



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

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

TESIS

**AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE
SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA
DE HUAROCHIRÍ, 2022**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
CALIDAD DE VIDA, RESILIENCIA Y BIENESTAR
PSICOLÓGICO

PRESENTADO POR
DANITZA IBETH LAYME MONTESINOS
LYZBETH AQUINO RUIZ

TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

DOCENTE ASESOR:
DR. YRENEO EUGENIO CRUZ TELADA
CÓDIGO ORCID N°0000-0002-3770-1287

CHINCHA, 2022

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE LA INVESTIGACION

Chincha, 09 de Noviembre del 2022

Dr. JUANA MARIA MARCOS ROMERO
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Presente. -

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarle e informar que las bachilleres: Danitza Ibeth Layme Montesinos, con DNI N°70225636 y Lyzbeth Aquino Ruiz, con DNI N°73854003 de la Facultad Ciencias de la Salud del programa Académico de Psicología, ha cumplido con presentar su tesis titulada: “Autoestima y Redes Sociales en Estudiantes de Secundaria de una Institución Educativa Publica de Huarochirí, 2022” con mención

APROBADO(A):



Por lo tanto, queda expedito para la revisión por parte de los Jurados para su sustentación.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal.

Cordialmente,



Asesor: Dr. Yreneo Eugenio Cruz Telada
Código ORCID N.º 0000-0002-3770-1287

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Danitza Ibeth Layme Montesinos identificada con DNI N ° 70225636 y Lyzbeth Aquino Ruiz, identificada con DNI N ° 73854003, en nuestra condición de estudiantes del programa de estudios de Psicología de la Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: "Autoestima y Redes Sociales en Estudiantes de Secundaria de una Institución Educativa Publica de Huarochirí, 2022" declaramos bajo juramento que:

- a. La investigación realizada es de nuestra autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

22%

Autorizamos a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Chincha Alta, 09 de Noviembre del 2022



Bachiller: Danitza Ibeth Layme Montesinos

DNI: 70225636



Bachiller: Lyzbeth Aquino Ruiz

DNI: 73854003

Dedicatoria

En primer lugar, dedicamos este trabajo a Dios y seguidamente a nuestros padres, hermanos, amigos y familiares por ser guía y modelo de sacrificio, compromiso y fortaleza quienes han estado presente en todo momento haciendo realidad esta meta que hemos cumplido.

Agradecimientos

Ante todo, a Dios por el soporte en todas las órdenes que nos otorgó con la finalidad de cumplir nuestros anhelos de ser profesionales, a la familia por brindarnos apoyo y comprensión durante el desarrollo de la carrera.

A nuestros docentes que a diario se preocuparon por nuestra formación académica, a nuestros asesores por su valiosa aportación en el desarrollo de esta investigación.

A la Universidad Autónoma de Ica y a la Facultad de psicología, a la institución educativa Pública de Huarochirí por facilitarnos la población de estudio para poder llevar a cabo esta Investigación.

De manera muy especial al Dr. Yreneo Eugenio Cruz Telada por sus enseñanzas y paciencia como asesor durante el desarrollo y culminación de la presente tesis de investigación.

RESUMEN

Objetivo: Desarrollar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Huarochirí, 2022.

Material y metodo: Estudio de tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo correlacional, de diseño no experimental. La muestra está constituida por 156 estudiantes de secundaria, el muestreo fue censal, los instrumentos utilizados fue el Inventario de autoestima – Self Esteem Inventory (SEI) Forma C de Stanley Coopersmith y el cuestionario de redes sociales de Rosa Salcedo Pardo (2017), los datos fueron procesado con el SSPS VS,24.

Resultados: El nivel autoestima de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, presentaron un nivel bajo de autoestima (51.92%), en la dimensión de sí mismo tienen un nivel medio (51.92%); en la dimensión social la mayoría se encontraba en un nivel medio (66.03%); también en la dimensión de hogar tienen un nivel medio (75.64%); en la variable redes sociales la mayoría presentaron un nivel medio (83.97%) y finalmente existe relación positiva muy baja entre la autoestima y las redes sociales ($p= 0.674 >0.05$; Rho: .034), en los estudiantes de la muestra de estudio.

Conclusiones: existe relación positiva muy baja entre la autoestima y las redes sociales ($p= 0.674 >0.05$; Rho: .034) en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Palabras claves: Autoestima, redes sociales, WhatsApp, Facebook

ABSTRACT

Objective: To develop the relationship between self-esteem and social networks in secondary school students of an Educational Institution of Huarochirí, 2022.

Material and method: Quantitative study, level of descriptive correlational research, non-experimental design. The sample consists of 156 high school students, the sampling was census, the instruments used were the Self Esteem Inventory Inventory (SEI) Form C by Stanley Coopersmith and the social network questionnaire by Rosa Salcedo Pardo (2017), the data were processed with the SSPS VS,24.

Results: The level of self-esteem of the secondary school students of a Public Educational Institution of Huarochirí, presented a low level of self-esteem (51.92%), andn the dimension of self have a medium level (51.92%); thesocial dimension of themajority was at an average level (66.03%); also in the household dimension they have an average level (75.64%); in the variable social networks themajority presented a medium level (83.97%) and finally there is a very low positive relationship between self-esteem and social networks ($p = 0.674 > 0.05$; Rho: .034),in the students of the study sample.

Conclusions: there is a very low positive relationship between self-esteem and social networks ($p= 0.674 > 0.05$; Rho: .034) in high school students of a Public Educational Institution of Huarochirí, 2022.

Keywords: Self-esteem, social networks, WhatsApp, Facebook

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Constancia	ii
Declaratoria de autenticidad de la investigación	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice general.	viii
Índice de figuras y de cuadros	x
I. INTRODUCCIÓN	12
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Descripción del Problema	14
2.2 Pregunta de Investigación General	17
2.3 Preguntas de Investigación Específicas	17
2.4 Justificación e importancia	18
2.5 Objetivo General	19
2.6 Objetivos Específicos	19
2.7 Alcances y Limitaciones	19
III. MARCO TEÓRICO	
3.1 Antecedentes	21
3.2 Bases teóricas	28
3.3 Marco conceptual	42
IV. METODOLOGÍA	
4.1 Tipo y Nivel de la Investigación	44
4.2 Diseño de la Investigación	45
4.3 Población- muestra	45
4.4 Hipótesis general y específicas	46
4.5 Identificación de las variables	47
4.6 Operacionalización de las variables	47
4.7 Recolección de datos	50

V. RESULTADOS	
5.1 Presentación de Resultados	56
5.2 Interpretación de los Resultados	67
VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
6.1 Análisis descriptivo de los resultados	72
6.2 Comparación de resultados con marco teórico	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	79
Recomendaciones	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS	85
Anexo 1: Instrumentos de evaluación	86
Anexo 2: Ficha de Validación Juicio de expertos	87
Anexo 3: validación	92
Confiability de los instrumentos de investigación	100
Anexo 4: Informe de Turnitin al 22% de similitud.	101

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Descripción por grado de los estudiantes de secundaria.</i>	56
<i>Tabla 2. Descripción por edad de los estudiantes de secundaria.</i>	57
<i>Tabla 3. Descripción por sexo de los estudiantes de secundaria.</i>	58
<i>Tabla 4. Nivel de Autoestima en los estudiantes de secundaria.</i>	59
<i>Tabla 5. Nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria.</i>	60
<i>Tabla 6. Nivel Social en los estudiantes de secundaria.</i>	61
<i>Tabla 7. Nivel de Hogar en los estudiantes de secundaria.</i>	62
<i>Tabla 8. Nivel de Redes sociales en los estudiantes de secundaria.</i>	63
<i>Tabla 9. Facebook en los estudiantes de secundaria.</i>	64
<i>Tabla 10. Nivel de YouTube en los estudiantes de secundaria.</i>	65
<i>Tabla 11. Nivel de WhatsApp en los estudiantes de secundaria.</i>	66
<i>Tabla 12. Prueba de normalidad de autoestima.</i>	66
<i>Tabla 13. Prueba de normalidad de redes sociales.</i>	66
<i>Tabla 14. Autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria.</i>	67
<i>Tabla 15. Sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria.</i>	68
<i>Tabla 16. Social y redes sociales en estudiantes de secundaria.</i>	69
<i>Tabla 17. Hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria.</i>	70

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. por grado de los estudiantes de secundaria.</i>	56
<i>Figura 2. Descripción por edad de los estudiantes de secundaria.</i>	57
<i>Figura 3. Descripción por sexo de los estudiantes de secundaria.</i>	58
<i>Figura 4. Nivel de Autoestima en los estudiantes de secundaria.</i>	59
<i>Figura 5. Nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria.</i>	60
<i>Figura 6. Nivel Social en los estudiantes de secundaria.</i>	61
<i>Figura 7. Nivel de Hogar en los estudiantes de secundaria.</i>	62
<i>Figura 8. Nivel de Redes sociales en los estudiantes de secundaria.</i>	63
<i>Figura 9. Facebook en los estudiantes de secundaria.</i>	64
<i>Figura 10. Nivel de YouTube en los estudiantes de secundaria.</i>	65
<i>Figura 11, Nivel de WhatsApp en los estudiantes de secundaria.</i>	68

I. INTRODUCCION.

La investigación en mención está orientado a demostrar la relación que existe entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Huarochirí, 2022, según las investigaciones la Internet se ha transformado rápidamente en un medio de comunicación que continúa transformando el acceso a la información, las oportunidades de expresión y muchos aspectos del gobierno y la vida económica para individuos de todo el mundo. Así, Internet ha devenido en un mercado de ideas, bienes y servicios que, si bien facilita el ejercicio de los derechos humanos, también plantea nuevos riesgos. A fin de que los beneficios de Internet sean accesibles para todos, es necesario abordar, por ejemplo, el desafío de la brecha digital existente entre países desarrollados, en desarrollo y menos desarrollados; entre áreas rurales y urbanas; entre individuos con mayores y menores ingresos y con mayores y menores niveles educativos, y entre hombres y mujeres.

Debido a que la tecnología, los servicios y los mercados de Internet cambian permanentemente, las oportunidades y los riesgos serán cada vez más complejos, cada vez más poderosos y tendrán cada vez mayor influencia sobre el futuro. Resulta fundamental comprender cabalmente y evaluar la complejidad propia de Internet y su impacto si aspiramos a influir sobre Internet de manera eficaz a fin de contribuir a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La UNESCO posee un compromiso de larga data con esta agenda y subraya el potencial de Internet para desarrollar sociedades del conocimiento, basadas en la libertad de expresión, el acceso universal a la información y el conocimiento, el respeto por la diversidad cultural y lingüística y una educación de calidad para todos. Por ejemplo, la Organización tuvo un rol preponderante durante la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI, en 2003 y 2005) y continúa teniendo un papel importante en el Foro para la Gobernanza de Internet (FGI), la Broadband Commission on Sustainable Development y otros foros dedi

cados a Internet y su impacto. Al igual que Internet, que no ha cesado de evolucionar, la UNESCO también ha desarrollado el concepto de la universalidad de Internet para contribuir a una mejor comprensión de sus transformaciones.

Estas dos variables son tratadas en esta investigación desde ya, ponemos mayor interés en dar explicaciones según los trabajos alcanzados, por cierto, estos problemas en la educación nacen del contexto por ser el núcleo donde se inicia este mal como variables de estudio que está desmembrando la salud mental y el logro de sus competencias de los adolescentes en la actualidad. También se hace una reflexión de cómo se debería actuar con respecto a los factores de procrastinación a la vez estresores de tal manera que los hijos no sean los entes que reflejen en su diario actuar sea en los hogares o en la misma escuela.

La tesis se desarrolló en capítulos donde se describió el grado de relación entre las variables en estudio, El capítulo I, da una introducción a la investigación donde se resume el tema central y objetivo principal, El capítulo II, se consideró la descripción del planteamiento del problema, preguntas de investigación, tanto general y específicos; objetivo general, objetivos específicos y la justificación e importancia. El capítulo III, presenta los conceptos teóricos sobre los que se fundamenta la investigación, entre ellos se encuentran antecedentes y marco conceptual. El capítulo IV, está referido al método de la investigación, dentro de ello el tipo y diseño, la variable de estudio, operacionalización de variables, población y muestra, técnicas e instrumentos, así como las técnicas de análisis e interpretación de datos. El capítulo V, muestra los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos. El capítulo VI, se refiere a la discusión de la investigación. Finalmente, las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Las autoras

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del Problema

Actualmente es indudable que en los últimos diez años se ha visto como las redes sociales se han impuesto en la vida diaria, con el pasar del tiempo y la situación actual cada vez es de contundente como ésta impregna en sus emociones. Las percepciones son como un mundo único y distinto con la realidad de cada individuo, puesto que con las publicaciones pretenden estar en la onda y ser como los demás tener un afán obtener más vistos (likes) o más amigos, es el ideal que se supone debemos imitar.

