



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

TESIS

**“EL IMPACTO DEL USO DE REDES SOCIALES EN LA
AUTOESTIMA DE ADOLESCENTES DE LA CIUDAD DE
CASMA, ANCASH 2020”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Calidad de vida, resiliencia y bienestar psicológico

Presentado por:

Julia Emery Chavez Dueñas

Tesis desarrollada para optar el Título de Licenciada en
Psicología

Docente asesor:

Mg. Jorge Raúl Ponce Aliaga

Código Orcid N° 0000-0003-3782-3548

Chincha, Ica, 2021

Asesor

Mg. Jorge Raúl Ponce Aliaga

Miembros del jurado

- Dr. Lorenzo Edmundo Gonzales Zavaleta
- Dr. William Esteban Chu Estrada
- Mg. Susana Marleni Atuncar Deza

DEDICATORIA

A las personas que me dieron muestras de coraje, valentía, humildad y no juzgamiento, a lo largo de la carrera.

A los adolescentes que participaron en esta investigación.

RESUMEN

Objetivos: Establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.

Material y método: El estudio se realizó bajo el diseño no experimental, considerando las variables uso de redes sociales y autoestima, las cuales no fueron manipuladas y se mantuvieron durante la elaboración del trabajo, así también, el registro es de tipo transversal, debido a que se manifestó durante el 2020. La población estudiada corresponde a los adolescentes de ambos sexos, de entre 14 y 17 años, residentes de la ciudad de Casma; a quienes se aplicaron los instrumentos basados en las 2 variables identificadas.

Población: Adolescentes de ambos sexos, de entre 14 y 17 años, residentes de la ciudad de Casma en el año 2020; teniendo un total de 2141 adolescentes. Se contó con la participación de 159 adolescentes de la ciudad de Casma durante el año 2020.

Resultados: En relación con la hipótesis general planteada: “El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.”; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis; presentándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima, igual a 0.427.

Conclusiones: Con base al objetivo general planteado, se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la segunda variable.

Palabras clave: Uso de redes sociales, autoestima, adolescentes, Casma.

ABSTRACT

Objectives: To establish the impact of the social networks using level on adolescents' self-esteem between 14 and 17 years old from Casma city, within Ancash Region during 2020.

Material and method: This study was carried out under a non-experimental design, considering the variables social networks using and self-esteem, which were not manipulated and were maintained during the preparation of the study. Moreover, the registry is cross-sectional type because it was manifested during 2020. The population studied corresponds to adolescents of both sexes, between 14 and 17 years old, residents from Casma city; to whom the instruments based on the 2 identified variables were applied.

Population: Adolescents of both sexes, between 14 and 17 years old, residents from Casma city in 2020; having a total of 2,141 adolescents. 159 adolescents from Casma city participated in 2020.

Results: Regarding the general hypothesis raised: "The social networks using level significantly impacts adolescents' self-esteem between 14 and 17 years from Casma city, Ancash Region during the year 2020."; the verification of that hypothesis can be evidenced through the data; resulting a positive and significant correlation between social networks using and self-esteem, equal to 0.427.

Conclusions: Based on the general objective set, it was determined that the level of social networks using impacts self-esteem, finding a significant and positive relationship between the first variable and the second variable.

Keywords: Social network using, self-esteem, Casma.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
INDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE TABLAS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1 Descripción del problema.....	15
2.2 Pregunta de investigación general.....	19
2.3 Preguntas de investigación específicas.....	19
2.4 Objetivo general.....	20
2.5 Objetivos específicos.....	20
2.6 Justificación e importancia.....	20
2.7 Alcances y limitaciones.....	20
III. MARCO TEORICO.....	23
3.1 Antecedentes.....	23
3.2 Bases teóricas.....	29
3.3 Identificación de las variables.....	46
IV. METODOLOGIA.....	48
4.1 Tipo y nivel de investigación.....	48
4.2 Diseño de la investigación.....	48
4.3 Operacionalización de variables.....	49
4.4 Hipótesis general y específicas.....	49
4.5 Población – muestra.....	50

4.6 Técnicas e instrumentos: validación y confiabilidad.....	52
4.7 Recolección de datos.....	57
4.8 Técnicas de análisis e interpretación de datos.....	57
V. RESULTADOS.....	58
5.1 Presentación de resultados.....	58
5.2 Interpretación de los resultados.....	92
VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	119
6.1 Análisis de los resultados.....	119
6.2 Comparación resultados con antecedentes.....	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	122
BIBLIOGRAFIA	125
ANEXOS.....	129
ANEXO 1: Matriz de Consistencia	130
ANEXO 2: Matriz de Operacionalización de variables	132
ANEXO 3: Instrumento de medición.....	133

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	49
Tabla 2 Ficha técnica del Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS).....	53
Tabla 3 Ficha técnica del Inventario de autoestima de Coopersmith...	55
Tabla 4 Categorización de los resultados del coeficiente Alfa de Cronbach.....	56
Tabla 5 Estadísticas de fiabilidad – Uso de redes sociales.....	58
Tabla 6 Estadísticas de total de elemento - Obsesión por las redes sociales.....	58
Tabla 7 Estadísticas de total de elemento - Falta de control personal en el uso de las redes sociales.....	59
Tabla 8 Estadísticas de total de elemento - Uso excesivo de las redes sociales.	59
Tabla 9 Estadísticas de fiabilidad - Autoestima.....	60
Tabla 10 Estadísticas de total de elemento – Personal.....	61
Tabla 11 Estadísticas de total de elemento – Social.....	62
Tabla 12 Estadísticas de total de elemento – Familiar	62
Tabla 13 Estadísticas de total de elemento – Académica.....	63
Tabla 14 Estadísticos - Edad.....	64
Tabla 15 Frecuencia de Edad.....	64
Tabla 16 Frecuencia de Sexo.....	64
Tabla 17 Frecuencia de Grado y Sección.....	65
Tabla 18 Frecuencia de Necesito Cada Vez Más Tiempo Para Atender Mis Asuntos Relacionados con las Redes Sociales.....	65
Tabla 19 Frecuencia de El Tiempo que Antes Destinaba Para Estar Conectado(A) a las Redes Sociales ya no Me Satisface, Necesito Más.	66
Tabla 20 Frecuencia de No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.....	66
Tabla 21 Frecuencia de Me Pongo de Malhumor si no Puedo Conectarme a las Redes Sociales.....	66

Tabla 22 Frecuencia de Me Siento Ansioso(a) Cuando No Puedo Conectarme a las Redes Sociales.....	67
Tabla 23 Frecuencia de Puedo Desconectarme de las Redes Sociales Por Varios Días.....	67
Tabla 24 Frecuencia de Aun Cuando Desarrollo Otras Actividades, no Dejo de Pensar en lo Que Sucede en las Redes Sociales.....	67
Tabla 25 Frecuencia de Descuido a Mis Amigos o Familiares por estar Conectado(a) a las Redes Sociales.....	68
Tabla 26 Frecuencia de Mi pareja, o Amigos, o Familiares; Me Han Llamado la Atención por mi Dedicación y el Tiempo que Destino a las Cosas de las Redes Sociales.....	68
Tabla 27 Frecuencia de Cuando Estoy en Clase Sin Conectar con las Redes Sociales, me Siento Aburrido(a)	68
Tabla 28 Frecuencia de Apenas Despierto ya Estoy Conectándome a las Redes Sociales.....	69
Tabla 29 Frecuencia de Pienso en lo que Puede Estar Pasando en las Redes Sociales.....	69
Tabla 30 Frecuencia de Pienso en que Debo Controlar mi Actividad de Conectarme a las Redes Sociales.....	69
Tabla 31 Frecuencia de Me Propongo Sin Éxito, Controlar Mis Hábitos de Uso Prolongado e Intenso de las Redes Sociales.....	70
Tabla 32 Frecuencia de Descuido las Tareas y los Estudios por Estar Conectado(a) a las Redes Sociales.....	70
Tabla 33 Frecuencia de Creo Que es un Problema la Intensidad y La Frecuencia con La Que Entro y Uso La Red Social.....	70
Tabla 34 Frecuencia de Siento una Gran Necesidad de Permanecer Conectado (a) a las Redes Sociales.....	71
Tabla 35 Frecuencia de Entrar y Usar las Redes Sociales me Produce Alivio, me Relaja.....	71
Tabla 36 Frecuencia de Cuando Entro a las Redes Sociales Pierdo el Sentido del Tiempo.....	71
Tabla 37 Frecuencia de Generalmente Permanezco Más Tiempo en las Redes Sociales, del que Inicialmente Había Destinado.....	72

Tabla 38 Frecuencia de Invierto Mucho Tiempo del Día Conectándome y Desconectándome de las Redes Sociales.....	72
Tabla 39 Frecuencia de Permanezco Mucho Tiempo Conectado(a) a las Redes Sociales.....	72
Tabla 40 Frecuencia de Estoy Atento(a) a las alertas que Me Envían Desde las Redes Sociales a mi Teléfono o a la Computadora.....	73
Tabla 41 Frecuencia de Aun Cuando Estoy en Clase, me Conecto con Disimulo a las Redes Sociales.....	73
Tabla 42 Frecuencia de Las Cosas Mayormente no me Preocupan....	74
Tabla 43 Frecuencia de Hay muchas Cosas Sobre mí Mismo (a) que Cambiar si Pudiera.....	74
Tabla 44 Frecuencia de Puedo Tomar Decisiones sin Muchas Dificultades.....	74
Tabla 45 Frecuencia de me Toma Bastante Tiempo Acostumbrarme a algo Nuevo.....	74
Tabla 46 Frecuencia de Me Rindo Fácilmente.....	75
Tabla 47 Frecuencia de Es Bastante Difícil Ser Yo Mismo (a)	75
Tabla 48 Frecuencia de Mi Vida es Complicada.....	75
Tabla 49 Frecuencia de Tengo una Pobre Opinión Acerca de mí Mismo (a)	75
Tabla 50 Frecuencia de Físicamente No Soy Tan Simpático (a) como La Mayoría de Personas.....	76
Tabla 51 Frecuencia de si Tengo Algo que Decir, Generalmente lo Digo.....	76
Tabla 52 Frecuencia de Generalmente Desearía Ser Otra Persona.....	76
Tabla 53 Frecuencia de No se Puede Confiar en Mí.....	76
Tabla 54 Frecuencia de Estoy Seguro (a) de Mí Mismo (a).....	77
Tabla 55 Frecuencia de Paso Bastante Tiempo Soñando Despierto (a).....	77
Tabla 56 Frecuencia de Desearía Tener Menos Edad.....	77
Tabla 57 Frecuencia de Alguien Siempre Debe Decirme lo que Debo Hacer.....	77
Tabla 58 Frecuencia de Generalmente me Arrepiento de las Cosas que Hago.....	77

Tabla 59 Frecuencia de Generalmente Puedo Cuidarme Solo (a).....	78
Tabla 60 Frecuencia de Soy Bastante Feliz.....	78
Tabla 61 Frecuencia de Me Comprendo a mí Mismo (a).....	78
Tabla 62 Frecuencia de Soy una Persona Divertida.....	78
Tabla 63 Frecuencia de Soy Popular Entre los Chicos (as) de mi Edad.	67
Tabla 64 Frecuencia de los (as) Chicos (as) Generalmente Aceptan Mis Ideas.....	79
Tabla 65 Frecuencia de La Mayoría de Personas Caen Mejor de lo Que Yo Caigo.....	79
Tabla 66 Frecuencia de Caigo Bien Fácilmente.....	79
Tabla 67 Frecuencia de Preferiría Jugar con Niños (as) Más Pequeños (as) que Yo.....	80
Tabla 68 Frecuencia de No Me Gusta Estar con Otras Personas.....	80
Tabla 69 Frecuencia de Los (as) Chicos (as) Generalmente se la Agarran Conmigo.....	80
Tabla 70 Frecuencia de en Casa me Fastidio Fácilmente.....	80
Tabla 71 Frecuencia de Mis Padres Generalmente Toman en Cuenta Mis Sentimientos.....	81
Tabla 72 Frecuencia de Mis Padres Esperan Demasiado de Mí.....	81
Tabla 73 Frecuencia de Muchas Veces me Gustaría Irme de Casa.....	81
Tabla 74 Frecuencia de Mis Padres me Comprenden.....	81
Tabla 75 Frecuencia de Generalmente Siento que mis Padres me Estuvieran Presionando.....	82
Tabla 76 Frecuencia de Mis Padres y Yo Nos Divertimos Mucho Juntos.....	82
Tabla 77 Frecuencia de Nadie me Presta Mucha Atención en Casa....	82
Tabla 78 Frecuencia de me Resulta muy Díficil Hablar Frente a la Clase.....	82
Tabla 79 Frecuencia de Generalmente Me Siento Aburrido (a) en la Escuela.....	83
Tabla 80 Frecuencia de Generalmente me Siento Desmoralizado (a) en la Escuela.....	83
Tabla 81 Frecuencia de Estoy Orgulloso (a) de mi Rendimiento en la Escuela.....	83

Tabla 82 Frecuencia de Estoy Haciendo lo Mejor que Puedo.....	83
Tabla 83 Frecuencia de Me Gusta Cuando me Llaman a la Pizarra.....	84
Tabla 84 Frecuencia de No me Está Yendo tan Bien en la Escuela como Quisiera.....	84
Tabla 85 Frecuencia de Mis Profesores me Hacen Sentir que no Soy lo Suficientemente.....	84
Tabla 86 Frecuencia de Nunca me Preocupo de Nada.....	84
Tabla 87 Frecuencia de Siempre Hago lo Correcto.....	85
Tabla 88 Frecuencia de Nunca Estoy Contento (a)	85
Tabla 89 Frecuencia de Me Gustan Todas las Personas que Conozco.	85
Tabla 90 Frecuencia de Nunca me Llaman la Atención.....	85
Tabla 91 Frecuencia de Puedo Tomar una Decisión y Mantenerla.....	86
Tabla 92 Frecuencia de Realmente no me Gusta Ser un (a) Adolescente.....	86
Tabla 93 Frecuencia de Nunca Soy Tímido (a).....	86
Tabla 94 Frecuencia de Generalmente me Avergüenzo de mí Mismo (a).....	86
Tabla 95 Frecuencia de Siempre Digo la Verdad.....	87
Tabla 96 Frecuencia de No Me Importan lo que Me Pase.....	87
Tabla 97 Frecuencia de Soy un Fracaso.....	87
Tabla 98 Frecuencia de Me Fastidio Fácilmente Cuando Me Regañan.	87
Tabla 99 Frecuencia de Siempre sé lo que Debo Decir a las Personas..	88
Tabla 100 Correlación entre las dimensiones de la variable uso de redes sociales.....	88
Tabla 101 Correlación entre las dimensiones de la variable autoestima.....	89
Tabla 102 Correlación entre las variables uso de redes sociales y autoestima.....	90
Tabla 103 Correlaciones entre las dimensiones de las variables uso de redes sociales y autoestima.....	91

I. INTRODUCCIÓN

Según lo que expresa Kemp (2018), mundialmente un 75 % de los individuos que poseen acceso a internet representan a usuarios en actividad dentro de las redes sociales; lo que significa el 42% de los habitantes a nivel global. Dentro de ese contexto, (Del Prete & Redon Pantoja, 2020) y según mencionan Ruiz-Corbella & Juanas-Oliva (2013), las redes sociales se configuran como sostenes determinantes para interrelacionarse con el resto. Así y de acuerdo a lo referido por Castaño (2012); Gértrudix, Borges & García (2017), la interrelación que se presenta entre lo particular y lo comunitario, entre la noción y la simbolización de la identidad, adquieren particular importancia en la evolución madurativa de los y las adolescentes; para los que dichos entornos se han transformado en un lugar esencial para socializar. Además según expresan Jackson, Von-Eye, Fitzgerald, Zhao, & Witt (2010); Zacarés, Iborra, Tomás, & Serra (2009), las redes inciden en el modo de presentarse ante la sociedad, además del reforzamiento de su subjetivismo, en permanente procura de ratificación, consentimiento y aprobación (Del Prete & Redon Pantoja, 2020).

De otra parte, se conoce que tanto la adolescencia y juventud, se han distinguido por representar una etapa de transformaciones, así como una fragilidad invariable en relación con el crecimiento de las personas. En ese sentido, de acuerdo con las investigaciones de Marcia (1966, 1980), se han hallado vínculos entre los aspectos de identificación, autoestima, juicio moral y los esquemas de comportamiento; y según mencionan Kroger (2003), citado en Papalia; Wendkos & Dustin (2009), sobre la base de otras diversas investigaciones, se han establecido variables individuales y familiares vinculadas con los aspectos de identificación. En dicho contexto, además resulta conocido el rol que ha desempeñado la tecnología en la actualidad, debido a que el modo de comunicación de numerosos

adolescentes y jóvenes se ha visto transformado debido al estallido de las tecnologías de la comunicación en línea (mensajes de texto, correo electrónico y mensajería instantánea), además de los espacios de redes sociales, tales como Facebook. Al respecto, Papalia, Wendkos & Duskin (2009), agregan además que como conjunto, tanto adolescentes como jóvenes, representan a los consumidores esenciales de tecnologías de interrelación a nivel social (Rodríguez Peña & Moreno Almazán, 2019).

Asimismo, es importante considerar que el contexto actual de la pandemia mundial de Covid-19, ha incrementado el uso de estas tecnologías y redes sociales en toda la población nacional y local.

