

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Psicóloga Clínica

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del proyecto

USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE BÁSICA SUPERIOR UNIDAD EDUCATIVA "SIMÓN RODRÍGUEZ", LICÁN, 2018

Autor:

Choto Yaguarshungo María Dolores

Tutor: Mgs Mayra Elizabeth Castillo Gonzales

Riobamba – Ecuador

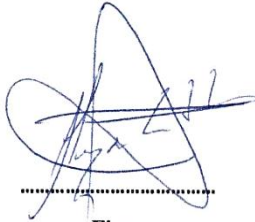
Año 2019

PÁGINA DE REVISIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación con el titulado: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE BÁSICA SUPERIOR UNIDAD EDUCATIVA "SIMÓN RODRÍGUEZ", LICÁN, 2018.** Presentado por: Choto Yaguarshungo María Dolores y dirigido por la Mgs. Mayra Elizabeth Castillo Ps. Cl. Una vez realizado el informe del proyecto de investigación escrito con fines de graduación, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Por constancia de lo expuesto firman:

Mgs. Mayra Elizabeth Castillo
Tutor del proyecto de Investigación



Firma

Mgs. Lilian Granizo
Miembro del tribunal



Firma

Mgs. Gonzalo Erazo
Miembro del tribunal



Firma



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

CERTIFICADO

Certifico que la señorita Choto Yaguarshungo María Dolores C.I. 0604112706, egresada de la carrera de Psicología Clínica, revisado el informe final del proyecto de investigación escrito, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, se encuentra apta para presentarse a la defensa pública de su proyecto de investigación titulado: **USO DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE BÁSICA SUPERIOR UNIDAD EDUCATIVA "SIMÓN RODRÍGUEZ", LICÁN, 2018**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Mayra Elizabeth Castillo", is written over a circular stamp.

Mgs. Mayra Elizabeth Castillo

Riobamba, 28 de enero del 2019

Tutor

DERECHO DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a Choto Yaguarshungo María Dolores y de la directora del proyecto: Ps.Cl. Mayra Elizabeth Castillo, Mgs; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



.....
Choto Yaguarshungo María Dolores

C.I: 0604112706

AGRADECIMIENTO

Mi principal agradecimiento es para Dios, quien ha sido mi fortaleza mi guía en cada momento y me ha dado fuerzas para superar los obstáculos y dificultades que han presentado a lo largo de toda mi vida, ya que sin su ayuda no podría lograr nada, gracias Padre Celestial porque tu amor y bondad no tiene fin para conmigo me permites sonreír ante todos mis logros que son el resultados de tu ayuda y bendición, gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome lo mejor, y porque tú tienes un propósito muy importante en mi vida.

A la Mgs. Mayra Castillo por su guía y apoyo brindado con su valioso conocimiento en la elaboración de este proyecto de investigación.

Un agradecimiento especial al Mgs Isaac Pacheco, Rector de la Unidad Educativa Simón Rodríguez de Licán, quien me abrió las puertas de la institución para realizar el proyecto de investigación.

Gracias a todas las personas que me ayudaron de una y otra forma en la realización de este proyecto.

María Dolores Choto Yaguarshungo

DEDICATORIA

Este proyecto dedico a Dios quien es mi padre, mi confidente y regalarme cada maravilloso día para cumplir cada uno de mis objetivos me ha dado la fortaleza para la realización de este sueño tan importante en mi vida, toda la honra y la gloria sea para él, a mi padres y familia, quienes me han demostrado el apoyo incondicional en todo el trayecto de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
PÁGINA DE REVISIÓN DEL TRIBUNAL.....	II
CERTIFICADO	III
DERECHO DE AUTORÍA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 PROBLEMA	2
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
2. OBJETIVOS	4
2.1 Objetivo General	4
2.2 Objetivos Específicos	5
3. MARCO TEÓRICO	5
3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	5
3.2 REDES SOCIALES	7
Origen de las redes sociales	7
3.2.1 DEFINICIÓN	8
3.2.2 Características de las redes sociales	9
3.2.3 Clasificación de las redes sociales.....	9
3.2.4 Redes sociales más conocidas	10
3.2.5 Adicción a las redes sociales	12
3.2.6 Adicción de los adolescentes a las redes sociales	12
3.2.7 Características de la adicción a redes sociales	12
3.2.8 Consecuencias de la adicción a las redes sociales.....	13
3.3 AUTOESTIMA.....	14
3.3.1 DEFINICIONES	14
3.3.2 Tipos de autoestima.....	14

3.3.3 Componentes de la autoestima.....	16
3.3.4 Evolución de la autoestima en la adolescencia temprana.....	16
3.3.5 Deficiencias de la autoestimas en la adolescencia	17
3.3.6 Factores que influyen en la autoestima del adolescente.....	17
3.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	18
4. METODOLOGÍA	23
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	23
4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	24
4.5.1 TÉCNICAS	25
4.5.2 INSTRUMENTOS.....	25
4.5.3 TÉCNICAS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
5.1 Resultados.....	28
5.2 DISCUSIÓN.....	37
6. CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Redes Sociales mas utilizadaspor por los estudiantes	28
TABLA 2. Lugar donde se conectan a las redes sociales por los estudiantes	29
TABLA 3. Frecuencia con la que utilizan las redes sociales los estudiantes	30
TABLA 4. Contactos que realmente conocen en las redes sociales los estudiantes.....	31
TABLA 5. Uso de datos personales en las redes sociales de los estudiantes	32
TABLA 6. Prefencia de las redes de los estudiantes	33
TABLA 7. Nivel de autoestima de los estudiantes	34
TABLA 8. Nivel de adiccion a las redes sociales de los studiantes	35
TABLA 9. Relacion entre redes sociales y autoestima de los estudiantes.....	36

RESUMEN


La presente investigación se realizó en la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán. El objetivo principal fue analizar el uso de redes sociales y autoestima. Se realizó con una población de 73 estudiantes de edades entre 12 y 15 años. La investigación fue de tipo documental, el diseño transversal no experimental, cuantitativo y el nivel de investigación descriptiva. Las técnicas e instrumentos utilizadas fueron recopiladas de la base de datos del registro de los estudiantes: Cuestionario para determinar el uso de redes sociales (RS) y el Inventario Stanley Coopersmith para determinar el nivel de autoestima. Los resultados obtenidos fueron: la red social más utilizada es Facebook con un 55% de estudiantes, el 19% utilizan Messenger, Instagram lo utilizan el 16% de estudiantes, Whatsapp es utilizada por el 7% de estudiantes, y portal youtube utilizan el 3% de estudiantes, los cuales se conectan a través del celular desde su casa con una frecuencia de dos a tres veces por día. En cuanto a la autoestima, el 59% poseen un promedio alto de autoestima, el 37% poseen un promedio bajo de autoestima y un 4% poseen baja autoestima. Finalmente, los resultados indicaron que no existe una relación positiva entre uso de redes sociales y autoestima. De acuerdo a los resultados obtenidos se diseñó una propuesta de intervención psicoeducativa.

Palabras Clave: Redes sociales, autoestima, estudiantes adolescentes.

ABSTRACT

The present research was carried out in the Unidad Educativa “Simón Rodríguez” of Licán. The primary objective was to analyze the use of social networks and self-esteem. It conducted with a population of 73 students between 12 and 15 years old. The research was of a documentary type, the non-experimental, quantitative cross-sectional design and the level of descriptive research. The techniques and instruments used designed from the database of the students’ registry: Questionnaire to determine the use of social networks (RS) and the Stanley Coopersmith Inventory to assess the level of self-esteem. The results obtained were: the most used social network is Facebook with 55% of students, 19% use Messenger, Instagram 16% of students, WhatsApp is used by 7% of students, and YouTube portal uses 3% of students, who connect via cell phone from home with a frequency of two to three times per day. Regarding self-esteem, 59% have a high average of self-esteem, 37% have a low percentage of self-esteem, and 4% have low self-esteem. Finally, the results indicated that there is no positive relationship between the use of social networks and self-esteem. According to the results obtained, a psychoeducational intervention proposal designed.

Keywords: Social networks, self-esteem, adolescent students.


Reviewed by: Romero, Hugo
Language Skills Teacher



1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio es de revisión documental sobre el uso de redes sociales y autoestima en los estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán 2018, con el propósito fundamental de brindar información sobre cómo los estudiantes usan estas redes y su efecto en la autoestima, para analizar esta problemática e influir en su uso adecuado, ya que el mal uso de las redes sociales por los adolescentes puede traer consigo consecuencias negativas tales como: desórdenes alimenticios, trastorno dismórfico corporal es decir los adolescentes sienten una preocupación excesiva por detalles de su físico o su imagen en general, porque se consideran imperfectos, aunque esta imperfección no sea real, bajo desempeño escolar, problemas sociales o familiares y por ende puede afectar de manera negativa en la autoestima de los adolescentes, ya que el aumento a la baja autoestima es mayor a medida que aumenta la frecuencia de conexión excesiva y sin control. La investigación se efectúa a partir de la identificación del problema del uso inadecuado de las redes sociales por parte de un grupo de estudiantes de la institución antes mencionada, la población de estudio está conformado por 73 estudiantes con edades entre 12 y 15 años y estudiantes que no posean una condición médica o intelectual.

La presente investigación es de tipo documental, con diseño trasversal no experimental, cuantitativo y de nivel descriptivo. El instrumento utilizado para la evaluación del uso de redes sociales es el Cuestionario Uso de Redes Sociales y el instrumento para la evaluación de autoestima es el Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith (SEI) versión escolar, los instrumentos fueron utilizados con la finalidad de verificar si existe o no relación alguna el uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa "Simón Rodríguez" Licán, 2018.

La investigación consta de los siguientes apartados: la introducción como una breve descripción del tema del estudio, el problema el cual expone información a nivel mundial y local del tema de investigación, la justificación, objetivos, seguido del marco teórico que

argumenta los antecedentes de la investigación de las variables y la metodología en lo cual se describe el tipo, nivel, diseño de la investigación y los instrumentos utilizados.