Las redes sociales hoy en día resultan ser un tema de gran importancia en el contacto social entre los seres humanos, especialmente de los adolescentes y jóvenes estudiantes que ejercen una mayor influencia en la sociedad. En los espacios educativos un buen porcentaje que ingresa a la educación secundaria pertenecen a una red social que les sirve de comunicación y crean un círculo de relaciones que amplía su interacción de forma indirecta. Actualmente el uso de la tecnología se considera de uso habitual en el nivel educativo ya que sirve para obtener información.

Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos, (Herrera 2012). La difusión de las redes sociales en Internet ha pasado a formar parte de la vida cotidiana de los jóvenes. Las motivaciones que guían la elección de algunas de ellas, la frecuencia de uso y su impacto en el consumo de medios de comunicación tradicionales conforman el núcleo de este trabajo. Los jóvenes mostraron estar familiarizados con los fines y aplicaciones de las diferentes redes sociales, aunque en su gran mayoría eligen Facebook como su favorita. Manifiestan que, en términos

generales, las redes sociales ofrecen una forma de comunicación completa, ya que permiten compartir texto, fotos, videos y enlaces, y estar en contacto permanente con familiares, amigos y conocidos, (Torre 2012).

América Latina y el Caribe está posicionada en un nivel de desarrollo intermedio respecto a otras regiones del mundo en términos de desarrollo de su ecosistema digital. Con un índice de 49.925 (en una escala de 0 a 100), la región está en una posición más avanzada respecto a África (35.05) y Asia Pacífico (49.16). Sin embargo, pesar de los avances significativos de los últimos 15 años en el desarrollo de su ecosistema digital, América Latina y el Caribe todavía muestra un rezago respecto a Europa Occidental (con un índice de 71.06), América del Norte (80.85), Europa del Este (52.90) y los Estados Árabes agrupados en torno al acrónimo MENA (55.54). A este rezago se suma una tasa de crecimiento anual del índice inferior a la de otras regiones. En efecto, América Latina y el Caribe pertenecen al grupo de países del mundo emergente que presenta una moderada tasa de crecimiento anual de su digitalización. (CEPAL 2020).

En Bolivia, un estudio realizado por la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación, determinó que existe un uso mayor de acceso a internet del 95 % a través de su celular. Actividades que la población internauta realiza con más frecuencia es: contactar amigos familiares 73%, redes sociales, buscar información 35%, escuchar música o ver videos 26%, descargar archivos 22%, trabajo 19%, jugar 12%, ver noticias 11%, fines académicos 11%, correo electrónico 7%, comprar, vender o permutar 2%, otros 1%; la población mayor de 14 años que utiliza redes sociales un 65% (Agetic, 2017, p. 19).

A partir de las exigencias de la tecnología y en la actualidad por la situación de la pandemia COVID 19 nos vemos obligados a tener una participación mucho mayor en las redes, llegando a ser utilizada de

forma errónea. Algunos autores como Jolene y James (2008), explican que Facebook permite a sus usuarios crear perfiles personalizados que incluyen información con datos generales, los usuarios pueden escribir y poner mensajes en los perfiles de sus contactos, subir fotos, videos, etiquetar personas en las mismas. Las redes sociales han cambiado la forma en la que nos relacionamos con los demás. Hoy por hoy se han convertido en una herramienta con la que se puede estar informados las 24 horas al día, durante la cotidianidad en contacto con los demás, sin necesidad de conocerlos o interactuar con ellos, es una vía para estar conectados con las vidas de otros de manera inmediata. El problema comienza en el momento en el que el uso de las redes sociales afecta carácter y autoestima. (Jesús 2018).

En este contexto el uso de las redes sociales en los adolescentes tiene repercusiones en los logros de sus competencias en las diferentes áreas curriculares donde los estudiantes de nuestras Instituciones Educativas públicas y privadas que no llegan a alcanzar el estándar requerido siendo las manifestaciones como la procrastinación que a diario se vivencia las que impiden un desarrollo adecuado y normal para este logro óptimo o deseado, principalmente en el rendimiento y/o demostración de puesta en práctica de sus habilidades técnicas y sociales, ya que reduce el normal ritmo de aprendizaje y pérdida de concentración en cada una de sus acciones.

Estos sucesos que a diario se presentan en su diario accionar en sus hogares repercuten, en las aulas y talleres, son aspectos que preocupan permanentemente a los directores, los profesores y especialistas psicólogos o administradores y en especial a los padres de familia de una institución educativa, es el alcance de las metas propuestas al inicio de cada año escolar, muchas veces contextualizado según los problemas que se detectan en el proceso por diferentes motivos pero, siempre generando un gran vacío de no emplear bien el desarrollo de su competencia de aprendizaje autónomo y uso correcto de las herramientas digitales. Quienes dirigen una institución educativa

se esfuerzan en lograr que los procesos educativos tengan resultados significativos a pesar de que estamos reiniciando una etapa de pos pandemia, estas experiencias permitan tener estudiantes capaces de desenvolverse en cualquier ámbito que le corresponda accionar, sin embargo, en este caso, es importante y necesaria la capacitación de los docentes para hacer frente a estos problemas y por ende replicar en las y los estudiantes generando conciencia del buen empleo de las redes de comunicación, e involucrar a los padres y madres o apoderados de los menores también sean entes que se sometan a usar correctamente las redes sociales para luego comprender a como orientar a sus menores hijos.

Los estudiantes Adolescentes de secundaria de Educación Básica Regular, requieren reconocer que la autoestima y el buen uso de las redes sociales para mejorar sus deberes, es fundamental para alcanzar una vida con propósito. Esta investigación es relevante, puesto que en la actualidad se evidencia que los estudiantes suelen ser doblegados por las redes sociales y con ello, postergar sus actividades académicas constantemente y no establecen objetivos claros en cuanto a su futuro producto de estas acciones que aletargan considerablemente a su persona. Finalmente, por todo lo anteriormente expresado, me formulo la siguiente interrogante: ¿Existe relación entre Autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochiri, 2022?

2.2. Pregunta de investigación general

¿Existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022?

2.3. Preguntas de investigación específica

¿Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022?

¿Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022?

¿Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022?

2.4 Justificación e Importancia

2.4.1. Justificación

La presente investigación se justificó teniendo en cuenta los distintos niveles como a continuación se presentan:

A nivel teórico La razón del presente trabajo fue conocer si existe adicción y/o problemas de autoestima por uso excesivo de redes sociales mediante el uso de encuestas y así mismo los resultados de la investigación podrán ser de utilidad para futuras investigaciones realizadas por otros profesionales del campo.

A nivel práctico los resultados de esta investigación han servido para recomendar aplicación de programas de intervención en el mejoramiento de autoestima e intervención en la prevención del uso indebido de las redes sociales y el fortalecimiento de la autoestima en los estudiantes en consecuencia mejoraría el aprendizaje en los estudiantes.

A nivel metodológico: La presente investigación fue relevante por la aplicación de técnicas y la validación de los instrumentos de medición de las Escala de autoestima de Stanley Coopersmith y el cuestionario de redes sociales de Salcedo. así mismo se obtuvo la validez de contenido por criterio de dos

expertos psicólogos, además durante el proceso estadístico se ha conseguido obtener la confiabilidad de los dos instrumentos con el alfa de Cronbach, por lo que podrán servir posteriormente.

A nivel social: Se justifica porque los resultados obtenidos son importantes para que toda la comunidad educativa tenga mayores conocimientos sobre la temática y de esa manera aplicarlos para ayudar a superar los problemas promoviendo el desarrollo saludable de la autoestima y previniendo el uso inadecuado de las redes sociales, siendo de gran beneficio, de los estudiantes y toda la comunidad educativa.

2.5 Objetivos General

Demostrar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022

2.6 Objetivos Específicos

Identificar la relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Identificar la relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022

Identificar la relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

2.7 Alcance y Limitaciones

2.7.1 Alcances

- **Delimitación social:** La población de estudio abarca todos los

estudiantes de secundaria.

- **Delimitación espacial o geográfica:** El estudio fue llevado a cabo en una Institución Educativa de Huarochirí.
- **Delimitación temporal:** La investigación se desarrolló en el transcurso del 2022.

2.7.2. limitaciones

La limitación abarca todas aquellas restricciones a que se enfrenta el investigador durante el proceso del estudio en especial en la actual situación sanitaria que se vive a causa de las medidas de seguridad y el acceso a los estudiantes de secundaria, ya que la aplicación de los instrumentos fue realizada de manera virtual.

La poca accesibilidad y comunicación con los estudiantes, ya que algunos no cuentan con internet ilimitada.

III. MARCO TEÓRICO

Revisando los estudios relacionados a autoestima y redes sociales se encontraron las diferentes investigaciones, en que sirvieron para comparar con los resultados obtenidos en la presente investigación

3.1. Antecedentes

3.1.1 Internacionales

Encarnación, E. & Rosendo, S. (2022). Realizaron una investigación denominada “Autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de 18 a 25 años de edad, en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo, República Dominicana, periodo septiembre - diciembre 2021” Las redes sociales tienen un nivel alto de importancia en la vida de los jóvenes, hace parte de su día a día el socializar, informarse y divertirse a través de las mismas. Se han realizado diferentes investigaciones acerca las redes sociales, dentro de los cuales se habla acerca de la influencia que puede tener el uso constante de las redes sociales en la autoestima, esta puede ser percibida en la validación que buscan los jóvenes a través del número de seguidores o amigos y las reacciones que obtienen sus publicaciones. El presente estudio tiene el fin de describir la relación entre autoestima y el uso de las redes sociales en estudiantes de 18 a 25 años de edad de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. La metodología empleada es enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo. Los datos fueron obtenidos por medio de la escala de autoestima de Rosenberg y una encuesta acerca del uso de las redes sociales. En los resultados se obtuvo que la autoestima alta predomina el sexo masculino (7%), mientras que en la baja el femenino (33,7%). Según los resultados la red social más utilizada es Instagram (67,4%) y la importancia dada al número de likes, a los comentarios y al uso de filtros en las fotos, no tiene gran

influencia en el nivel de autoestima, debido a que tanto los jóvenes con autoestima alta, como los de autoestima baja y media, respondieron que no le dan importancia a la cantidad de reacciones que tienen sus publicaciones, sin embargo, se comprobó que mientras más tiempo de uso de las redes sociales, prioridad a las notificaciones y a las publicaciones de los demás, menor es el nivel de autoestima.

Valdez, I. (2020). Realizo una investigación titulada “Redes sociales y su incidencia en la autoestima en adolescentes de 16 a 17 años de la Unidad Educativa Roberto Pérez Patón” Tuvo como objetivo fundamental vincular dos elementos significativos en el campo de la Psicología que repercuten hoy en día de forma indispensable en las actividades propias del ser humano, como herramienta de comunicación, laboral o entretenimiento. En la actualidad la tecnología resulta parte importante del sobrevivir de una persona, cada día se va innovando la forma de mantener una comunicación mediante una plataforma virtual, con mayor frecuencia de uso por los adolescentes, percibiendo una alteración negativa en el desarrollo de la autoestima y consolidación de la formación de su personalidad. Durante el proceso de investigación se ha establecido una dinámica de interrelación entre el investigador y el objeto de estudio con la finalidad de construir datos empíricos, consiguiendo enriquecer la investigación y arribar a conclusiones de carácter científico. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental transversal, con el objetivo de estudiar la relación de las variables en un ambiente natural. Los instrumentos de medición utilizados fueron: instrumento de “Uso de redes sociales”, elaborado por la Doctora Young modificado por el Lic. Romero, 2007, y el instrumento de la “Pirámide de autoestima” de Rodríguez, Peliicer y Domínguez (1998). La muestra utilizada es probabilística y está conformado por 44 adolescentes entre 16 a 17 años de la unidad educativa Roberto Pérez Patón, comunidad

de Calamarca, provincia Aroma del departamento de La Paz. Los resultados obtenidos indican la relación significativa considerable entre ambas variables del Uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes de 16 a 17, permitiendo cumplir los objetivos planteados. La información adquirida y el análisis de los resultados permiten tener una perspectiva más amplia sobre la temática que motivará a investigaciones posteriores, por la problemática de impacto psicológico, que tiende a ser más negativa en la vida cotidiana en una población vulnerable como los adolescentes.

