



## DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

### APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

**M<sup>a</sup> 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. Universidad de Extremadura. 924289481. Email: noe2409@hotmail.com

**M<sup>a</sup> Luisa Bermejo García.** Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura. 924289581. Ex. 86571. Email: mbermejo@unex.es

**M<sup>a</sup> Isabel Ruiz Fernández.** Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura. 924289482. E mail: miruiz@unex.es

**Fernando Fajardo Bullón.** Unex.es

*Fecha de recepción: 12 de enero de 2011*

*Fecha de admisión: 10 de marzo de 2011*

### RESUMEN

Este estudio pretende conocer la motivación que impulsa a las adolescentes embarazadas 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, investigar la influencia que ejerce la red sobre la vida de estas adolescentes, intentando verificar si gracias a estas redes las adolescentes embarazadas pueden aprender, colaborar y apoyarse mutuamente.

**PALABRAS CLAVES:** Adolescentes, embarazo, redes sociales, Tuenti, iguales.

### ABSTRACT

This study aims to find the motivation that drives pregnant girls to join and participate in social networks, specifically in the network: "Tuenti" as a bastion of escape today's most popular and known by the Spanish adolescents. In short, to investigate the influence of the network on the lives of these teenagers, trying to verify whether these networks by pregnant teens can learn, help and support each other.

**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 sobre la conexión a las redes sociales de las embarazadas adolescentes y la vinculación afectiva con su bebé. El artículo que presentamos se refiere solamente a las conexiones a dichas redes sociales.



## APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

La adolescencia es considerada por todos los expertos como un periodo en el que el individuo adquiere su capacidad reproductiva, transita desde los patrones psicológicos de la niñez a la adultez. Fija sus límites entre los 10 y 20-22 años aproximadamente, según el criterio que se utilice para su estudio en investigación. Nosotras hemos utilizado el criterio madurativo. En esta etapa considerada como la búsqueda de la identidad, las adolescentes (nos vamos a referir siempre en femenino por ser mujeres) necesitan del apoyo de sus iguales, ya que con ellas van a compartir pensamientos, sentimientos y expectativas de futuro. Las amigas, las iguales, suponen para las adolescentes una ayuda para conocerse mejor, un conocer sus propias transformaciones mirándose en la otra como un espejo, y ser importante para la otra en una época de inseguridad y dudas sobre la propia personalidad.

Podríamos decir que el vincularse con las amigas, desempeña dos funciones importantes:

Una fuente de apoyo para conseguir la independencia emocional de la familia, y la afirmación frente a los adultos y

Compartir experiencias con otras personas con los mismos problemas y una posición semejante en el mundo

Pero la amistad también supone para las adolescentes estimulación, en el sentido de que proporcionan información del mundo externo, intimidad y afecto, pero también disfrute, diversión e información por parte de las amigas de si sus manifestaciones conductuales son adecuadas o no.

Se considera embarazo no deseado a la concepción que se produce cuando ni la pareja ni ninguno de los que la forman lo desea conscientemente en el momento del acto sexual. Según la Sociedad Española de Contracepción entre un 60 o un 90% de las concepciones de adolescentes no son deseadas.

Con todo ello, no podemos tildar al embarazo no deseado y adolescente como un desastre irremediable e inevitable fruto de la situación actual sexual y social de los jóvenes, sino que Esteves y Menandro (2005) critican esta recurrencia constante a las consecuencias negativas del embarazo. "Todo ello depende de la capacidad de resiliencia, del apoyo familiar, en definitiva, de aspectos característicos de la personalidad que definen y conforman a la adolescente".

Todos somos conocedores de la importancia de las redes sociales para los adolescentes. Hemos querido investigar si las adolescentes embarazadas recurren a las redes sociales como búsqueda del conocimiento o del apoyo que encuentran entre las iguales, ya que como sabemos (Fajardo ) 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. En facebook también proliferan algunas páginas que buscan formar grupos alrededor de embarazadas adolescentes para desarrollar eventos, no obstante, no se da una comunicación fluida virtual como se puede observar en tuenti. Facebook suele asociarse a integrantes más adultos. 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, 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)"

Realmente las jóvenes embarazadas que encuentran "su espacio" en la red no se disponen a desarrollar un lenguaje formal, ni siquiera correcto, únicamente su objetivo es llegar al otro basándose en términos de una comunicación fluida.

