complemento seguro para encontrarse mejor con ellas mismas en esta red social, aumentando esa consideración con respecto a su embarazo.

Tanto durante su embarazo como actualmente, como madres adolescentes, han encontrado en Tuenti el medio donde poder expresar sus sentimientos, ideas y creencias.

La red social: "Tuenti" es un espacio de ocio. Se muestra como una opción más dentro del ocio. Su utilización dependerá sobretodo del estado anímico de las jóvenes.

Se ha producido un cambio en la consideración de la red social Tuenti en relación a la información no científica que proporciona. Cuando estas chicas estaban embarazadas, la búsqueda de consejos, opiniones en relación a su gestación o cuidado del bebé eran ciertamente más relevantes que ahora cuando son madres, donde ya no supone tanto el seguir fielmente lo que el grupo comenta sin que sea científicamente lo más recomendable para ellas. Tienen ya, además, la opción de expertos y especialistas como una opción más que aceptable.

Las madres se conectan más que cuando estaban embarazadas, pero son más cautas ante los consejos.

Tanto cuando estaban embarazadas como ahora siendo madres, su identidad objetiva que les devuelve la red no coincide con la autoidentidad que presentan las adolescentes de nuestra muestra.

A través de la red social, las adolescentes se manifiestan de una manera que no coincide con su propia percepción, presentan una imagen idealizada que no corresponde en muchos casos con la realidad. No obstante, se sienten libres de poder decidir.

Las madres adolescentes continúan e incluso aumentan el entusiasmo por mantener sus vínculos que comenzaron durante el embarazo.

El objetivo principal de esta investigación se ha cumplido ya que conocemos las motivaciones de las adolescentes ya madres de nuestra muestra a conectarse a la red social. Observamos con nitidez que hay un aumento de su vinculación a la red con respecto al embarazo, motivado tal vez por el refuerzo de los lazos con sus iguales.

Por último, queremos hacer una especial mención a aquellos sectores que tienen en sus manos la posibilidad (con sus conocimientos teóricos y prácticos) de poder proporcionar información adecuada, gestionar una comunicación fluida y personalizar la orientación a sus características, que como hemos visto desde el punto de vista académico y/o laboral, se encuentran todavía desorientadas. Por esto, tienen el derecho recibir un asesoramiento adecuado, de poder conocerse a sí mismas, de aprender a tomar decisiones y finalmente, de poder elegir la opción más adecuada a sus potencialidades.

Es la necesidad de ser diferente e igual y de manifestarlo tanto a nivel individual como a nivel social. A nivel individual, por la necesidad del "Yo" de afirmarse, de ser distinta, de diferenciarse de los demás. Se manifiesta por distintos rasgos: deseo de estar sola, necesidad de mantener los secretos, la forma de vestir, la manera de hablar, de pensar... necesitan ser y sentirse especiales, distintas y desean transformar el mundo para que éste sea diferente. Pero, a la vez sentirse iguales, siendo su núcleo de unión estas redes sociales. Las adolescentes desean ser oídas y merecen ser atendidas.



“LAS ADOLESCENTES, YA MADRES, Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES”

BIBLIOGRAFÍA

- Arcila, C. (2010). *La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 3 (1)
- Coleman, John. Leo B. Hendry. (1999) *Psicología de la adolescencia*, capítulo VII: la sexualidad del adolescente. Ediciones Morata
- Fajardo Caldera, M. I. (2002). *El despertar del deseo sexual en la adolescencia*. En *Psicología de la Infancia y de la Adolescencia: Nuevos Retos, nuevas respuestas* Pág. 269 a 275. En Fajardo Caldera y otros. Psicoex Badajoz
- Fajardo Caldera, M. I. Y otros (2003): *Factores personales y sociales que influyen en la decisión de ser madre en las diferentes etapas de la vida*. Psicoex.
- Fajardo Caldera; M.I (2003): Presiones internas y externas que operan en quien es el adolescente.
- Fajardo Caldera, M. I. (2004). *Presiones internas y externas que influyen en quién es el adolescente*. En *Fajardo Caldera y otros: Infancia y Adolescencia: Desarrollo psicológico y propuestas de Intervención*. PSICOEX. Pág. 33 a 51
- Fajardo Caldera, M. I., Casanueva Carmona, N. y otros (2011). *Aportaciones de las redes sociales a las adolescentes embarazadas*. Revista INFAD: International Journal of developmental and Educational Psychology. Desafíos y Perspectivas Actuales de la Psicología en el mundo de la adolescencia. Año XXIII; N° 1 - VOL.2- 2011, 381-393.