Mora, K. et al (2019). Realizó una investigación denominada “Autoestima y uso de las redes sociales en estudiantes de una universidad privada”, tuvo como objetivo fundamental indagar sobre el nivel de autoestima que presenta cada uno de los estudiantes de la muestra y además conocer si existe adicción a las redes sociales, teniendo en cuenta que la baja autoestima provoca en la persona un alto consumo de las redes sociales, en el cual puede convertirse en una adicción hacia ellas. Esta investigación tiene como objetivo general, analizar la relación entre autoestima y uso de las redes sociales en estudiantes de una universidad privada de la ciudad de Cúcuta. Para ello, se realizó una investigación de enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, con un alcance correlacional. La población de esta investigación estuvo compuesta por estudiantes del programa de psicología de la Universidad Simón Bolívar – Sede Cúcuta, que oscila entre la cantidad de 888 estudiantes. Se ha tomado una muestra de 120 estudiantes de psicología entre las edades de 22 a 30 años, los cuales hacen parte de la adultez temprana, la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilística por conveniencia. Para poder llevar acabo dicho estudio, se utilizó la escala de autoestima de Rosenberg (1965)”, versión validada en Colombia por Gómez, Espada, Morales, Marchal, Soler y Vallejo (2016), y el segundo

instrumento a utilizar es la encuesta sociodemográfica (cuestionario sobre el uso de las redes sociales) y “Construcción y validación del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), propuesto por Ecurra y Salas (2014). Los resultados indican que existe una relación significativa entre la autoestima y uso de las redes sociales, en la cual se obtiene una correlación negativa débil inversamente proporcional entre la autoestima y obsesión, falta de control personal y uso excesivo de las redes sociales (adicción a las redes sociales).

Castillo, M. & Choto, M. (2018). Realizaron una investigación denominada “Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa “Simón Rodríguez”, Licán, 2018”, cuyo objetivo principal fue de 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. Por los resultados obtenidos se diseñó una propuesta de intervención psicoeducativa.

Alcántara, M. & Juan, Facundo, J. (2020). Realizaron una investigación denominada “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes”. Tuvo como objetivo la búsqueda de una posible incidencia de la Redes Sociales en la autoestima de los adolescentes y el posterior análisis de los hallazgos. Se partió de una encuesta de elaboración propia con un diseño no experimental, transversal y descriptivo para el relevamiento de información de tipo exploratorio, no definitivo, a partir de un muestreo por accesibilidad de 221 adolescentes de entre 12 y 17 años, de un colegio de Córdoba Capital y un colegio de Villa Carlos Paz. Respecto a los resultados, fue posible reunir la evidencia necesaria para afirmar que las redes sociales podrían tener diversos efectos sobre la autoestima de los adolescentes. Dadas las características de la muestra, las conclusiones no son definitivas y por tanto no es posible generalizar los resultados a toda la población. No obstante, se pretende generar las condiciones necesarias para un primer acercamiento en vistas a futuras líneas de investigación.

3.1.2 Nacionales

Iglesias, A. & Minetto, G. (2022). Realizaron una investigación titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada de Lima Norte” que tuvo como objetivo fundamental fue determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. El diseño fue no experimental y de tipo descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 216 estudiantes de ambos sexos entre 12 a 16 años, se aplicaron los siguientes instrumentos: Cuestionario de Adicción a las redes Sociales (ARS – 6) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). Entre los

hallazgos más relevantes se encontró correlación inversa y altamente significativa entre las variables de adicción a las redes sociales y la autoestima ($\rho = -,228$, $p = ,001$). También se halló que el 64.8% de la población presenta un nivel regular de adicción a las redes sociales, el 18.5% usa ocasionalmente, 11.1% presenta un uso riesgoso y tan solo el 5.6% tiene un uso problemático, respecto al autoestima el 52.7% presenta un nivel moderado, 30.6% un nivel bajo y el 16.7% presenta un nivel alto. Así mismo, no se encontró diferencias significativas en la adicción de las redes sociales ($U= 5581.500$; $p = 0.611$) y la autoestima ($U= 5135.500$; $p = 0.134$) según la condición sexo.

Chaiña, A. J. (2022). Realizo una investigación titulada “Uso de las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, 2020”. Tuvo como objetivo fundamental establecer la relación del uso de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes; la metodología con la que se trabajó es de tipo correlacional, además con un estudio transversal para analizar el grado de autoestima en relación al uso de las redes sociales en estudiantes del VIII, IX y X ciclo, por ello la técnica e instrumentos que se aplicaron fueron la encuesta para la variable redes sociales y el instrumento de Rosenberg para la variable autoestima, instrumento validado, que consta de 10 ítems los cuales cinco son planteados en forma positiva y cinco planteados en forma negativa, cada pregunta tiene un valor máximo de cuatro puntos; Los resultados a los cuales se arribaron no nos muestran correlación entre una y otra variables por lo que se concluye que el uso de las redes sociales no influye en su relación con la autoestima, de tal manera que la investigación genera analizar y seguir imbuidos en la investigación con otras variable.

Portillo, V. (2020). Realizó una investigación denominada

“Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios”. El objetivo fundamental fue de establecer la relación entre la adicción a las redes sociales, la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. Participaron 100 alumnos, 36 hombres y 64 mujeres, a quienes se les aplicó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos (AMAS-A) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los análisis de varianza efectuados muestran que la adicción a las redes sociales se relaciona de forma negativa con el nivel de autoestima, y de forma significativa con el nivel de ansiedad, de manera que los estudiantes con mayor adicción a dichas redes manifiestan también un mayor nivel de ansiedad.

Grimaldo, M. (2019). Realizó una investigación denominada “Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa el Salvador”. El objetivo fundamental de esta investigación fue determinar la relación entre autoestima y la adicción a redes sociales (ARS). El tipo de investigación fue no experimental, de diseño correlacional. La muestra estuvo conformada por 500 estudiantes de 13 a 17 años de edad. Los instrumentos aplicados fueron el Inventario de autoestima de CooperSmith (1967) – estandarizado por Abendaño (2018) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014). Los resultados obtenidos muestran una correlación estadísticamente significativa, de baja intensidad, entre los puntajes totales de autoestima y ARS ($p < .05$). Asimismo, se encontraron relaciones significativas entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de ARS de nivel bajo. Se halló el porcentaje de los niveles de autoestima con el 45,6% fue bajo; el 52,4% fue promedio y el 2% fue alto, también, se obtuvo el porcentaje de los niveles de ARS 23,2% muy bajo; el 47% bajo; el 24,4% fue promedio; el 5,2% fue alto y el 0,2% fue muy alto. Finalmente, no

se encontraron diferencias significativas según el sexo y grado para la variable autoestima, mientras que, si se encontraron diferencias según grado de la variable ARS.

Rosel, R. (2018). Realizo una investigación titulada "Autoestima y uso de Facebook en estudiantes de quinto año de secundaria" que tuvo como objetivo fundamental fue conocer si existe o no una relación entre la variable psicológica autoestima y el uso de Facebook, se tuvo en cuenta los siguientes indicadores: número de horas, frecuencia de uso, número de amigos, número de fotos y motivo de uso. La información se recopiló mediante la técnica de la encuesta, se usó el Inventario de Autoestima para Niños y Adolescentes de Stanley Coopersmith y un cuestionario para conocer el uso del Facebook, el cual fue creado para la presente investigación; posteriormente se realizó un estudio correlacional usando el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados indicaron que existe una leve relación entre el puntaje general de autoestima y el uso del Facebook por motivos de estudio, $r = .189$, $n = 172$, $p = .013$, con un tamaño de efecto de .01, lo que significa que tiene un pequeño efecto; los resultados encontrados en este estudio son diferentes de los encontrados en investigaciones previas, estos hallazgos son relevantes, ya que sería apropiado llevar a cabo más investigaciones relacionadas con el tema, para saber si la diferencia encontrada en los resultados es producto de la diferencia cultural o por la diferencia de las edades que existe entre los participantes de las diversas investigaciones.

3.2. Bases Teóricas

Las siguientes definiciones y teorías que sustentan el presente trabajo, entre ellos tenemos:

3.2.1 Autoestima

Para el estudio sobre autoestima se consideró las definiciones más relevantes según diversos autores del mismo modo las bases teóricas que la sustentan y que facilite su mejor comprensión.

Calero (2000) citado en López (2009) la autoestima es: “el núcleo de la personalidad que garantiza la proyección hacia el futuro de la persona, ayuda a superar las dificultades que se presenta en la vida, condiciona el aprendizaje, compromete la responsabilidad y da seguridad y confianza en sí mismo.”

De acuerdo con Calero (2000) citado en López (2009), la autoestima cumple un rol muy importante en la vida del individuo ya que de tener el nivel adecuado ayudará a la persona a superar los retos que se le presentan día a día, tener mayor seguridad en sí mismo y a desenvolverse mejor e diversos aspectos de su vida.

Ribeiro (2006) precisó que la autoestima es una fuerza interna que empuja al individuo a progresar, ser exitoso o no en los diversos ámbitos de su vida. Dependerá del nivel de autoestima que cada individuo tenga y la autoconfianza en sí mismo para lograr sus metas.

Autoestima general o de sí mismo

Esta dimensión involucra el autoconocimiento, la autoconfianza y la autovaloración que uno mismo posee, además esta dimensión contiene elementos como el impulso motivacional que conlleva a que cada individuo alcance sus metas. Además, incluye estados afectivos, formas de pensar y/o actuar que hacen diferentes a cada persona.

Autoestima hogar

La familia es la primera célula social, y como tal es el contexto en el cual los hijos empiezan a socializar; el desarrollo de la autoestima no puede desligarse de la familia, pues es en la familia donde la autoestima crece se repotencia. Por lo tanto, esa dimensión esta también muy relacionada a las relaciones interpersonales entre los miembros del hogar y como estos se apoya y motivan entre sí para seguir creciendo como familia y a nivel personal

Autoestima social

Se refiere al desenvolvimiento e interacción del individuo con las demás personas de su entorno, reflejando así sus habilidades interpersonales, tales como la asertividad, cooperación y comunicación en situaciones de socialización. Cabe resaltar que el individuo mantiene mayor autoconfianza al lograr relacionarse con los demás y significa mucho para él la aprobación de la sociedad.

Autoestima escolar

El ámbito escolar está lleno de dificultades que el niño o adolescente debe afrontar día a día, el estudiante debe enfocarse en aprender y ser mejor alumno constantemente, para ello el individuo debe esforzarse y saber que cuenta con las capacidades y la seguridad en sí mismo para solucionar los retos académicos que se le presente. El fracaso o éxito de este ciclo estudiantil depende de las habilidades que este joven a adquirido con el tiempo y el autoconocimiento, autoconfianza e impulso motivacional que este individuo posea para sentirse capaz de lograr sus metas.

Componentes de la Autoestima

López y Pérez (2001) refirieron los distintos componentes de la misma:

- Componente afectivo: involucra actuar sobre lo que siento, los sentimientos y emociones que tenemos sobre nosotros mismos.
- Componente cognitivo: se refiere a actuar sobre lo que pienso para así modificar pensamientos negativos y transformarlos en pensamientos positivos; de igual manera sucede con los pensamientos irracionales.
- Componente conductual: Supone actuar sobre “lo que hago”, esto es, sobre el comportamiento. para modificar nuestros actos. Estos factores están ligados entre sí, de manera que se va ejecutando necesariamente sobre ellos, obteniendo conclusiones sobre los demás, el cual estimula a actuar y hacer algo de lo que uno es capaz.

Importancia de la Autoestima

Al analizar la autoestima y su importancia para el individuo, McKay y Fanning (1999), exponen que el autoconcepto y la autoestima juegan un importante papel en la vida de las personas. Tener un autoconcepto y una autoestima positivos es de la mayor importancia para la vida personal, profesional y social. El autoconcepto favorece el sentido de la propia identidad, constituye un marco de referencia desde el que interpreta la realidad externa y las propias experiencias, influye en el rendimiento, condiciona las expectativas y la motivación y contribuye a la salud y equilibrio psíquicos.

Por lo tanto, la autoestima es la clave del éxito o del fracaso para comprendernos y comprender a los demás y es requisito

fundamental para una vida plena. La autoestima es la reputación que se tiene de sí mismo. Tiene dos componentes: sentimientos de capacidad personal y sentimientos de valía personal.

En otras palabras, la autoestima es la suma de la confianza y el respeto por uno mismo. Es un reflejo del juicio que cada uno hace de su habilidad para enfrentar los desafíos de la vida (comprender y superar problemas) y de su derecho de ser feliz (respetar y defender sus intereses y necesidades). Es sentirse apto, capaz y valioso para resolver los problemas cotidianos.