Si abrimos cualquier contenido de esta red social aparecerán más de doce páginas vinculadas a madres adolescentes que comentan fotografías y buscan apoyo que tal vez carecen en el hogar. Lo



## DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

más sorprendente es que muchas de las páginas que suelen visitar, les enseñan desde qué hacer ante el cansancio, como ser capaz de decir que tienes un bebé, cuidados especiales que deben llevar las embarazadas adolescentes así como consejos de nutrición...

No obstante, nosotras sólo vamos a exponer en este artículo las motivaciones que les llevan a conectarse a la red.

### ESTUDIO EMPÍRICO

Nuestro objetivo es conocer y analizar las motivaciones que conducen a las embarazadas adolescentes a incorporarse y participar de la red social: tuenti.

Existiendo centros de planificación familiar para adolescentes donde pueden recibir información científica y otros tipos de apoyo, las gestantes adolescentes recurren a esta red social para buscar apoyo, información, compartir emociones etc.

### HIPÓTESIS

1ª Hipótesis: En la red social: "tuenti" la embarazada adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

2ª Hipótesis: La red social: "tuenti" es un espacio de ocio donde la embarazada adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales

3ª Hipótesis: La red social: "tuenti" supone la búsqueda de información no científica en relación a su gestación o cuidado del bebé.

4ª Hipótesis: La red social "tuenti" constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas y formas de pensar de las adolescentes embarazadas.

5ª Hipótesis: La red social permite a las adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo.

6ª Hipótesis Final: Fruto de la investigación y como resultado del análisis de las hipótesis anteriores formulamos una nueva hipótesis: El hecho de que la adolescente recurra con frecuencia a la red social tuenti cuando se encuentra mal guarda relación con el hecho de que en esta red social ha aprendido la forma de solucionar bastantes problemas, con la ayuda y el apoyo de otras adolescentes embarazadas en su misma situación.

### METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se ha efectuado:

1.- Una búsqueda de los diferentes grupos de madres adolescentes que aparecen vinculados a la red "tuenti".

2.- Una observación y análisis detallado de cada uno de los grupos de embarazadas adolescentes en "tuenti" para poder realizar un cuestionario adecuado a su realidad.

3.- Un cuestionario específicamente confeccionado para la investigación. Este permite observar la vinculación de estas chicas adolescentes embarazadas a la red social: "tuenti", pues es una manera sencilla y práctica de comprobar el apoyo efectivo.

El cuestionario construido de acuerdo a una escala Likert de cinco posibilidades de respuesta, consta de 16 ítems capaz de evaluar cogniciones, emociones y sentimientos relacionados con la integración de estas adolescentes en la red así como la convivencia y el desarrollo personal global de la adolescente embarazada.

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



## APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

### MUESTRA

La muestra ha sido de 23 adolescentes embarazadas españolas con edades comprendidas entre 15 y 19 años que perteneciendo a la red desearon colaborar con nuestra investigación. La muestra se eligió por conveniencia.

### METODOLOGÍA

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

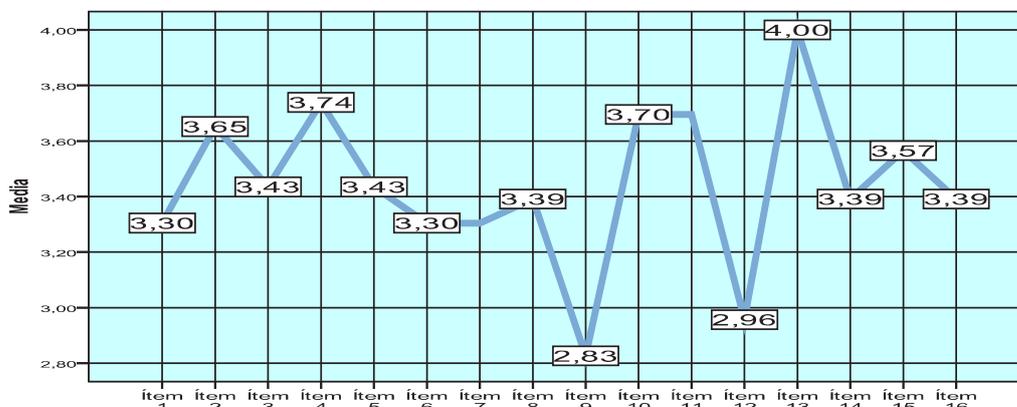
### ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Para realizar el Análisis de Fiabilidad del cuestionario, utilizamos el Alfa de Cronbach, obteniendo los siguientes resultados:

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.70             | 16             |

Gráfico 1: Media de Todos los Ítems



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 2, 4, 10 y 13.