Debido a lo previamente expresado, y tomando en cuenta la importancia que posee el uso de redes sociales entre los adolescentes, se desarrolla el presente trabajo, con el objetivo de analizar el vínculo existente entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de la ciudad de Casma, ubicada en la región Ancash. De este modo, se brindará una significativa contribución para el manejo psicológico de conductas negativas en relación con la autoestima entre los adolescentes, contribuyendo a su bienestar y sano desarrollo a nivel emocional.

II. PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La aparición de los teléfonos Smart y las redes sociales digitales ha denotado el fenómeno de la etapa digital, conllevando a la alteración en el medio de comunicación y compartimiento de información. En general, esto se debe al gran reconocimiento tecnológico obtenido por los usuarios, transformándolas en instrumentos progresivamente claves en el día a día de las personas (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017). Primigeniamente, las redes sociales fueron definidas Lozarez (1996) el cual las conceptualiza como “un grupo organizado de personas y/o comunidades globales que coexisten unos a otros mediante una conexión o conjunto de conexiones. A partir de ese punto, las redes sociales se han convertido en una manifestación que acontece a nivel mundial, el cual se extiende como estructuras libres en íntegra edificación de ellas mismas, del mismo modo que las personas que las emplean. Sin embargo, conforme indican Del Castillo et al. (2019), debido al auge de internet, lo cual trajo como consecuencia el surgimiento de redes sociales como Twitter, Facebook y WhatsApp, el concepto de redes sociales se ha inclinado hacia las mismas, motivado por las contemplaciones del porqué fueron desarrolladas (Pomahuacre et al., 2020).

Con el paso del tiempo, la innovación tecnológica ha evolucionado extraordinariamente y, con ella, la utilización de redes sociales, siendo de uso masivo particularmente en adolescentes; esta forma de comunicación puede ser utilizada de diversas formas, entre ellas, la utilización con control y medida en la comunicación y conversaciones entre compañeros y parientes; para enterarse de los acontecimientos más relevantes de la ciudadanía; recursos

utilizados para localizar individuos que comparten afinidades pasatiempos e intereses comunes, generando un círculo virtual; asimismo, es factible el localizar prontamente publicaciones, videos, páginas o grupos sobre un contenido en particular, comunicarse con individuos capacitados, acceder a tutoriales, libros virtuales adecuados en su labor académica; examinar datos, la realización de las labores y obtener algunas respuestas acerca del acontecer mundial (Carmen Alva et al., 2017).

Por otro lado, las redes sociales también pueden tener influencia negativa en los adolescentes debido a su uso indiscriminado, el que usualmente desencadena en adicción, exclusión social y dificultades en el hogar; apartando frecuentemente ejercicios que conducen a una adecuada mejora individual, familiar y social. Esta forma de proceder los expone a peligros, tales como, a vincularse con individuos desconocidos los cuales pueden ocasionarles daño, sumado a ello, la simplificación de accesibilidad a contenidos sexuales, entre ellos la pornografía o copiar prácticas no apropiadas. La conducta del adolescente se encuentra influenciado fuertemente por las redes sociales, ello se debe a que éstos se encuentran en la etapa de definición de su identidad individual e incorporación a su medio social, en esta línea es importante la guía en su proceso de desarrollo para garantizar el uso apropiado de las mismas (Carmen Alva et al., 2017).

El desarrollo de la globalización ha impactado en los mecanismos de comunicación; los cuales desempeñan la actividad significativa de propagar en cada lugar del planeta la información del acontecer actual. Este efecto de desarrollo tecnológico es producido por las redes sociales e impactan en la conducta de los adolescentes, además de la comunicación entre ellos y sus semejantes; manteniéndose vigentes como entretenimiento dentro de la

comunidad juvenil. Nuestra nación no ha sido indiferente a esta nueva línea, aunque el aspecto tecnológico no se encuentre tan desarrollado como en los países llamados primermundistas; siendo éste el que produce variaciones representativas en el modo de sociabilizar, particularmente a nivel de los comportamientos y vínculos dados de forma interpersonal en el medio familiar, pedagógico y social (Carmen Alva et al., 2017).

Por su parte Arab y Díaz (2015), refieren que un gran número de individuos en el planeta utilizan excesivamente internet y la tecnología, habiéndose convertido en una parte de sí mismos, puesto que, es un método de vanguardia de comunicación e interrelación con sus homólogos; sin embargo, la llegada de diversas aplicaciones tecnológicas ha provocado prácticas con un impacto adictivo en la población juvenil. Diversos autores destacan la alta accesibilidad de los adolescentes a las redes sociales, tornándose en ellos un vicio y hábito más que una necesidad de estar interconectados, efectuándose por medio de una máquina, entre ellos, la computadora, el celular, la tablet, entre otros (Carmen Alva et al., 2017).

En particular, respecto al incremento del uso de redes sociales, los autores Pérez y Ortiz (2015, citado por Alarcón, Meza y Mendoza, 2017) refieren que ellas han alcanzado un gran desarrollo, según el informe de The Statistics Portal, donde se afirma que Facebook es la red social de mayor uso desde el año 2015, el cual cuenta con usuarios que sobrepasan el billón de individuos registrados en el planeta, con más de mil millones de clientes inscritos, además, los usuarios registrados en Twitter sobrepasan los 284 millones de inscritos. Considerando las cifras anteriores, se destaca que con fines pedagógicos o no pedagógicos la utilización de las redes sociales se tornó un hábito en individuos jóvenes (Carmen Alva et al., 2017).

De otra parte, de acuerdo con lo expresado por Branden (1995), la autoestima se define como “el juicio que se emite en cuanto a las actitudes de uno mismo, para cumplir las exigencias, conociendo las necesidades y carencias propias, aprendiendo a disfrutar el resultado del esfuerzo que se realiza en la vida diaria, siendo la experiencia parte esencial para llevar una vida significativa”. En ese sentido, según manifiestan Herrera, Pacheco, Palomar & Zavala (2010), el empleo permanente de las redes sociales, se vincula a la prevalencia de depresión, carencia de competencias sociales y baja autoestima, exhibiendo una apreciación desvalorizada de su autoconcepto, su semblante físico / intelectual, manifestándose desamparados y conservando una valoración menoscabada sobre sus vínculos interpersonales (Challco Huaytalla et al., 2016).

En dicho contexto, la ciudad de Casma, ubicada dentro del Distrito de Casma. Provincia de Casma en la Región Ancash, se trata de una ciudad de tipo horizontal, que presenta una reducida densidad y desorganización en su expansión urbana. Como tal la ciudad significa el 53% de la población de la provincia, teniendo una tasa de crecimiento de 1.5, superior a la provincial, con lo que alcanza una población de 30,057 habitantes (Municipalidad provincial de Casma, 2017).

De otra parte, según información brindada por el INEI (2017) en su último censo, dentro de su estructura poblacional, los adolescentes entre 14 y 17 años de la zona urbana del distrito de Casma representan un total de 2,141 personas, significando el 6.50% del total poblacional. Dentro de este grupo etario, usuarios recurrentes de redes sociales, resulta relevante el determinar cómo el nivel de uso de dichas redes impacta en la presencia de manifestaciones relacionadas con su autoestima.

2.2 PREGUNTA DE INVESTIGACION GENERAL

En función al planteamiento del problema que ha sido explicado mediante el acápite anterior; se formuló el problema, a través de la siguiente pregunta de investigación general.

¿Cuál es el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?

2.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION ESPECIFICAS

- ¿Cuál es el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?
- ¿Cuál es el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?
- ¿Cuál es el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?
- ¿Cuál es el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?

2.4 OBJETIVO GENERAL

Establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.

2.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- Examinar el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- Analizar el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- Explicar el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.

2.6 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

El trabajo de investigación encuentra su importancia práctica ya que a través de su desarrollo resulta posible el establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de

la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020; y de este modo poder incrementar la comprensión obtenida sobre el rol que cumple el nivel de uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes; pudiendo de esta forma determinar aquellos instrumentos que resulten más eficientes para poder proporcionar métodos de autocontrol y encaminar el uso de las redes sociales, hacia un enfoque positivo que pueda influenciar de modo beneficioso en la salud emocional de los adolescentes. Del mismo modo la investigación posee importancia valorativa, en la medida que, al ser capaces de establecer la clase de vínculo presente entre el nivel de uso de las redes sociales y la autoestima entre los adolescentes de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020, será factible el implementar modelos que respalden estudios posteriores; proporcionando sustento metodológico para una apropiada autogestión entre los adolescentes, acerca del nivel de uso de redes sociales, a través de procesos de orientación dentro de las instituciones. De esta forma, resultará factible aumentar el bienestar psicológico y simultáneamente, optimizar la calidad de vida de la población adolescente en general.

2.7 ALCANCES Y LIMITACIONES

La investigación se encuentra orientada a identificar el impacto de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes; y dentro de este esquema, resulta legítimo el nivel de los hábitos de consumo de redes sociales, entre los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash, durante el año 2020. En ese sentido, la investigación se aplicó a los

adolescentes de ambos sexos en dicho rango de edad y se encontrará circunscrita al año 2020.

La investigación contiene entre otras, las siguientes limitaciones:

- **Fuentes primarias:** Se encuestará a los estudiantes durante horario escolar para aminorar la tasa de no respuesta. Sin embargo, la falta de inclinación de los adolescentes a contestar las preguntas planteadas en el cuestionario propuesto podría incidir en los resultados obtenidos a partir de la información recogida durante la aplicación del mismo.
- **Fuentes secundarias:** Falta de estudios a nivel nacional que postulen explícitamente el vínculo entre las variables de investigación bajo estudio.

III. MARCO TEORICO

3.1 ANTECEDENTES

Antecedentes internacionales

Boegeholz, R. (2019) realizó la investigación “Facebook y su influencia en la construcción de identidad, autoestima y vida afectiva” en la ciudad de Valdivia, Chile; cuyo objetivo fue investigar la influencia del vínculo existente entre la utilización de Facebook en el desarrollo de la personalidad, la autoestima y la vida emocional en alumnos de primer año de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile. Esta investigación se llevó a cabo mediante una metodología de enfoque cuantitativa /cualitativa. Las conclusiones de la investigación fueron que, el uso generalizado de Facebook por los jóvenes es empleado en temas universitarios o noticiosos, además de ser un instrumento de comunicación social sin mantener contacto personal, sin embargo, han evidenciado que los estudiantes manifestaron sentirse tímidos en su propio medio social; respecto al uso de Facebook y el desarrollo de su personalidad, evidenciaron que se da de forma inapropiada debido a que no expresan sus pensamientos por temor a obtener rechazo de su círculo social, ocultándose por ello mediante seudónimos; el predominio de Facebook en la vida afectiva del estudiante es dependiente del contenido que visualizan; en la red social Facebook, los estudiantes indicaron que los contextos en los cuales perciben emociones primarias suelen ser cuando visualizan temas de faltas de respeto e injusticias, lo cual les provoca rabia, además de temor al percibir amenazas y potencial acoso sexual, no obstante, los estudiantes indicaron como factible el vínculo real entre sus sentimientos y Facebook; finalmente, los estudiantes ya no están tan vinculados con Facebook

debido a la existencia de otras aplicaciones de moda, tales como WhatsApp, Snapchat o Instagram (Boegeholz Castillo, 2019).

Choto, M. (2019) realizó la investigación "Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de básica superior Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán, 2018" en la ciudad de Riobamba, Ecuador; cuyo objetivo fue determinar la utilización de redes sociales y autoestima en estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán, 2018. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología de tipo documental, diseño transversal no experimental, cuantitativo y descriptivo. Las conclusiones de la investigación fueron, respecto al uso de redes sociales, entre las redes de mayor uso se encuentran Facebook (55%), seguido de Messenger (19%), Instagram (16%), Whatsapp (7%) y Youtube (3%), siendo el tiempo de uso aproximadamente de dos horas diarias; respecto a la autoestima, evidenciaron un nivel promedio alto de autoestima el 59%, seguido de nivel promedio bajo con 37% y baja autoestima el 4%; finalmente, propusieron una metodología de mediación psicoeducativa a través de diálogos y talleres a fin de impulsar en la utilización apropiada de las redes sociales y promover en los adolescentes la mejoría de su autoestima (Choto Yaguarshungo, 2019).

Cuaical, Y. y Yar, A. (2019) realizó la investigación "Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U., de la Unidad Educativa Municipal "Julio Enrique Moreno", de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018 - 2019." en la ciudad de Quito, Ecuador; cuyo objetivo fue establecer el relacionamiento de empleo de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes del Bachillerato General Unificado (B.G.U.), de la Unidad Educativa, Municipal "Julio Enrique Moreno" de la ciudad de Quito, en el período lectivo 2018 - 2019. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología

de enfoque cuantitativo, correlacional, diseño no experimental de corte transversal. Las conclusiones de la investigación fueron que, no existe una relación significativa entre los niveles de autoestima y la frecuencia de uso de redes sociales; evidenciaron el uso frecuente de las redes sociales, la mayoría utiliza a diario (70%), siendo el de mayor uso Facebook, el contenido común es de entretenimiento; evidenciaron que el sentimiento concebido por el uso de las redes sociales es de bienestar, donde la valoración sobre la proyectada precisa que es apropiada para el mundo real; el grupo social interactuado en las redes por la mayoría de los adolescentes corresponde a amistades; evidenciaron que el nivel de autoestima predominante fue de autoestima alta (45%) y de autoestima media (34%); determinaron que un grupo mayoritario de estudiantes tienen los instrumentos esenciales para afrontar diferentes circunstancias positivamente; no obstante, los estudiantes que evidenciaron autoestima media y baja (55%) suelen ser estudiantes inestables que suelen ser dependientes de la aprobación o rechazo de otros individuos (Cuaical Caza & Yar Torres, 2019).

Acosta, J. y Ortiz, K. (2017) realizó la investigación “Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de jóvenes de 18-25 años de edad en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña en el período mayo-agosto del año 2017, Santo Domingo, Distrito Nacional.” en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana; cuyo objetivo fue inferir la preponderancia del empleo de las redes sociales en la autoestima de jóvenes entre 18 a 25 años de edad en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo, Distrito Nacional del año 2017. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología de tipo transversal, correlacional. Las conclusiones de la investigación fueron que, evidenciaron que los jóvenes que hacen uso frecuente de las redes sociales tienen nivel de autoestima alta, validando que la

autenticidad y los temperamentos impactan en el empleo constante de las redes sociales, definiendo el nivel de autoestima sobrevalorado, lo cual manifiesta la prevalencia de un autoconcepto social; no obstante, el empleo de las redes sociales no genera ningún inconveniente en las relaciones interpersonales, siendo familiares, amicales o interpersonales; respecto a la priorización de uso de las redes sociales evidenciaron que el ingreso es frecuente, esto es, cada 30 minutos, no existiendo una restricción respecto al lugar que se encuentra la persona, siendo influyente en la imagen personal y personalidad; además, evidenciaron una influencia positiva en la prevalencia de jóvenes que emplean las redes sociales para exponer sus emociones, no exponiendo sus emociones en las redes, a fin de revelar una autoimagen segura y fuerte; en la identificación de las conductas asociales relacionadas con el uso de las redes sociales manifestaron que en la mayoría de los jóvenes no se encuentra afectada sus relaciones sociales; el género femenino fue el que obtuvo un nivel de autoestima baja; la red social de mayor uso fue Instagram; la mayoría de los jóvenes evidenciaron un nivel de autoestima alta y sobrevaloración de su concepción, mostrando incongruencia entre sus ambiciones y realidad; finalmente, señalaron que las redes sociales reflejan las cualidades positivas de los jóvenes (Acosta Bautista & Ortiz Pérez, 2017).

Antecedentes nacionales

Correa, K. y Díaz, E. (2020) realizaron la investigación “Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de dos instituciones estatales de Cajamarca” en la ciudad de Cajamarca, cuyo objetivo fue establecer la dependencia de las redes sociales y autoestima en adolescentes de dos entidades gubernamentales de Cajamarca. Esta

investigación se llevó a cabo mediante la metodología básica no experimental, cuantitativa, diseño descriptivo - correlacional, corte trasversal. Las conclusiones de la investigación fueron que, respecto a la autoestima, determinaron la existencia de una alta correlación inversa entre adicción a las redes sociales y autoestima, asimismo, evidenciaron alto nivel de adicción a las redes sociales (65%), destacando que los niveles bajos de autoestima originan dependencia o adicción a las redes sociales u otras prácticas riesgosas; además, la autoestima del adolescente obtuvo un nivel muy bajo (94%); finalmente, concluyeron que el grupo de adolescentes evaluados manifestaron vulnerabilidad ante las prácticas de riesgo debido a la presión de su medio o social, hallando amparo y resguardo en las plataformas virtuales (Correa Correa & Díaz Díaz, 2020).

Grimaldo, M. (2019) realizó la investigación “Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa El Salvador” en la ciudad de Lima, cuyo objetivo fue especificar el relacionamiento existente entre la autoestima y la adicción a redes sociales (ARS). Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología de enfoque cuantitativo, tipo correlacional. Las conclusiones de la investigación fueron que, evidenciaron una relación significativa inversa entre autoestima y adicción a redes sociales, de modo que, en los estudiantes con baja autoestima se incrementa el riesgo de generar adicción a las redes sociales, dado que, una subvaloración propia generará un incremento de formar ciertas prácticas negativas o adictivas; respecto a la autoestima general los estudiantes evidenciaron nivel promedio de autoestima 52.4%, nivel bajo el 45,6% y nivel alto el 2%; en adicción a las redes sociales, los estudiantes evidenciaron nivel bajo el 47%, seguido de 24.4% con nivel promedio, el 23.2% obtuvo nivel muy

bajo, el 5.2% nivel alto y el 0.2% nivel muy alto; finalmente, evidenciaron una relación significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de ARS, dado que, cada dimensión implica destreza, carácter o tenacidad que no se está fortaleciendo para una utilización óptima de las redes sociales (Grimaldo García, 2019).