De ahí, la importancia de un autoconocimiento sensato y autocrítico para poder reconocer tanto lo positivo como lo negativo de los rasgos del carácter y conducta. La autoestima es importante en todas las épocas de la vida, pero lo es de manera especial en la época formativa de la infancia y de la adolescencia, en el hogar y en el aula.

Teorías que explican la autoestima

Teoría de la autorrealización de Rogers

Esta teoría psicológica, fundada principalmente por Rogers (1992) sostiene que el principal problema en la mayoría de seres humanos es el autodesprecio, pues se consideran personas sin valor ni significado, y no dignos de ser amados y respetados. Si bien, cada sujeto presenta un yo positivo, caracterizado por la bondad y deseo de superación, éste se encuentra muchas veces enmascarado, sin posibilidad de desarrollarse.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se afirma que una persona se quiere y acepta cuando cumple con los estándares que otros proponen, los cuales no siempre toma

importancia de los intereses propios, y dejan de lado el potencial que la persona pueda proyectar (Hernández, 2003).

Feldman y Marfan, (2001). Señalan que el individuo tiene por objetivo principal, presentarse como una persona única, respetando y valorando su forma de ser, motivo por el cual es importante que cultive y desarrolle aquella naturaleza interna que posee, ya que esto le permitirá desarrollarse de una manera saludable ante la vida.

Se alcanza la autorrealización, cuando el individuo es capaz de internalizar su yo profundo, es decir, tiene conocimiento de sus potencialidades y fortalezas y de esta manera presentarse una congruencia entre sus conductas y acciones y el concepto que tiene de sí mismo. Ante ello, los conflictos internos que pueda tener cesan cuando el sujeto descubre realmente quien es y qué pretende, esta autopercepción y sus relaciones interpersonales permiten potenciar la autoestima (Corkille, 2001).

Una persona sana, se encuentra constantemente en un proceso de comprender sentimientos, pensamientos y motivaciones de su accionar, teniendo en cuenta que no son seres perfectos pero que deben aceptarse como son. Esto no impide mejorar comportamientos que sean necesarios a fin de conseguir un equilibrio y buen desarrollo personal y emocional (Castillo, 2000).

Teoría de Coopersmith

Coopersmith en 1995, define la autoestima como la evaluación que el ser humano hace de sí mismo, en términos de aprobación o desaprobación. Se caracteriza por que el sujeto se muestra como un ser capaz, significativo y exitoso en la vida. El

desarrollo de la autoestima es un proceso que consta de distintas fases: El grado de trato respetuoso, es la aceptación que recibe el individuo por parte de las personas con las que se desenvuelve. La historia de éxito, el status y la posición que puede alcanzar en el mundo. Las aspiraciones, los cuales pueden modificarse conforme a las exigencias del propio individuo. Y, la manera en cómo responder a factores que intentan disminuir la autoestima, algunos intentan minimizar este tipo de comportamientos (Branden, 2001).

Por otra parte, Barroso (2000) afirma la presencia de cuatro factores que guardan relación con esta variable de estudio. La autopercepción, cómo el individuo se percibe a sí mismo y respeta sus fortalezas y debilidades. La conducta, toda acción que emite en busca de una mejoría que les acerque a sus objetivos. El aspecto cognitivo, son todas las creencias y cogniciones; mientras que el contexto inmediato es el espacio en el que se desarrolla, en ocasiones, éste propicia una mejora o en su defecto desgaste de la autoestima.

Teoría de Rosenberg

Rosenberg (1989) fue uno de los primeros teóricos en rechazar que la autoestima podía ser evaluada a través de la percepción que el sujeto tenga sobre sí. Él propone una evaluación de este constructo a nivel global, que permita una explicación general sobre el “yo”, por eso, pone énfasis no sólo en la propia percepción, también sobre las creencias que terceras personas puedan tener.

3.2.2 Redes sociales

Los principales conceptos y aportes teóricos que fundamentaron la variable redes sociales fueron los que se mencionan a continuación:

Castañeda & Gutiérrez (2010) mencionan que las redes sociales son instrumentos de comunicación que tiene como base la web, y que se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos o etiquetas personales ligados a su propia persona o perfil profesional.

Entre las características cuantitativas de las redes sociales, se encuentran la densidad, la proximidad para alcanzar a otra persona dentro de la red, la cantidad de contactos directos a los que se puede llegar, la cantidad total de usuarios, las características diferenciales entre los miembros, y finalmente, la distancia real entre los diferentes usuarios. Dentro de las características cualitativas se encuentra: el contenido, los vínculos que se generan entre usuarios directos, la dirección que se trata de la reciprocidad en las relaciones, la durabilidad de la red como tal, el valor que otorgan los usuarios a las relaciones y la multiplicidad que es el grado en que se puedan relacionar los miembros de diferentes formas.

Clasificación de las redes sociales

Según Urrutia y Zelaya (2007, pp. 36-38), existen dos fundamentalmente dos tipos de redes sociales:

- Analógicas o redes sociales off-line: permiten interacción social, sin ningún medio electrónico.
- Digitales o redes sociales on-line: permiten la interacción de manera digital, la cual es reciente. Dichas redes a su vez se clasifican:

- 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, por ejemplo, Facebook, Orkut, Identi.ca, Twitter.
 - Redes sociales verticales: Son aquellas que permiten definir un eje temático. La finalidad es agrupar un colectivo específico.
 - En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:
 - Redes sociales verticales profesionales: son aquellas que agrupan a profesionales creando interacción entre los mismos; por ejemplo: Viadeo, Xing y Linked In.
 - Redes sociales verticales de ocio: redes que usan los usuarios para desarrollar actividades de ocio, deporte, videojuegos, etc. Por ejemplo: Wipley, Dogster y Minube.
 - Redes sociales verticales mixtas: son aquellas que permiten a los usuarios desarrollar actividades tanto profesionales como personales teniendo en cuenta su perfil; por ejemplo, Yuglo, Unience.
- Por el sujeto principal de la relación:
 - Redes sociales humanas: son aquellas que permiten la relación entre personas teniendo en cuenta su perfil social y las preferencias, tendencias, lugares de trabajo, viajes, entre otras actividades. Por ejemplo: Tuenti Dopplr y Youare.
 - Redes sociales de contenidos: son aquellas que permiten la

interrelación teniendo en cuenta el contenido que se publica.
Por ejemplo: Scribd y Flickr.

- Redes sociales de inertes: Son aquellas redes sociales que conforman un sector novedoso. Su objetivo principal es reunir las marcas de empresas de automóviles y lugares. Una principal red social es la conformada por 38 difuntos, siendo estos los sujetos principales de la red; ejemplo: Respectance.
- Por su localización geográfica
 - Redes sociales sedentarias: son redes sociales que se transforman o mutan teniendo en cuenta las interrelaciones que existen entre sus usuarios, considerando los contenidos compartidos o eventos creados. Ejemplos: Rejaw, Blogger, Kwippy, Bitacoras.com.
 - Redes sociales nómadas: se caracteriza porque son aquellas redes sociales que se componen y recomponen en función al lugar geográfico donde se encuentra el usuario o lugares visitados o por visitar; por ejemplo: Latitud, Brighkite, y Skout.
- Por su plataforma
 - Red social MMORPG y Metaversos: son redes sociales que considera la relación técnica cliente-servidor (WOW, SecondLife, Lineage).
 - Red social web: son aquellas cuya plataforma es la web; ejemplos: - MySpace, Friendfeed y Hi5.

Redes sociales más difundidas

Dice Mejía (2015, p. 31), el internet eventualmente formo parte de nuestra día a día. Al comienzo fue algo peculiar, pero hoy en día es de lo más común, y gracias a ella tenemos acceso a diversos servicios y productos en la palma de nuestras manos a través de la computadora o un celular.

El mal uso de las redes sociales puede generar mucha distracción y de privacidad, ya que están diseñadas para mantenerte conectado, pero bien utilizadas pueden dar un beneficio sustancial a estudiantes, así como a profesionales. Entre estas tenemos:

Whats App: Servicio de mensajería instantánea, que se hizo popular al tener la más características que un mensaje de texto (SMS) de teléfono célula gracias la capacidad del internet de enviar todo tipo de mensajes incluso con archivos adjuntos. Siendo su mayor atractivo el solo tener a la persona como contacto en el teléfono para empezar a comunicarse, eventualmente agregaría llamadas y video llamadas, e incluso la capacidad de mandar “estados” el cual permite al usuario mandar un mensaje/foto/video a todos sus contactos al mismo tiempo y a ellos responder dicho mensaje.” WhatsApp es la app de mensajería instantánea más usado en el mundo”

Facebook: Lo que originalmente era una red de intercambio universitaria para estudiantes de la Universidad de Harvard, eventualmente se convirtió en la red social más grande en el mundo. Mientras que el uso que le dieron los usuarios originalmente fue más que nada el compartir fotos como álbumes virtuales, eventualmente se volvió red masiva de compartir toda clase de información, desde noticias hasta videos graciosos. Al volverse tan popular Facebook ha mantenido siempre su red actualizada para que se mantenga por encima de la competencia,

dando una plataforma conveniente a Diversos negocios, celebridades y políticos.

Twitter: Es la red social de microblogging más usada en el mundo. Este permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves con una limitación de 280 caracteres, llamados tweets, a pesar de que hacer publicaciones de texto incluso con caracteres ilimitados es bastante común en otras redes sociales, el diseño web de Twitter ha convertido esa limitante en el mayor atractivo, forzando usuarios, compañías e celebridades a compartir información de la forma más breve y atractiva posible.

Linkedin: Es la red profesional más usada actualmente a veces incluso reemplazando curriculums, ya que permite a los usuarios compartir todos los datos de su carrera profesional y estudiantil, además de permitir a negocios abrir campañas de contratación e invitar de forma sencilla a todo candidato calificado. Muchos negocios piden que sus trabajadores tengan un historial el LinkedIn como requisito para ser contratados.

YouTube: Originalmente creado para compartir clips de televisión por la web, YouTube se convertiría que la plataforma principal de distribución de videos online, desde videos familiares, hasta videoclips musicales. En YouTube los usuarios eligen que ver y si no hay algo que les agrada se les invita a crear su propio contenido, dándoles oportunidades a artistas o incluso personas comunes al éxito en la industria del entretenimiento. La aparición de YouTube ha ocasionado un cambio social en el consumo de contenido audiovisual convirtiéndose en competencia de la televisión tradicional, los “Youtubers” más famosos tienen la capacidad de superar en rating a mega producciones de diversos canales de televisión e incluso tener un impacto social.

Teorías de las redes sociales.

La teoría que se ajusta más a describir a las redes sociales es la teoría de los Seis grados de separación.

Teoría de los Seis Grados de Separación:

Teoría de los Seis Grados de Separación: Fue presentada en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en un relato llamado Chains. Esta teoría sostiene que cualquier sujeto en la tierra puede conectarse con cualquier otra en el mundo, a través de los enlaces de un individuo que no tiene más de seis mediadores (conectando a ambas personas con solamente seis enlaces), algo que se ve representado en la expresión de los habitantes “el planeta es un pañuelo”. El pensamiento está basado en la percepción de que la cifra de amistades crece exponencialmente con la cifra de enlaces en línea, y sólo un menor número de enlaces son necesarios para que el universalismo de amigos se convierta en la población mundial entera.

La definición matemática de la Teoría resalta que cada sujeto conoce, entre conocidos, progenitores y compañeros laborales o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos se relaciona con otras 100 personas, cualquier persona puede pasar información a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a un devoto que envíe la misiva a sus conocidos. Estos 10.000 sujetos serían contactos de segundo nivel, que aún no conoce pero que puede hacerlo sencillamente pidiendo a sus amigos y parientes que se los presenten. Si esos 10.000 conocen cada uno a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas y así ira aumentando de manera progresiva. Con los actuales equipos tecnológicos, se podría emitir nueva información a cualquier persona del mundo. Evidentemente cuantos más pasos haya que dar, más distanciada será la interacción entre dos individuos y más complejo el contenido del mensaje. Sin embargo, el desarrollo y expansión de la internet y más ciertamente de las redes sociales,

ha descartado algunas de esas barreras permitiendo la relación entre personas en cualquier parte de la tierra.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram realizó un estudio de la esfera pequeño con la voluntad de exponer la teoría. La prueba consistía en cursar una postal a un amigo para que, a través de su red de contactos, llegará a un receptor del que sólo sabían su nombre y ubicación. Milgram evidencio que hacían falta entre cinco y siete emisores para ponerse en contacto con un individuo desconocido. La teoría de los Seis Grados de Separación es expuesta entonces como una red de interacción social en donde están abarcados todos los habitantes del mundo, pues todos mantenemos interacción con quienes se encuentran en nuestro entorno: parientes, vecinos, compañeros de estudios y de labores, etc. Y, así como nosotros lo hacemos, lo hacen todas las personas con las que nos comunicamos, formando así la red de interacción a la que se refiere la teoría.