1.1 PROBLEMA

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017) menciona que la adicción a internet forma parte de la llamada nueva adicción sin sustancias o adicción comportamental que afectaría a un 10% de los usuarios habituales de internet. El excesivo uso y la incontrolable necesidad de estar conectados a las redes sociales, es un tipo de adicción real, globalizada. Este mismo estudio indica que la prevalencia esta sobre todo en jóvenes varones con personalidades introvertidas y otro trastorno como la depresión típicos en la adolescencia. A demás la OMS señala que la dependencia a las redes sociales provoca un deterioro de las relaciones personales y altera el curso normal de la vida.

En Latinoamérica, las redes sociales obtuvieron que existan más usuarios, más variedad y más interacción. Según la investigación realizada por Viñas (2009), encontró que los adolescentes con alto uso de redes sociales buscaban lazos online, debido a la intimidad acelerada que promueve este medio, en la medida que la interacción con las redes sociales puede relacionarse con esta búsqueda.

De acuerdo a una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos sobre el uso de redes sociales en la ciudad de Guayaquil reveló los siguientes datos: Los adolescentes de 12 a 14 años encuestados el 93% tienen una cuenta de red social de este porcentaje el 33% hace referencia a los adolescentes de 13 años, el 32,14% corresponde a los adolescentes de 12 años. Además, afirman que la red social más utilizada es el Facebook con un nivel de aceptación del 76%, como segundo lugar esta Twiter con el 15% y el último lugar ocupa Instagram con el 2%. A su vez el estudio reveló que solo el 7% de los adolescentes no tienen una cuenta en la red social. Así mismo indicó que el 68% de los adolescentes que pasan más de cinco horas diarias conectados a las redes sociales presentan cambios en el comportamiento, conducta y relaciones personales, y a su vez, esto

demuestra que no existe control por parte de los padres en el acceso y tiempo límite para interactuar en las redes sociales (INEC, 2013)

Según Mairem, (2016), refiere que las redes sociales pueden fomentar una falsa autoestima que cubren la falta de aprecio hacia uno mismo y favorecen la necesidad de aprobación por parte de los demás. Se pone más interés en hacer creer a los demás que son felices que en tratar de serlo". Las redes sociales destrozan a muchas personas porque no encuentran la admiración deseada o porque necesitan mantener y elevar su status que a su vez traen síntomas de ansiedad, depresión y por ende a provocar una baja autoestima en las personas.

Giménez & Pantoja, (2007), realizaron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de los sujetos adictos a internet. Estas autoras encontraron que los sujetos adictos a las redes sociales presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Mientras que el grupo de los no adictos a internet los niveles de autoestima eran elevados. En su aporte (Niemz, 2005) también refiere que la baja autoestima está relacionada con comportamientos adictivos encontrándose específicamente al uso de redes sociales relacionada con la adicción al internet. Además, concluyeron, que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensos a desarrollar adicción a internet y por lo tanto más bajos fueran los niveles de autoestima mayor es la dificultad para establecer relaciones interpersonales y, por consiguiente, mayores también la tendencia a la depresión y el suicidio.

En el cantón Riobamba provincia de Chimborazo existen Unidades Educativas con gran número de estudiantes de diversas edades que oscilan entre los 12 a 18 años de edad que utilizan las redes sociales de manera excesiva. Mediante un dialogo con el Psicólogo de la Unidad Educativa "Simón Rodríguez" de Licán, hace referencia que los alumnos de la institución antes mencionada se encuentran inmiscuidos en este problema de las redes sociales, el problema viene acareando desde años anteriores y en la actualidad se va acrecentando cada vez más, de seguir con este problema podría afectar negativamente la institución, las relaciones interpersonales y emocionales de los alumnos.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La influencia de redes sociales en los adolescentes es un problema mundial que poco a poco se ha ido incrementando con el tiempo, donde los jóvenes lo han tomado este medio como el diario vivir, llegando así a repercutir en el estado de ánimo, afectando en el comportamiento y la autoestima de los adolescentes, por lo tanto, es relevante y oportuno investigar este problema de manera académica.

La población que se beneficiará con la realización de este proyecto será los estudiantes, padres de familia y la institución, de la Unidad Educativa Simón Rodríguez, debido a que el aporte del estudio permitirá mejorar el desempeño profesional y plantear diferentes mecanismos de orientación para que los estudiantes puedan utilizar las redes sociales de una manera adecuada, sin exponerse a riesgos y descuidar las relaciones interpersonales.

Se considera un estudio factible ya que se cuenta con la autorización de las principales autoridades de la institución y la colaboración de los estudiantes, se cuenta con el material bibliográfico diferentes páginas de investigación científica, investigaciones documentales y los recursos económicos

En la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo no existe un trabajo similar a la presente revisión documental.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Analizar el uso de redes sociales y autoestima de los estudiantes de Básica Superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, 2018.

2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el uso de redes sociales mediante un cuestionario a los estudiantes de Básica Superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, 2018
- Identificar los niveles de autoestima mediante el inventario de Autoestima Stanley Coopersmith y categorizarlas según la autopercepción de cada alumno en actitudes valorativas. a los estudiantes de Básica Superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, 2018
- Plantear una estrategia de intervención psicoeducativa mediante la ejecución de charlas y talleres dirigidos a padres de familia, y estudiantes de Básica Superior de la Unidad Educativa Simón Rodríguez”, Licán 2018

3. MARCO TEÓRICO

3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente revisión documental se ha realizado una revisión bibliográfica sobre investigaciones que tienen relación similar con las variables del presente estudio.

“USO ADICTIVO A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN LA ADOLESCENCIA” Realizado por Brenda Audilla Carazo Gutiérrez de la Universidad de Nicaragua, Facultad de Psicología en el año 2012, cuyo objetivo era explorar si la autoestima que presentan las/os adolescentes influyen en el uso adictivo de las redes sociales, la investigación se llevó a cabo con estudiantes del colegio San Ramón Wanda de Estelí, con una muestra de 40 estudiantes entre las edades de 14 a 18 años, incluyendo varones y mujeres. Los resultados del estudio mostraron que existe una relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. Las/os 8 estudiantes con baja autoestima utilizan la red social de forma adictiva, como un medio para llenar vacíos existenciales y a su vez como una forma fácil de salir del anonimato. Sin embargo, las/os

adolescentes con una autoestima sobrevalorada pueden usarla para desarrollar sus sentimientos de valoración, buscar reconocimiento y popularidad (Carazo, 2012).

“REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE VII CICLO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA BEATA ANA MARIA JAVOUHEY, CALLAO”. Realizado por Rosa Marlene Salcedo Pardo. Se realizó en la Universidad Cesar Vallejo en Lima Perú en el año 2017. Cuyo objetivo fue relacionar las variables redes sociales y autoestima en los estudiantes. La investigación realizada fue de tipo básico, cuyo método fue hipotético deductivo; su diseño fue de tipo no experimental, descriptivo correlacional. El estudio se realizó a 60 estudiantes del VII ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey de la región Callao. Los instrumentos utilizados fueron encuestas para determinar el uso de las redes sociales, así como el nivel de autoestima en dichos estudiantes. De lo cual se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.39** siendo una correlación positiva moderada. Además el p valor (0,02) fue menor al grado de significancia estadística (sig.< 0,05); por lo tanto, En conclusión el estudio reveló que existe una relación positiva (Salcedo, 2017).

RELACIÓN ENTRE ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN JOVENES UNIVERSITARIOS DE UNA UNIVERSIDAD PARTICULAR DE LIMA, realizado por Inés del Socorro Salcedo Culqui en la Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología en el año 2016. El objetivo del estudio fue determinar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y la autoestima, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional para ello se evaluó a 346 alumnos, de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre 16 y 25 años de edad de una universidad particular de Lima, a quienes se les administró la Escala de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014). En conclusión los resultados indicaron una relación negativa ($r = -.469$, $p < 01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima así como con sus componentes, además se observaron diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en la variable autoestima (Salcedo, 2016).

USO DE REDES SOCIALES EN INTERNET Y NIVELES DE AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE INFORMÁTICA DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO PRIVADO TELESUP, realizado por Enríquez Mora Jan Carlos de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Facultad de Educación, en el año, 2014. Cuyo objetivo fue establecer la relación entre el uso de las redes sociales de internet y la autoestima en los estudiantes, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo – correlacional. La muestra estuvo conformada por 90 estudiantes, a quienes se aplicaron un cuestionario de 19 ítems para medir el uso de redes sociales y el inventario de Coopersmith Stanley para medir la autoestima. Los resultados de la investigación demostraron que no existieron relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales, no existe adicción mayoritaria con la autoestima (nivel medio mayoritariamente (Enríquez, 2014).

3.2 REDES SOCIALES

Origen de las redes sociales

La historia de las redes sociales, en el formato que la conocemos en la actualidad se remonta a 1997, con la red sixdegrees.com que permitía a los usuarios crear su perfil y tener una lista de amigos y a partir de 1998 empieza a navegar. Desde entonces el crecimiento en usuarios y redes han sido muy acelerados. Facebook es un ejemplo de ello, nació en 2004, hasta 2006 no estaba permitido el registro de personas que no tuvieran una cuenta de correo de una universidad norteamericana y en 2008 solo tardo cinco semanas en pasar de 150 millones de usuarios a 175 creciendo a un ritmo de 600.000 usuarios por día (Celaya, 2008).

Por otra parte, Castell, (2012) menciona que las redes sociales han sido abordadas desde diferentes campos de estudio, como, las matemáticas, sociología, antropología o psicología. Durante la mitad del siglo XX, con la sociedad industrializada y el boom tecnológico de las comunicaciones, las redes sociales, con el apelativo de redes 2.0, han vuelto a resurgir como principal medio de comunicación mundial, formando infinidad

de conexiones humanas en cuestión de segundos y compartiendo cualquier tipo de información al instante.