Ikemiyashiro, J. (2017) realizó la investigación “uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana” en la ciudad de Lima, cuyo objetivo fue exponer el vínculo entre el empleo de redes sociales virtuales y las aptitudes sociales en adolescentes y jóvenes de Lima Metropolitana. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología de tipo el Test Adicción a las redes sociales de Escurra y Salas (2014) y Escala de Habilidades Sociales de Gismero (2010), adaptado en 2009 por Cesar Ruiz en Perú. Las conclusiones de la investigación fueron que, evidenciaron una relación significativa negativa e inversa entre el empleo de redes sociales virtuales y las aptitudes sociales, respecto al relacionamiento de sub factores, el mismo resultado fue evidenciado con la aplicación de los test ARS y EHS, es decir, evidenciaron un relacionamiento inverso negativo; en la aplicación de la prueba ARS observaron que el puntaje medio en mujeres ($X=47,50$) fue levemente mayor que el de varones ($X=46,65$), asimismo las mujeres tuvieron una mejor puntuación en el test de habilidades sociales; mediante el test ARS evidenciaron que el factor más fuerte de los tres factores observados fue la idea fijada en las redes sociales.

Salcedo, I. (2016) realizó la investigación “Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima” en la ciudad de Lima, cuyo objetivo fue determinar el vínculo entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de una

universidad particular de Lima. Esta investigación se llevó a cabo mediante la metodología no experimental de tipo descriptivo – correlacional, diseño transeccional o transversal. Las conclusiones de la investigación fueron que, evidenciaron una relación significativa inversa entre la autoestima y el uso de las redes sociales, además de sus componentes, valorándose como correlación de tipo moderada; por consiguiente, los jóvenes que tienen mayor uso de las redes sociales poseen menores niveles de autoestima; asimismo, evidenciaron correlaciones moderadas entre el uso indiscriminado de redes sociales y la autoestima general, los jóvenes con uso desmedido de las redes sociales se apreciaron dificultades en las habilidades y aceptación social, ello conllevaría a las percepciones de apatía, reclusión, capacidad de expresarse o de contacto personal disminuida; mientras que, la autoestima alta se vincula con jóvenes con vida social de mayor actividad, control sobre sus emociones y mejores capacidades a las distintas circunstancias, disfrute de su vida; las dimensiones vinculadas al aspecto cognitivo y el control en el tiempo de uso de las redes, evidenciaron mayor vínculo del sexo femenino, sin embargo, ambos sexos tienen dificultades para el control del uso excesivo; finalmente, las redes de mayor uso fueron Youtube, Twiter, Whatsapp y Facebook.

3.2 BASES TEORICAS

Autoestima

La adolescencia es una fase de la vida en la que confluyen cambios de gran interés para el ser humano. Para tal efecto, a los notables cambios puberales se incorporan experiencias nuevas y actividades sociales y el surgimiento, adicionalmente en esta etapa, de trascendentales facultades

psicológicas cuya variada velocidad de evolución provocará distintas contorsiones y socavones en el modo de armonizar cada uno de dichos aspectos. A continuación, se definirá la evolución de dichos componentes vinculado a un tema de importancia específica: el afianzamiento del autoconcepto y la percepción de consideración o rechazo del adolescente (García Madruga, 2019).

Por consiguiente, se distinguirá ambos términos, que son tan vinculados, y con participaciones evidentes en el carácter y el bienestar del individuo, experimentan cambios manifiestos en la etapa de la adolescencia a causa de los cambios sociales y madurativos que se producen en esta etapa. Actualmente, quien ha profundizado la investigación sobre ambos temas es Susan Harter (2006), quien caracteriza el autoconcepto como el retrato que el sujeto erige de sí mismo tras contemplar y valorar su capacidad en diversos espacios, tales como aptitudes relacionales, desempeño escolar, trabajo, deportes, apariencia física, entre otros. Por su esencia, esta representación vincula aspectos sociales, interrelacionados esencialmente con la similitud con los demás, y perspectivas psicológicas relacionadas a las diversas perspectivas de integración y diferenciación de la investigación sobre el Yo. Dado que la edificación de dicha representación se respalda en cambios cognitivos y sociales, perennemente suele ser concebible valorar de manera consistente en los diversos autoconceptos la impresión de su etapa progresiva (García Madruga, 2019).

Ligado al avance del autoconcepto, se crea en el sujeto el sentimiento de autoestima. Continuando con Harter, es caracterizado como la evaluación integral de todos los caracteres comprendidos en el autoconcepto, lo cual, emocionalmente, se convierte en una percepción generalizada que varía entre

el desprecio y la estima por las cualidades del Yo, esto es, “creo que soy una persona que merece la pena”; “me gusta mucho mi forma de ser”; “me aborrezco”; “no valgo nada”. Harter (1990) afirma que, dicha estimación integral de la personalidad surge de manera manifiesta entre los siete y doce años, conocida como la segunda infancia, compartiendo en la práctica con las características incluidas y estimadas en el autoconcepto (García Madruga, 2019).

Autoconcepto en la adolescencia

Según diversos autores, el autoconcepto es una forma representativa del Yo que, en la condición madura, tiene la tendencia a la asunción de la disposición de una teoría. Dentro de este marco, el autoconcepto tendrá que cumplir un grupo determinado de requerimientos, entre ellos, mantenerse estable al interior o admitir expectativas confiables sobre la conducta. De esta forma, su transformación se encuentra firmemente relacionada con la mejora de las capacidades cognitivas vinculadas con la racionalidad formal. En este sentido, cabe indicar que, a pesar de que Piaget admitió que estas aptitudes son adquiridas plenamente, la información sobre el desarrollo del autoconcepto propone un desarrollo en cierta medida cada vez más lento y no coordinado. Siendo un ejemplo de ello la capacidad de investigación que faculta a los adolescentes la diferenciación de las diversas cualidades de su carácter parece emerger antes que la capacidad de coordinarlos en una estructura superior, más singular e ilustrativa. Siendo un hecho, y por la rectitud de estos caracteres desiguales, en la adolescencia generalmente se encuentran tres etapas distintas diferenciadas por cambios subjetivos en la estructura del autoconcepto (García Madruga, 2019).

Los factores cognitivos influyen en la asociación interior del autoconcepto y de cierta forma en que un sujeto consigue verse a sí mismo. De esta manera, mientras que en las fases iniciales de la vida la representación del Yo se restringe a un registro de rasgos separados, más adelante ésta se transformará en una constitución compleja en la cual las diferentes esencias permanecerán constituidas en abstracciones de grado más elevado, confiriendo de esta forma un conocimiento más notable a la visión individual. Mientras que, las áreas sociales impactan el cumplimiento de lo abarcado y en el valor positivo o negativo de las estimaciones. Generalmente, el avance implica un incremento de roles y una diversificación más notable del autoconcepto. Además, la retroalimentación social, afirmada en la similitud con los demás y en los preceptos de cada cultura, resulta ser más rigurosa en correspondencia al crecimiento del niño, esto es, el entorno amable que abarca a un niño de dos años en comparación al entorno considerablemente más exigente que tiene un niño de doce años (García Madruga, 2019).

En la denominada adolescencia inicial, entre los 11 y 13 años de vida, los autoinformes que detallan el significativo incremento de abstracciones en la determinación del Yo en el adolescente, elevándose notablemente las observaciones a las esencias individuales e intangibles. Este desarrollo se debe a que los adolescentes son capaces de incorporar las características más explícitas de su personalidad en características más extensas y comunes, tales como el adolescente con gran creatividad y excelente desempeño académico, puede asignarse el denominador de avisado o inteligente. los autoinformes en esta etapa muestran una destacada reproducción de roles y prácticas nuevas, así como un incremento de los cotejos con otros, lo cual demuestra un aumento en las referencias a sus características relacionales, entre ellos, el popular, el

atractivo, el reprimido, el amical, el competitivo, entre otros (García Madruga, 2019).

Por consiguiente, en la adolescencia se produce una vuelta hacia la intimidad, la deliberación, la separación de los roles ejercidos y la trascendencia de las opiniones de otros. Dichas alteraciones en la representación del Yo se encuentran vinculados con limitaciones específicas que, dependiendo del caso, al adolescente le favorecen o dificultan su bienestar.

Dado que, el empleo de generalidades no se encuentra libre de riesgos. Naturalmente, según el grado de ascendencia de la abstracción, los contrastes de las generalidades suelen ser de mayor complicación, es por ello que, en la generación de sesgos o distorsiones sobre la personalidad suelen ser de mayor complicación el impugnar. Dentro de este marco, Fischer (1980), refiere que al principio de la adolescencia el ser humano se encuentra en el grado de reflexiones básicas, lo que implica que aún no pueden contrastar deliberaciones y entre sí y, en consecuencia, no pueden relacionar los diversos aspectos de tu Yo. Los autores Harter y col. (Harter, Bresnick, Bouchey y Whitesell, 1997; Harter y Monsour, 1992) estudiaron este suceso desafiando a conjuntos juveniles de adolescentes con las probables inconsistencias de su personalidad, por ejemplo, suelen ser excepcionalmente extrovertidos con los compañeros, pero extremadamente inhibidos e incompetentes en las relaciones con forasteros, Observando que las respuestas de los interrogados manifestaban la falta de comparación y composición anticipada por Fischer, es decir, “es normal que en cada contexto sea de una manera”; “todo el mundo cambia”; “según sea la situación me comporto de una u otra manera, es lo normal”. Esta restricción cognitiva, la cual tiene por objeto el apartar y resguardar a los adolescentes de

posibles irregularidades en su carácter, alterándose significativamente a medida que avanza en la adolescencia.

En la denominada adolescencia media, entre los 14 y 15 años de vida, los informes acerca de la personalidad manifiestan un serio problema ante las incoherencias del Yo. Atendiendo a estas consideraciones, este periodo contiene las percepciones de crisis de identidad y moratoria. Fischer (1980) sostiene que, en la representación del Yo, esta variación se vincula con la eventualidad comparativa entre las abstracciones divididas entre sí (García Madruga, 2019).

La viabilidad de contrastar los variados atributos y roles del Yo manifiesta las oposiciones de la personalidad, por ejemplo, ser desenvuelto con los compañeros e inhibirse en las relaciones sentimentales; ser agradable con los compañeros, pero hosco con los padres; ser confiable en el trabajo, pero descuidado en la recreación, entre otros; y la observación de dichas diferenciaciones estimula a los adolescentes a una sensación de mentira y desorden comparable a su personalidad. Esta situación se adiciona a la interrogante que aflige a un gran número de adolescentes que es la búsqueda de su Yo real. No obstante, desde un punto de vista regulador, el adolescente no se encuentra facultado para abordar el problema (García Madruga, 2019).

Dicha circunstancia de no estructuración y disputa sobre la identidad produce el incremento de la intranquilidad del adolescente por la valoración de los otros hacia su persona. No obstante, esta intranquilidad con frecuencia crea mayor confusión sobre las interrogantes de su personalidad, debido a que los diferentes colectivos, entre ellos los docentes, padres, amistades, entre otros, tendrán en general diferentes pensamientos acerca de la personalidad y nivel de desarrollo del adolescente. Aunado a la situación, el conflicto de la

retroalimentación social se ve agravada por la probabilidad de averiguar que le será poco factible el conocer con precisión la opinión de los demás respecto a ellos (García Madruga, 2019).

El desarrollo progresivo en la facultad de introspección y la colocación en el lugar de la otra persona también puede no ser adecuado para el adolescente, ello principalmente por la inmadurez que presenta el adolescente de sus habilidades metacognitivas para su dominio. Dentro de este marco, Elkind (1967) distinguió dos sucesos estándar en esta fase, la cual valoró como “audiencia imaginaria y fabula personal.” El primero alude a la convicción del adolescente que cree que todos están centrados y absortos por lo que él hace o piensa. En contrapuesta, "fábula personal" refiere a la convicción de que los preocupaciones y experiencias personales son totalmente únicas, sin que nadie tenga realmente sentimientos o ideas análogas. Por consiguiente, son dos sucesos antagonistas que revelan, por separado, una carencia y una exagerada diferenciación entre la opinión de uno y la opinión de los demás (García Madruga, 2019).

Por último, en la última fase de la adolescencia, entre los 17 y 18 años de vida, los adolescentes iniciarán la integración de los aspectos más contrapuestos de su personalidad. Como indica Fischer (1980), el ser humano pasa al nivel de “los sistemas abstractos”, lo cual conlleva la probabilidad de incorporar las abstracciones básicas en niveles superiores. Ejemplo de ello son las variaciones de temperamento las cuales pueden adjudicarse dentro de la estructura de un carácter caprichoso o incontrolado, o básicamente, el adolescente puede caracterizarse como un individuo ambivalente en numerosos aspectos de su personalidad (García Madruga, 2019).

Por otra parte, hacia el final de la adolescencia, el autoconcepto se verá inmerso en atributos que no se basan en la semejanza social, de modo que las referencias a las características relacionales, entre ellas las aptitudes sociales, atractivo físico, fama, entre otros, apertura un enfoque para los nuevos atributos cimentados en estándares más particulares, enfocados en los valores y objetivos de la persona. Por lo general, un sinnúmero de estas cualidades se vincula firmemente con los valores preponderantes de su medio, particularmente con el de sus padres. No obstante, el adolescente los integra como suyos que resulta inverosímil en sus autoconceptos localizar referencias verticales a las fuentes que los generaron (García Madruga, 2019).

Por consiguiente, hacia el final de la adolescencia se genera un reconocimiento característico de las divergencias de la personalidad y un significado más cercano y estable del perfil del Yo. En esta línea, al final de la adolescencia se afirman los cimientos apropiados para el desarrollo de la identidad. Mientras que, debe notarse que este avance no ocurre siempre, dado que algunos individuos pueden estancarse en una personalidad hipotecada o en una personalidad fragmentada y patológica, con sensaciones de no estar adaptados y ansiedad (García Madruga, 2019).

Autoestima en la adolescencia

En general la conformación de la comprensión propia o autoconcepto evoluciona de modo semejante a la autoestima, la que se entiende como “la valoración que hace el sujeto de sí mismo, de las distintas dimensiones que configuran su personalidad”. Además, según lo que menciona Harrison (2014), se comprende como “la estimación que tiene de su propia valía, el valor que le atribuye a su identidad”. En ese sentido el crecimiento de la autoestima

comienza en la niñez, siendo la adolescencia la etapa más álgida para su evolución. Lo anterior, acontece debido a la procura de identificación dentro de una sucesión de transformaciones, actividades progresivas e interrelación social dinámica con el núcleo familiar, el colegio, los semejantes y las vías de comunicación (Díaz Falcón et al., 2018).

La adolescencia representa una de las etapas más decisivas para el incremento de la autoestima. En consecuencia, resulta trascendental el anticipar tanto al entorno familiar como el educativo, para que sean capaces de enfrentar escenarios de riesgo y generar elementos de resguardo, de acoplamiento psicológico y social entre adolescentes. En general la adolescencia representa un periodo de profundas transformaciones a nivel biológico, sexual, psicológico, neuropsicológico y social. Esta se distingue como un periodo de crisis en el crecimiento del individuo, que enlaza como una etapa de conversión, entre niñez/adulthood. Establece el comienzo de la emancipación individual, edificada en función de la auto identificación dentro de la organización de la identidad, para lo que resulta trascendental el obtener un apropiado crecimiento del “yo” a través del robustecimiento del autoconocimiento (Díaz Falcón et al., 2018).

Tanto el autoconcepto, como la autoestima parecen tener una secuela de mayor negatividad en las fases iniciales de la adolescencia. La multiplicación de roles y pruebas que tienen los adolescentes en aquellos momentos iniciales, es decir, primeras relaciones sentimentales, primeros deberes, acceso a la educación superior, entre otros, no suele acompañarse de una competencia superior, por lo que suele ser usual que la autoestima general disminuya. Además, los cambios físicos que tienen en la primera etapa de la adolescencia pueden incrementar la impresión de separación de los estándares y modelos de belleza,

particularmente en las mujeres, disminuyendo la autoestima en su conjunto del adolescente. Como complemento, en la adolescencia media la exploración de la identidad vuelve al adolescente muy sensible frente a la valoración de los demás, una condición que es particularmente riesgosa en una fase en la que numerosos adultos podrían no haber conseguido la autenticidad de ciertos cambios, y en donde la valoración grupal supera a los acogedores y cercanos comentarios de las amistades más cercanas. Posteriormente, en la adolescencia final, es normal que la experiencia acopiada en los distintos roles y una inferior dependencia de las medidas externas beneficien en la restauración y estabilidad de la autoestima (García Madruga, 2019).

Con referencia al desarrollo de la autoestima del adolescente según sexo, existen diferencias significativas entre varones y mujeres, siendo la autoestima de las mujeres adolescentes inferior a la de los varones adolescentes, siendo más notorio en las primeras etapas de la adolescencia. Algunos autores conciben que ciertos factores pedagógicos podrían originar que las adolescentes sean más indefensas, sumisas y vulnerables de las apreciaciones de otros. Además, con la aparición de la pubertad, los cuerpos de las mujeres experimentan alteraciones repentinas y son más complejas de aceptar en comparación con los varones, por lo cual su autoestima estaría más afectada que de los varones. No obstante, parece que estas circunstancias diferenciales pueden ser fuertemente mitigadas por otras como la percepción del apoyo paterno o de los amigos, por lo que los datos sobre la evolución de la autoestima en unos y otras deben tomarse con cierta cautela. Sin embargo, dichas condiciones diferenciales pueden ser enérgicamente aminoradas por otras, entre ellas el respaldo de los padres o de las amistades, por lo cual las

informaciones sobre el desarrollo de la autoestima en ambos sexos deben considerarse con determinados cuidados (García Madruga, 2019).