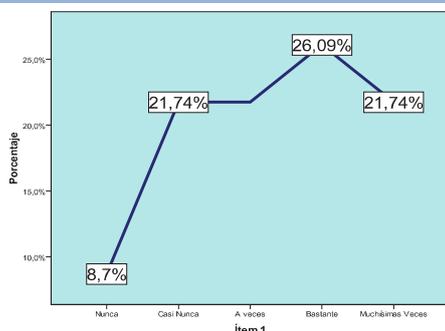
Contraste Hipótesis 1: En la Red Social "Tuenti", la embarazada adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

Para contrastar esta hipótesis, nos remitiremos a los ítems 1, 3, 4, 12, 14 y 15.



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

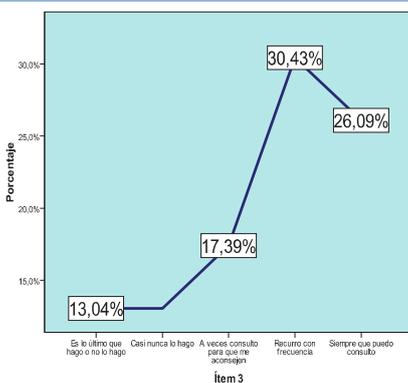
Ítem 1



Ítem 1

|                  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Nunca    | 2          | 8,7        | 8,7               | 8,7                  |
| Casi Nunca       | 5          | 21,7       | 21,7              | 30,4                 |
| A veces          | 5          | 21,7       | 21,7              | 52,2                 |
| Bastante         | 6          | 26,1       | 26,1              | 78,3                 |
| Muchísimas Veces | 5          | 21,7       | 21,7              | 100,0                |
| Total            | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

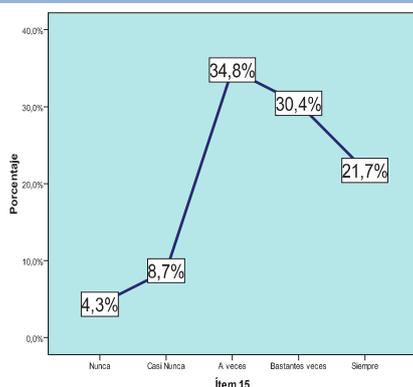
Ítem 3



Ítem 3

|  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Es lo último que hago o no lo hago | 3          | 13,0       | 13,0              | 13,0                 |
| Casi nunca lo hago                         | 3          | 13,0       | 13,0              | 26,1                 |
| A veces consulto para que me aconsejen     | 4          | 17,4       | 17,4              | 43,5                 |
| Recorro con frecuencia                     | 7          | 30,4       | 30,4              | 73,9                 |
| Siempre que puedo consulto                 | 6          | 26,1       | 26,1              | 100,0                |
| Total                                      | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

Ítem 15



Ítem 15

|                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Nunca   | 1          | 4,3        | 4,3               | 4,3                  |
| Casi Nunca      | 2          | 8,7        | 8,7               | 13,0                 |
| A veces         | 8          | 34,8       | 34,8              | 47,8                 |
| Bastantes veces | 7          | 30,4       | 30,4              | 78,3                 |
| Siempre         | 5          | 21,7       | 21,7              | 100,0                |
| Total           | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |



## APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

Una vez analizados los datos podemos extraer las siguientes conclusiones:

Conectarse a Tuenti provoca que la adolescente se sienta apoyada por el grupo y que, por tanto, se sienta mejor consigo misma. Esto justifica que recurra a la red con frecuencia en caso de malestar y tristeza. De esta forma, la red social en estos casos es utilizada como una vía de escape. A su vez, considera que la red social Tuenti, es un buen medio para aprender a solucionar diversos problemas, gracias a la comunicación y al apoyo grupal. No obstante, queda constancia en los datos que la joven sufre algunas decepciones en el seno de esta red social.