3.2.1 DEFINICIÓN

En la actualidad existen diferentes definiciones y teorías sobre las redes sociales que definen como un sitio en la red que permite interactuar y relacionarse con diversos usuarios, entre ellas, compartir intereses comunes.

Según Ellison & Boyd, (2007) refieren que las redes sociales son comunidades virtuales, es decir, plataforma de internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes (como amistad, parentesco, trabajo y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

Por otra parte según la (INTECO, 2009) define a las redes sociales como los servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el cual se plasma los datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado.

Así mismo Garcia, (2013) afirma que las redes sociales forman parte de lo que se conoce como tecnologías web 2.0. Surgen con las nuevas tecnologías de la información y el reconocimiento (Smartphone, ordenadores, tablets), dando lugar así a una sociedad basada en la red. Estas tienen la habilidad de comunicación fácil y rápida, así pues, se han convertido en un acontecimiento que suma continuamente usuarios en todo el mundo, siendo así las redes sociales el servicio más demandado de las nuevas tecnologías para las relaciones interpersonales y para multitud de aspectos de distinta índole.

3.2.2 Características de las redes sociales

- **Están basadas en usuario:** son presididas y edificadas por usuario que están en las redes.
- **Son interactivas:** aparte de poder chatear con otras personas dentro de una red también se puede jugar de forma interactiva para que de esta forma se puedan entretenerse con sus amigos.
- **Ofrece variedad de servicios:** debido a que en las redes sociales existen una gama de productos ofrecen publicidad por este medio. Ejemplo: juegos, servicios, foros, productos.
- **Establecen relaciones:** las redes sociales aparte permiten establecer nuevas relaciones de amistades con varias personas.
- **Intercambio de intereses e información:** Permiten que los contenidos que se publiquen en el usuario de las redes sociales se difunda de manera rápida e increíble a través de los otros contactos.

3.2.3 Clasificación de las redes sociales

Zelaya & Urutia (2011) Existen dos tipos de redes sociales

- **Analógicas o redes sociales off-line:** permite la interacción social, sin ningún medio electrónico.
- **Digitales o redes sociales on-line:** permite la interacción de manera digital, la cual es reciente y a su vez se clasifica: Por su público objetivo y temática.
- **Redes sociales horizontales:** dichas redes permiten todo tipo de usuario y no tiene un tema definido y la participación es libre y genérica como, Facebook, twitter. YouTube, Wikipedia. Hi5, Meetic, LinkedIn, MySpace.
- **Redes sociales verticales:** son aquellas que permiten definir un eje temático, la finalidad es agrupar un colectivo específico.

- Son grupos de usuarios con una misma formación, interés o pertenencia profesional, la veracidad de la información contenida en los perfiles suele ser comprobada y verificada, el costo es autofinanciado por los participantes.

3.2.4 Redes sociales más conocidas

Facebook

Según Danowski & Zywicki, (2008) Facebook es una red social que registra usuarios con perfiles personalizados, en los cuales se incluye información general. Los usuarios tienen acceso a enviar mensajes en las páginas de sus contactos, así como subir fotos, videos y etiquetar a sus contactos.

Por su parte Mejia, (2015), indica: Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube, Instagram, son redes sociales más utilizadas por los jóvenes, las cuales permiten que los usuarios se encuentren en constante interacción de manera gratuita rápida y sencilla. Las redes sociales son un medio de comunicación muy eficaz e importante para los estudiantes, las cuales debe ser utilizada de manera correcta, el mal uso puede producir distracción, pérdida de tiempo y privacidad entre otros.

Collado, (2017) indica que, en la actualidad Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en todo el mundo. Desde su primera aparición en el año 2005 Facebook ha logrado consolidarse como la red social más popular de todo el planeta, a más de ser la más utilizada en el mundo. Hasta el día de hoy, en base a los usuarios activos mensuales cuenta con una impresionante cifra de 1900 millones de usuarios registrados.

En la actualidad las redes sociales han demostrado su evolución debido a la gran cantidad de usuarios con la que cuenta, una de ellas es Facebook, siendo la más popular y más utilizada por los adolescentes y jóvenes debido a la facilidad de acceso que presenta este tipo de red.

WhatsApp

Según Zans, (2012) la aparición y aceptación de los teléfonos móviles, en especial los modelos Smartphone en la vida diaria ha permitido la creación de espacio social que convive en paralelo en el espacio físico en el cual se desarrolla transmitiendo emociones y creando dependencia. En este contexto, se encuentra las aplicaciones de mensajería multiplataforma más utilizado en el mundo, siendo la clave de su posicionamiento la combinación que existe entre la originalidad y precio WhatsApp permite varios formatos de mensajería instantánea; se puede enviar o recibir mensajes de texto y de voz, además de imágenes de audio y video, así como la plataforma de grupos.

YouTube

YouTube es un medio de difusión donde los usuarios pueden subir y compartir videos de diversas temáticas. Grandes personalidades han utilizado para alcanzar comunicados, artistas para promociones y políticos han visto en YouTube una manera de realizar campañas. Fue inventado en febrero del 2005 por Ched Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en San Bruno California (Morduchowicz, 2010).

YouTube en la actualidad

En la actualidad YouTube ocupa el tercer lugar del web más visitado del mundo y se ha fortalecido como una plataforma que distribuye videos. La estadística nos muestra un crecimiento exponencial de los visitantes a dicha web y además suben contenido más de 100 horas cada minuto. (Pavés & Lucini, 2015)

Instagram

Es una aplicación gratuita para Phone o para Android que permite tomar fotografías, modificarlas con efectos especiales, para luego compartirlas en las redes sociales como Facebook, Twiter, Elickr o la propia Instagram. Toma fotografías cuadradas, similares a las que toman las cámaras Kodak Instamatic en los años 60. El nombre Instagram proviene de las fotografías “instantánea” que se tomaban con las cámaras Polaroid (Rubira, 2013).

3.2.5 Adicción a las redes sociales

Andreassen, (2015) Señala que la adicción a las redes sociales conlleva cuatro tipos de consecuencias adversas: problemas emocionales, problemas en las relaciones personales, problemas en el rendimiento académico y problemas en la salud. El autor indica que el uso excesivo a las redes sociales lleva a la adicción, surge, como sucede en otras adicciones a partir de factores individuales, socioculturales y de reforzamiento. Refiere que en primer lugar el individuo percibe que las redes sociales son un medio importante para disminuir el estrés, la soledad, o la depresión o compensar la baja autoestima y la falta de éxito social.

Una adicción es una conducta adictiva a un comportamiento concreto, que no solo se caracteriza por la frecuencia, intensidad o tiempo invertido, sino más bien por el grado de interferencia en las relaciones familiares, estudiantiles, laborales y sociales, de la persona afectada (Cuguta, 2008).

3.2.6 Adicción de los adolescentes a las redes sociales

Según (Echeburúa & Corral, 1994) indica las características de los adolescentes con adicción a redes sociales.

- Los que no tienen una buena socialización, o no saben cómo acercarse a alguien que le gusta, debido a la timidez.
- Los que sufren estados depresivos
- Los que rechazan su propia identidad
- Los adolescentes que tienen baja autoestima

3.2.7 Características de la adicción a redes sociales

Fernandez, (2013) indica que la adicción está dominado por el uso de las redes sociales a nivel de sus pensamientos, sentimientos y conducta, invirtiendo grandes cantidades de tiempo en la actividad e incremento de esta, altera sus estados emocionales (ansiedad,

enojo) como consecuencia de implicarse en la actividad modificación del humor) se altera cuando es interrumpido en la actividad o se le reduce el acceso, comienza a enfrentar problemas con las personas que le rodean dentro y fuera de las redes sociales o consigo mismo, motivado por la persistencia de la actividad o deja de atender las responsabilidades asumidas o impuestas en el trabajo, la escuela o el hogar.

Así mismo el autor refiere la existencia de otras conductas ante el uso excesivo de redes sociales, que pueden servir como señales de alarma: indicadores como aislamiento social cara a cara priorizando las de tipo virtual, bajo rendimiento escolar a consecuencia del uso excesivo de las redes sociales, descuido de responsabilidades o actividades escolares, familiares, etc.; cambios inesperados en los estados de ánimo, irritación y ansiedad cuando no es posible conectarse al internet, pérdida de la noción del tiempo o del espacio cuando está conectado a una red social, alteraciones en el sueño; siendo características los contenidos de la conversación orientados a temas constantes sobre las redes con compañeros, familiares, conocidos etc.

3.2.8 Consecuencias de la adicción a las redes sociales

- Las adiciones a las redes sociales podrían traer varias consecuencias, como alejar a las personas de la vida normal.
- Causa distracciones en las diferentes actividades
- Produce un impacto negativo en las habilidades cognitivas y en salud del individuo
- Riesgos para la seguridad de datos privados de las personas.

Según Morales, (2011) manifiesta que las redes sociales influyen de manera positiva, cuando se usan con cautela y moderación, ya que es un medio por el cual se puede comunicar, no solo para platicar y formar eventos sociales, sino también para hacer tareas y trabajos.

3.3 AUTOESTIMA

3.3.1 DEFINICIONES

La autoestima es un conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamientos dirigidas hacia uno mismo, hacia nuestra manera de ser y de comportarnos y hacia los rasgos de nuestro cuerpo y nuestro carácter, es decir es la percepción evaluativa de nosotros mismos (Guela & Crispo, 2000).

(Rosemberg, 1965) Refiere que la autoestima es fundamental para el ser humano por el que implica el desarrollo de patrones y define el establecimiento de comparaciones entre los individuos y la comprensión de quien es uno como persona basada en el resultado.