De otra parte, se sabe que una apropiada conformación de la autoestima conduce al desarrollo de adolescentes equilibrados, saludables y con instrumentos apropiados para admitir variaciones específicas de la etapa progresiva. Significa uno de los indicativos más robustos de acomodación psicológica y adecuación social; por lo cual resulta esencial incrementar el confort que los adolescentes perciben con ella. Lo anterior, representa una labor que tiene que ser tomada por el colegio, en conjunto con el núcleo familiar, como orígenes esenciales de aprendizaje y socialización en el transcurso de la adolescencia (Díaz Falcón et al., 2018).

Por otro lado, según refieren Rodríguez Naranjo & Caño González (2012), distintos estudios han verificado que la autoestima propende a atenuarse durante dicho periodo, como resultado de las transformaciones púberes, cognoscitivas y del entorno estudiantil. De acuerdo con lo mencionado por Moreno González & Ortiz Viveros (2009), la baja autoestima adolescente, representa un componente de riesgo para el surgimiento de dificultades a nivel psicológico y social, tal y como los desórdenes alimenticios, el interés excesivo por el aspecto físico. Además, según refieren diversos autores (Ferrel Ortega et al. (2014); Ceballos Ospino et al. (2015); Ayvar Velásquez (2016); Bocanegra Abad (2017)), también se presentan concepciones y tentativas de suicidio, sensaciones de inferioridad, desaliento, apartamiento social, abandono colegial, contextos de criminalidad, amparo en el consumo de sustancias psicoactivas, etc. Empero, según expresan Andrade Salazar et al. (2017), determinados estudios demuestran que una reducida autoestima no representa un

componente sólido de la concepción de suicidio; aunque su crecimiento reduzca la posibilidad de dicha concepción (Díaz Falcón et al., 2018).

En general la autoestima, que resulta uno de los pronosticadores más robustos del nivel de acomodo psicológico en el transcurso de la etapa adolescente y adulta; simplifica a los adolescentes el poseer un adecuado acomodo social; debido a que la formación de su identidad colabora a dicho procedimiento de amoldamiento (Díaz Falcón et al., 2018).

Redes sociales

Entorno de las Redes sociales

En general las tecnologías han apresurado la cadencia del progreso en la totalidad de dimensiones de nuestra existencia. En este contexto, dentro de la sociedad vigente, indudablemente las redes sociales estimulan un excepcional aliciente social y profesional. De este modo se han transformado en destacadas fuerzas tecnológicas, brindando una significativa diversidad de servicios para sus usuarios, otorgando la oportunidad de visualizar videos, de poder reunirse con parientes alejados desde hace años, de simplificar el modo de conectarse, y de poder derrumbar los muros materiales para promover la edificación de un significado de “comunidad global”, etc. (Cabero et al., 2016).

Del mismo modo, el desenvolvimiento de internet ha creado un concepto adicional al de comunidad tal como la conocemos, dando lugar a una nueva que reúne ciertas características, tales como la interacción intermediada por la computadora, sin necesidad de dar la cara (anonimato) y la fácil transitoriedad de sus integrantes o participantes, dado que las relaciones sociales formadas en un determinado momento pueden fácilmente deshacerse, son más frágiles, ya que hay una predisposición a permanecer por cortos periodos de tiempo en

una comunidad online, contrario a lo que sucede en las relaciones presenciales, cuyas lazos son más fuertes y las relaciones más complejas (Delgado et al., 2016).

El crecimiento de Internet y el progresivo interés por los teléfonos inteligentes brindan a los usuarios la facultad de estar interconectados por medio de la red, en casi cualquier lugar y momento, de modo que la vida de los actuales adolescentes es diferenciada en menor o mayor medida por el uso de dispositivos móviles y la utilización de redes sociales como instrumentos que han sabido fusionarse entre las nuevas generaciones, transformando su utilización en una aplicación generacional. (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

Definición de Redes Sociales

La teoría de las redes surgió en el campo social, pero actualmente se ha expandido a varios campos del conocimiento, incluso de las propias matemáticas. Ya a finales del siglo pasado, Lozarez, definiría las redes sociales como “un conjunto bien delimitado de individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, entre otros” vinculados por uno o varios tipos de relaciones, que comparten valores y objetivos comunes. Este concepto, ha sufrido varias modificaciones como resultado de la evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs) y el surgimiento de varios sistemas de interacción social (Facebook, Twitter, WhatsApp, Tuenti, Google), de tal forma que su actual definición se encuentra estrechamente vinculada a ellos, ya que los mismos promueven diversos tipos de interacciones a nivel virtual (Delgado et al., 2016).

De otra parte, según lo que mencionan Domínguez & Llorente (2009), a través de la definición de la evolución de internet, llamada “webolución” (referido

por Kapp & O'Driscoll (2010)), el modelo ha ido modificándose desde la Web 1.0 (“acceso y hallazgos”), pasando por la Web 2.0 (“compartir, participar y colaborar”), para finalmente llegar a la Web 3.0. Ligado a este punto, según expresan Cabero, Barroso, Llorente & Marín (2013), en relación a su definición, se presentan diversos enfoques; los que se centralizan en la comunicación y participación como variables esenciales; o los que se sustentan en la investigación de las propiedades elementales de sus instrumentos. En ese sentido De Haro (2010), la define como “una estructura social que se puede representar mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos representan a los individuos y las aristas las relaciones entre ellos”. Mientras, otros investigadores como Boyd & Ellison (2008), alertan en relación a que representan a “herramientas que facilitan que las personas construyan un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, que les permite articular una lista de diferentes usuarios con los que comparte una conexión, y además poder ver las conexiones que suceden dentro de su sistema” (Cabero et al., 2016).

Según Orihuela (2008), las redes sociales de estas comunidades virtuales, posibilita a sus internautas ampliar sus contactos, trocar datos e informaciones, así como la coordinación de iniciativas en pro de un interés en común, entre otras cosas. No obstante, diferentes autores como Caplan, Engelberb, Sjöberg, Echerburtía, Labrador y Becoña, han advertido de la ausencia de estudios sobre el impacto provocado en el sistema de relaciones sociales tradicionales, por el uso cotidiano y permanente de las redes sociales virtuales. La proliferación de las mismas y constante uso, está menoscabando la necesidad del contacto personal, perjudicando sobremanera las relaciones interpersonales, a tal punto que el individuo no sea más capaz, en futuro

próximo, de comprender ciertos comportamientos de sus congéneres, su estado anímico, el propio lenguaje corporal, de confortarlo frente a situaciones difíciles e inclusive, originar en él un rechazo por la convivencia física con otros (Carballo, Pérez-Jover, Espada, Orgilés, y Piqueras, 2012, citado por Delgado et al. 2016). Desde ya, los autores mencionan estudios, que asocian el uso de estos canales de interacción a un aumento de depresión, adicción y abuso del internet, desajuste social, entre otros problemas (Delgado et al., 2016).

A pesar de que las redes sociales tienen más de 10 años desde su aparición en el área digital, su empleo para comercialización y socialización no manifiesta una reducción a través del tiempo; paradójicamente, el componente clave del éxito se debe a la popularidad y satisfacción que perciben las generaciones nuevas al utilizarlas, una reacción positiva que genera un presente valioso y un futuro presumiblemente satisfactorio al comercio de las redes sociales. Desde la creación de las redes sociales, éstas han hallado una óptima aceptación y apropiación de los internautas. Fundamentadas en el relato de la experiencia individual, la generación y proyección social de la imagen, la comunicación entre internautas y la frecuente circulación información y debates; las redes sociales tienen cualidades requeridas para ser apreciadas y utilizadas en general por un gran número de usuarios en todo el mundo (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

Usos de las redes sociales

Los principales atributos escogidos por los usuarios para poder ingresar al empleo de las redes sociales comprenden la interactividad, imagen, entorno, novedad y mejora. Actualmente resulta sencillo y veloz, el poder ingresar a las redes sociales debido a la diversificada accesibilidad a internet a nivel mundial.

Fundamentalmente, el público joven es el que ingresa a dichas redes con una más grande desenvoltura debido a su habilidad para el empleo de aparatos electrónicos como celulares, computadoras y tablets; sin embargo, no únicamente los jóvenes representan a los que ingresan a las redes sociales con una mejor destreza (Ararat Cuberos, 2017).

En presencia a dicho contexto, se producen atributos resaltantes, siendo el primario de estos aquél que radica en la adhesión formada entre el individuo y la red social, resultando oportuno su empleo para dar cuenta de los sitios que frecuenta; además de los sentimientos que manifiesta; y del mismo modo, sus opiniones acerca de contextos de índole político, cultural y social que acontecen a nivel social, formando a que cada individuo sea crítico de dichos contextos. Donde los mayores medios de comunicación, tales como portales de política, noticiarios, entornos culturales y deportivos, visualizan el empleo de la red como el lugar adecuado para constituir vías de comunicación con los usuarios en el lugar en el que ellos escogen ingresar (Ararat Cuberos, 2017).

Es evidente que las redes sociales constituyen un negocio lucrativo y en crecimiento, englobando un vasto número de clientes, marcas transnacionales, personajes políticos y sociales que demandan perceptibilidad y cobertura; es por ello que, uno de los componentes principales que han promovido su apogeo es la publicidad. Tal es el caso que Facebook utiliza un modelo que admite usuarios sin pago con el fin de exponer publicidad, siendo ello pagado por patrocinadores privados de diferentes tipos, que están de acuerdo con las prácticas de navegación de cada individuo (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

A nivel mundial, incluido México, Facebook es la principal red social. Su sólida existencia en el campo digital lo hace fundamental para la promoción en la web. Un número cada vez mayor de organizaciones y marcas mantienen una

presencia funcional en ésta y diferentes redes para alcanzar posicionamiento en el mercado y contactar a mayor cantidad de posibles clientes. En enero del 2016 la revista Forbes reveló que los ingresos totales de la red social Facebook despegaron a 5,840 millones de dólares, habiendo obtenido el año anterior en el mismo periodo la suma de 3.850 millones de dólares, debido a una expansión del 56% en sus negociaciones de anuncios (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

Interactividad en las redes sociales

Dada la observación a nivel psicológico, la interacción es un precepto referido a procesos cognitivos y de la razón que el individuo desarrolla cuando se comunican con otras personas. Por consiguiente, la interacción es un asunto de intervención social de acción compartida que establece una conexión dialéctica entre lo personal y lo social. Referenciando los preceptos de Vygotsky, como perfil para comprender el hecho de la interacción como un componente que incorpora el vínculo de la persona con su medio social. Fundamentándose en ello, se considera el estado de los grupos de estudiantes adolescentes y las plataformas de comunicación accesibles a ellos, como componentes esenciales que impactan en su interacción (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

El estudio de los medios electrónicos en la administración de la interacción de los adolescentes muestra que ellos emplean instrumentos digitales de comunicación especialmente para fortalecer los vínculos establecidos fuera de Internet, siendo tanto para relaciones amicales como para conexiones sentimentales, además de inspeccionar la posibilidad de nuevos miembros partícipes en sus vidas fuera de internet. El apogeo de las

plataformas digitales de comunicación podría ser un instrumento empleado para fortalecer los vínculos existentes entre adolescentes. Por consiguiente, el entendimiento de la influencia de la comunicación online en los vínculos adolescentes demanda la observación de la forma en la cual la tecnología constituye dos trascendentales labores adolescentes: el establecimiento de vínculos interpersonales y el desarrollo de la personalidad (Torres Osuna & Juárez Peral, 2017).

3.3 IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES

Variable independiente: Uso de redes sociales

En función a lo expresado por Marín de la I. (2010), y dentro del entorno de internet, las redes sociales concentran la interrelación entre los mismos individuos, que generan un perfil que simboliza su identidad al interior de la misma; y que además significa, el elemento |de vínculo con otros individuos. Los modos más recientes de comunicación, particularmente el empleo de las aplicaciones presentes ha permitido la evolución del uso de redes sociales, en diferentes edades, mediante las que la persona logra comunicarse y se interrelaciona en base a sus requerimientos. En ese sentido, según menciona Freire (2008, referido por Hurlock, 2010), las redes constituyen una composición que promueve la interrelación social, comprendiendo las relaciones de correspondencia entre individuos, procurando el mismo propósito y, con esto, el adolescente procura brindar un arreglo al medio social, y simultáneamente, generar pertenencia, la que transitoriamente, le otorga firmeza frente a sus semejantes (Pacheco Amigo et al., 2018).

Variable dependiente: Autoestima

La autoestima representa a la apreciación de modo positivo o negativo que cada individuo ejecuta de sí mismo. Como tal, significa la propensión a conocerse competente para la vida y para poder resolver sus propios requerimientos, el percibirse capaz para enfrentar los retos que van presentándose y digno de felicidad. En general la autoestima se conceptualiza en función de dos perspectivas esenciales: la autoeficacia o el sentido de eficacia personal, que se refiere a la propensión a distinguirse capaz de enfrentar los desafíos de la existencia, por consiguiente, seguridad en el entendimiento personal y sus métodos; y la auto dignidad o sentido de mérito personal, que corresponde a la propensión a percibirse merecedor de triunfo y felicidad, por consiguiente, la percepción individual como un individuo para el que el triunfo, la consideración, el amor y la amistad resultan adecuados (Pérez Villalobos, 2019).

IV. METODOLOGIA

4.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION

El tipo de investigación que se ha desarrollado es de tipo aplicada debido a que se halla orientada a la solución de problemas (R. Hernández Sampieri et al., 2014).

El nivel empleado para la siguiente investigación es descriptivo y correlacional. Resulta descriptiva, ya que persigue como meta el describir los atributos en función a las cantidades recogidas para las variables establecidas; y resulta correlacional, debido a que su meta, trata de encontrar el vínculo o el nivel de conexión que acontece entre un par o un número más grande de nociones, clasificaciones o variables (R. Hernández Sampieri et al., 2014).

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de la investigación corresponde a las metodologías o procesos establecidos con el propósito de recoger la información requerida. Dicho diseño permite en el enfoque cuantitativo, el poder verificar las hipótesis planteadas. En el caso del estudio actual, se considera un diseño no experimental y transversal. Es no experimental debido a que no se modificaron las variables en forma adrede, no habiéndose generado algún escenario; observando en su lugar, hechos ya sucedidos, cuya ocurrencia no la ha provocado el examinador; y resulta transversal (o también llamada transeccional) ya que la recolección de información corresponde a un único momento establecido del intervalo de tiempo y posee como meta, el describir y estudiar la relación entre las variables en el mencionado instante (R. Hernández Sampieri et al., 2014).

4.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

A proseguir, se expone en la tabla 1, la operacionalización de las variables para la presente investigación, definidas en el capítulo anterior.

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Uso de redes sociales	Obsesión por las redes sociales	Ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13,15, 19, 22, 23	Ordinal de 5 puntos, numerada del 0 al 4: 0. Nunca 1. Rara vez 2. Algunas veces 3. Casi siempre 4. Siempre
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Ítems: 4, 11, 12, 14, 20, 24	
	Uso excesivo de las redes sociales	Ítems: 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21	
Autoestima	Personal	Ítems: 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56, 57.	Nominal de tipo dicotómica 0. F 1. V
	Social	Ítems: 5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52.	
	Familiar	Ítems: 6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44.	
	Académica	Ítems: 2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54.	

4.4 HIPOTESIS GENERAL Y ESPECIFICAS

Hipótesis General

El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.

Hipótesis Específicas

- El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.
- El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.

4.5 POBLACION – MUESTRA

Población

Criterios de Inclusión

- Adolescentes de ambos sexos
- Adolescentes de entre 14 y 17 años
- Adolescentes residentes de la ciudad de Casma.

Criterios de Exclusión

- Adolescentes que no sean residentes de la ciudad de Casma.

Muestra

La muestra se define como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (R. Hernández Sampieri et al., 2014).

Diseño de la muestra

El tipo de diseño de la muestra es probabilístico aleatorio simple.

Tamaño de la muestra

Para poder estimar el tamaño de muestra se ha tomado en cuenta como dimensión de la población objetivo a 2,141 adolescentes; y se ha computado el tamaño para la muestra representativa probabilística aleatoria, el cual equivale a 159 adolescentes, a través de la fórmula descrita a continuación, asignada a una población finita (Cochran, 2010).

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * P * Q}$$

n = Tamaño de la muestra

P = Proporción de adolescentes que presentan un nivel de uso excesivo de redes sociales = 0.5

Q = Proporción de adolescentes que no presentan un nivel de uso excesivo de redes sociales = 0.5

e = Máximo error de estimación = 7.5% = 0.075

Z = Valor de la distribución normal, con un nivel de confianza del 95% = 1.96

N = Total poblacional

Muestreo

Se ha reemplazado los valores en la fórmula indicada en el apartado anterior, con los datos para la investigación siendo el resultado el siguiente:

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 2\ 141}{2\ 140 * 0.05625 + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{2055.36}{12.0375 + 0.96}$$
$$n = \frac{2055.36}{12.9975}$$
$$n = 158.135025966532 \approx 159$$

Por lo tanto, el tamaño de muestra es igual a 159 adolescentes.

4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS:

Para las variables de investigación se empleó a la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos. La encuesta, según menciona Fink (2008), se refiere a “métodos de recolección de información que se usan para describir, comparar o explicar conocimientos, sentimientos, valores, preferencias y conductas” (Roberto Hernández Sampieri et al., 2014).