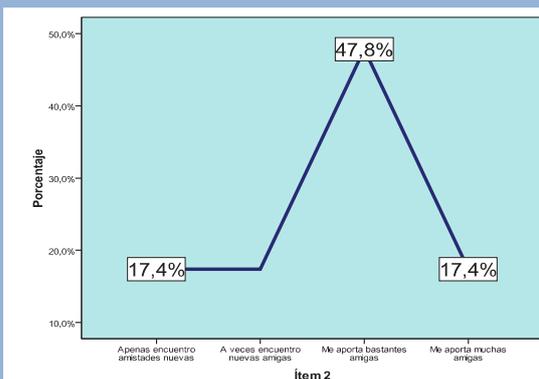
Por último, los resultados nos indican que la comunicación con el grupo de chicas embarazadas a través de tuenti supone un momento bastante agradable para la joven, posiblemente debido a que encuentra en él un lugar de expresión, de comprensión absoluta y donde puede ser apoyada por personas en su misma situación.

Por todo ello aceptamos la hipótesis de trabajo.

Contraste Hipótesis 2: La red social Tuenti es un espacio de ocio donde la embarazada adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales.

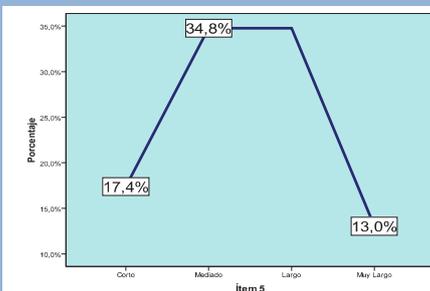
Para contrastar esta hipótesis nos remitiremos a los ítems 2, 5, 6, 10, 11 y 13.

### ítem 2



|         |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Apenas encuentro amistades nuevas | 4          | 17,4       | 17,4              | 17,4                 |
|         | A veces encuentro nuevas amigas   | 4          | 17,4       | 17,4              | 34,8                 |
|         | Me aporta bastantes amigas        | 11         | 47,8       | 47,8              | 82,6                 |
|         | Me aporta muchas amigas           | 4          | 17,4       | 17,4              | 100,0                |
| Total   |                                   | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

### Ítem 5

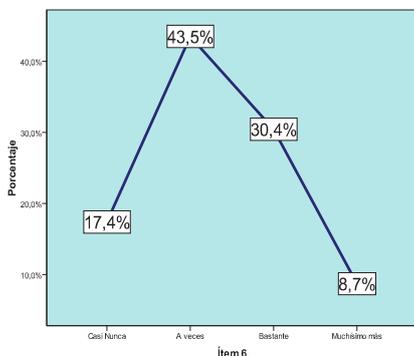


|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Corto     | 4          | 17,4       | 17,4              | 17,4                 |
|         | Mediado   | 8          | 34,8       | 34,8              | 52,2                 |
|         | Largo     | 8          | 34,8       | 34,8              | 87,0                 |
|         | Muy Largo | 3          | 13,0       | 13,0              | 100,0                |
| Total   |           | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

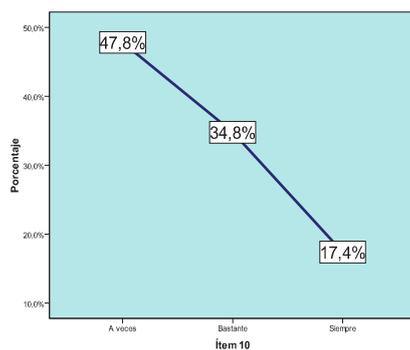
Ítem 6



Ítem 6

|         |               | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Nunca    | 4          | 17,4       | 17,4              | 17,4                 |
|         | A veces       | 10         | 43,5       | 43,5              | 60,9                 |
|         | Bastante      | 7          | 30,4       | 30,4              | 91,3                 |
|         | Muchísimo más | 2          | 8,7        | 8,7               | 100,0                |
| Total   |               | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