Uso excesivo de las redes sociales

No cabe duda de que las redes sociales han irrumpido de forma rápida en nuestras vidas, convirtiéndose no solo en importantes herramientas para la comunicación interpersonal, sino también para la difusión de información y contenidos por parte de los medios. En España, el 85% de los internautas entre 16 y 65 años. ya utiliza las redes sociales, lo que representa más de 35,5 millones de usuarios en nuestro país, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 de IAB, la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Asimismo, es importante destacar que, para los segmentos más jóvenes de población –de 15 a 24 y de 25 a 43 años– las redes sociales se han convertido en la primera fuente de información, según datos de la Encuesta de Impacto del Periodismo de la Asociación de la Prensa de Madrid, correspondiente a 2017. En este sentido, el 48% de los

entrevistados señaló que las noticias les llegan a través de redes sociales, siendo la edad un factor determinante para ello, pues los consumidores de información de mayor edad prefirieron buscar la información en los medios, mientras que los más jóvenes la reciben a través de las redes sociales, como Facebook, Twitter, e incluso WhatsApp.

3.3. Marco conceptual

Autoestima, según Para Coopersmith (1990), la autoestima es la autoevaluación que todo individuo se hace constantemente, y puede expresar una actitud de aprobación o rechazo hacia sí mismo. Además, puede indicar el grado en el que una persona se sienta capaz o no de lograr lo que se propone.

Autoconcepto: Es la valoración subjetiva del propio individuo desde el interior; es decir la opinión que la persona tiene de sí mismo. (García, 1982)

Autovaloración: Para Polletti y Dobbs (2010) La autovaloración es la percepción enfocada a las capacidades, intereses, aptitudes, éxitos personales y profesionales, así como a las motivaciones en relación con los distintos ámbitos de la vida del individuo.

Facebook: Torrejón (2014) menciona que esta red social fue creada por Mark Zuckerberg con el objetivo de que los estudiantes universitarios de Harvard se mantengan en contacto para poder compartir entre ellos archivos académicos entre otros; actualmente ésta red social Facebook está disponible para todas las personas.

LinkedIn: Es la red profesional más usada actualmente a veces incluso reemplazando curriculum, ya que permite a los usuarios compartir todos los datos de su carrera profesional y estudiantil,

además de permitir a negocios abrir campañas de contratación e invitar de forma sencilla a todo candidato calificado

Redes Sociales: Estructuras formadas por grupos de individuos que están interrelacionadas a través de un servicio web.

WhatsApp: Romero y Lamo (2015) refieren que WhatsApp en la actualidad es uno de los aplicativos móviles más usado por parte de los jóvenes y adultos ya que resulta ser un medio de comunicación instantánea y práctica.

YouTube: Es una red social virtual en la cual se pueden subir videos y a la vez compartirlos con los usuarios de esta red. Contreras (2012) refiere que YouTube fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California.

Teoría de los Seis Grados de Separación: Sostiene que cualquier sujeto en la tierra puede conectarse con cualquier otra en el mundo, a través de los enlaces de un individuo que no tiene más de seis mediadores (conectando a ambas personas con solamente seis enlaces), algo que se ve representado en la expresión de los habitantes “el planeta es un pañuelo”. (Frigyes K. 1929)

Twitter: Es la red social de microblogging más usada en el mundo. Este permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves con una limitación de 280 caracteres, llamados tweets, a pesar de que hacer publicaciones de texto incluso con caracteres ilimitados es bastante común en otras redes sociales, el diseño web de Twitter ha convertido esa limitante en el mayor atractivo,

IV. METODOLOGÍA

4.1 Tipo y Nivel de la Investigación.

4.1.1 Tipo de investigación

La investigación realizada fue de tipo cuantitativo porque se consideró el análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición. Permite un mayor nivel de control e inferencia, siendo posible realizar experimentos y obtener explicaciones contrastadas a partir de hipótesis. (Hernández- Sampieri, R. & Mendoza, C., 2018), se realizó dentro del enfoque de la Investigación cuantitativa recogiendo la información de la población en estudio, constituida por todos los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí.

4.1.2. Nivel de investigación

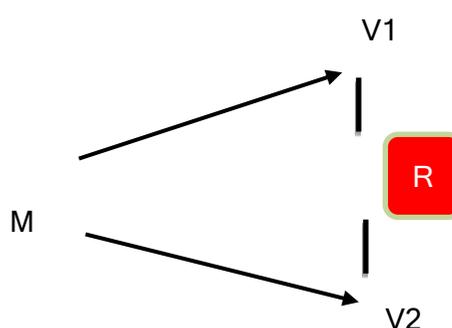
El estudio corresponde al nivel de investigación descriptivo correlacional, es decir, la variable a describir y relacionar entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. Siendo la investigación descriptiva porque se pretendió especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se logró analizar.

Asimismo, es un estudio correlacional ya que se pretendió analizar la relación existente entre dos variables, intentando predecir el valor aproximado que tuvo las variables, a partir del valor que poseen en la relación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.2 Diseño de Investigación

En esta investigación se utilizó el diseño no experimental de corte transversal según Hernández et al. (2014) la investigación se ha realizado sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observó los fenómenos en su ambiente natural y luego ser analizados e interpretados.

Al esquematizar este tipo de investigación obtuvimos el siguiente diagrama.



En el esquema:

M= Muestra de Investigación

V1 = Autoestima

V2 = Redes sociales

r = Posible relación entre las variables

Se asume en este diseño una probabilidad del 90% de relación entre las variables.

4.3 Población – muestra

4.3.1. Población

La población para el presente trabajo de investigación estuvo conformada por 156 estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí . Es un conjunto de todos los

elementos que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación. Carrasco, (2017).

4.3.2 Muestra

Por la naturaleza, importancia y relevancia de la investigación, la muestra estuvo conformada por 156 estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. Hernández, Fernandez & Baptista (6ta edición, p.175) define a la muestra como “un subgrupo de la población”.

4.3.3 Muestreo

El muestreo en la presente investigación realizada fue censal, es decir se consideró la totalidad de la población. Ramírez (2012) establece la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.

4.4 Hipótesis de la investigación

4.4.1. Hipótesis general.

Existe relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

4.4.2. Hipótesis específicas.

Existe relación entre la dimensión sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Existe relación entre la dimensión social y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Existe relación entre la dimensión hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

4.5 Identificación de las variables

Las variables de estudio de la presente investigación fueron:

V1: Autoestima: Coopersmith (1990), refiere que es la autoevaluación que todo individuo se hace constantemente, y puede expresar una actitud de aprobación o rechazo hacia sí mismo. Además, puede indicar el grado en el que una persona se sienta capaz o no de lograr lo que se propone.

V2: Redes sociales. Cabrera (2017 como se citó en Cobo y Romaní, 2007) refiere que las redes sociales son “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (p.45).

4.6 Operacionalización de las variables

Matriz de operacionalización de la variable Autoestima.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	RANGO O NIVEL
Autoestima	<p>Coopersmith (1990), la autoestima es la autoevaluación que todo individuo se hace constantemente, y puede expresar una actitud de aprobación o rechazo hacia sí mismo. Además, puede indicar el grado en el que una persona se sienta capaz o no de lograr lo que se propone.</p>	<p>Se obtuvo información sobre la variable autoestima al aplicar a la muestra de estudio la escala de autoestima de Stanley Coopersmith, con la cual se conoció las dimensiones de autoestima en sí mismo, hogar y social</p>	Si mismo	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación • Auto satisfacción • Confianza 	1,3,4,7,10,12,13,15,18,19, 23,24,25	<p>Bajo:25-49 Medio:50-74 Alto:75-100</p>
			Social	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación social • Liderazgo • Habilidades interpersonales 	2,5,8,14,17,21	
			Hogar	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de la familia • Relación intrafamiliar 	6,9,11,16,20,22	

Matriz de operacionalización de la variable redes sociales.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	RANGO
REDES SOCIALES.	Cabrera (2017 como se citó en Cobo y Romani, 2007) refiere que las redes sociales son “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (p.45)	Para la investigación a realizada la definición operacional de las redes sociales se obtuvieron con las puntuaciones obtenidas en la aplicación del Cuestionario de redes sociales creado por Rosa Salcedo Pardo en 2017 en el Perú; este cuestionario fue creado con el objetivo de conocer el nivel de uso de las redes sociales según conductas observables y respuestas de los adolescentes. (dimensiones Facebook, WhatsApp y, YouTube.)	Facebook	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación en línea Seguridad Relaciones grupales Privacidad 	1, 2, 4,7 3,9,10 12,13 5,6,8,11	NUNCA = 1 A VECES = 2 SIEMPRE = 3	Alto Medio bajo
			YouTube	<ul style="list-style-type: none"> Compartir información Comunicación en línea Publicidad 	14, 15,20 16, 17 18, 19		
			WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación en línea Seguridad Habilidades sociales 	21,25,26 23 22,24		

4.7.Recolección de datos.

4.7.1. Técnica de recolección de datos

La Técnica de recolección de datos se aplicaron fueron los siguientes:

- La observación
- La encuesta
- Las técnicas psicométricas

La encuesta, Carrasco en el 2008, lo define como “una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis” (p.314).

La observación “Es el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Técnica psicométrica, a través de la aplicación de cuestionarios psicológicos que evalúa las variables en estudio de autoestima de Stanley Coopersmith y el Cuestionario de redes sociales de Rosa Salcedo

4.6.2. Instrumentos

Se ha aplicado el instrumento. A continuación, presentamos la descripción completa del instrumento: Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith y el cuestionario de redes sociales de Rosa Salcedo.

Instrumento 1

Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith (Adultos – forma “C”)

Ficha técnica de autoestima

Nombre Original: Inventario de autoestima – Self Esteem Inventory(SEI) Forma C

Autor: Stanley Coopersmith

Estandarización para Lima: Estandarizado por Isabel Panizo (1985, citado por Matos Apulinario Ruth, 1999)

Administración: Individual o colectiva

Rango de aplicación: Sujetos mayores de 15 años de edad

Duración: 20 minutos aproximadamente, aunque no hay tiempo limite

Significación: Es una prueba diseñada para medir actitudes valorativas hacia el sí mismo. Los ítems se deben responder de acuerdo a si el sujeto se identifica o no con cada afirmación en termino afirmativo o negativos; los ítems del inventario generan un puntaje total, así como puntajes separados en tres áreas: si mismo general, social-pares y hogar.

Calificación: El inventario consta de 25 ítems, distribuidos en tres áreas, 13 se refieren a sí mismo, 6 ítems se refieren al área social – pares y 6 ítems al área familiar.

El puntaje máximo es de 100 puntos y no existe escala de mentiras que invaliden la prueba. Los puntajes se obtienen sumando el número de ítems respondido en forma correcta (de acuerdo a la clave) y multiplicando este por (04).

Interpretación: Se realiza en base a los cuartiles, donde los extremos miden la alta y baja autoestima, y los cuartiles centrales miden la autoestima media ya sea esta media-alta o media-baja de la autoestima.

Alta autoestima: son personas con tendencia a conseguir del éxito tanto académico como social, destacando dinamismo dentro de los grupos sociales. Son poco sensibles a la crítica, siendo así, que los sentimientos ansiosos los perturban en menos medida.

Autoestima media: Son personas que se caracterizan por ser optimistas pero que en su interior sienten inseguridad de uvalía personal, tendiendo a la búsqueda de aprobación social y experiencias que le conduzcan al fortalecimiento de su autovaloración.

Autoestima baja: Son personas con sentimientos de insatisfacción y carencia de respeto por sí mismo. Sujetos convencidos de su inferioridad, teniendo miedo provocar el enfado de las demás personas en situaciones grupales, mostrándose pasivos y sensibles a la crítica.

SUB-ESCALAS:

I.- Sí mismo-general:

Nivel alto: Indican valoración de sí mismo y mayores aspiraciones, estabilidad, confianza buenos atributos personales. Poseen consideración de sí mismo en comparación a otros, y deseos de mejorar. Habilidad para construir defensas hacia la crítica y designación de hechos, opiniones, valores y orientaciones favorables respeto de sí mismo, además mantiene actitudes positivas.

Nivel medio: revela la posibilidad de mantener una autovaloración de sí mismo muy alta, pero en una situación dada la evaluación de sí mismo podría ser real mente baja.