Técnicas e Instrumentos

Variable: Uso de redes sociales

En el caso de la variable, uso de redes sociales, se empleó el “Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)” (Anexo 1), sustentada por Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas en Perú, en el año 2014. Dicho instrumento, se encuentra compuesto por 24 ítems con cinco opciones de respuesta en relación al uso de redes sociales, los que se han congregado en las dimensiones siguientes:

- Obsesión por las redes sociales (ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23).
- Falta de control personal en el uso de las redes sociales (ítems 4, 11, 12, 14, 20, 24).
- Uso excesivo de las redes sociales (ítems 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21).

El empleo de dicha escala brinda una aproximación acerca del grado de uso de redes sociales entre adolescentes. Además, se sabe que ésta, posee parámetros de confiabilidad apropiados, con un valor de Alfa de Cronbach global igual a 0.95; y de 0.91, 0.88 y 0.92 para los factores Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales respectivamente. Mientras que referente a la validez de contenido, se encontró concordancia en relación con la opinión de los jueces expertos. Del mismo modo en relación con la validez de constructo, se encontró un valor de KMO igual a 0.95, lo cual representa un valor alto. A proseguir se muestra la ficha técnica para dicho instrumento de recolección de datos.

Tabla 1

Ficha técnica del Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS).

Nombre del Instrumento:	“Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)”, sustentada en Perú en 2014 por Miguel Ecurra y Edwin Salas
Aplicación:	Individual y grupal.
Ámbito de aplicación:	Adolescentes y jóvenes
Particularidad:	Instrumento de exploración psicológica.
Número de ítems:	24.
Duración:	De 10 a 20 minutos.
Finalidad:	Detección de adicción o nivel de uso de las redes sociales.
Estructura:	Mide tres áreas o dimensiones: Obsesión por las redes sociales (10 ítems), falta de control personal (6 ítems) y uso excesivo de las redes sociales (8 ítems). Se obtiene un puntaje total de (24 ítems).
Calificación:	Mediante suma simple de los ítems.

Fuente: Elaboración propia.

Variable: Autoestima

Por otra parte, para medir la variable autoestima, se empleó el “Inventario de autoestima de Coopersmith” (Anexo 2), desarrollada por Stanley Coopersmith (1976). Para su adaptación, se procedió con la estandarización aplicada por Katheryn Abendaño en Perú (2018). Dicho instrumento se compone de las siguientes dimensiones:

- Personal (ítems 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56, 57)
- Social (ítems 5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52)
- Familiar (ítems 6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44)
- Académica (ítems 2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54).

El empleo de dicha escala brinda una aproximación acerca del grado autoestima entre adolescentes. Además, se sabe que dicha escala posee parámetros de confiabilidad apropiados, con un valor de Alfa de Cronbach global igual a 0.72 obtenida en su adaptación en Perú y de 0.58 en su estandarización.

Mientras que referente a la validez de contenido, en la estandarización, ésta se evaluó a través de la “V” de Aiken mediante 10 jueces obteniendo niveles entre 0.80 y 1.00 con una significancia de $p < 0.5$ y 0.01 . Del mismo modo en la adaptación en Perú se pudo verificar la validez de constructo; se verificó a través de la r de Pearson, considerando a las dimensiones autoestima personal y familiar, encontrándose una relación elevadamente significativa. Mientras en la estandarización la validez se verificó a través del análisis factorial exploratorio donde la prueba de KMO y la prueba de esfericidad de Barlett mostró que los ítems tienen correlación y pueden conformar factores. A proseguir se muestra la ficha técnica para dicho instrumento de recolección de datos.

Tabla 2

Ficha técnica del Inventario de autoestima de Coopersmith.

Nombre del Instrumento:	“Inventario de autoestima de Coopersmith” (Anexo 2), aplicado en el Perú por Katheryn Abendaño (2018).
Aplicación:	Individual y grupal.
Ámbito de aplicación:	Adolescentes y jóvenes
Particularidad:	Instrumento de exploración psicológica.
Número de ítems:	58 ítems.
Duración:	De 15 a 20 minutos.
Finalidad:	Medición de la autoestima

Estructura:	Mide cuatro áreas o dimensiones: Personal (26 ítems), Social (8 ítems), Familiar (8 ítems) y Académica (8 ítems). Incluye además una escala L o escala de mentira, compuesta por 8 ítems. Se obtiene un puntaje total de (50 ítems).
Calificación:	Tabla de cálculo de puntuaciones.

Fuente: Elaboración propia

Validez y confiabilidad

Validez

Como prueba de validez del cuestionario, se empleará el juicio de expertos.

Confiabilidad

Como prueba de confiabilidad del cuestionario, se empleará el coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach. La interpretación de este coeficiente se desarrolla en función a la escala de valores elaborada por Cortina (1993) (Cayo & Apaza, 2017).

Tabla 3

Categorización de los resultados del coeficiente Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Nivel de confiabilidad
$\alpha \geq 0.9$	Excelente
$0.8 = \alpha < 0.9$	Bueno
$0.7 = \alpha < 0.8$	Aceptable
$0.6 = \alpha < 0.7$	Cuestionable
$0.5 = \alpha < 0.6$	Pobre
$\alpha < 0.5$	Inaceptable

*Nota.*Recuperado de Cayo Velásquez & Apaza Tarqui, 2017.

4.7 RECOLECCION DE DATOS

En esta etapa se consideró en primer lugar, el desarrollo y posterior corrección del cuestionario aplicado, mediante la aplicación de una prueba piloto y juicio de expertos, con el fin de poder evaluar la confiabilidad y validez del mismo. Posteriormente, se aplicó el cuestionario al grupo de adolescentes seleccionado en forma aleatoria, para formar parte de la muestra escogida.

4.8 TECNICAS DE ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

Para poder realizar el procesamiento de los resultados conseguidos mediante la aplicación del cuestionario, se construyó una base de datos en donde se anotaron las respuestas a las preguntas formuladas a los encuestados, mediante la aplicación del software SPSS en su versión 25. Después de registrada la información, se obtuvieron estadísticos y tablas; que permitieron visualizar y analizar los resultados de una manera más simple y elaborar conclusiones en función de los mismos.

Particularmente, con relación al análisis estadístico se aplicaron entre otras, las técnicas siguientes:

- **Análisis descriptivo:** Primordialmente a través de tablas de frecuencias simples y de doble entrada (tablas de contingencia).
- **Análisis de tipo inferencial:** Utilizando estadísticos de asociación y correlación entre dos o más variables, tales como el coeficiente de correlación de Pearson y el estadístico Chi cuadrado.

V. RESULTADOS

5.1 Presentación de resultados

5.1.1 Análisis de confiabilidad: Alfa de Cronbach

Como se detalló en la parte metodológica, para la evaluación de la confiabilidad del instrumento de investigación se empleó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach.

Variable uso de redes sociales

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad – Uso de redes sociales

Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	25

Obsesión por las redes sociales

Tabla 6

Estadísticas de total de elemento - Obsesión por las redes sociales

Ítems	Alfa de Cronbach	
	0.569	0.817
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento	
Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales	.453	.797
El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más	.392	.789
No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales	.440	.806
Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales	.381	.751

Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales	.408	.760
Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días	.817	

Falta de control personal en el uso de las redes sociales

Tabla 7

Estadísticas de total de elemento - Falta de control personal en el uso de las redes sociales

Ítems	Alfa de Cronbach		
	.657	.661	.686
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento		
Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales	.612	.607	.634
Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales	.575	.570	.597
Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales	.643	.686	
Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales	.661		
Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales	.610	.596	.590
Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social	.575	.579	.665

Uso excesivo de las redes sociales

Tabla 8

Estadísticas de total de elemento - Uso excesivo de las redes sociales

Ítems	Alfa de Cronbach			
	.866	.866	.868	.868
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento			

Siento una gran necesidad de permanecer conectado (a) a las redes sociales	.852	.853	.855	.863
Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja	.857	.861	.868	
Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo	.852	.851	.858	.867
Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado	.831	.826	.824	.812
Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales	.839	.838	.835	.828
Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales	.835	.831	.831	.826
Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora	.866			
Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales	.862	.868		

Variable Autoestima

Tabla 9

Estadísticas de fiabilidad - Autoestima

Alfa de Cronbach	N de elementos
.551	58

Personal

Tabla 10

Estadísticas de total de elemento – Personal

Ítems	Alfa de Cronbach															
	.432	.527	.599	.665	.707	.744	.777	.791	.799	.805	.806	.807	.808	.810	.813	.815
Las cosas mayormente no me preocupan	.417	.518	.596	.665	.710	.748	.784	.799								
Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera	.409	.506	.581	.651	.694	.734	.769	.783	.791	.798	.799	.800	.801	.803	.807	.809
Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades	.471	.563	.637	.700	.742	.777										
Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo	.396	.502	.581	.653	.700	.740	.775	.789	.797	.802	.805	.807	.810			
Me rindo fácilmente	.377	.483	.564	.638	.684	.725	.761	.777	.786	.792	.793	.794	.796	.800	.802	.808
Es bastante difícil ser yo mismo (a)	.382	.483	.565	.636	.684	.725	.762	.778	.786	.793	.795	.795	.796	.798	.801	.801
Mi vida es complicada	.369	.475	.555	.626	.675	.718	.755	.772	.779	.786	.787	.786	.787	.788	.790	.793
Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a)	.372	.477	.553	.628	.676	.717	.753	.769	.778	.785	.787	.787	.788	.789	.789	.791
Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas	.408	.508	.584	.653	.699	.738	.773	.788	.796	.803	.806	.808	.809	.813		
Si tengo algo que decir, generalmente lo digo	.483	.575	.644	.704	.744											
Generalmente desearía ser otra persona	.346	.456	.535	.612	.664	.708	.748	.764	.772	.779	.779	.778	.778	.779	.782	.783
No se puede confiar en mí	.414	.514	.591	.659	.703	.741	.775	.789	.798	.805	.806	.808				
Estoy seguro (a) de mí mismo (a)	.511	.599														
Paso bastante tiempo soñando despierto (a)	.429	.524	.599	.667	.710	.747	.781	.795	.805							
Desearía tener menos edad	.406	.505	.584	.654	.699	.738	.774	.789	.799	.806	.807					
Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer	.407	.507	.584	.655	.698	.738	.772	.786	.796	.803	.804	.805	.809	.812	.815	
Generalmente me arrepiento de las cosas que hago	.389	.487	.566	.638	.682	.722	.759	.775	.782	.789	.790	.791	.792	.795	.799	.803
Generalmente puedo cuidarme solo (a)	.430	.530	.606	.674	.718	.757	.791									
Soy bastante feliz	.511	.597	.665													
Me comprendo a mí mismo (a)	.527															
Puedo tomar una decisión y mantenerla	.479	.573	.645	.707												
Realmente no me gusta ser un (a) adolescente	.398	.498	.574	.644	.689	.731	.765	.779	.787	.793	.794	.798	.800	.803	.806	.808
Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a)	.368	.472	.550	.624	.672	.714	.752	.767	.775	.782	.783	.784	.785	.787	.791	.792
No me importan lo que me pase	.371	.480	.561	.635	.684	.726	.763	.779	.789	.796	.797	.799	.802	.804	.808	.810
Soy un fracaso	.389	.488	.565	.637	.682	.723	.759	.775	.783	.790	.791	.794	.796	.796	.799	.799
Me fastidio fácilmente cuando me regañan	.430	.524	.596	.663	.707	.745	.778	.792	.800	.806						

Social

Tabla 11

Estadísticas de total de elemento – Social

Ítems	Alfa de Cronbach					
	-.060	.066	.219	.318	.389	.402
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento					
Soy una persona divertida	-,060 ^a	.043	.216	.306	.402	
Soy popular entre los chicos (as) de mi edad	-,136 ^a	-,120 ^a	.030	.104	.276	.304
Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas	.009	.050	.218	.266	.257	.288
La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo	.030	.219				
Caigo bien fácilmente	-,042 ^a	.064	.104	.236	.336	.335
Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo	-,122 ^a	.100	.318			
No me gusta estar con otras personas	.066					
Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo	-,205 ^a	-,001 ^a	.200	.389		

Familiar

Tabla 12

Estadísticas de total de elemento – Familiar

Ítems	Alfa de Cronbach				
	-.061	.087	.383	.642	.718
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento				
En casa me fastidio fácilmente	-,169 ^a	-,137 ^a	.235	.562	.684
Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos	.087				

Mis padres esperan demasiado de mí	-,149 ^a	.011	.388	.718	
Muchas veces me gustaría irme de casa	-,006 ^a	-,027 ^a	.214	.546	.639
Mis padres me comprenden	.066	.383			
Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando	-,289 ^a	-,253 ^a	.143	.539	.660
Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos	.013	.311	.642		
Nadie me presta mucha atención en casa	-,063 ^a	-,072 ^a	.191	.533	.640

Académica

Tabla 13

Estadísticas de total de elemento – Académica

Ítems	Alfa de Cronbach			
	.042	.337	.435	.574
	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento			
Me resulta muy difícil hablar frente a la clase	-,002 ^a	.332	.432	.561
Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela	-,153 ^a	.197	.295	.483
Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela	-,254 ^a	.139	.287	.480
Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela	.337			
Estoy haciendo lo mejor que puedo	.132	.435		
Me gusta cuando me llaman a la pizarra	.097	.461	.574	
No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera	.078	.281	.390	.571
Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente	-,176 ^a	.152	.292	.497

5.1.2 Análisis descriptivo

A continuación, se presenta el análisis descriptivo para los ítems correspondientes a las dimensiones de las variables del estudio.

Datos generales

Tabla 14

Estadísticos - Edad

Estadísticos	Valores
N	161
Media	15.89
Mediana	16.00
Desviación estándar	1.154
Varianza	1.333
Asimetría	-0.532
Error estándar de asimetría	0.191
Curtosis	-1.208
Error estándar de curtosis	0.380
Mínimo	14
Máximo	17

Tabla 15

Frecuencia de Edad

Años	Frecuencia	Porcentaje
14	30	18.63%
15	26	16.15%
16	36	22.36%
17	69	42.86%
Total	161	100%

Tabla 16

Frecuencia de Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	103	63.98%
Masculino	58	36.02%
Total	161	100%

Tabla 17

Frecuencia de Grado y Sección

Grado	Frecuencia	Porcentaje
Segundo año de secundaria	19	11.80%
Tercer año de secundaria	13	8.07%
Cuarto año de secundaria	23	14.29%
Quinto año de secundaria	29	18.01%
Secundaria completa	37	22.98%
Instituto	2	1.24%
Universidad	38	23.60%
Total	161	100%

Variable uso de redes sociales

Obsesión por las redes sociales

Tabla 18

Frecuencia de Necesito Cada Vez Más Tiempo Para Atender Mis

Asuntos Relacionados con las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	4.35%
Rara vez	59	36.65%
Alguna vez	56	34.78%
Casi siempre	26	16.15%
Siempre	13	8.07%
Total	161	100%

Tabla 4*Frecuencia de El Tiempo que Antes Destinaba Para Estar**Conectado(A) a las Redes Sociales ya no Me Satisface, Necesito Más*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	52	32.30%
Rara vez	56	34.78%
Alguna vez	30	18.63%
Casi siempre	19	11.80%
Siempre	4	2.48%
Total	161	100%

Tabla 20*Frecuencia de No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las**redes sociales*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	38	23.60%
Rara vez	51	31.68%
Alguna vez	35	21.74%
Casi siempre	23	14.29%
Siempre	14	8.70%
Total	161	100%

Tabla 51*Frecuencia de Me Pongo de Malhumor si no Puedo Conectarme a las**Redes Sociales*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	57	35.40%
Rara vez	48	29.81%
Alguna vez	31	19.25%
Casi siempre	11	6.83%
Siempre	14	8.70%
Total	161	100%

Tabla 6

Frecuencia de Me Siento Ansioso(a) Cuando No Puedo Conectarme a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	52	32.30%
Rara vez	51	31.68%
Alguna vez	30	18.63%
Casi siempre	21	13.04%
Siempre	7	4.35%
Total	161	100%

Tabla 7

Frecuencia de Puedo Desconectarme de las Redes Sociales Por Varios Días

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	16.77%
Rara vez	31	19.25%
Alguna vez	36	22.36%
Casi siempre	45	27.95%
Siempre	22	13.66%
Total	161	100%

Tabla 8

Frecuencia de Aun Cuando Desarrollo Otras Actividades, no Dejo de Pensar en lo Que Sucede en las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	54	33.54%
Rara vez	49	30.43%
Alguna vez	31	19.25%
Casi siempre	19	11.80%
Siempre	8	4.97%
Total	161	100%

Tabla 9

Frecuencia de Descuido a Mis Amigos o Familiares por estar Conectado(a) a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	76	47.20%
Rara vez	36	22.36%
Alguna vez	28	17.39%
Casi siempre	14	8.70%
Siempre	7	4.35%
Total	161	100%

Tabla 10

Frecuencia de Mi pareja, o Amigos, o Familiares; Me Han Llamado la Atención por mi Dedicación y el Tiempo que Destino a las Cosas de las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	31	19.25%
Rara vez	48	29.81%
Alguna vez	39	24.22%
Casi siempre	29	18.01%
Siempre	14	8.70%
Total	161	100%

Tabla 11

Frecuencia de Cuando Estoy en Clase Sin Conectar con las Redes Sociales, me Siento Aburrido(a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	48	29.81%
Rara vez	53	32.92%
Alguna vez	31	19.25%
Casi siempre	23	14.29%
Siempre	6	3.73%