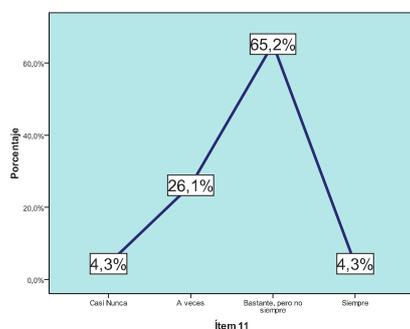
Ítem 10



Ítem 10

|         |          | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces  | 11         | 47,8       | 47,8              | 47,8                 |
|         | Bastante | 8          | 34,8       | 34,8              | 82,6                 |
|         | Siempre  | 4          | 17,4       | 17,4              | 100,0                |
| Total   |          | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

Ítem 11



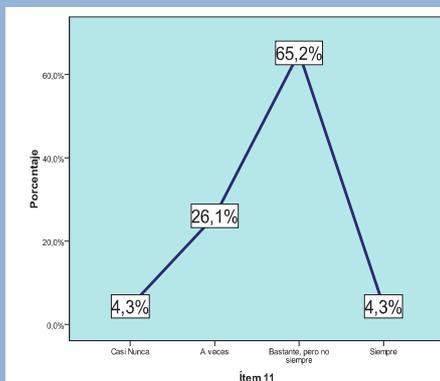
Ítem 11

|         |                           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Nunca                | 1          | 4,3        | 4,3               | 4,3                  |
|         | A veces                   | 6          | 26,1       | 26,1              | 30,4                 |
|         | Bastante, pero no siempre | 15         | 65,2       | 65,2              | 95,7                 |
|         | Siempre                   | 1          | 4,3        | 4,3               | 100,0                |
| Total   |                           | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |



## APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

### Ítem 13



### Ítem 13

|         |          | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces  | 6          | 26,1       | 26,1              | 26,1                 |
|         | Bastante | 11         | 47,8       | 47,8              | 73,9                 |
|         | Siempre  | 6          | 26,1       | 26,1              | 100,0                |
| Total   |          | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |

Como conclusiones de estos resultados podemos destacar:

La red social "Tuenti" aumenta considerablemente el número de amigas de la embarazada adolescente, con lo que puede ayudarle a encontrar a otras chicas en su misma situación.

El tiempo de pertenencia a la red social no es demasiado largo. No obstante, ninguna de las encuestadas muestra el deseo de borrarse de "Tuenti".

Tuenti se muestra como una opción más dentro del ocio. Su utilización dependerá sobre todo del estado anímico de la joven. Posiblemente, como veíamos en la hipótesis anterior, si la joven necesita apoyo es más común que recurra a este tipo de redes sociales en sus ratos libres, antes de realizar otro tipo de actividades que no tienen por qué mejorar su estado anímico.

La red social permite a la joven distraerse, con lo que en su tiempo libre frecuenta su uso.

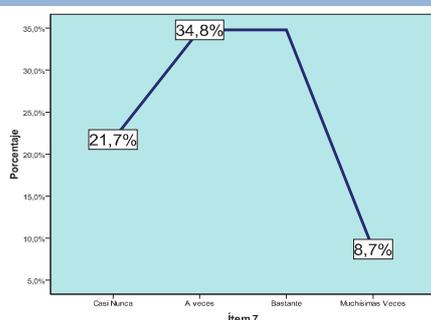
A su vez, encontramos que la joven se conecta igual o incluso más a "Tuenti" desde que está embarazada.

Por todo lo anterior, podemos inferir que Tuenti es un espacio de ocio para la embarazada, luego aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.

Contraste Hipótesis 3: La red social "Tuenti" supone la búsqueda de información no científica en relación a su gestación o cuidado del bebé".

Para el contraste de esta hipótesis, nos remitimos al ítem 7.

### Ítem 7



### Ítem 7

|         |                  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Casi Nunca       | 5          | 21,7       | 21,7              | 21,7                 |
|         | A veces          | 8          | 34,8       | 34,8              | 56,5                 |
|         | Bastante         | 8          | 34,8       | 34,8              | 91,3                 |
|         | Muchísimas Veces | 2          | 8,7        | 8,7               | 100,0                |
| Total   |                  | 23         | 100,0      | 100,0             |                      |