Nivel bajo: reflejan sentimientos adversos hacia sí mismo, actitud desfavorable se comparan y no se sienten importantes, inestabilidad y contradicciones mantienen constantemente actitudes negativas hacia si mismo

II.- Social:

-Nivel alto: Reflejan mayores dotes y habilidades en las relaciones con amigos y colaboradores, así como relaciones con extraños en diferentes marcos sociales. La aceptación de sí mismo y la aceptación social están muy combinados. Se perciben a sí mismo como significativamente más populares. Establecen expectativas sociales de aprobación y receptividad por parte de otras personas.

Mantienen mayor seguridad y merito personal en las relaciones interpersonales.

-Nivel medio: Tiene buena probabilidad de lograr una adaptación social normal.

-Nivel bajo: El individuo es propenso a tener simpatía por alguien que lo acepta, experimenta dificultades para reconocer acercamientos afectuosos o de aceptación, espera la convalidación social de su propia visión adversa de sí mismo, tiene pocas esperanzas de encontrar aprobación y por esta razón tiene una necesidad particular de recibirla.

III.- Hogar:

-Nivel alto: Revelan buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se siente más considerado y respetado, poseen mayor independencia, comparten ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones con la familia, poseen concepciones propias acerca de lo que está bien o está dentro del marco familiar.

-Nivel bajo: Reflejan cualidades y habilidades negativas hacia las relaciones íntimas con la familia se considera incomprendidos y existe mayor dependencia. Se toman

irritables, frisos, sarcásticos, impacientes, indiferentes hacia el grupo familiar, expresan una actitud de auto desprecio y resentimiento.

Validez y confiabilidad: Stanley Coopersmith (1967), reporto la confiabilidad del inventario a través del test-retest (0.88). Respecto a la confiabilidad en nuestro medio, en las investigaciones realizadas no se han encontrado antecedentes relacionados a la aplicación de la prueba a parte de la que se realizó en 1986 por María Isabel Panizo (citado por matos 1999), quien utilizo el coeficiente de confiabilidad por mitades al azar, obteniendo luego ese procedimiento que la correlación entre ambas mitades fue 0.78.

“Cuestionario de redes sociales”

Ficha técnica:

- Autor** : Rosa Salcedo Pardo
- Procedencia** : Perú
- Año** : 2017
- Objetivo** : **Conocer** el nivel de uso de las redes sociales según conductas observables y respuestas de los adolescentes
- Aplicación** : individual y colectiva.
- Edad de aplicación** : personas en edades comprendidas entre 13 y 18 años de edad.
- Número de ítems** : 26 ítems.
- Duración** : aproximadamente 25 minutos
- Dimensiones** : Facebook: (ítems 1, 2, 3, 4, 5,...13); YouTube: (ítems 14, 15, 16,20) y WhatsApp: (items 21, 22, 23, 26).
- Descripción del Instrumento:** El instrumento permite conocer la percepción que tienen los estudiantes con respecto al nivel de uso de las redes sociales en estudiantes de nivel secundario en

relación a sus tres dimensiones. El cuestionario cuenta con un **grado de fiabilidad** mediante el alfa de Cronbach ,847 lo cual valida la aplicación a la muestra.

La validez es entendida por Hernández *et al.* (2014, p. 210) como “el grado que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”.

Tabla 03

Análisis de Fiabilidad del Cuestionario de Redes Sociales

Estadísticas de fiabilidad del Cuestionario de Redes Sociales Virtuales

Alfa	de	N de elementos
Cronbach		
,847		26

Nota. Fiabilidad cuestionario redes sociales.

Para medir la variable habilidades sociales se hizo uso del siguiente instrumento.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de resultados

Tabla 1.

Descripción por grado de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Primero	29	18.59%
Segundo	37	23.72%
Tercero	23	14.74%
Cuarto	43	27.56%
Quinto	24	15.38%
Total	156	100%

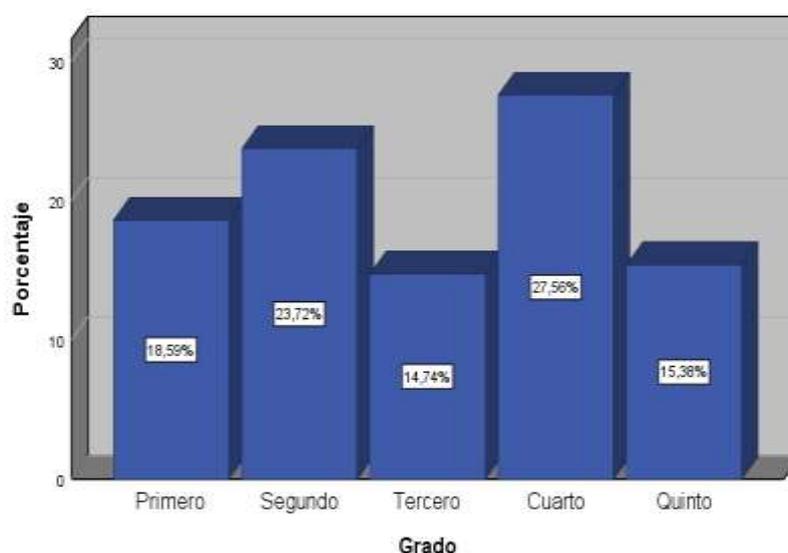


Figura 1. Estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, según grado de estudios

En la tabla 1 y figura 1, se evidenció que la mayor parte de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, cursaban el cuarto grado (27.56%), y en menor proporción se encontraban los estudiantes de tercero (14.74%).

Tabla 2.

Descripción por edad de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
13 años	32	20.51%
14 años	33	21.15%
15 años	32	20.51%
16 años	51	32.69%
17 años	8	5.13%
Total	156	100%

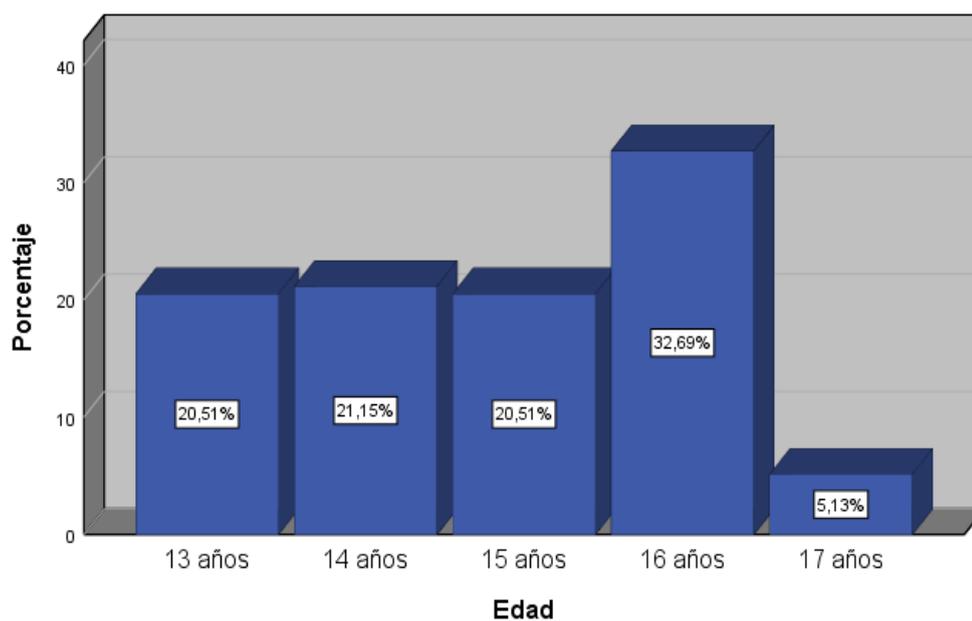


Figura 2. Edades de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

Como se describe en la tabla 2 y figura 2, la mayoría de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, que conformaron esta investigación, tenían 16 años (32.69%). Además, la minoría estuvo compuesta por quienes tenían 17 años (5.13%).

Tabla 3.

Descripción por sexo de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	67	42.95%
Mujer	89	57.05%
Total	156	100%

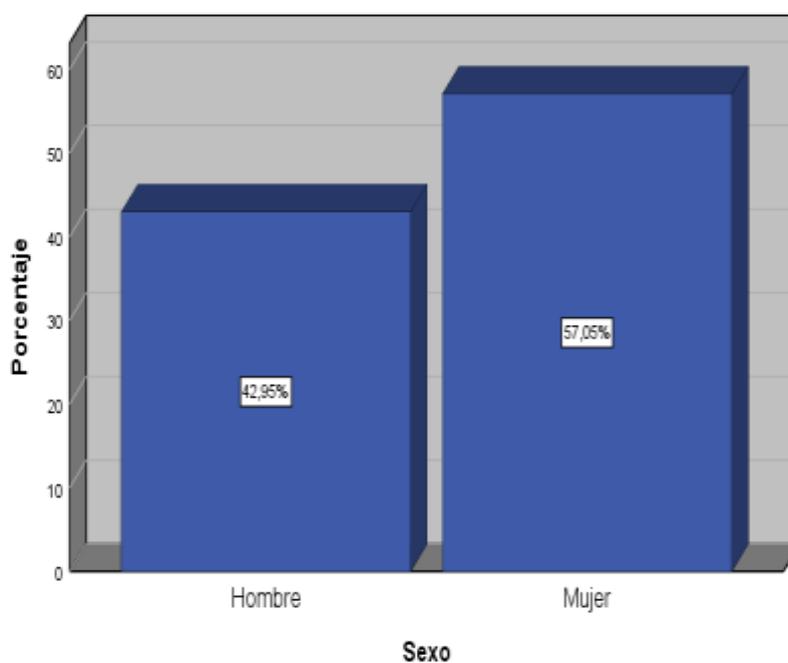


Figura 3. Estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, según sexo

Como se observa en la tabla 3 y figura 3, la mayor parte de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, que conformaron esta investigación, fueron mujeres (57.05%), y en menor proporción, hombres (42.95%).

Tabla 4.

Nivel de Autoestima en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	81	51.92%
Medio	68	43.59%
Alto	7	4.49%
Total	156	100%

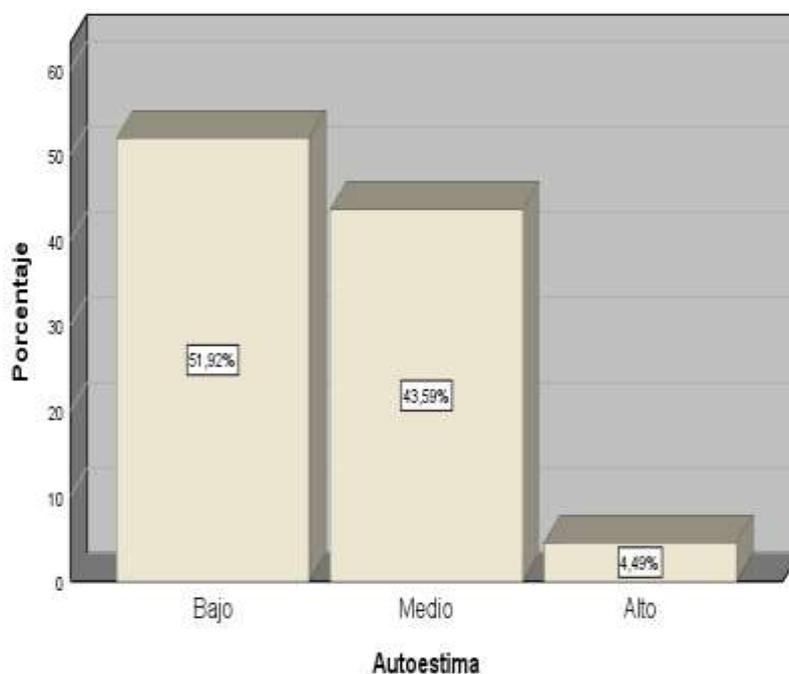


Figura 4. Nivel de Autoestima en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 4 y figura 4, se muestra el nivel de autoestima de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. En la mayoría hay un nivel bajo de autoestima (51.92%), y la menor parte tenía un nivel alto (4.49%).

Tabla 5.

Nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	58	37.18%
Medio	81	51.92%
Alto	17	10.90%
Total	156	100%

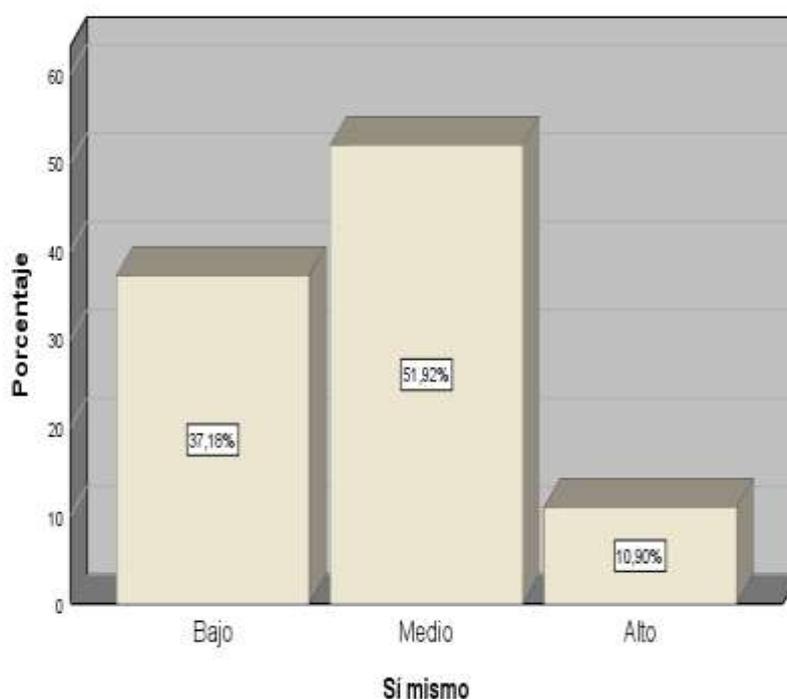


Figura 5. Nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 5 y figura 5, se muestra el nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. De esta manera, se evidenció que la mayoría se ubicó en un nivel medio (51.92%); mientras que, la minoría se encontraba en el nivel alto (10.90%).

Tabla 6.

Nivel Social en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	27.56%
Medio	103	66.03%
Alto	10	6.41%
Total	156	100%

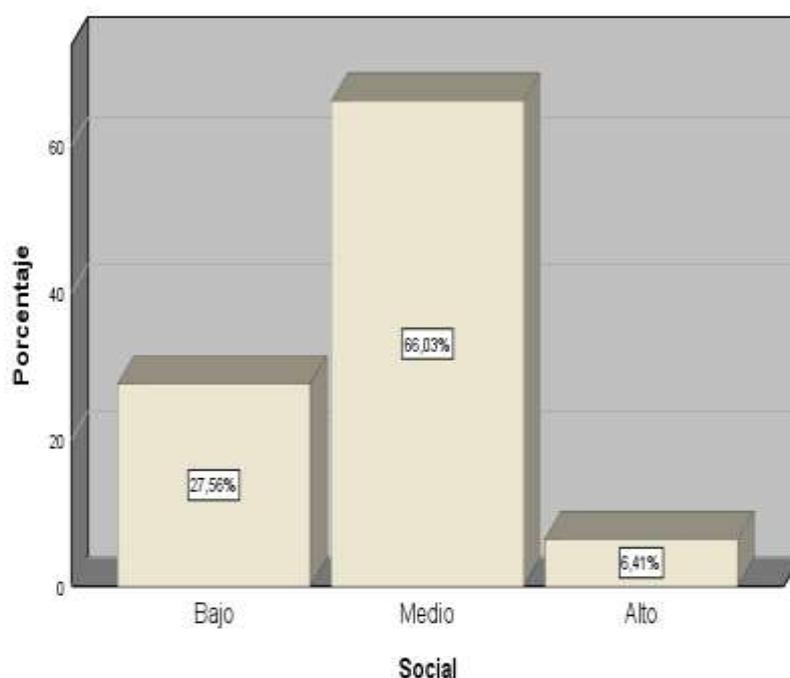


Figura 6. Nivel Social en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 6 y figura 6, se muestra el nivel de social en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría se encontraba en el nivel medio (66.03%); mientras que, la minoría se hallaba en un nivel alto (6.41%).

Tabla 7.

Nivel de Hogar en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	11	7.05%
Medio	118	75.64%
Alto	27	17.31%
Total	156	100%

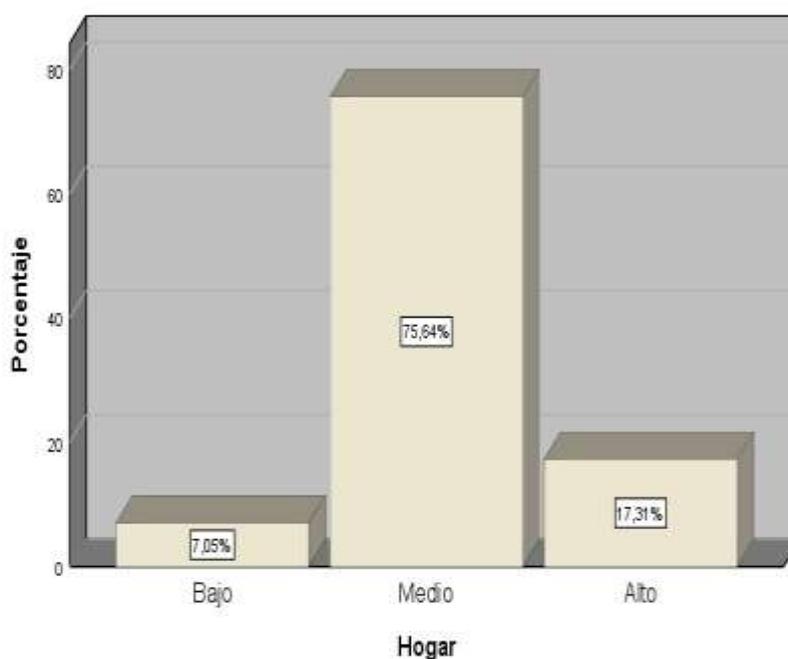


Figura 7. Nivel de Hogar en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 7 y figura 7, se presenta el nivel de hogar de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (75.64%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (7.05%).

Tabla 8.

Nivel de Redes sociales en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	7.69%
Medio	131	83.97%
Alto	13	8.33%
Total	156	100%

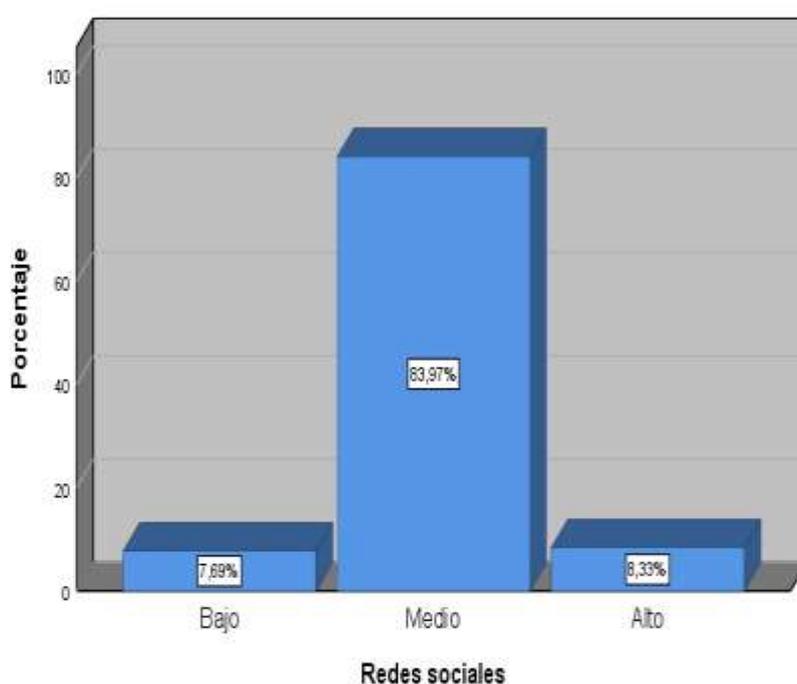


Figura 8. Nivel de Redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 8 y figura 8, se presenta el nivel de redes sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (83.97%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (7.69%).

Tabla 9.

Nivel de Facebook en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	20	12.82%
Medio	102	65.38%
Alto	34	21.79%
Total	156	100%

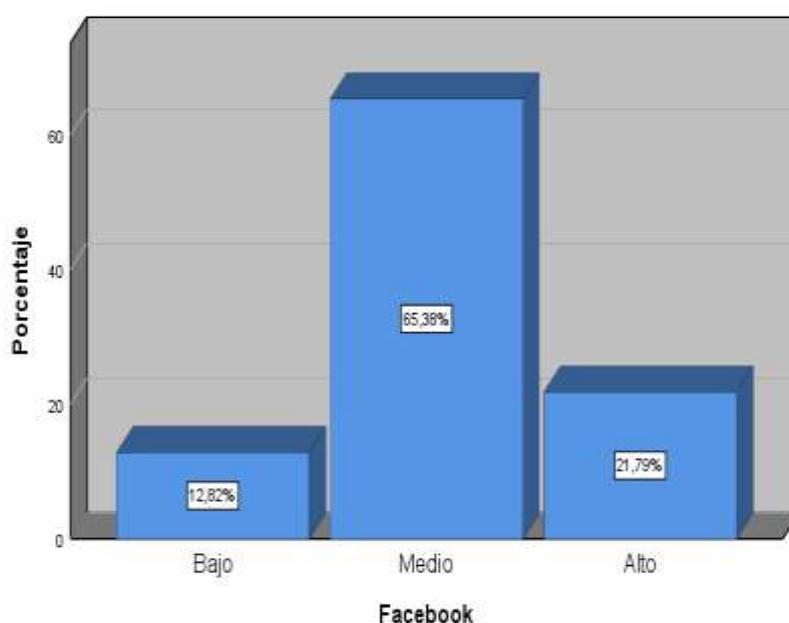


Figura 9. Nivel de Facebook en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 9 y figura 9, se presenta el nivel de facebook de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (65.38%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (12.82%).

Tabla 10

Nivel de YouTube en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	85	54.49%
Medio	67	42.95%
Alto	4	2.56%
Total	156	100%

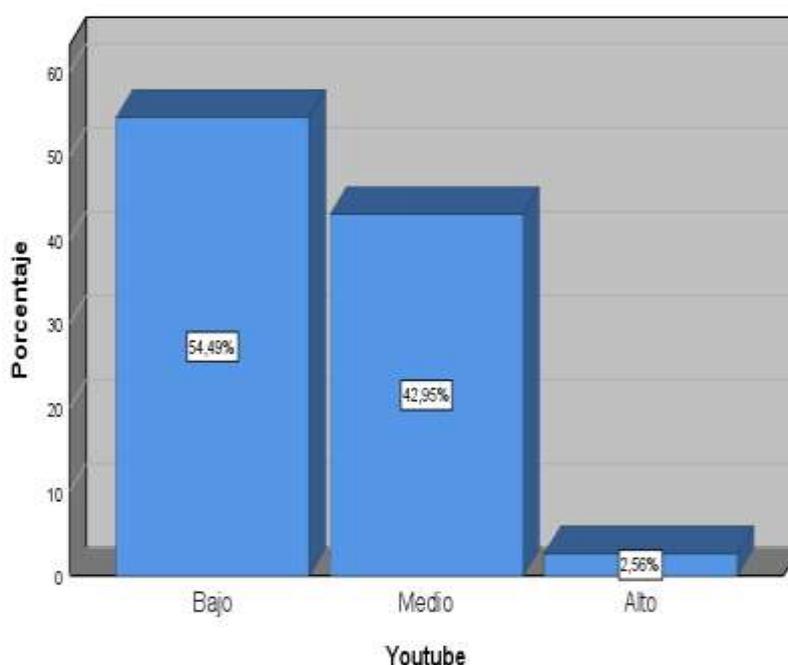


Figura 10. Nivel de YouTube en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 10 y figura 10, se presenta el nivel de YouTube de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel bajo (54.49%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel alto (2.56%).

Tabla 11.