Total	161	100%
-------	-----	------

Falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Tabla 12

Frecuencia de Apenas Despierto ya Estoy Conectándome a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	11.18%
Rara vez	43	26.71%
Alguna vez	30	18.63%
Casi siempre	37	22.98%
Siempre	33	20.50%
Total	161	100%

Tabla 13

Frecuencia de Pienso en lo que Puede Estar Pasando en las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	30	18.63%
Rara vez	61	37.89%
Alguna vez	34	21.12%
Casi siempre	23	14.29%
Siempre	13	8.07%
Total	161	100%

Tabla 14

Frecuencia de Pienso en que Debo Controlar mi Actividad de Conectarme a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	18	11.18%
Rara vez	28	17.39%

Alguna vez	50	31.06%
Casi siempre	32	19.88%
Siempre	33	20.50%
Total	161	100%

Tabla 15

Frecuencia de Me Propongo Sin Éxito, Controlar Mis Hábitos de Uso Prolongado e Intenso de las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Nunca	23	14.29%
Rara vez	56	34.78%
Alguna vez	47	29.19%
Casi siempre	22	13.66%
Siempre	13	8.07%
Total	161	100%

Tabla 162

Frecuencia de Descuido las Tareas y los Estudios por Estar Conectado(a) a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	59	36.65%
Rara vez	49	30.43%
Alguna vez	33	20.50%
Casi siempre	16	9.94%
Siempre	4	2.48%
Total	161	100%

Tabla 17

Frecuencia de Creo Que es un Problema la Intensidad y La Frecuencia con La Que Entro y Uso La Red Social

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	31	19.25%

Rara vez	41	25.47%
Alguna vez	48	29.81%
Casi siempre	20	12.42%
Siempre	21	13.04%
Total	161	100%

Uso excesivo de las redes sociales

Tabla 18

Frecuencia de Siento una Gran Necesidad de Permanecer Conectado

(a) a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	3.11%
Rara vez	27	16.77%
Alguna vez	45	27.95%
Casi siempre	58	36.02%
Siempre	26	16.15%
Total	161	100%

Tabla 19

Frecuencia de Entrar y Usar las Redes Sociales me Produce Alivio, me

Relaja

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	13.66%
Rara vez	36	22.36%
Alguna vez	42	26.09%
Casi siempre	34	21.12%
Siempre	27	16.77%
Total	161	100%

Tabla 20

Frecuencia de Cuando Entro a las Redes Sociales Pierdo el Sentido del Tiempo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	21	13.04%
Rara vez	48	29.81%
Alguna vez	35	21.74%
Casi siempre	38	23.60%
Siempre	19	11.80%
Total	161	100%

Tabla 21

Frecuencia de Generalmente Permanezco Más Tiempo en las Redes Sociales, del que Inicialmente Había Destinado

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	17	10.56%
Rara vez	47	29.19%
Alguna vez	38	23.60%
Casi siempre	42	26.09%
Siempre	17	10.56%
Total	161	100%

Tabla 22

Frecuencia de Invierto Mucho Tiempo del Día Conectándome y Desconectándome de las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	8.07%
Rara vez	48	29.81%
Alguna vez	48	29.81%
Casi siempre	31	19.25%
Siempre	21	13.04%
Total	161	100%

Tabla 23

Frecuencia de Permanezco Mucho Tiempo Conectado(a) a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	4.35%
Rara vez	47	29.19%
Alguna vez	45	27.95%
Casi siempre	40	24.84%
Siempre	22	13.66%
Total	161	100%

Tabla 24

Frecuencia de Estoy Atento(a) a las alertas que Me Envían Desde las Redes Sociales a mi Teléfono o a la Computadora

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	23	14.29%
Rara vez	45	27.95%
Alguna vez	37	22.98%
Casi siempre	33	20.50%
Siempre	23	14.29%
Total	161	100%

Tabla 25

Frecuencia de Aun Cuando Estoy en Clase, me Conecto con Disimulo a las Redes Sociales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	51	31.68%
Rara vez	51	31.68%
Alguna vez	39	24.22%
Casi siempre	15	9.32%
Siempre	5	3.11%
Total	161	100%

Variable autoestima

Personal

Tabla 26

Frecuencia de Las Cosas Mayormente no me Preocupan

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Falso	112	69.57%
Verdadero	49	30.43%
Total	161	100%

Tabla 273

Frecuencia de Hay muchas Cosas Sobre mí Mismo (a) que Cambiaría si Pudiera

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Falso	39	24.22%
Verdadero	122	75.78%
Total	161	100%

Tabla 4428

Frecuencia de Puedo Tomar Decisiones sin Muchas Dificultades

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	87	54.04%
Verdadero	74	45.96%
Total	161	100%

Tabla 29

Frecuencia de me Toma Bastante Tiempo Acostumbrarme a algo Nuevo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	84	52.17%
Verdadero	77	47.83%

Total	161	100%
-------	-----	------

Tabla 30

Frecuencia de Me Rindo Fácilmente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	114	70.81%
Verdadero	47	29.19%
Total	161	100%

Tabla 31

Frecuencia de Es Bastante Difícil Ser Yo Mismo (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	85	52.80%
Verdadero	76	47.20%
Total	161	100%

Tabla 32

Frecuencia de Mi Vida es Complicada

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	79	49.07%
Verdadero	82	50.93%
Total	161	100%

Tabla 33

Frecuencia de Tengo una Pobre Opinión Acerca de mí Mismo (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	86	53.42%
Verdadero	75	46.58%
Total	161	100%

Tabla 34

*Frecuencia de Físicamente No Soy Tan Simpático (a) como La
Mayoría de Personas*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	61	37.89%
Verdadero	100	62.11%
Total	161	100%

Tabla 35

Frecuencia de si Tengo Algo que Decir, Generalmente lo Digo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	50	31.06%
Verdadero	111	68.94%
Total	161	100%

Tabla 36

Frecuencia de Generalmente Desearía Ser Otra Persona

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	89	55.28%
Verdadero	72	44.72%
Total	161	100%

Tabla 37

Frecuencia de No se Puede Confiar en Mí

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	148	91.93%
Verdadero	13	8.07%
Total	161	100%

Tabla 38*Frecuencia de Estoy Seguro (a) de Mí Mismo (a)*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	65	40.37%
Verdadero	96	59.63%
Total	161	100%

Tabla 39*Frecuencia de Paso Bastante Tiempo Soñando Despierto (a)*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	44	27.33%
Verdadero	117	72.67%
Total	161	100%

Tabla 40*Frecuencia de Desearía Tener Menos Edad*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	103	63.98%
Verdadero	58	36.02%
Total	161	100%

Tabla 41*Frecuencia de Alguien Siempre Debe Decirme lo que Debo Hacer*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	111	68.94%
Verdadero	50	31.06%
Total	161	100%

Tabla 42*Frecuencia de Generalmente me Arrepiento de las Cosas que Hago*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	79	49.07%
Verdadero	82	50.93%
Total	161	100%

Tabla 43

Frecuencia de Generalmente Puedo Cuidarme Solo (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	36	22.36%
Verdadero	125	77.64%
Total	161	100%

Tabla 44

Frecuencia de Soy Bastante Feliz

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	72	44.72%
Verdadero	89	55.28%
Total	161	100%

Tabla 45

Frecuencia de Me Comprendo a mí Mismo (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	63	39.13%
Verdadero	98	60.87%
Total	161	100%

Social

Tabla 46

Frecuencia de Soy una Persona Divertida

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	24	14.91%
Verdadero	137	85.09%
Total	161	100%

Tabla 47

Frecuencia de Soy Popular Entre los Chicos (as) de mi Edad

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	109	67.70%
Verdadero	52	32.30%
Total	161	100%

Tabla 48

Frecuencia de los (as) Chicos (as) Generalmente Aceptan Mis Ideas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	46	28.57%
Verdadero	115	71.43%
Total	161	100%

Tabla 495

Frecuencia de La Mayoría de Personas Caen Mejor de lo Que Yo Caigo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	70	43.48%
Verdadero	91	56.52%
Total	161	100%

Tabla 50

Frecuencia de Caigo Bien Fácilmente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	49	30.43%
Verdadero	112	69.57%

Total	161	100%
-------	-----	------

Tabla 51

Frecuencia de Preferiría Jugar con Niños (as) Más Pequeños (as) que Yo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	106	65.84%
Verdadero	55	34.16%
Total	161	100%

Tabla 52

Frecuencia de No Me Gusta Estar con Otras Personas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	105	65.22%
Verdadero	56	34.78%
Total	161	100%

Tabla 53

Frecuencia de Los (as) Chicos (as) Generalmente se la Agarran Conmigo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	130	80.75%
Verdadero	31	19.25%
Total	161	100%

Familiar

Tabla 54

Frecuencia de en Casa me Fastidio Fácilmente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	63	39.13%
Verdadero	98	60.87%
Total	161	100%

Tabla 55

Frecuencia de Mis Padres Generalmente Toman en Cuenta Mis Sentimientos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	72	44.72%
Verdadero	89	55.28%
Total	161	100%

Tabla 56

Frecuencia de Mis Padres Esperan Demasiado de Mí

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	37	22.98%
Verdadero	124	77.02%
Total	161	100%

Tabla 57

Frecuencia de Muchas Veces me Gustaría Irme de Casa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	81	50.31%
Verdadero	80	49.69%
Total	161	100%

Tabla 58

Frecuencia de Mis Padres me Comprenden

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	79	49.07%
Verdadero	82	50.93%
Total	161	100%

Tabla 59

Frecuencia de Generalmente Siento que mis Padres me Estuvieran

Presionando

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	91	56.52%
Verdadero	70	43.48%
Total	161	100%

Tabla 60

Frecuencia de Mis Padres y Yo Nos Divertimos Mucho Juntos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	77	47.83%
Verdadero	84	52.17%
Total	161	100%

Tabla 61

Frecuencia de Nadie me Presta Mucha Atención en Casa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	94	58.39%
Verdadero	67	41.61%
Total	161	100%

Académica.

Tabla 62

Frecuencia de me Resulta muy Difícil Hablar Frente a la Clase

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Falso	81	50.31%
Verdadero	80	49.69%
Total	161	100%

Tabla 63

Frecuencia de Generalmente Me Siento Aburrido (a) en la Escuela

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	118	73.29%
Verdadero	43	26.71%
Total	161	100%

Tabla 64

Frecuencia de Generalmente me Siento Desmoralizado (a) en la Escuela

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	116	72.05%
Verdadero	45	27.95%
Total	161	100%

Tabla 65

Frecuencia de Estoy Orgulloso (a) de mi Rendimiento en la Escuela

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	56	34.78%
Verdadero	105	65.22%
Total	161	100%

Tabla 66

Frecuencia de Estoy Haciendo lo Mejor que Puedo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	17	10.56%

Verdadero	144	89.44%
Total	161	100%

Tabla 67

Frecuencia de Me Gusta Cuando me Llaman a la Pizarra

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	114	70.81%
Verdadero	47	29.19%
Total	161	100%

Tabla 68

Frecuencia de No me Está Yendo tan Bien en la Escuela como Quisiera

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	83	51.55%
Verdadero	78	48.45%
Total	161	100%

Tabla 69

Frecuencia de Mis Profesores me Hacen Sentir que no Soy lo

Suficientemente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	128	79.50%
Verdadero	33	20.50%
Total	161	100%

Escala L o Escala de mentira.

Tabla 70

Frecuencia de Nunca me Preocupo de Nada

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
------------	------------	------------

Falso	138	85.71%
Verdadero	23	14.29%
Total	161	100%

Tabla 71

Frecuencia de Siempre Hago lo Correcto

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	116	72.05%
Verdadero	45	27.95%
Total	161	100%

Tabla 72

Frecuencia de Nunca Estoy Contento (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	110	68.32%
Verdadero	51	31.68%
Total	161	100%

Tabla 73

Frecuencia de Me Gustan Todas las Personas que Conozco

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	98	60.87%
Verdadero	63	39.13%
Total	161	100%

Tabla 74

Frecuencia de Nunca me Lllaman la Atención

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	133	82.61%
Verdadero	28	17.39%

Total	161	100%
-------	-----	------

Tabla 75

Frecuencia de Puedo Tomar una Decisión y Mantenerla

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	55	34.16%
Verdadero	106	65.84%
Total	161	100%

Tabla 76

Frecuencia de Realmente no me Gusta Ser un (a) Adolescente

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	109	67.70%
Verdadero	52	32.30%
Total	161	100%

Tabla 77

Frecuencia de Nunca Soy Tímido (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	107	66.46%
Verdadero	54	33.54%
Total	161	100%

Tabla 78

Frecuencia de Generalmente me Avergüenzo de mí Mismo (a)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	100	62.11%
Verdadero	61	37.89%
Total	161	100%

Tabla 79*Frecuencia de Siempre Digo la Verdad*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	97	60.25%
Verdadero	64	39.75%
Total	161	100%

Tabla 80*Frecuencia de No Me Importan lo que Me Pase*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	111	68.94%
Verdadero	50	31.06%
Total	161	100%

Tabla 81*Frecuencia de Soy un Fracaso*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	124	77.00%
Verdadero	37	23.00%
Total	161	100%

Tabla 82*Frecuencia de Me Fastidio Fácilmente Cuando Me Regañan*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	39	24.22%
Verdadero	122	75.78%
Total	161	100%

Tabla 83*Frecuencia de Siempre sé lo que Debo Decir a las Personas*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falso	77	47.83%
Verdadero	84	52.17%
Total	161	100%

5.1.3 Análisis correlacional

A continuación, se presenta el análisis correlacional estableciendo los valores de correlación entre las variables de estudio y sus dimensiones.

Correlación entre las dimensiones de la variable uso de redes sociales.

En relación con la correlación entre las dimensiones de la variable uso de redes sociales, obtenemos los siguientes resultados.

Tabla 84*Correlación entre las dimensiones de la variable uso de redes sociales*

		Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales	Uso de redes sociales
Obsesión por las redes sociales	Correlación de Pearson	1	0.667	0.637	0.872
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	N	161	161	161	161
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Correlación de Pearson	0.667	1	0.731	0.885
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	N	161	161	161	161
	Correlación de Pearson	0.637	0.731	1	0.901

Uso excesivo de las redes sociales	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	N	161	161	161	161
Uso de redes sociales	Correlación de Pearson	0.872	0.885	0.901	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
	N	161	161	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Correlación entre las dimensiones de la variable autoestima.

En relación con la correlación entre las dimensiones de la variable autoestima obtenemos los siguientes resultados.

Tabla 85

Correlación entre las dimensiones de la variable autoestima

		Personal	Social	Familiar	Académica	Autoestima
Personal	Correlación de Pearson	1	-0.24	0.567	0.428	0.914
	Sig. (bilateral)		.002	.000	.000	.000
	N	161	161	161	161	161
Social	Correlación de Pearson	-0.24	1	-0.298	-0.242	-0.303
	Sig. (bilateral)	.002		.000	.002	.000
	N	161	161	161	161	161
Familiar	Correlación de Pearson	0.567	-0.298	1	0.306	0.756
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000
	N	161	161	161	161	161
Académica	Correlación de Pearson	0.428	-0.242	0.306	1	0.603
	Sig. (bilateral)	.000	.002	.000		.000
	N	161	161	161	161	161
Autoestima	Correlación de Pearson	0.914	-0.303	0.756	0.603	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	
	N	161	161	161	161	161

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Correlaciones entre las variables uso de redes sociales y autoestima.

En relación con la correlación entre las variables uso de redes sociales y autoestima obtenemos los siguientes resultados.

Tabla 86

Correlación entre las variables uso de redes sociales y autoestima

		Uso de redes sociales	Autoestima
Uso de redes sociales	Correlación de Pearson	1	0.427
	Sig. (bilateral)		.000
	N	161	161
Autoestima	Correlación de Pearson	0.427	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	161	161

** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

En relación con la correlación entre las dimensiones de las variables uso de redes sociales y autoestima obtenemos los siguientes resultados.

Tabla 87

Correlaciones entre las dimensiones de las variables uso de redes sociales y autoestima

		Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales	Uso de redes sociales	Personal	Social	Familiar	Académica	Autoestima
Obsesión por las redes sociales	Correlación de Pearson	1	0.667	0.637	0.872	0.292	-0.22	0.185	0.349	0.354
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	.000	.005	.019	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Correlación de Pearson	0.667	1	0.731	0.885	0.353	-0.176	0.276	0.407	0.418
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	.000	.026	.000	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Uso excesivo de las redes sociales	Correlación de Pearson	0.637	0.731	1	0.901	0.334	-.077	0.193	0.361	0.371
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000	.330	.014	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Uso de redes sociales	Correlación de Pearson	0.872	0.885	0.901	1	0.367	-0.175	0.241	0.417	0.427
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.000	.027	.002	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Personal	Correlación de Pearson	0.292	0.353	0.334	0.367	1	-0.24	0.567	0.428	0.914
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Social	Correlación de Pearson	-0.22	-0.176	-.077	-0.175	-0.24	1	-0.298	-0.242	-0.303
	Sig. (bilateral)	.005	.026	.330	.027	.002		.000	.002	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Familiar	Correlación de Pearson	0.185	0.276	0.193	0.241	0.567	-0.298	1	0.306	0.756
	Sig. (bilateral)	.019	.000	.014	.002	.000	.000		.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Académica	Correlación de Pearson	0.349	0.407	0.361	0.417	0.428	-0.242	0.306	1	0.603
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000		.000
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161
Autoestima	Correlación de Pearson	0.354	0.418	0.371	0.427	0.914	-0.303	0.756	0.603	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	161	161	161	161	161	161	161	161	161

** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral).

5.2 Interpretación de los resultados

5.2.1 Análisis de confiabilidad: Alfa de Cronbach

Variable uso de redes sociales

El valor de Alfa de Cronbach global para el instrumento, correspondiente a la recolección de datos para la variable Uso de redes sociales, asciende a 0.910, por lo que la confiabilidad para este instrumento se considera de nivel excelente.