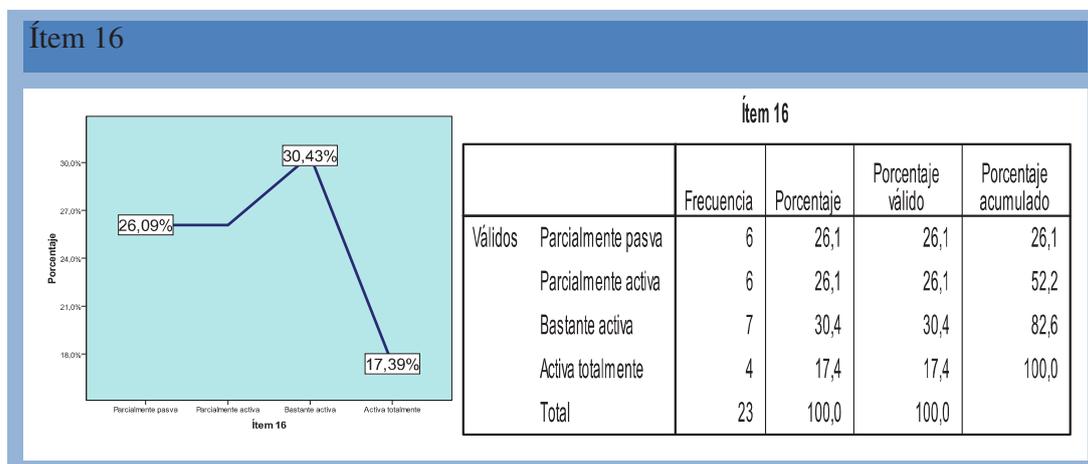
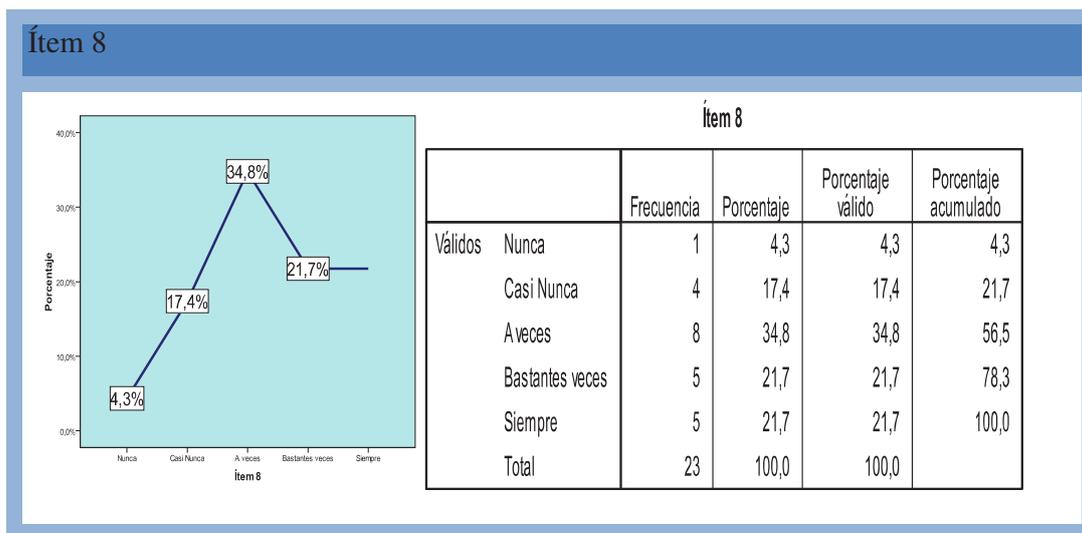
## DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

Tal y como se muestra en la tabla y en el gráfico, las adolescentes reciben cierta información y consejos acerca del cuidado del bebé cuando se conectan a la red tuenti y contactan con otras jóvenes en su misma situación.

El apoyo que supone esta red, tal y como quedaba reflejado en la primera hipótesis se correspondería con estos resultados. De esta forma, la adolescente se siente asesorada en bastantes ocasiones por personas no científicas, pero cuyas circunstancias son similares a la de la adolescente.

Contraste Hipótesis 4: La red social “tuenti” constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, formas de pensar de las adolescentes embarazadas.

El contraste de esta hipótesis se realizará en base a los ítems 8 y 16.



Una vez analizados los resultados, observamos que las jóvenes encuestadas, en general, consideran la red social “tuenti” como una herramienta que les permite expresarse libremente. A su vez, muestran una actitud activa dentro de la misma, no limitándose a ser meras receptoras de las aportaciones de los demás, sino que también manifiestan sus sentimientos, percepciones y emociones dentro de ella.