Por su parte Barroso (2000) Afirma que la autoestima es una energía que existe en el organismo vivo que, organiza, integra, relaciona, unifica y direcciona todo el sistema de contactos que se realizan en el sí mismo del individuo. Conceptualiza la definición de autoestima considerando su realidad y experiencia, permitiéndole responsabilizarse de sí mismo.

La autoestima son las percepciones, pensamientos, sentimientos que la persona tiene de sí mismo, se trata de valoración que hacemos a nosotros mismo.

3.3.2 Tipos de autoestima

Según Hornstein (2013), existen 4 tipos de autoestima que varían debido a que la valoración de uno mismo puede ser más o menos alta y más o menos estable.

Autoestima alta y estable

Las personas con este tipo de autoestima se desenvuelven de manera abierta ya que no necesitan defender su imagen, se pueden defenderse solos. Además, estas personas son capaces de defender su punto de vista sin desequilibrarse (Hornstein, 2013).

Autoestima alta e inestable

Las personas con este tipo de autoestima, tienen una elevada autoestima, pero son incapaces de mantenerla de una manera firme. Los contextos competitivos pueden tener un efecto desestabilizador. Responden con actitud crítica al fracaso, ya que estos son percibidos como amenazas (Hornstein, 2013).

La inestabilidad de la autoestima conduce a situar la autoestima como preocupación central y exige perseverarla a cualquier precio y a pelear a una actitud agresiva para promoverla.

Autoestima baja y estable

Los individuos con este tipo de autoestima son indecisos y tienen un gran temor a equivocarse. Estas personas no defienden sus puntos de vista ya que la valoración de sí mismos es siempre negativa, creen que no están a la altura de los demás. Este tipo de autoestima es muy frecuente en personas con tendencias depresivas, que a causa de su mentalidad pesimista no suelen percibir sus logros personales como tal, asumiendo que son fruto de suerte o la casualidad (Hornstein, 2013).

Autoestima baja e inestable

Las personas con este tipo de autoestima suelen ser sensibles e influenciables por eventos externos. En cuanto se enfrentan a un evento exitoso su autoestima sube, pero en cuanto termina el momento su nivel de autoestima vuelve a bajar, es decir que este tipo de autoestima está definido por su falta de firmeza y de la inseguridad que presenta, la cual hace que sea altamente sensible a todo tipo de eventos, por irrelevantes que puedan parecer desde un punto de vista (Hornstein, 2013).

3.3.3 Componentes de la autoestima

Según (Lorenzo, 2007) existen tres tipos de componentes que operan de manera interrelacionada. Presentan una influencia mutua. El aumento positivo y el deterioro de algunos de estos componentes comportan una modificación de los otros en el mismo sentido.

Componente Cognitivo. Indica, la idea, opinión, percepción de uno mismo, es el auto-concepto, que refieren a las autoverbalizaciones que dan lugar a la autoimagen. Es una descripción de los rasgos que nos vemos a nosotros mismos (Lorenzo, 2007).

Componente afectivo. Nos indica la valoración de lo positivo y negativo que hay en nosotros mismos, indica un sentido de lo favorable o desfavorable, de lo agradable o desagradable que vemos en nosotros, es decir significa sentirse bien o a disgusto con uno mismo. Es un juicio de valor sobre nuestras cualidades personales (Lorenzo, 2007).

Componente Conductual. Relacionada con la tensión, intensión, y decisión y llevar a la practica un proceso de manera coherente. Es decir se refiere al modo de actuar a la intensión y actuación que hace la persona por si misma establece el esfuerzo por alcanzar respeto ante los demás y ante nosotros mismos (Lorenzo, 2007).

3.3.4 Evolución de la autoestima en la adolescencia temprana

Generalmente se ha considerado a la autoestima global como un rasgo muy estable a lo largo del tiempo y a la experiencia transitoria de autoestima fluctuando en torno a ese nivel, la trayectoria de la autoestima global para ambos sexos se encuentra en niveles relativamente altos en la infancia y disminuyen al comienzo de la adolescencia. Estos niveles se incrementan de nuevo desde el comienzo de la vida adulta y vuelven a disminuir desde las edades medias de la vida adulta hasta la vejez (Kernis & Cornill., 1993).

Si bien en la infancia los niveles son similares en ambos sexos, en la adolescencia surge un “vacío” entre ellos presentando los varones una autoestima más elevada que las mujeres (Garaigordobil, 2008).

3.3.5 Deficiencias de la autoestima en la adolescencia

Una autoestima baja durante la adolescencia es un factor de riesgo para diversos problemas en la edad adulta.

Según Block & Robins (2006), en su estudio descubren que los individuos con baja autoestima en la adolescencia tienen un riesgo mayor a sufrir en salud física y mental en la edad adulta, una mala proyección laboral y económica, y una mayor probabilidad de verse implicados en situaciones criminales, en comparación con los adultos que presentan una elevada autoestima cuando eran adolescentes. Este conjunto de hallazgos permite concluir que mejorar la autoestima en la adolescencia puede resultar útil para prevenir problemas de conducta, emocionales y de salud tanto en la propia adolescencia como en la vida adulta.

3.3.6 Factores que influyen en la autoestima del adolescente

Según Manrique, (2013) Señala que existe 4 factores que influyen en la autoestima.

- **La educación familiar:** los individuos con autoestima alta coinciden con el perfil de educación familiar de estilo democrático, es decir, personas que gozan de un alto nivel de afecto y comunicación al tiempo que toleran grandes exigencias y controles los mismos son ejercidos por los padres mediante técnicas basadas en el razonamiento y en explicación, animando a los hijos a afrontar situaciones que exigen esfuerzo mediante la persistencia en la tarea. Por el contrario los individuos con autoestima baja correlacionan con estilos de crianza autoritarios, poco afectuosos y mala comunicación, acompañado de un alto grado de exigencias y control (Manrique, 2013).
- **El grupo de igual:** La consideración dentro del grupo, es un componente esencial del auto-concepto y consiguientemente de la autoestima. La popularidad y el privilegio dentro del grupo determina la evolución del adolescente, pero, según

parece aun cuando es importante la opinión de los amigos, no va en disminución de la influencia que ejercen los padres, cuyo papel sigue siendo fundamental incluso en la adolescencia (Manrique, 2013).

- **Los profesores:** Inciden de forma importante en la configuración del auto-concepto, por ser quienes les evalúan en la escuela y quienes dirigen sus capacidades y contribuyen al desarrollo de sus potencialidades (Manrique, 2013).
- **Características personales:** determinan en gran parte, el éxito o un fracaso de una acción sobre el adolescente. Cualquier tarea tiene efectos distintos según las características personales y sobre la autoestima del individuo. Porque no todos reaccionan de la misma forma, ni su historial personal es el mismo, desde luego ni sus condiciones psicológicas (Manrique, 2013).
- **La convivencia familiar:** es de vital importancia para la formación de una buena autoestima ya que, de acuerdo a la educación y el afecto recibido en el hogar, a través de los padres y hermanos, determinará el autoconcepto personal de los adolescentes.

3.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Ansiedad: Emoción que se caracteriza por la aprensión y síntomas somáticos de tensión en que un individuo anticipa un peligro, catástrofe o desgracia inminente. El cuerpo a menudo se moviliza para enfrentar la amenaza percibida: los músculos se tensan, la respiración se acelera y el corazón late con mayor rapidez (APA, 2010).

Adicción: Es una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación (OMS, 2010).

Autoconcepto: Es el conocimiento y las creencias que el individuo hace de el mismo en todas las dimensiones y aspectos que lo configuran como persona (corporal, psicológico, social, emocional) (Gonzales, 1999).

Autoverbalización: Habla privada autodirigida, o pensamiento en voz alta. La autoverbalización puede ser una estrategia cognitiva que fomente la autorregulación interna al controlar verbalmente el comportamiento (APA, 2010).

Deterioro: Daño o pérdida progresiva de las funciones básicas, como las funciones emocionales, de juicio, intelectuales, musculares y de memoria (APA, 2010).

Desequilibrio: Pérdida del balance físico. Hace referencia al desequilibrio emocional, como sucede en los individuos con cambios extremo en los estados de ánimo o Labilidad Afectiva (APA, 2010).

Dísmórfico: Es un trastorno mental en él que no se puede dejar de pensar en uno o más defectos percibidos en la apariencia, un defecto que para los demás es menor o no perceptible (Mayo Clinic, 2016).

Monopolizar: Hace referencia a adquirir o poseer en exclusiva el derecho al aprovechamiento de un producto o servicio (Real Academia Española, 2014).

Pesimismo: Propensión a ver y juzgar las cosas en su aspecto más desfavorable. Doctrina que insiste en los aspectos negativos de la realidad y el predominio del mal sobre el bien (Real Academia Española, 2014).

Psicosocial: Un periodo que permite la experimentación de roles sociales. El individuo puede “probar” diferentes roles e identificarse con distintos grupos antes de formar. Se refiere a la cognición social (APA, 2010).