Obsesión por las redes sociales

Para el constructo “Obsesión por las redes sociales”, el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días, por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.817 y 5 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel bueno.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Para el constructo “Falta de control personal en el uso de las redes sociales”, el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que

el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales, por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.686 y 4 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel cuestionable.

Uso excesivo de las redes sociales

Para el constructo “Uso excesivo de las redes sociales”, el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora, por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.868 y 5 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel bueno.

Variable Autoestima

El valor de Alfa de Cronbach global para el instrumento, correspondiente a la recolección de datos para la variable Autoestima, asciende a 0.551, por lo que la confiabilidad para este instrumento se considera de nivel pobre.

Personal

Para el constructo "Personal", el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Me comprendo a mí mismo (a), por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.814 y 11 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel bueno.

Social

Para el constructo "Social", el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: No me gusta estar con otras personas, por lo que es eliminada. Una vez hecho

los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.401 y 3 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel inaceptable.

Familiar

Para el constructo “Familiar”, el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos, por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.717 y 4 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel aceptable.

Académica

Para el constructo “Académica”, el Alfa de Cronbach que se obtiene si se elimina un ítem, debe siempre ser menor que el valor del Alfa de Cronbach original, ya que el Alfa de Cronbach es directamente proporcional al número de ítems, lo que no se cumple inicialmente para: Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela, por lo que es eliminada. Una vez hecho los cambios se vuelve a calcular el Alfa de

Cronbach, eliminando sucesivamente los ítems, resultando un valor final igual a 0.573 y 5 ítems, por lo que la confiabilidad para este constructo se considera de nivel pobre.

5.2.2 Análisis descriptivo

Datos generales

- En los estadísticos de la variable edad (en años), se evidencia una media de 15.89 años y desviación estándar de 1.154 años. La distribución posee asimetría negativa a la izquierda (-0.532) y curtosis negativa de tipo platicúrtica (-1.208). La edad mínima evidenciada corresponde a 14 años y la edad máxima a 17 años.
- En la variable edad, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a 17 años con 42.86%, seguido de 16 años con 22.36%, 14 años con 18.63% y por último 15 años con 16.15%.
- En la variable sexo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a femenino con 63.98% y masculino con 36.02%.
- En la variable grado y sección, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a universidad con 23.60%, seguido de secundaria completa con 22.98%, quinto año de secundaria con 18.01%, cuarto año de secundaria con 14.29%, segundo año de secundaria con 11.80%,

tercer año de secundaria con 8.07% y finalmente instituto con 1.24%.

Variable uso de redes sociales

Obsesión por las redes sociales

- En la variable necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 36.65%, seguido de alguna vez con 34.78%, casi siempre con 16.15%, siempre con 8.07% y finalmente nunca con 4.35%.
- En la variable el tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 34.78%, seguido de nunca con 32.30%, alguna vez con 18.63%, casi siempre con 11.80% y finalmente siempre con 2.48%.
- En la variable no sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 31.68%, seguido de nunca con 23.60%, alguna vez con 21.74%, casi siempre con 14.29% y siempre con 8.70%.
- En la variable me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 35.40%, seguido

de rara vez con 29.81%, alguna vez con 19.25%, siempre con 8.70% y finalmente casi siempre con 6.83%.

- En la variable me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 32.30%, seguido de rara vez con 31.68%, alguna vez con 18.63%, casi siempre con 13.04% y finalmente siempre con 4.35%.
- En la variable puedo desconectarme de las redes sociales por varios días, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a casi siempre con 27.95%, seguido de alguna vez con 22.36%, rara vez con 19.25%, nunca con 16.77% y finalmente siempre con 13.66%.
- En la variable aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 33.54%, seguido de rara vez con 30.43%, alguna vez con 19.25%, casi siempre con 11.80% y finalmente siempre con 4.97%.
- En la variable descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 47.20%, seguido de rara vez con 22.36%, alguna vez con 17.39%, casi siempre con 8.70% y finalmente siempre con 4.35%.
- En la variable mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que

destino a las cosas de las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 29.81%, seguido de alguna vez con 24.22%, nunca con 19.25%, casi siempre con 18.01% y finalmente siempre con 8.70%.

- En la variable cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 32.92%, seguido de nunca con 29.81%, alguna vez con 19.25%, casi siempre con 14.29% y finalmente siempre con 3.73%.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales

- En la variable apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 26.71%, seguido de casi siempre con 22.98%, siempre con 20.50%, alguna vez con 18.63% y finalmente nunca con 11.18%.
- En la variable pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 37.89%, seguido de alguna vez con 21.12%, nunca con 18.63%, casi siempre con 14.29% y finalmente siempre con 8.07%.
- En la variable pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a alguna vez con 31.06%,

seguido de siempre con 20.50%, casi siempre con 19.88%, rara vez con 17.39% y finalmente nunca con 11.18%.

- En la variable me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 34.78%, seguido de alguna vez con 29.19%, nunca con 14.29%, casi siempre con 13.66% y finalmente siempre con 8.07%.
- En la variable descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 36.65%, seguido de rara vez con 30.43%, alguna vez con 20.50%, casi siempre con 9.94% y finalmente siempre con 2.48%.
- En la variable creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a alguna vez con 29.81%, seguido de rara vez con 25.47%, nunca con 19.25%, siempre con 13.04% y finalmente casi siempre con 12.42%.

Uso excesivo de las redes sociales

- En la variable siento una gran necesidad de permanecer conectado (a) a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a casi siempre con 36.02%,

seguido de alguna vez con 27.95%, rara vez con 16.77%, siempre con 16.15% y finalmente nunca con 3.11%.

- En la variable entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a alguna vez con 26.09%, seguido de rara vez con 22.36%, casi siempre con 21.12%, siempre con 16.77% y finalmente nunca con 13.66%.
- En la variable cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 29.81%, seguido de casi siempre con 23.60%, alguna vez con 21.74%, nunca con 13.04% y finalmente siempre con 11.80%.
- En la variable generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 29.19%, seguido de casi siempre con 26.09%, alguna vez con 23.60%, nunca con 10.56% y finalmente siempre con 10.56%.
- En la variable invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 29.81%, seguido de alguna vez con 29.81%, casi siempre con 19.25%, siempre con 13.04% y finalmente nunca con 8.07%.

- En la variable permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 29.19%, seguido de alguna vez con 27.95%, casi siempre con 24.84%, siempre con 13.66% y finalmente nunca con 4.35%.
- En la variable estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a rara vez con 27.95%, seguido de alguna vez con 22.98%, casi siempre con 20.50%, nunca con 14.29% y finalmente siempre con 14.29%.
- En la variable aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a nunca con 31.68%, seguido de rara vez con 31.68%, alguna vez con 24.22%, casi siempre con 9.32% y finalmente siempre con 3.11%.

Variable Autoestima

Personal

- En la variable las cosas mayormente no me preocupan, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 69.57%, mientras que verdadero obtuvo el 30.43%.
- En la variable hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 75.78%, mientras que falso obtuvo el 24.22%.

- En la variable puedo tomar decisiones sin muchas dificultades, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 54.04%, mientras que verdadero obtuvo el 45.96%.
- En la variable me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 52.17%, mientras que verdadero obtuvo el 47.83%.
- En la variable me rindo fácilmente, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 70.81%, mientras que verdadero obtuvo el 29.19%.
- En la variable es bastante difícil ser yo mismo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 52.80%, mientras que verdadero obtuvo el 47.20%.
- En la variable mi vida es complicada, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 50.93%, mientras que falso obtuvo el 49.07%.
- En la variable tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 53.42%, mientras que verdadero obtuvo 46.58%.
- En la variable físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 62.11%, mientras que falso obtuvo el 37.89%.

- En la variable si tengo algo que decir, generalmente lo digo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 68.94%, mientras que falso obtuvo el 31.06%.
- En la variable generalmente desearía ser otra persona, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 55.28%, mientras que verdadero obtuvo el 44.72%.
- En la variable no se puede confiar en mí, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 91.93%, mientras que verdadero obtuvo el 8.07%.
- En la variable estoy seguro (a) de mí mismo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 59.63%, mientras que falso obtuvo el 40.37%.
- En la variable paso bastante tiempo soñando despierto (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 72.67%, mientras que falso obtuvo el 27.33%.
- En la variable desearía tener menos edad, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 63.98%, mientras que verdadero obtuvo el 36.02%.
- En la variable alguien siempre debe decirme lo que debo hacer, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 68.94%, mientras que verdadero obtuvo el 31.06%.
- En la variable generalmente me arrepiento de las cosas que hago, la mayor frecuencia evidenciada corresponde

a verdadero con 50.93%, mientras que falso obtuvo el 49.07%.

- En la variable generalmente puedo cuidarme solo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 77.64%, mientras que falso obtuvo el 22.36%.
- En la variable soy bastante feliz, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 55.28%, mientras que falso obtuvo el 44.72%.
- En la variable me comprendo a mí mismo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 60.87%, mientras que falso obtuvo el 39.13%.

Social

- En la variable soy una persona divertida, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 85.09%, mientras que falso obtuvo el 14.91%.
- En la variable soy popular entre los chicos (as) de mi edad, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 67.70%, mientras que verdadero obtuvo el 32.30%.
- En la variable los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 71.43%, mientras que falso obtuvo el 28.57%.

- En la variable la mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 56.52%, mientras que falso obtuvo el 43.48%.
- En la variable caigo bien fácilmente, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 69.57%, mientras que falso obtuvo el 30.43%.
- En la variable preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 65.84%, mientras que verdadero obtuvo el 34.16%.
- En la variable no me gusta estar con otras personas, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 65.22%, mientras que verdadero obtuvo el 34.78%.
- En la variable los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 80.75%, mientras que verdadero obtuvo el 19.25%.

Familiar

- En la variable en casa me fastidio fácilmente, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 60.87%, mientras que falso obtuvo el 39.13%.
- En la variable mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos, la mayor frecuencia evidenciada

corresponde a verdadero con 55.28%, mientras que falso obtuvo el 44.72%.

- En la variable mis padres esperan demasiado de mí, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 77.02%, mientras que falso obtuvo el 22.98%.
- En la variable muchas veces me gustaría irme de casa, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 50.31%, mientras que verdadero obtuvo el 49.69%.
- En la variable mis padres me comprenden, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 50.93%, mientras que falso obtuvo el 49.07%.
- En la variable generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 56.52%, mientras que verdadero obtuvo el 43.48%.
- En la variable mis padres y yo nos divertimos mucho juntos, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 52.17%, mientras que falso obtuvo el 47.83%.
- En la variable nadie me presta mucha atención en casa, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 58.39%, mientras que verdadero obtuvo el 41.61%

Académica.

- En la variable me resulta muy difícil hablar frente a la clase, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 50.31%, mientras que verdadero obtuvo el 49.69%.
- En la variable generalmente me siento aburrido (a) en la escuela, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 73.29%, mientras que verdadero obtuvo el 26.71%.
- En la variable generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 72.05%, mientras que verdadero obtuvo el 27.95%.
- En la variable estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 65.22%, mientras que falso obtuvo el 34.78%.
- En la variable estoy haciendo lo mejor que puedo, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 89.44%, mientras que falso obtuvo el 10.56%.
- En la variable me gusta cuando me llaman a la pizarra, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 70.81%, mientras que verdadero obtuvo el 29.19%.
- En la variable no me está yendo tan bien en la escuela como quisiera, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 51.55%, mientras que verdadero obtuvo el 48.45%.

- En la variable mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 79.50%, mientras que verdadero obtuvo el 20.50%.

Escala L o Escala de mentira.

- En la variable nunca me preocupo de nada, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 85.71%, mientras que verdadero obtuvo el 14.29%.
- En la variable siempre hago lo correcto, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 72.05%, mientras que verdadero obtuvo el 27.95%.
- En la variable nunca estoy contento (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 68.32%, mientras que verdadero obtuvo el 31.68%.
- En la variable me gustan todas las personas que conozco, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 60.87%, mientras que verdadero obtuvo el 39.13%.
- En la variable nunca me llaman la atención, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 82.61%, mientras que verdadero obtuvo el 17.39%.
- En la variable puedo tomar una decisión y mantenerla, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 65.84%, mientras que falso obtuvo el 34.16%.

- En la variable realmente no me gusta ser un (a) adolescente, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 67.70%, mientras que verdadero obtuvo el 32.30%.
- En la variable nunca soy tímido (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 66.46%, mientras que verdadero obtuvo el 33.54%.
- En la variable generalmente me avergüenzo de mí mismo (a), la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 62.11%, mientras que verdadero obtuvo el 37.89%.
- En la variable siempre digo la verdad, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 60.25%, mientras que verdadero obtuvo el 39.75%.
- En la variable no me importan lo que me pase, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 68.94%, mientras que verdadero obtuvo el 31.06%.
- En la variable soy un fracaso, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a falso con 77.00%, mientras que verdadero obtuvo el 23.00%.
- En la variable me fastidio fácilmente cuando me regaña, la mayor frecuencia evidenciada corresponde a verdadero con 75.78%, mientras que falso obtuvo el 24.22%.
- En la variable siempre sé lo que debo decir a las personas, la mayor frecuencia evidenciada corresponde

a verdadero con 52.17%, mientras que falso obtuvo el 47.83%.

5.2.3 Análisis correlacional

Correlación entre las dimensiones de la variable uso de redes sociales.

De acuerdo con la tabla se observa que, se presentan las correlaciones significativas siguientes:

- **Obsesión por las redes sociales:** Correlación de nivel considerable con 0.872 que corresponde a la variable uso de redes sociales, seguido de correlaciones de nivel medio con 0.667 y 0.637 que corresponden a las variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales respectivamente.
- **Falta de control personal en el uso de las redes sociales:** correlación de nivel considerable con 0.885 que corresponde a la variable uso de redes sociales, seguido de correlaciones de nivel medio con 0.731 y 0.667 que corresponden a las variables uso excesivo de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente.
- **Uso excesivo de las redes sociales:** correlación de nivel muy fuerte con 0.901 que corresponde a la variable uso de redes sociales, seguido de correlaciones de nivel medio con 0.731 y 0.637 que corresponden a las

variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente.

- **Uso de redes sociales:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.901 que corresponde a la variable uso excesivo de las redes sociales, seguido de correlaciones de nivel considerable con 0.885 y 0.872 que corresponden a las variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente.

Correlación entre las dimensiones de la variable autoestima.

De acuerdo con la tabla se observa que, se presentan las correlaciones significativas siguientes:

- **Personal:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.914 que corresponde a la variable autoestima, seguido de la correlación de nivel medio con 0.567 que corresponden a las variables familiar, correlación de nivel débil con 0.428 que corresponde a la variable académica, correlación de nivel muy débil con -0.24 que corresponde a la variable social.
- **Social:** Correlaciones negativas de nivel débil con -0.298 y -0.303 que corresponden a las variables familiar y autoestima respectivamente, seguido de correlaciones negativas de nivel muy débil con -0.24 y -0.242 que

corresponden a las variables personal y académica respectivamente.

- **Familiar:** Correlación de nivel considerable con 0.756 que corresponde a la variable autoestima, seguido de la correlación de nivel medio con 0.567 que corresponde a la variable personal; correlaciones de nivel débil con 0.306 y -0.298 que corresponden a las variables académica y social respectivamente.
- **Académica:** Correlación de nivel medio con 0.603 que corresponde a la variable autoestima; seguido de correlaciones de nivel débil con 0.428 y 0.306 que corresponden a las variables personal y familiar respectivamente, correlación negativa de nivel muy débil con -0.242 que corresponde a la variable social.
- **Autoestima:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.914 que corresponde a la variable personal, seguido de la correlación de nivel considerable con 0.756 que corresponde a la variable familiar, correlación de nivel medio con 0.603 que corresponde a la variable académica, correlación negativa de nivel débil con -0.303 que corresponden a las variables social

Correlaciones entre las variables uso de redes sociales y autoestima.

De acuerdo con la tabla se observa que, se presentan las correlaciones significativas siguientes:

- **Uso de redes sociales:** correlación de nivel débil con 0.427 que corresponde a la variable autoestima.
- **Autoestima:** correlación de nivel débil con 0.427 que corresponde a la variable uso de redes sociales.

Correlaciones entre las dimensiones de las variables uso de redes sociales y autoestima.

De acuerdo con la tabla se observa que, se presentan las correlaciones significativas siguientes:

- **Obsesión por las redes sociales:** Correlación de nivel considerable con 0.872 que corresponde a la variable uso de redes sociales; seguido de correlaciones de nivel medio con 0.667 y 0.637 que corresponden a las variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales respectivamente; correlaciones de nivel débil con 0.354, 0.349 y 0.292 que corresponden a las variables autoestima, académica y personal respectivamente; correlaciones de nivel muy débil con 0.185 y -0.22 que corresponden a las variables familiar y social respectivamente;
- **Falta de control personal en el uso de las redes sociales:** Correlación de nivel considerable con 0.885 que corresponde a la variable uso de redes sociales; seguido de correlaciones de nivel medio con 0.731 y 0.667 que corresponden a las variables uso excesivo de

las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente; correlaciones de nivel débil con 0.418 , 0.407 , 0.353 y 0.276 que corresponden a las variables autoestima, académica, personal y familiar respectivamente; correlación negativa de nivel muy débil con -0.176 que corresponde a la variable social

- **Uso excesivo de las redes sociales:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.901 que corresponde a la variable uso de redes sociales; seguido de correlaciones de nivel medio con 0.731 y 0.637 que corresponden a las variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente; correlaciones de nivel débil con 0.371, 0.361 y 0.334 que corresponden a las variables autoestima , académica y personal respectivamente; correlaciones de nivel muy débil con 0.193 y -0.077 que corresponden a las variables familiar y social respectivamente.
- **Uso de redes sociales:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.901 que corresponde a la variable uso excesivo de las redes sociales; seguido de correlaciones de nivel medio con 0.885 y 0.872 que corresponden a las variables falta de control personal en el uso de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente; correlaciones de nivel débil con 0.427, 0.417 y 0.367 que corresponden a las variables

autoestima , académica y personal respectivamente; correlaciones de nivel muy débil con 0.241 y -0.175 que corresponden a las variables familiar y social respectivamente.