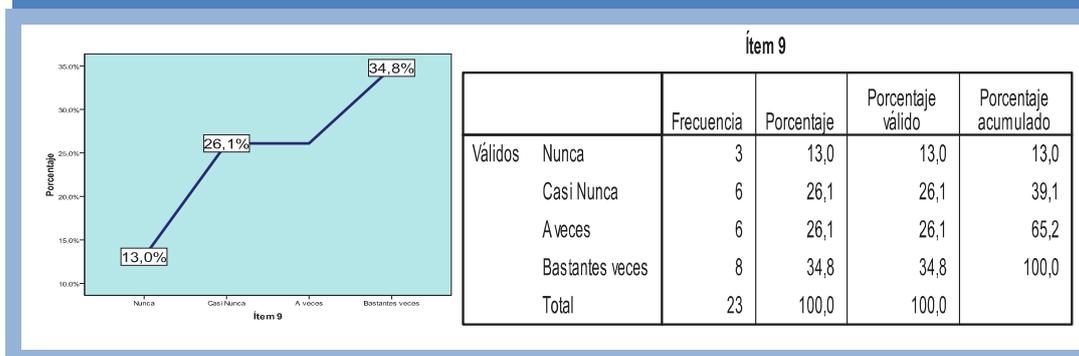
## APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

Por tanto, aceptamos la hipótesis de trabajo.

Contraste Hipótesis 5: La red social permite a las adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo.

Para contrastar esta hipótesis nos remitimos al ítem 9.

### Ítem 9



Teniendo en cuenta los resultados, las jóvenes encuestadas, en general, toman una identidad en la red que difiere a la adoptada en su vida cotidiana. Colocándose desde lo que le gustaría ser.

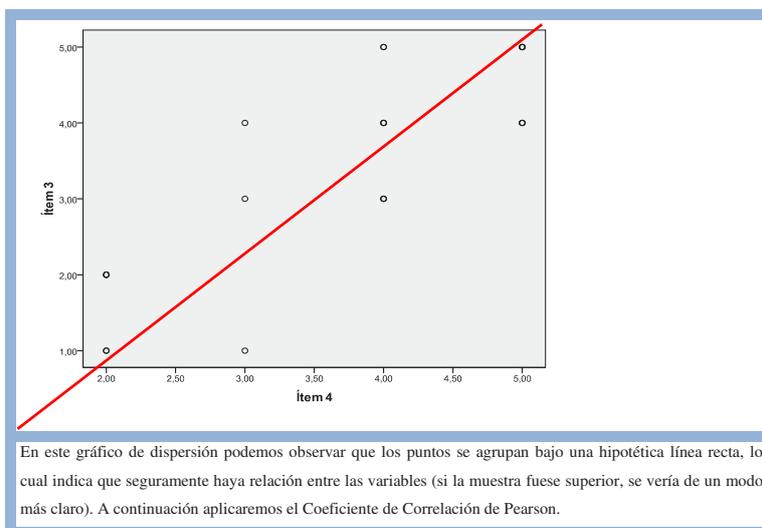
Esto se corresponde con la hipótesis planteada, luego la aceptamos.

Contraste Hipótesis 6: El hecho de que la adolescente recurra con frecuencia a la red social tienti cuando se encuentra mal guarda relación con el hecho de que en esta red social ha aprendido la forma de solucionar bastantes problemas, con la ayuda y el apoyo de otras adolescentes embarazadas en su misma situación

Al realizar el Alfa de Cronbach observamos las correlaciones de cada ítem con el resto. Así determinamos una correlación alta entre el ítem 3 y el ítem 4. Por tanto, se puede plantear una nueva hipótesis uniendo estos dos ítems.

Para contrastar esta hipótesis nos remitiremos al ítem 3 (en caso de encontrarme mal me conecto a la red) y 4 (en "tienti" he aprendido a solucionar problemas que tengo).

Utilizaremos el Coeficiente de Correlación de Pearson para observar de qué modo correlacionan estos dos ítems.





## DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA PSICOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ADOLESCENCIA

### CONCLUSIONES

1.- El objetivo principal de esta investigación se ha cumplido ya que conocemos las motivaciones de las adolescentes embarazadas de nuestra muestra a conectarse a la red social.