UNIDAD EDUCATIVA “SIMÓN RODRIGUÉZ”, LICAN.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

**PROPUESTA DE INTERVENCIÓN PSICOEDUCATIVA SOBRE EL USO
ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES Y FOMENTAR UNA BUENA
AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE LA INSTITUCIÓN.**

PERÍODO ACADÉMICO 2018 -2019

Fecha y Hora	Tema y Actividades	Objetivos	Recursos
07/01/2019 Hora de inicio: 11:00 Hora de finalización: 13:00	TEMA: uso de redes sociales en los adolescentes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinámica “la Silla caliente” ▪ Uso y participación de las redes sociales. <p>Se dará a conocer a cerca de las redes sociales y como estas contribuyen tanto de forma positiva como negativa en los adolescentes, de manera de poder incentivar en el uso adecuado de estas redes evitando situaciones de riesgo en los adolescentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abordar la temática de las actitudes de los adolescentes ante el uso de las redes sociales. 	Humanos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitadores ➤ Psicólogos clínicos y Psicólogo educativo de la institución ➤ Estudiantes ➤ Padres de familia ➤ Personal docente de la institución. Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Audio visuales • Proyector • Hojas de papel bond • Esferos • Fotocopias.
31 /01/2019	TEMA: Adicción a las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a los participantes 	Humanos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitadores

<p>Hora de inicio: 11:00</p> <p>Hora de finalización: 13:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Del uso al abuso: Dependencias de las redes sociales. • Como nos perjudica abusar de ella. • Consecuencias de un mal uso y falta de cuidado • Beneficios que nos aporta una red social 	<p>sobre las características, causas y consecuencias de la adicción a las redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a los adolescentes a cerca del buen uso 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Psicólogos clínicos y Psicólogo educativo de la institución ➤ Estudiantes ➤ Padres de familia ➤ Personal docente de la institución. <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Audio visuales • Proyector • Hojas de papel bond • Esferos • Fotocopias.
<p>01/03/2019</p> <p>Hora de inicio: 11:00</p> <p>Hora de finalización: 13:00</p>	<p>TEMA: Autoestima</p> <p>Dinámica: “Acentuar lo Positivo”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de la autoestima. • Origen de la autoestima. • Factores que inciden en la evolución de la autoestima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a los participantes en que consiste la autoestima. 	<p>Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitadores ➤ Psicólogos clínicos y Psicólogo educativo de la institución ➤ Estudiantes ➤ Padres de familia ➤ Personal docente de la institución. <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Audio visuales • Proyector • Hojas de papel bond • Esferos • Fotocopias.

<p>01/04/20 9</p> <p>Hora de inicio: 13:00</p> <p>Hora de finalización : 15:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> • TEMA: Factores que influyen en la autoestima del adolescente. • Autoestima en el hogar. • Autoestima escolar. • Claves para mejorar la autoestima. ➤ Dinámica de presentación: “Descubriendo Artistas” 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que los participantes identifiquen sus cualidades y limitaciones personales, para elevar la autoestima personal e interpersonal. • Los participantes identifiquen los factores que favorecen en elevación de la autoestima. 	<p>Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitadores ➤ Psicólogos clínicos y Psicólogo educativo de la institución ➤ Estudiantes ➤ Padres de familia ➤ Personal docente de la institución. <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Audio visuales • Proyector • Hojas de papel bond • Esferos • Fotocopias.
--	--	---	--

Elaborado por: María Dolores Choto

4. METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Documental: La investigación documental consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos o formaciones recogidas moderadamente de realidad de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los proyectos del estudio (Hernández, 2000).

En este caso la revisión documental se realizó de los documentos existentes en la Unidad Educativa que se produjeron de observaciones y registros que se encuentran en la base de datos del registro de los alumnos que ha sido realizado por el Psicólogo de la Institución así como los reactivos psicológicos aplicados, cuestionario para evaluar el uso de redes sociales y una batería psicológica para medir la autoestima en los adolescentes, con la finalidad que los instrumentos aplicados puedan aportar al tema de investigación del presente proyecto.

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Transversal: Son estudios diseñados para recolectar los datos en un solo momento en un tiempo determinado. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Sampirre, 2003). En este caso el proyecto de investigación sobre Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, se realizó en un tiempo determinado de abril 2018 – febrero 2019.

No experimental: Se realiza sin manipular deliberadamente las variables. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación si no que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente (Sampirre, 2003). En este caso se analiza el problema de la investigación sin manipulación las variables uso de redes sociales y autoestima.

Cuantitativa: Se considera investigación cuantitativa ya que es el tipo de investigación en el cual se recolectan datos sobre las variables a estudiar, las cuales se atribuyen valores numéricos a cada una de las variables para ser analizadas. Teniendo como objetivo buscar con exactitud una medición general que explique asertivamente el fenómeno (Rodríguez, 2003). En el presente proyecto de investigación se atribuyen valores numéricos a las variables redes sociales y autoestima para ser analizadas.

4.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva: Estos estudios buscan especificar las, propiedades, las características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis. Es decir, únicamente pretenden recoger información de manera independiente o conjunta sobre conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas (Hernández et al, 2003). En la presente revisión documental se describe los niveles y las características de las variables uso de redes sociales y autoestima de los estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Lican, mediante la observación realizada de los reactivos psicológicos aplicados a los estudiantes.

4.4 POBLACIÓN

A partir de la base de datos del registro acumulativo de los alumnos de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán, de los cursos 8vo, 9no y 10mo del año lectivo 2017 – 2018. Se tomaron a 73 estudiantes conformando la población a estudiar, de los cuales las características fueron, estudiantes de edades comprendidas de 12 a 15 años y estudiantes que no posean una condición médica o intelectual que dificulte en la aplicación de los test psicológicos.

4.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

4.5.1 TÉCNICAS

Observación: la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o de la conducta, la cual puede utilizarse en muy diversas circunstancias sirve para conocer y captar con más claridad cada uno de los hechos de la realidad con la finalidad de analizarlos, interpretarlos y a su vez transformarlos para de esta manera dar a conocer con mayor profundidad el trabajo de investigación (Hernández, 2003).

Reactivo psicológico: se realizó la revisión de un reactivo psicológico existente en el registro acumulativo de los estudiantes en el DECE aplicados por Psicólogo de la Unidad Educativa, con la finalidad de obtener datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación.

4.5.2 INSTRUMENTOS

Ficha de Observación: Mediante la colaboración por parte del Psicólogo de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán, se pudo verificar mediante la observación, los datos personales de los estudiantes como: nombre, edad, fecha de nacimiento, nombre del representante, domicilio y las baterías psicológicas aplicados por el Psicólogo, Cuestionario sobre Uso de Redes Sociales (ARS) y el Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith.

La construcción **del Cuestionario sobre Uso de Redes Sociales (ARS)** partió del DSM-IV-TR (American Psychiatric Association- APA, 2008), construido y validado por Ecurra & Salas, (2014) lo cual está conformado por 7 ítems que corresponde a: dos preguntas cerradas y cinco preguntas abiertas. ¿Utiliza redes sociales?, ¿Dónde se conecta a las redes sociales?, ¿Con que frecuencia se conecta a las redes sociales?, ¿Tus contactos en la red contienen tus datos verdaderos (¡nombre, edad, género, dirección!)?, ¿De todas las personas que conoces a través de la red, cuantos conoces personalmente? y ¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales? El objetivo del cuestionario es verificar la frecuencia con

la que utilizan. Los hallazgos de la confiabilidad indican que alcanzaron coeficiente alfa de Cronbach elevados, los cuales fluctuaron entre 88 en el factor 2 y 92 en el factor 3. Además el nivel de consistencia interna puede considerarse alto, pues todos superan la magnitud de .85 (De Villis, 2012) además los intervalos de confianza indican que la estimación de la confiabilidad de los puntajes en la muestra total presenta valores elevados.

Para la valoración de los ítems se optó por aplicar el sistema de calificación de 5 puntos de 0 a 4 tomando en cuenta la frecuencia desde “nunca” hasta “siempre”, el test consta de 24 ítems, los cuales, permiten evaluar 3 factores.

- A) Obsesión por las redes sociales de (20 a 399 puntos), lo cual, hace referencia al compromiso mental con las redes sociales, pensar constantemente y fantasear con ellas y la preocupación causada por falta de acceso a las redes sociales.
- B) Falta de control personal en el uso de redes sociales de (40 a 69 puntos), corresponde a la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales.
- C) Uso excesivo de las redes sociales de (70 a 100 puntos), se refiere a las dificultades para controlar el uso de las redes sociales, indicando el exceso en el tiempo uso, indicando el hecho de no poder controlarse cuando se usa las redes sociales y no ser capaz de disminuir la cantidad de uso de las redes sociales.

Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith (SEI). El Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith permite medir el nivel de autoestima, fue desarrollado originalmente en Palo Alto Estados Unidos en 1967. El inventario se encuentra diseñado para medir las actitudes valorativas en estudiantes de 8 a 15 años de edad, Está compuesto por 58 ítems que se encuentran incluidas 8 ítems correspondientes a la escala de mentiras. El puntaje máximo es de 100 puntos y el de escala de mentira invalida la prueba si es un puntaje superior a 4 puntos. La calificación es un procedimiento directo, el sujeto debe responder de acuerdo a la identificación que se tenga o no con la afirmación en términos de Verdadero (Tal como a mi) o Falso (No como a mi). Cada respuesta vale un punto el mismo que se multiplica por 2, el 50 ítem del inventario genera un puntaje total de 100, la forma de aplicación puede ser individual o colectiva, en un periodo de tiempo de 30 minutos

aproximadamente. Los intervalos para cada categoría de autoestima son: 0 a 24 Baja Autoestima, 25 a 49 Promedio Bajo, 50 a 74 Promedio Alto, 75 a 100 Alta Autoestima. El inventario de autoestima Stanley Coopersmith fue hallada a través de métodos en un estudio realizado por (Kimball, 1979). En cuanto a la validez y confiabilidad se realizó un estudio de, Autoestima y rendimiento en un grupo de niños de 5to grado, utilizo el procesamiento de análisis de correlación ítems-sub escala, encontrando un valor de $r = 0.9338$ para la escala de sí mismo o yo general con un nivel de significación de 0.001, a si mismo se encontró, una relación altamente significativa entre los totales de las sub – escalas y el puntaje total del inventario. Posteriormente se calculó el índice de correspondencia, lo cual indico la validez de contenido, hallando valores que oscilan de 0.80 y 1 en los ítems con un valor de promedio general para todos el inventario de 0.98, lo cual indica que el contenido que mide cada ítems es adecuado y representativo de cada escala (Panizo, 1985).