- **Personal:** correlación de nivel muy fuerte con 0.914 que corresponde a la variable autoestima; seguido de la correlación de nivel medio con 0.567 que corresponde a la variable familiar; correlaciones de nivel débil con 0.428, 0.367, 0.353, 0.334 y 0.292 que corresponden a las variables académica, uso de redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales, uso excesivo de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente; correlación negativa de nivel muy débil con -0.24 que corresponde a la variable social.
- **Social:** Correlación no existe con valor -0.077 que corresponde a la variable uso excesivo de las redes sociales; correlaciones negativas de nivel muy débil con -0.175, -0.176, -0.22, -0.24 y -0.242 que corresponden a las variables uso de redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales, obsesión por las redes sociales, personal y académica respectivamente; correlaciones negativas de nivel débil con -0.298 y -0.303 que corresponden a las variables familiar y autoestima respectivamente.
- **Familiar:** Correlación de nivel considerable con 0.756 que corresponde a la variable autoestima; correlación de

nivel medio con 0.567 que corresponde a la variable personal; seguido de correlaciones de nivel medio con 0.306 y 0.276 que corresponden a las variables académica y falta de control personal en el uso de las redes sociales respectivamente; correlaciones de nivel débil con 0.241, 0.193 y 0.185 que corresponden a las variables uso de redes sociales, uso excesivo de las redes sociales y obsesión por las redes sociales respectivamente; correlación de nivel débil con -0.298 que corresponde a la variable social.

- **Académica:** Correlación de nivel medio con valor 0.603 que corresponde a la variable autoestima; seguido de correlaciones de nivel débil con 0.428, 0.417, 0.407, 0.361, 0.349 y 0.306 que corresponden a las variables personal, uso de redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales, uso excesivo de las redes sociales, obsesión por las redes sociales y familiar respectivamente; correlación de nivel muy débil con -0.242 que corresponde a la variable social.
- **Autoestima:** Correlación de nivel muy fuerte con 0.914 que corresponde a la variable personal; correlación de nivel considerable con 0.756 que corresponde a la variable familiar; correlación de nivel medio con 0.603 que corresponde a la variable académica; correlaciones de nivel débil con 0.427, 0.418, 0.371, 0.354 y -0.303 que corresponden a las variables uso de redes sociales,

falta de control personal en el uso de las redes sociales,
uso excesivo de las redes sociales, obsesión por las
redes sociales y social respectivamente.

VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

6.1 Análisis de los resultados

En relación con la hipótesis general planteada: “El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.”; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis; presentándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima, igual a 0.427.

En relación a la hipótesis específica planteada N°1: “El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.”; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis a nivel de las dimensiones de la variable dependiente; presentándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima personal, igual a 0.367.

En relación a la hipótesis específica planteada N°2: “ El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis a nivel de las dimensiones de la variable dependiente; presentándose una correlación negativa

y significativa entre uso de redes sociales y autoestima social, igual a -0.175.

En relación a la hipótesis específica planteada N°3: “El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis a nivel de las dimensiones de la variable dependiente; presentándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima familiar, igual a 0.241.

En relación a la hipótesis específica planteada N°4: “El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020; se puede evidenciar a través de los datos la verificación de dicha hipótesis a nivel de las dimensiones de la variable dependiente; presentándose una correlación positiva y significativa entre uso de redes sociales y autoestima familiar, igual a 0.417.

6.2 Comparación resultados con antecedentes

Es importante considerar que los hallazgos de la presente investigación han sido realizados durante el periodo de la pandemia mundial de Covid-19; mientras que los hallazgos de los antecedentes han sucedido en otros periodos de tiempo.

Los hallazgos de la presente investigación resultan similares a los obtenidos por Choto, M. (2019) y Cuaical, Y. y Yar, A. (2019), quienes por separado encontraron que la mayor parte de adolescentes que utilizaban redes sociales poseían una alta autoestima (59% y 45% respectivamente). Del mismo modo, los hallazgos resultan similares a los obtenidos por Acosta, J. y Ortiz, K. (2017), quienes encontraron que los jóvenes con un uso frecuente de redes sociales poseen una autoestima alta.

De otra parte, los hallazgos de la presente investigación resultan disímiles a los obtenidos por Boegeholz, R. (2019) quien encontró que en particular entre los adolescentes que utilizaban la red social Facebook, se presentaban problemas emocionales a nivel de autoestima e interacción social. Asimismo, los hallazgos resultan disímiles a los obtenidos por Correa, K. y Díaz, E. (2020), quienes encontraron que la mayor parte de adolescentes bajo estudio tenían una muy baja autoestima (94%) y encontraban resguardo en el uso de redes sociales. Del mismo modo, resultan disímiles a los obtenidos por Grimaldo, M. (2019) y Salcedo, I. (2016), los cuales, por separado, encontraron una relación significativa e inversa entre el uso de redes sociales y la autoestima. Además, Ikemiyashiro, J. (2017), halló una relación significativa e inversa entre el uso de redes sociales y aptitudes sociales; entendiéndose que un bajo nivel para esta última variable significa simultáneamente, una baja autoestima.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Con base al objetivo general planteado: “Establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la segunda variable.
- Con base al objetivo específico N°1: “Determinar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima personal, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la dimensión correspondiente a la segunda variable.
- Con base al objetivo específico N°2: “Examinar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima social, encontrándose una relación significativa y negativa, entre la primera variable y la dimensión correspondiente a la segunda variable.

- Con base al objetivo específico N°3: “Analizar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima familiar, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la dimensión correspondiente a la segunda variable.
- Con base al objetivo específico N°4: “Explicar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020”; se logró determinar que el nivel de uso de redes sociales impacta en la autoestima académica, encontrándose una relación significativa y positiva, entre la primera variable y la dimensión correspondiente a la segunda variable.

RECOMENDACIONES

- Con base a la conclusión N° 1 se recomienda aplicar acciones de orientación psicológica que aseguren un adecuado uso de redes sociales con el objetivo de influir positivamente en la autoestima de los adolescentes.
- Con base a la conclusión N° 2 se recomienda aplicar acciones de orientación a la introspección que aseguren un adecuado uso de redes

sociales con el objetivo de influir positivamente en la autoestima a nivel personal entre los adolescentes.

- Con base a la conclusión N° 3 se recomienda aplicar acciones de orientación a la socialización que aseguren un adecuado uso de redes sociales con el objetivo de influir positivamente en la autoestima a nivel social entre los adolescentes.
- Con base a la conclusión N° 4 se recomienda aplicar acciones de orientación hacia la integración familiar que aseguren un adecuado uso de redes sociales con el objetivo de influir positivamente en la autoestima a nivel familiar entre los adolescentes.
- Con base a la conclusión N° 5 se recomienda aplicar acciones de orientación pedagógica que aseguren un adecuado uso de redes sociales con el objetivo de influir positivamente en la autoestima a nivel académica entre los adolescentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta Bautista, J., & Ortiz Pérez, K. E. (2017). *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de jóvenes de 18-25 años de edad en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña en el período mayo-agosto del año 2017, Santo Domingo, Distrito Nacional*. [Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña]. [http://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/1206/Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de jóvenes de 18-25 años de edad en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/1206/Influencia%20del%20uso%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20autoestima%20de%20jóvenes%20de%2018-25%20años%20de%20edad%20en%20la%20Universidad%20Nacional%20Pedro%20Henríquez%20Ureña.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ararat Cuberos, E. (2017). Análisis del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios de San José de Cúcuta-Colombia. *Mundo FESC*, 7(13), 106–114. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/109>
- Boegeholz Castillo, R. A. (2019). *Facebook y su influencia en la construcción de identidad, autoestima y vida afectiva* [Universidad Austral de Chile]. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2019/egb669f/doc/egb669f.pdf>
- Cabero, J., Barroso, J., Llorente, M. C., & Yanes, C. (2016). Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 51. <https://doi.org/10.6018/red/51/1>
- Carmen Alva, Y. A., Flores Lorenzo, M. A., Quijano Calderón, L. V., Robles Trujillo, A. Y., & Vargas Cabrera, E. del P. A. (2017). Influencia de las

- redes sociales en los adolescentes. *Revista de Jang*, 6(2).
<http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/JANG/article/view/1205>
- Challco Huaytalla, K. P., Rodríguez Vega, S., & Jaimes Soncco, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de La Salud*, 9(1), 9–15. <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Choto Yaguarshungo, M. D. (2019). *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de básica superior Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, 2018* [Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5354>
- Cochran, W. G. (2010). *Técnicas de muestreo*.
<https://www.casadellibro.com/libro-tecnicas-de-muestreo-15-ed/9789682601514/484221>
- Correa Correa, K. P., & Díaz Díaz, E. A. (2020). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de dos instituciones estatales de Cajamarca* [Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo].
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1212>
- Cuaical Caza, Y. J., & Yar Torres, A. Y. (2019). *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U, de la Unidad Educativa Municipal “Julio Enrique Moreno”, de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018 -2019. Trabajo* [Universidad Central del Ecuador]. <http://200.12.169.19:8080/bitstream/25000/18101/1/T-UCE-0010-FIL-314.pdf>
- Delgado, A. E., Escurra, L., Atalaya, M. C., Pequeña-Constantin, J. o, Cuzcano, A., Rodríguez, R. E., & Álvarez, D. (2016). Las habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales en estudiantes universitarios de Lima

- Metropolitana. *Persona*, 0(019), 55.
<https://doi.org/10.26439/persona2016.n019.971>
- Díaz Falcón, D., Fuentes Suárez, I., & Senra Pérez, N. de la C. (2018). Adolescencia y autoestima: Su desarrollo desde las Instituciones Educativas. *Conrado*, 14(64), 98–103.
https://www.researchgate.net/publication/328529437_Adolescencia_y_autoestima_su_desarrollo_desde_las_instituciones_educativas
- García Madruga, J. A. (2019). *Psicología Del Desarrollo I*.
- Grimaldo García, M. I. (2019). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa El Salvador* [Universidad Autónoma del Perú].
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/905>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. In *Metodología de la investigación*.
<https://doi.org/-> ISBN 978-92-75-32913-9
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Capítulo 6 - Definición de encuesta o survey*. Metodología de La Investigación - Centro de Recursos En Línea.
<http://highered.mheducation.com/sites/dl/free/1456223968/1016239/CAPITULO06.pdf>
- Municipalidad provincial de Casma. (2017). Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Casma 2017 - 2027. In *Municipalidad provincial de Casma*.
<http://eudora.vivienda.gob.pe/OBSERVATORIO/documentos/PDU/CASMA/RESUMEN EJECUTIVO - PDU CASMA.pdf>
- Pacheco Amigo, B. M., Lozano Gutiérrez, J. L., & González Ríos, N. (2018). Diagnóstico de utilización de Redes sociales: factor de riesgo para el

adolescente. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 8(16), 53–72.
<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.334>

Pérez Villalobos, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas En Psicología*, 41, 22–32.
<https://www.alternativas.me/attachments/article/190/2>. Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal.pdf

Pomahuacre, G., Sotelo, M., & Nuñez, C. (2020). Las redes sociales en la coexistencia escolar Social networks in school coexistence. *Educación • Education • Educação*, 41(26), 62–70.
<https://www.revistaespacios.com>

Torres Osuna, C. D., & Juárez Peral, W. (2017). La digitalización de la sociabilidad: Las redes sociales y las formas de socialización de los adolescentes de secundaria en México. *Revista de Investigación En Tecnologías de La Información: RITI*, 5(10), 66–71.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7107425&info=resumen&idioma=SPA>

Vara Horna, A. A. (2015). *Siete pasos para una tesis exitosa: Desde la idea inicial hasta la sustentación. Un método efectivo para las ciencias empresariales.*

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Consistencia

Problemas de investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Instrumentos
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Uso de redes sociales	Obsesión por las redes sociales	"Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)"
En función al planteamiento del problema que ha sido explicado mediante el acápite anterior; se formuló el problema, a través de la siguiente pregunta de investigación general.	Establecer el impacto del nivel de uso de redes sociales en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.	El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima en los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.		Falta de control personal en el uso de las redes sociales	
				Uso excesivo de las redes sociales	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Autoestima		"Inventario de autoestima de Coopersmith" (Anexo 2), aplicado en el Perú por Ariana Llerana (1995).
¿Cuál el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?	Determinar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.	El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima personal como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.		Personal Social	

¿Cuál el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?	Examinar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.	El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima social como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.		Familiar	
¿Cuál el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?	Analizar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.	El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.		Académica	
¿Cuál el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020?	Explicar el impacto del nivel de uso de redes sociales y la autoestima académica como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.	El nivel de uso de redes sociales impacta significativamente en la autoestima familiar como parte de la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la ciudad de Casma, dentro de la Región Ancash durante el año 2020.			

ANEXO 2: Matriz de Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala
Uso de redes sociales	Obsesión por las redes sociales	Ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13,15, 19, 22, 23	Ordinal de 5 puntos, numerada del 0 al 4: 0. Nunca 1. Rara vez 2. Algunas veces 3. Casi siempre 4. Siempre
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Ítems: 4, 11, 12, 14, 20, 24	
	Uso excesivo de las redes sociales	Ítems: 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21	
Autoestima	Personal	Ítems: 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56, 57.	Nominal de tipo dicotómica 0. F 1. V
	Social	Ítems: 5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52.	
	Familiar	Ítems: 6, 9, 11, 16, 20, 22, 29, 44.	
	Académica	Ítems: 2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54.	

ANEXO 3: Instrumento de medición

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

Escurra y Salas (2014)

Seguidamente, se muestran un total de 24 preguntas en relación al uso de su parte en relación a las redes sociales. Se le pide por favor que responda a cada una de las mismas con total franqueza, no habiendo respuestas que se consideren como apropiadas o inapropiadas, malas o buenas. Simplemente marque una equis (X) en el recuadro que represente lo que Ud percibe, piensa o actúe.

N° de ítem	Descripción	Respuestas				
		Siempre	Casi siempre	Alguna vez	Rara vez	Nunca
1	Siento una gran necesidad de permanecer conectado (a) a las redes sociales.					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo					

	conectarme a las redes sociales.					
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo..					
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19	Descuido a mis amigos o familiares					

	por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

Adaptado por Abendaño, 2018

Edad:

Sexo:

Fecha de evaluación:

Instrucciones:

Seguidamente, encontrarás algunas interrogantes sobre los modos en cómo te conduces o sientes. Luego de cada pregunta podrás observar que se presentan dos casillas en blanco: la primera corresponde a la columna denominada "VERDAD" (V) y la otra a la columna denominada "FALSO" (F). Esto significa que marcarás con una equis (X) en la casilla correspondiente a "V", en caso la pregunta corresponda la forma en la que comúnmente te sientes o te comportas; y marcarás con una equis (X), en la casilla correspondiente a "F",

en caso la pregunta no exprese el modo en que comúnmente te comportas o te sientes. Responde velozmente y no te detengas demasiado por cada pregunta, cerciorándote de no omitir la respuesta para ninguna. Puedes empezar.

N°	Preguntas	V	F
1	Las cosas mayormente no me preocupan.		
2	Me resulta muy difícil hablar frente a la clase.		
3	Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera.		
4	Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5	Soy una persona divertida		
6	En casa me fastidio fácilmente.		
7	Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo		
8	Soy popular entre los chicos (as) de mi edad.		
9	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos		
10	Me rindo fácilmente		
11	Mis padres esperan demasiado de mí.		
12	Es bastante difícil ser yo mismo (a).		
13	Mi vida es complicada.		
14	Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas.		
15	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).		
16	Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17	Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela.		
18	Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas.		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20	Mis padres me comprenden.		
21	La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22	Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23	Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela.		
24	Generalmente desearía ser otra persona.		
25	No se puede confiar en mí.		
26	Nunca me preocupo de nada.		
27	Estoy seguro (a) de mí mismo (a).		
28	Caigo bien fácilmente.		
29	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		

30	Paso bastante tiempo soñando despierto (a).		
31	Desearía tener menos edad.		
32	Siempre hago lo correcto.		
33	Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela.		
34	Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36	Nunca estoy contento (a).		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38	Generalmente puedo cuidarme solo (a).		
39	Soy bastante feliz.		
40	Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo.		
41	Me gustan todas las personas que conozco.		
42	Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43	Me comprendo a mí mismo (a).		
44	Nadie me presta mucha atención en casa.		
45	Nunca me llaman la atención.		
46	No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera.		
47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48	Realmente no me gusta ser un (a) adolescente.		
49	No me gusta estar con otras personas.		
50	Nunca soy tímido (a).		
51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a).		
52	Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo.		
53	Siempre digo la verdad.		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente		
55	No me importan lo que me pase.		
56	Soy un fracaso.		
57	Me fastidio fácilmente cuando me regañan		
58	Siempre sé lo que debo decir a las personas.		