2.- Las embarazadas adolescentes encuentran un apoyo y complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma en esta red social. Ellas creen encontrar y aprender soluciones a sus dudas e inquietudes mediante la comunicación y al apoyo grupal. No obstante, las chicas en ocasiones sufren algunas decepciones en el seno de esta red social.

3.- La red social: "tuenti" es un espacio de ocio donde se entretienen nuestras adolescentes con el grupo de iguales. Tuenti se muestra como una opción más dentro del ocio. Su utilización dependerá sobre todo del estado anímico de la joven.

4.- La búsqueda de consejos, opiniones en relación a su gestación o cuidado del bebé de carácter no científico supone para ellas seguir fielmente lo que el grupo comenta sin que sea científicamente lo más recomendable para ellas.

5.- Las adolescentes han encontrado en tuenti el medio donde pueden expresar sus sentimientos, ideas y creencias.

6. La identidad objetiva que les devuelve la red a las gestantes no coincide con la autoidentidad que presentan las adolescentes de nuestra muestra. Es decir, a través de la red social 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.

7.- Los estados emocionalmente negativos lleva a las embarazadas adolescentes a la conexión a la red donde encuentran respuesta apoyo, y "posibles soluciones" a sus interrogantes.

A continuación, vamos a exponer aportaciones que creemos que son importantes para las instituciones sanitarias educativas y sociales.

Es fundamental conocer las necesidades que poseen las adolescentes gestantes que se conectan a las redes sociales, necesidades que, por un lado, son comunes a todas las adolescentes en general, a las embarazadas, pero por otro lado son específicas de cada una de ellas. Observamos la necesidad del grupo de iguales, de vivirse como adolescentes con sus propias necesidades, y no queriendo hacer consciente en determinadas ocasiones que su estado gestacional implica cambios en su cuidado, lo que influye en la forma de relacionarse con sus iguales, por ejemplo no pueden estar en el botellón y consumir alcohol como lo hacían hasta ahora.

Por ello la red les sirve, en muchas situaciones, para verbalizar sus frustraciones adolescentes, sus temores y buscar en el grupo de la red el apoyo y la solidaridad.

A nivel de la elección del grupo de la red, influye su propia seguridad, el apoyo familiar, la estabilidad emocional así como los estudios realizados.

Podemos terminar diciendo que la red social es el documento, el espejo, el medio tangible de los cambios físicos y personales de estas chicas. Es un testigo fiel de la transición de adolescentes a madres adultas en camino, y hacia lo que el futuro les va deparando.

### BIBLIOGRAFÍA

- Arcila, C. (2010). La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 3 (1)
- Cáceres González, J, Escudero Carranza Valentín. (2002) Relaciones de jóvenes y embarazos no deseados, Ediciones Pirámide
- Coleman, John. Leo B. Hendry. (1999) Psicología de la adolescencia, capítulo VII: la sexualidad del adolescente. Ediciones Morata



## **APORTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS**

- Colomer Revuelta, J. (2003) Prevención de embarazo no deseado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes. En Recomendaciones Previnfad / PAPPS
- CSIC (2006) Consejo superior de Investigaciones Científicas. Observatorio de Salud Reproductiva
- Delgado, Pérez M; Laura Barrios, Cámara Noelia y Zamora López Francisco, (2010) Maternidad adolescente en España, CSIC-UCM y Fundación española de Contraconcepción, Madrid.
- Delgado Pérez, Margarita (2006). Encuesta de fecundidad, familia y valores Centro de investigaciones sociológicas, Madrid.
- 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. (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. Y otros (2003): Factores personales y sociales que influyen en la decisión de ser madre en las diferentes etapas de la vida. Psicoex.
- Galdó Muñoz G. Catedrático de Pediatría F. de Medicina Universidad de Granada. (2001) Embarazo en la adolescencia. Actualidad Médica, 2001; 87: 161-194.
- González Tallón, Ana I; Gutiérrez Vozmediano, Alberto; López González, Jorge; Martín Alonso, Raquel; de la Torre Martín, Helena; Zazo Lázaro, M<sup>a</sup> Pilar (2010) Epidemiología y prevención del embarazo no deseado en adolescentes.
- Manual de salud reproductiva en la adolescencia Aspectos básicos y clínicos. Sociedad española de contraconcepción (2001).