4.5.3 TÉCNICAS PARA PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados y el análisis de la revisión documental se obtuvieron a través de la información proporcionada por el Cuestionario uso de Redes Sociales (RS) y el Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith (SEI) Determinando así el uso de redes sociales y los niveles de Autoestima de los estudiantes de octavo, noveno y décimo de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, realizado por medio de la estadística básica del programa Microsoft Excel, y Microsoft Word, para posteriormente graficar en tablas en los que se verificó los porcentajes y valores de los instrumentos aplicados. De acuerdo a los resultados conseguidos se elaboró las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación realizada.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Resultados

Tabla 1

Redes sociales más utilizadas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	40	55%
Messenger	14	19%
WhatsApp	5	7%
YouTube	2	3%
Instagram	12	16%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.

Elaborado por: María Choto

En la tabla 1 se observa la distribución de la muestra en porcentajes según el uso de las redes sociales el 55% de los estudiantes utilizan Facebook, en el caso de Messenger lo utilizan el 19% de estudiantes, en cuanto a la red social Instagram es utilizada por el 16% de sujetos, el 7% de personas utilizan Whatsapp y el portal Youtube es utilizada por el 3% de adolescentes encuestados.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 1 (Prensky, 2001) concuerda indicando que Facebook es la red social más utilizada por los adolescentes para relacionarse con sus pares, teniendo como principales motivos la permanente interacción y aceptación del otro que lleva a la construcción de identidad.

Tabla 2.*Lugar donde se conecta a las redes sociales*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En mi casa	27	37%
En las cabinas del internet	17	23%
A través del celular	23	32%
En mi trabajo	4	5%
En las computadoras del colegio	2	3%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.**Elaborado por:** María Choto

En la tabla 2 se observa la distribución de la muestra en porcentajes con respecto a la pregunta sobre el lugar donde se conectan a las redes sociales, el 37% se conecta a internet en su casa, el 32% se conecta a internet a través del celular, el 23% se conecta en la cabina del internet, el 5% se conecta a las redes sociales desde su trabajo y el 3% de los estudiantes se conecta a internet en las computadoras del colegio.

Según al lugar en donde se conecta a las redes sociales el porcentaje más alto reveló que se conectan desde la casa, los resultados coincide con la investigación de (García, 2009) en el que menciona, que la mayoría de los jóvenes usuarios de las redes sociales utiliza el ordenador en su propia habitación a través de los teléfonos móviles, exclusiva de él o ella (el 42,5% de los casos) o compartida (10,7%). Solo uno de cada cinco lo hace en un lugar común como una sala o salón familiar, por tanto “a la vista” de los padres u otros adultos del hogar.

Tabla 3

Frecuencia con la que utilizan las redes sociales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todo el tiempo me encuentro conectado	15	21%
Entre siete a doce veces al día	11	15%
Entre tres a doce veces al día	12	16%
Una a dos veces por día	19	26%
Dos o tres veces por semana	6	8%
Una vez por semana	10	14%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.

Elaborado por: María Choto

La tabla 3 muestra que, el 26% de los estudiantes se conecta una a dos veces por día, el 21% se encuentra conectado todo el día a las redes sociales, el 16% se conecta a las redes sociales entre tres a doce veces al día, el 15% se conecta a las redes sociales entre siete a doce veces al día, el 14% se conecta a las redes sociales una vez por semana y finalmente el 8% de estudiantes se conectan a las redes sociales de dos a tres veces por semana.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla3 coincide con el estudio realizado en Centro América y el Caribe de (Lifebelt, 2016) en la que indica, que, más del 38 de los adolescentes afirmaban que pasaban más de 3 horas conectados y el 67.5% de los encuestados respondieron que todo el tiempo pasaban conectados a las redes sociales.

Tabla 4*Contactos que realmente conoce en las redes sociales*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10% o menos	10	14%
Entre 11 y 30%	13	18%
Entre 31 y 50%	13	18%
Entre 51 y 70%	8	11%
Más del 70%	29	40%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.**Elaborado por:** María Choto

En cuanto a la tabla 4 se observa con respecto a la pregunta: ¿De todas las personas que conoce en la red, a cuántos conoce verdaderamente? se observa que el 40% conoce realmente a más del 70% de contactos en la red, el 18% conoce entre el 11 y 30% a sus contactos en la red, así mismo 18% conoce entre el 31 y 50% de sus contactos en la red, el 14% conoce solo al 10% o menos de sus contactos en la red, el 11% conoce personalmente entre el 51 y 70% de sus contactos.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 4 coincide con el aporte de (García, 2009) en la que señala, que uno de cada cinco progenitores desconoce el número de contacto que su hijo pueda tener en la redes sociales en las que participa.

Tabla 5*Uso de datos reales en las redes sociales*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	53	73%
No	20	27%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.**Elaborado por:** María Choto

En la tabla 5 se observa con respecto a la pregunta: Tus contactos en la red poseen tus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección), se observa de la siguiente manera, el 73% de los evaluados respondieron que, si utilizan sus datos reales en las redes sociales, mientras que el 27% no utilizan datos reales para identificarse en las redes sociales.

En relación a la tabla 5 coincide con los aportes de Christofides & Desmarais, (2012) donde indican, que, en general los adolescentes muestran más información personal y utilizan menos las opciones de la configuración de la privacidad de la (RS) que los adultos. Además, refiere, por lo general, los hombres revelan más información básica fecha de nacimiento, lugar de nacimiento, y situación sentimental y de contacto (direcciones de correo electrónico y números telefónicos) que las mujeres.

Tabla 6*Preferencia de las redes sociales*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chatear	55	75%
Ver videos	5	7%
Comunicarte con la familia	9	12%
Realizar trabajos	4	5%
TOTAL	73	100%

Fuente: Resultados de la aplicación del cuestionario sobre el uso de Redes Sociales.**Elaborado por:** María Choto

Como se observa en la tabla 6 con respecto a la pregunta: ¿Qué es lo que más te agrada de las redes sociales?, se encontró que, el 75% prefieren para chatear, a 12% le agrada la red social para comunicarse con la familia, mientras que, el 7% prefieren para ver videos y por último, el 5% prefieren porque pueden realizar sus trabajos.

Los resultados obtenidos en la tabla 6 con respecto a la preferencia de las redes sociales, concuerda con la investigación de (Ipsos Apoyo, 2012, citado por Tarazona, 2013) donde mencionan, que, por lo general los jóvenes utilizan las redes sociales para chatear con sus amigos y entretenerse.

Tabla 7*Niveles de autoestima de los estudiantes*

NIVELES	FRECUENCIA	RANGO	PORCENTAJE
Alta	0	75-100	0%
Promedio alto	43	50-74	59%
Promedio bajo	27	25-49	37%
Baja autoestima	3	0-24	4%
TOTAL	73		100%

Fuente: Resultados de la aplicación del Inventario Stanley Coopersmith.

Elaborado por: María Choto

De la muestra investigada el 59% tienen un promedio alto de autoestima, el 37% poseen un promedio bajo de autoestima, y finalmente el 4% presentan una baja autoestima.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 7 con respecto a los niveles de autoestima, Según Rodríguez, (2014) refiere que, los adolescentes que presentan un promedio alto de autoestima realizan estimaciones realistas de sus actitudes, lo cual se evidencia que tiene una buena apreciación de su persona, mientras tanto los adolescentes que se encuentran en un nivel promedio bajo de autoestima son más sensibles al rechazo social ya que al estar en la etapa de la adolescencia los jóvenes son vulnerables a las críticas no constructivas para su persona, creando un daño psicológico en el adolescente, perjudicando la apreciación de sí mismo. Los adolescentes con nivel bajo de autoestima son personas deprimidos, aislados, ellos consideran no ser atractivos, son incapaces de expresarse y defenderse y por ende se ve afectado su valía personal.

Tabla 8*Niveles de adición a redes sociales*

ADICCIÓN A REDES SOCIALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Obsesión por las Redes Sociales	44	60%
Falta de Control Personal en el Uso de Redes Sociales	11	15%
Uso Excesivo de las Redes Sociales	3	4%
Dentro de lo Normal	15	21%
TOTAL	73	100%

Elaborado por: María Choto

De acuerdo a la tabla 8 los resultados indican que el 60% presentan obsesión por las redes sociales, el 21% se encuentran dentro lo normal, el 15% presentan falta de control en uso de las redes sociales, el 4% de estudiantes presentan uso excesivo de las redes sociales.

Tabla 9*Relación entre redes sociales y autoestima*

NIVELES	REDES SOCIALES									
	Facebook		Messenger		Whatsapp		Youtube		Instagram	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Promedio	28	38.36	8	10.96	1	1.37	1	1.37	5	6.85
Alto										
Promedio	11	15.07	5	6.85	4	5.48	1	1.37	6	8.22
bajo										
Baja	2	2.74	1	1.37	–	–	–	–	–	–
Autoestima										
TOTAL	41	56.17	14	19.18	5	6.85	2	2.74	11	15.07

Fuente: Resultados de la aplicación del Cuestionario uso de Redes y el Inventario Stanley Coopersmith (SEI).
Elaborado por: María Choto

En la investigación realizada en relación al uso de redes sociales y los niveles de autoestima se encontró los siguientes resultados.

En el nivel promedio alto de autoestima se encontró a 28 estudiantes que utilizan Facebook, 8 utilizan Messenger, 1 estudiante utiliza Whatsapp, 1 utiliza YouTube y 5 estudiantes utilizan Instagram. En el nivel promedio bajo de autoestima se encontró a 11 estudiantes que utilizan Facebook, 5 utilizan Messenger, 4 utilizan Whatsapp, 1 utiliza YouTube y 6 estudiantes utilizan Instagram. En el nivel bajo de autoestima se encontró a 2 estudiantes que utilizan Facebook, y 1 estudiante utiliza Messenger.

Según (Coopersmith 1990, citado por Piera, 2012) señala que los individuos que presentan un promedio alto de autoestima tienen una sensación permanente de valía y de capacidad positiva que les lleva a enfrentarse mejor a las pruebas y retos de la vida, en vez de tener una postura defensiva. No significa un éxito total y constante, sino la conciencia de las propias debilidades y limitaciones, sentirse bien por las capacidades y habilidades.

El promedio bajo de autoestima suele ser la más frecuente. Los individuos con este nivel de autoestima tienen una buena confianza en sí mismas, pero en ocasiones esta puede llegar a ceder, intentan mantenerse fuertes con respecto a los de más, pero en el interior sufren (Coopersmith 1990, citado por Piera, 2012).

Baja autoestima: la persona tiende a creer que es el perjudicado ante sí mismo y los demás. Se siente no merecedor, esto puede llevar a la persona a mantener relaciones perjudiciales, que además de reforzarse negativamente dificultan la búsqueda de fuentes de merecimiento, tales como el hecho de ser valorado por los demás o saber defender sus derechos.

5.2 DISCUSIÓN

De acuerdo a la investigación realizada con estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán, según los resultados en relación al uso de redes sociales se encontró que, Facebook, Messenger, Whatsapp, Instagram y Youtube son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes, las cuales se conectan a través del celular con una frecuencia de uso de 1 a 2 veces por día en un 26%. Esto a su vez concuerda con la investigación realizada por Salcedo, (2016) en la universidad de Lima- Perú, bajo el tema “Relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima” en estudiantes universitarios, en cuyos resultados se encontró que los estudiantes utilizan con más frecuencia las redes sociales, Facebook, Youtube, Messenger, Twitter, y Whatsapp; con una frecuencia de uso de 1 a 2 veces por día en un 24.2%, dentro de la actividad que realizan al conectarse esta chatear y entretenerse.

Un estudio realizado por Rosa Salcedo Pardo, en la Universidad Cesar Vallejo en Perú en el año 2017, los resultados que se obtuvieron en la investigación fueron un coeficiente de correlación Rho de Spearman = a 0.39** el estudio reveló una correlación positiva moderada, que indicaron los estudiantes que utilizaban de forma adictiva las redes sociales presentaban baja autoestima, los adolescentes que utilizaban en forma medianamente adecuada mostraron una autoestima media y los adolescentes que utilizaban las redes

sociales de forma adecuada presentaron a su vez una autoestima alta, sin embargo en la investigación realizada en estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán, los resultados indicaron que el 59% de los estudiantes utilizan las redes sociales de forma adictiva, pero, sin embargo presentan un promedio alto de autoestima, de igual forma utilizan las redes sociales el 37% de los estudiantes que presentan un promedio bajo de autoestima, lo que significa que mantienen una autoestima normal, el 4% de estudiantes que presentan una baja autoestima utilizan las redes sociales de forma adictiva. La diferencia de resultados posiblemente se deba a que la investigación de Salcedo se llevó a cabo con estudiantes mayores de 14 años, mientras que en la investigación actual se realizó con adolescentes con edades entre 12 y 15 años.

Carazo, (2012) en su investigación sobre el tema “Uso Adictivo a las Redes Sociales y su Relación con la Autoestima en la Adolescencia,” en la universidad de Nicaragua, llevo a cabo con 40 estudiantes de edades entre 14 y 18 años, Los resultados indicaron que la adicción a las redes sociales influye en la autoestima debido a que las 8 estudiantes que utilizaban las redes sociales de manera excesiva presentan una baja autoestima, es decir, la investigación encontró que existe una relación positiva entre adicción a redes sociales y autoestima, mientras que en la investigación realizada en estudiantes de básica superior de la Unidad Educativa “Simón Rodríguez” de Licán, los resultados indica que 3 estudiantes con baja Autoestima utilizan las redes sociales de manera excesiva, demostrando así que existe una similitud con la investigación de Carazo, pero a la vez existe una diferencia importante ya que en la investigación realizada se encontró que el 58.89% de estudiantes con un promedio alto de autoestima utilizan las redes sociales con una frecuencia de una a dos veces por día, el 36.99% de alumnos poseen un promedio bajo de autoestima que equivale a una autoestima normal y utilizan las redes sociales con la misma frecuencia de uso, estos resultados a la vez indican que existe una relación negativa entre las variables uso de redes sociales y autoestima, lo cual indica que las redes sociales no influye en la autoestima de los estudiantes. A demás la investigación actual concuerda con la investigación de (Ipsos Apoyo, 2012, citado por Tarazona, 2013) donde mencionan, por lo general los jóvenes utilizan las redes sociales para chatear con sus amigos y entretenerse mas no necesariamente porque tienen algún tipo de problema.

Así mismo corroborando con la investigación de Enríquez Mora Jan Carlos de la Universidad Nacional Amazónica Madre de Dios, Facultad de Educación, en el año, 2014, sobre el tema “Uso de redes sociales en internet y Niveles de Autoestima” en estudiantes de la carrera Profesional de Informática del Instituto Tecnológico Telesup. Cuyo objetivo fue establecer la relación entre el uso de las redes sociales de internet y la autoestima en los estudiantes, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo – correlacional. La muestra estuvo conformada por 90 estudiantes, a quienes se aplicaron un cuestionario de 19 ítems para medir el uso de redes sociales y el inventario de Coopersmith Stanley para medir la autoestima. Los resultados de la investigación indicaron, que no existe relación directa entre el uso de redes sociales en internet y niveles de autoestima (Enriquez, 2014).

De acuerdo a los resultados encontrados en la presente investigación no existe una relación positiva entre uso de redes sociales y autoestima a diferencia de los resultados encontrados en otras investigaciones, cabe recalcar que todas las investigaciones anteriores han sido realizadas en Perú, con una población mayores de 14 años, lo cual podría ser el motivo en la diferencia de resultados, ya que la presente investigación se realizó con adolescentes entre 12 y 15 años de edad. Los resultados del trabajo concuerda con el aporte de (Morales, 2011) donde indica que las redes sociales influyen de manera positiva cuando se usan con moderación ya que es un medio en la que se puede comunicar, no solo para chatear y planear eventos sociales, sino también para realizar trabajos. Morales refiere, que, el problema radica cuando el estudiante hace un abuso de esta, en donde la mayor parte de tiempo pasa frente al computador o al teléfono móvil, dejando a un lado las actividades cotidianas, no sale a la sociedad, no realiza tareas, solo se encuentra en una vida virtual chateando en una red social, o sencillamente jugando en ella.

Puntos Débiles de la investigación:

- La inexistencia de un instrumento apropiado para evaluar el uso de redes sociales en los adolescentes,
- No existe información acerca de estudios realizados en el Ecuador con respecto a las variables uso de redes sociales y autoestima en los adolescentes.

Puntos Fuertes de la investigación

- El estudio realizado logra un aporte importante para futuras investigaciones ya que no existe estudios realizados en nuestro país.

6. CONCLUSIONES

Mediante la investigación realizada se logró llegar a las siguientes conclusiones:

- A través del Cuestionario sobre el uso de Redes Sociales (RS) se pudo evidenciar que 55% que equivale a 40 estudiantes utilizan la red social Facebook, el 19% que corresponde a 14 estudiantes que utilizan Messenger, el 16% corresponde a 12 estudiantes que utilizan Instagram, el 7% equivale a 5 estudiantes que utilizan Whatsapp y el 3% corresponde a 2 estudiantes que utilizan el portal Youtube. Además se evidenció que los estudiantes utilizan las redes sociales con una frecuencia de uso aproximadamente de una a dos horas por día.
- Mediante la aplicación del Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith se pudo identificar los niveles de autoestima de los estudiantes, de los cuales, el 59% de la población que corresponde a 43 estudiantes poseen un promedio alto de autoestima, el 37% que equivale a 27 estudiantes presentan un promedio bajo de autoestima y el 4% corresponde a 3 estudiantes con baja autoestima.
- Se planteó una estrategia de intervención psicoeducativa mediante charlas y talleres, con la finalidad de promover en el uso adecuado de las redes sociales y fomentar en el mejoramiento la autoestima en los adolescentes.

6.1 Recomendaciones

- Se recomienda realizar estudios sobre uso de redes sociales y autoestima, para así obtener una mejor apreciación sobre el tema.
- Promover charlas y talleres educativos con los estudiantes, padres de familia e institución en general, para orientar sobre el uso adecuado de las redes sociales y contribuir en el mejoramiento de la autoestima.
- Verificar continuamente el nivel de autoestima que presenta los estudiantes y ofrecer psicoeducación a los alumnos con baja autoestima.
- Brindar una intervención individual y grupal a padres de familia de los estudiantes que presentan problemas en la autoestima, mediante visitas domiciliarias.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreassen. (2015). Indicadores de adicción a las redes sociales en jóvenes universitarios de Lima.
- APA. (2010). Diccionario conciso de Psicología. *Editorial el Manual Moderno. Mexico.*
- Barroso. (2000). Autoestima - Slideshare.
- Block, & Robins, R. (2006). Autoestima en la Adolescencia - *Internacional Journal of Psychology.*
- Carazo, B. (2012). UUSO ADICTIVO A LAS REDS SOCIALES Y SU RELACION CON LA AUTOESTIMA. <http://repositorio.unan.edu.ni/1759/1/16902.pdf>.
- Castell. (2012). Origen de las redes sociales.
- Celaya. (2008). Origen de las redes sociales.
- Christofides & Desmarais. (2012). Educando en privacidad en el uso de las redes sociales.
- Collado, C. (2017). Las redes sociales más usadas en el mundo. <https://andro4all.com/2017/04/redes-sociales-mas-utilizadas-mundo>.
- Coopersmith 1990, citado por Piera. (2012). Niveles de Autoestima.
- Cuguta. (2008). ADICCION A REDS SOCIALES. <biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>.
- Danowski, & Zywica, Z. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks.
- Echeburúa, & Corral, C. (1994). Adicción a las nuevas tecnología y redes sociales en los adolescentes.

- Ellison, B., & Boyd, E. (2007). LAS REDS SOCIALES. mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf.
- Enriquez. (2014). Uso de redes sociales en internet y niveles de autoestima en estudiantes de la carrera profesional de Informatica de Instituto Tecnologico Privado Telesup.
- Escurra & Salas. (2014). Construccion y Validacion del Cuestionaio de Adiccion a Redes Sociales.
- Fernandez. (2013). Indicadores de Adicción a las Redes Sociales:. revistas.ucv.edu.pe/index.php/R_PSI/article/viewFile/1131/899.
- Garaigordobil. (2008). INTERVENCIÓN CON ADOLESCENTES - UPV/ EHU.
- García. (2009). Jóvenes y redes sociales: los límites entre el uso y el abuso. *Concejos Farmacéuticos*.
- Garcia, A. (2013). Habitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Revista Cientifica de Educomunicación. vo,l XXI, 41, Octubre 2013. pp. 195-204. España*.
- Gimenéz, & Pantoja. (2007). Adiccion a Facebook y su relacion con la autoestima, las habilidades sociales y la depresion.
- Gonzales. (1999). Revision Teorica sobre el Autoconcepto y su importancia en la adolescencia.
- Guela, D., & Crispo, R. C. (2000). Causas principales que genera la adiccion en los jóvenes.
- Hernández. (2000). La Investigación documental. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/mendez_r_jj/capitulo4.pdf.
- Hernández. (2000). La Investigación documental. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/mendez_r_jj/capitulo4.pdf.

- Hernández. (2003). Fichas para investigadores.
- Hernández et al. (2003). METODOLOGÍA De acuerdo con Hernández.
- Hornstein, L. (2013). Los 4 Tipos de autoestima ¿ Te valoras a ti mismo? - Psicología y
Mente.
- INEC. (2013). Estudio del impacto de las redes sociales en el comportamiento de los
adolescentes de 12 a 14 años en una Unidad Educativa. Universidad Politécnica
Salesiana. Guayaquil.
- INTECO. (2009). Defibicion de red social, .
- Ipsos Apoyo, 2012, citado por Tarazona. (2013). Opinión y Mercado.
- Kernis, e. a., & Cornill. (1993). Autoestima en la adolescencia - Internacional Journal off
Psychology.
- Lifebelt. (2016). ¿Cuanto tiempo de tu vida pasas conectado a las redes sociales?
- Lorenzo, J. (2007). Autoestima y Personalidad. *Vaneduc*.
- Mairem, D. R. (2016). Asi afectan las reds sociales tu autoestima. *Veintetantos*.
- Manrique. (2013). Factores que influyen en la autoestima del niño y el adolescente.
[https://padresenapuros.monicamanrique.com/2013/01/15/4-factores-influyen-en-la-
autoestima-del-nino-del-adolescente/](https://padresenapuros.monicamanrique.com/2013/01/15/4-factores-influyen-en-la-autoestima-del-nino-del-adolescente/).
- Mayo Clinic. (2016). Trastorno dismórfico corporal.
- Mejia, V. (2015). Analisis de la influencia de las redes sociales en la formacion de los
jóvenes de los colegios del canton Yaguachi (Tesis de pregrad) Universidad de
Guayaquil, Ecuador.
- Morales. (2011). Influencia de las redes sociales en los adolescentes.
- Morduchowicz, A. (2010). Los adolescentes y las redes sociales. Recuperado el 7 de Mayo
del 2013, megob.arescuelamediosymaterialredes.pdf.

- Niemz. (2005). Adicción a Facebook, Relacionada con la baja autoestima y la Falta de Habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*. México.
- OMS. (2010). ADICCIONES.
- OMS. (2017). Los Adolescentes uso y abuso de las nuevas tecnologías y redes sociales. *Avanza Psicología*.
- Panizo. (1985). Inventario de Autoestima Coopersmith Stanley.
- Pavés, V., & Lucini, L. (2015). Los YouTubers como parte de la realidad social española (Tesis doctoral) Universidad de la Laguna. España.
- Prensky. (2001). Antecedentes sobre el uso de Facebook en adolescentes.
- Real Academia Española. (2014). Definición de Monopolizar. <http://www.wordreference.com/definicion/monopolizar>.
- Rodríguez. (2003). Metodología de la investigación.
- Rodríguez. (2014). Clima social familiar y autoestima en adolescentes.
- Rosemberg. (1965). Autoestima y Personalidad. *Vaneduc*.
- Rubira, F. (2013). Que es el Instagram y para que sirve. <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve>.
- Salcedo. (2016). RELACIÓN ENTRE ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN JOVENES UNIVERSITARIOS. http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2026/1/salcedo_CI.pdf.
- Salcedo. (2017). Redes Sociales y Autoesrtima en estudiantes de VII ciclo de la institucion educativa Beata Ana Maria Javouhey Callao, 2017. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Sampirre. (2003). Metodología de la investigación.

Viñas. (2009). Uso excesivo de redes sociales. Perfil Psicosocial de adolescentes.

Zans, J. (2012). WhatsApp potencialidad educativa versus dependencia y adicción (Tesis de posgrado) Universidad Cmiló Jose Cela, España.

Zelaya, U. y., & Urutia, y. Z. (2011). "Uso de las redes sociales Facebook y Twitter como.
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/DPA/ADTESUU0001492.pd>.

ANEXOS

Anexo 1:

'CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos Encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

La Unidad en la que estudia:

.....
Ciclo/Nivel:

Edad.....Genero

Utiliza Redes Sociales: Si respondió Si indique cual o cuales

.....
Si respondió No entregue el formato al encuestador ¿Dónde se conecta a las redes sociales? (¿Puede marcar más de una respuesta?)

En mi casa () En mi trabajo ()

En las cabinas de internet () En las computadoras del colegio ()

A través del celular ()

¿Con que frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo que me encuentro conectado () Una a dos veces por día ()

Entre siete a 12 veces al día () Dos o tres veces por semana ()

Entre tres a doce veces al día () Una vez por semana ()

¿De todas las personas que conoces a través de la red, cuantos conoces personalmente?

10% o menos () Entre 11 y 30% () Entre el 31 y 50% ()

Entre el 51 y 70% () Mas del 70% ()

¿Tus contactos en la red contienen tus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección etc.

Si () No ()

¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales?:

.....
.....
.....

Anexo 2:

TEST DE ARS (ADICCION A LAS REDES SOCIALES)

Escurra, M. y Salas, E. (2014.)

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las Redes Sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. Siente, piensa o hace:

Siempre	S	Rara vez	RV
Casi siempre	CS	Nunca	N
Algunas veces	AV		

Ítem	DESCRIPCION	S	CS	AV	RV	N
1	Siento 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.					
25	La frecuencia con la que utilizo las redes sociales durante un día					

Anexo 3:

Preguntas Inventario

1. Paso mucho tiempo soñando despierto.
2. Estoy seguro de mí mismo.
3. Deseo frecuentemente ser otra persona.
4. Soy simpático.
5. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.
6. Nunca me preocupo por nada.
7. Me abochorno (me da plancha) pararme frente al curso para hablar.
8. Desearía ser más joven.
9. Hay muchas cosas acerca de mí mismo que me gustaría cambiar si pudiera.
10. Puedo tomar decisiones fácilmente.
11. Mis amigos gozan cuando están conmigo.
12. Me incomodo en casa fácilmente.
13. Siempre hago lo correcto.
14. Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela)
15. Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer.
16. Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas.
17. Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago.
18. Soy popular entre compañeros de mi edad.
19. Usualmente mis padres consideran mis sentimientos.
20. Nunca estoy triste.
21. Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo.
22. Me doy por vencido fácilmente.

23. Usualmente puedo cuidarme a mí mismo.
24. Me siento suficientemente feliz.
25. Preferiría jugar con niños menores que yo.
26. Mis padres esperan demasiado de mí.
27. Me gustan todas las personas que conozco.
28. Me gusta que el profesor me interroge en clase.
29. Me entiendo a mí mismo
30. Me cuesta comportarme como en realidad soy.
31. Las cosas en mi vida están muy complicadas.
32. Los demás (niños) casi siempre siguen mis ideas.
33. Nadie me presta mucha atención en casa.
34. Nunca me regañan.
35. No estoy progresando en la escuela como me gustaría.
36. Puedo tomar decisiones y cumplirlas.
37. Realmente no me gusta ser muchacho (muchacha)
38. Tengo una mala opinión de mí mismo.
39. No me gusta estar con otra gente.
40. Muchas veces me gustaría irme de casa.
41. Nunca soy tímido.
42. Frecuentemente me incomoda la escuela.
43. Frecuentemente me avergüenzo de mí mismo.
44. No soy tan bien parecido como otra gente.
45. Si tengo algo que decir, usualmente lo digo.
46. A los demás “les da” conmigo.
47. Mis padres me entienden.

48. Siempre digo la verdad.
49. Mi profesor me hace sentir que no soy gran cosa.
50. A mí no me importa lo que pasa.
51. Soy un fracaso.
52. Me incomodo fácilmente cuando me regañan.
53. Las otras personas son más agradables que yo.
54. Usualmente siento que mis padres esperan más de mí.
55. Siempre sé que decir a otras personas.
56. Frecuentemente me siento desilusionado en la escuela.
57. Generalmente las cosas no me importan.
58. No soy una persona confiable para que otros dependan de mí.

Anexo 4:

FICHA DE OBSERVACIÓN

Datos Generales _____

Nombre: N.N _____

Edad: 13 años _____ **Sexo:** Femenino _____

Fecha de nacimiento: 8 de diciembre de 2004 _____

Nombre del representante: N.N _____

Domicilio: Licán barrio San Martín _____

Evaluación	Calificación:	Evaluación	Calificación:
Uso de redes sociales		Autoestima:	
Cuestionario sobre Uso de Redes Sociales(ARS)	Puntaje obtenido =27	Inventario de Autoestima Stanley Coopersmith	Escala de Autoestima total=24 Escala de Mentira =2