Nivel de WhatsApp en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	1.92%
Medio	103	66.03%
Alto	50	32.05%
Total	156	100%

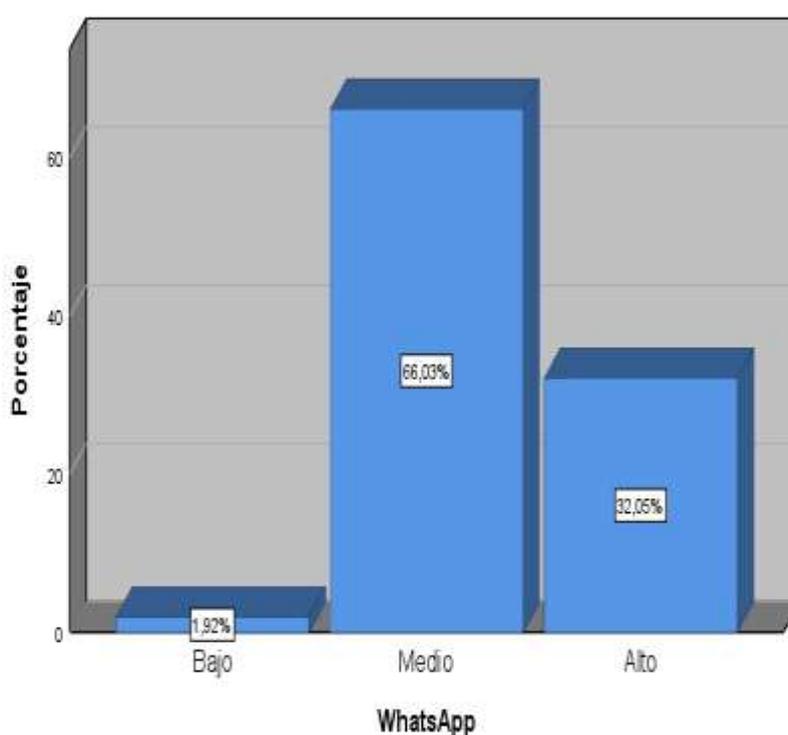


Figura 11. Nivel de WhatsApp en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

En la tabla 11 y figura 11, se presenta el nivel de WhatsApp de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (66.03%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (1.92%).

5.2. Interpretación de resultados

Prueba de normalidad

Tabla 12.

Prueba de normalidad de autoestima

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoestima	.079	156	.019

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 12, se observa el análisis de normalidad de autoestima llevado a cabo con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, el cual fue estadísticamente significativo ($p = .019 < 0.05$). Por ende, se rechaza el cumplimiento de la normalidad.

Tabla 13.

Prueba de normalidad de Redes sociales

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Redes sociales	.070	156	.061

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 13, se observa el análisis de normalidad de redes sociales realizado con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, el cual no fue estadísticamente significativo ($p = .061 > 0.05$). Por ende, se acepta el cumplimiento de la normalidad.

Comprobación de la hipótesis general

H0: No existe relación entre la autoestima y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

H: Existe relación entre la autoestima y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Tabla 14.

Autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí.

		Autoestima	Redes sociales
Autoestima	Coeficiente de correlación	1	.034
	Sig. (bilateral)		.674
	N	156	156
Redes sociales	Coeficiente de correlación	.034	1
	Sig. (bilateral)	.674	
	N	156	156

En la tabla 14, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y las redes sociales ($p= 0.674 > 0.05$). Asimismo, el coeficiente Rho de Spearman (.034) señaló que la relación entre las variables fue positiva muy baja. De acuerdo a ello, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la autoestima y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Comprobación de la hipótesis específica 1

H0: No existe relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

H: Existe relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Tabla 15.

Sí mismo y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí.

		Sí mismo	Redes sociales
Sí mismo	Coefficiente de correlación	1	-.013
	Sig. (bilateral)		.869
	N	156	156
Redes sociales	Coefficiente de correlación	-.013	1
	Sig. (bilateral)	.869	
	N	156	156

En la tabla 15, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión sí mismo y las redes sociales ($p=0.869>0.05$). Además, el coeficiente Rho de Spearman (-.013) muestra que la relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales es negativa, y a su vez, muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Comprobación de la hipótesis específica 2

H0: No existe relación entre la dimensión social y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

H: Existe relación entre la dimensión social y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Tabla 16.

Social y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

		Social	Redes sociales
Social	Coeficiente de correlación	1	.047
	Sig. (bilateral)		.564
	N	156	156
Redes sociales	Coeficiente de correlación	.047	1
	Sig. (bilateral)	.564	
	N	156	156

En la tabla 16, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión social y las redes sociales ($p=0.564>0.05$). También, el coeficiente Rho de Spearman (.047) indica que la relación entre la dimensión social y las redes sociales fue muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión social y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Comprobación de la hipótesis específica 3

H0: No existe relación entre la dimensión hogar y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

H: Existe relación entre la dimensión hogar y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Tabla 17.

Hogar y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí

		Hogar	Redes sociales
Hogar	Coeficiente de correlación	1	.088
	Sig. (bilateral)		.274
	N	156	156
Redes sociales	Coeficiente de correlación	.088	1
	Sig. (bilateral)	.274	
	N	156	156

En la tabla 17, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión hogar y las redes sociales ($p=0.274>0.05$). También, el coeficiente Rho de Spearman (.088) indica que la relación entre la dimensión hogar y las redes sociales fue muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión hogar y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación, en este capítulo se presenta los principales hallazgos cuantitativos producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, así como la contrastación con los antecedentes nacionales e internacionales, citados y sus respectivos análisis comparativo con teorías que sostienen la problemática de investigación.

6.1. Análisis descriptivo de los resultados

Para el presente estudio fue necesario dar realce a los resultados descriptivos conforme al siguiente detalle:

1. En relación a la variable autoestima en la tabla 4 y figura 4, se muestra que, los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, la mayoría presentan un nivel bajo de autoestima (51.92%), y la menor parte tenía un nivel alto (4.49%).
2. En la tabla 5 y figura 5, se muestra el nivel de sí mismo en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. De esta manera, se evidenció que la mayoría se ubicó en un nivel medio (51.92%); mientras que, la minoría se encontraba en el nivel alto (10.90%).
3. En la tabla 6 y figura 6, se muestra el nivel de social en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría se encontraba en el nivel medio (66.03%); mientras que, la minoría se hallaba en un nivel alto (6.41%).
4. En la tabla 7 y figura 7, se presenta el nivel de hogar de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (75.64%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (7.05%).

5. En relación a la variable redes sociales en tabla 8 y figura 8, se muestra que los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (83.97%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (7.69%).
6. En la tabla 9 y figura 9, se presenta el nivel de Facebook de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (65.38%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (12.82%).
7. En la tabla 10 y figura 10, se presenta el nivel de YouTube de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel bajo (54.49%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel alto (2.56%).
8. En la tabla 11 y figura 11, se presenta el nivel de WhatsApp de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (66.03%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (1.92%).

6.2. Comparación de resultados con marco teórico

La investigación realizada se planteó como objetivo general demostrar la relación entre autoestima y redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022. Por lo que a continuación, conforme a los hallazgos encontrados se procedió al análisis y discusión de resultados contrastándolos con los antecedentes internacionales y nacionales, conforme al detalle siguiente:

Con relación a la hipótesis general después de la correspondiente prueba de hipótesis de los resultados obtenidos, En la tabla 14, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y las redes sociales ($p= 0.674 > 0.05$). Asimismo, el coeficiente Rho de Spearman (.034) señaló que la relación entre las variables fue positiva muy baja. De acuerdo a ello, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación muy baja entre la autoestima y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022. Relación que se sustenta en el análisis descriptivo donde los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, la mayoría presentan un nivel bajo de autoestima (51.92%) asimismo, la mayoría estuvo ubicada en un nivel medio de redes sociales (83.97%); mientras que, la menor proporción de participantes pertenecieron a un nivel bajo (7.69%). Resultados que se relaciona con el estudio realizado por Grimaldo, M. (2019), quien realizó una investigación denominada “Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa el Salvador”. El objetivo fundamental de esta investigación fue determinar la relación entre autoestima y la adicción a redes sociales (ARS). El tipo de investigación fue no experimental, de diseño correlacional. La muestra estuvo conformada por 500 estudiantes de 13 a 17 años de edad. Los instrumentos aplicados fueron el Inventario de autoestima de Cooper Smith (1967) – estandarizado por Abendaño (2018) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014). Los resultados obtenidos muestran una correlación estadísticamente significativa, de baja intensidad, entre los puntajes totales de autoestima y ARS ($p < .05$). Asimismo, se encontraron relaciones significativas entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de ARS de nivel bajo. Se halló el porcentaje de los niveles de autoestima con el 45,6% fue bajo; el 52,4% fue promedio y el 2% fue alto, también, se obtuvo el porcentaje de los niveles de ARS 23,2% muy bajo; el 47% bajo; el 24,4% fue promedio; el 5,2% fue alto y el 0,2% fue

muy alto. Finalmente, no se encontraron diferencias significativas según el sexo y grado para la variable autoestima, mientras que, si se encontraron diferencias según grado de la variable ARS. Estos resultados permiten afirmar que los elevados niveles de autoestima no se relacionan directamente con las redes sociales, es decir la adicción a las redes sociales están relacionado a otros factores psicosociales, como el clima social escolar, la influencia de los grupos pares, las carencias afectivas, entre otros.

A nivel específico, al contrastar la hipótesis 01 que responde al objetivo específico 1, en la tabla 14, en la tabla 15, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión sí mismo y las redes sociales ($p= 0.869>0.05$). Además, el coeficiente Rho de Spearman (-.013) muestra que la relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales es negativa, y a su vez, muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión sí mismo y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022. Relación que, tiene sustento en el análisis descriptivo considerando que en la dimensión de sí mismo los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, la mayoría se ubicó en un nivel medio (51.92%); asimismo en relación a las redes sociales la mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (83.97%). Resultados que tienen relación con la investigación realizada por Iglesias, A. & Minetto, G. (2022). Quienes realizaron una investigación titulada “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada de Lima Norte” que tuvo como objetivo fundamental fue determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. El diseño fue no experimental y de tipo descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 216 estudiantes de ambos sexos entre 12 a 16 años, se aplicaron los siguientes instrumentos: Cuestionario de Adicción a las redes Sociales (ARS – 6) y la Escala de

Autoestima de Rosenberg (EAR). Entre los hallazgos más relevantes se encontró correlación inversa y altamente significativa entre las variables de adicción a las redes sociales y la autoestima ($\rho = -.228$, $p = .001$). También se halló que el 64.8% de la población presenta un nivel regular de adicción a las redes sociales, el 18.5% usa ocasionalmente, 11.1% presenta un uso riesgoso y tan solo el 5.6% tiene un uso problemático, respecto al autoestima el 52.7% presenta un nivel moderado, 30.6% un nivel bajo y el 16.7% presenta un nivel alto. Así mismo, no se encontró diferencias significativas en la adicción de las redes sociales ($U = 5581.500$; $p = 0.611$) y la autoestima ($U = 5135.500$; $p = 0.134$) según la condición sexo. Estos resultados de correlación inversa baja nos permiten poder predecir que a mejores niveles de la dimensión de si mismo en los estudiantes de secundaria de la muestra de estudio estos pueden experimentar menores niveles de adicción a las redes sociales.

A nivel específico, al contrastar la hipótesis 02 que responde al objetivo específico 2, en la tabla 16, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión social y las redes sociales ($p=0.564>0.05$). También, el coeficiente Rho de Spearman (.047) indica que la relación entre la dimensión social y las redes sociales fue muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión social y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022, relación que tiene un soporte en los resultados descriptivos de la dimensión social siendo este nivel en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, un nivel medio (66.03%); asimismo en las redes sociales la mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (83.97%). Resultados que tiene relación, con la investigación de Rosel, R. (2018), quien realizó una investigación titulada “Autoestima y uso de Facebook en estudiantes de quinto año de secundaria” que tuvo como objetivo fundamental fue conocer si existe o no una relación entre la variable psicológica autoestima y el uso de Facebook, se tuvo en cuenta los

siguientes indicadores: número de horas, frecuencia de uso, número de amigos, número de fotos y motivo de uso. La información se recopiló mediante la técnica de la encuesta, se usó el Inventario de Autoestima para Niños y Adolescentes de Stanley Coopersmith y un cuestionario para conocer el uso del Facebook, el cual fue creado para la presente investigación; posteriormente se realizó un estudio correlacional usando el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados indicaron que existe una leve relación entre el puntaje general de autoestima y el uso del Facebook por motivos de estudio, $r = .189$, $n = 172$, $p = .013$, con un tamaño de efecto de $.01$, lo que significa que tiene un pequeño efecto; los resultados encontrados en este estudio son diferentes de los encontrados en investigaciones previas, estos hallazgos son relevantes, ya que sería apropiado llevar a cabo más investigaciones relacionadas con el tema, para saber si la diferencia encontrada en los resultados es producto de la diferencia cultural o por la diferencia de las edades que existe entre los participantes de las diversas investigaciones. Resultados que nos permiten afirmar que a mayores niveles de la dimensión social en los estudiantes de secundaria de la muestra en estudio estos pueden experimentar mayores niveles de adicción a las redes sociales.

A nivel específico, al contrastar la hipótesis 03 que responde al objetivo específico 3, en la tabla 17, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la dimensión hogar y las redes sociales ($p=0.274>0.05$). También, el coeficiente Rho de Spearman (.088) indica que la relación entre la dimensión hogar y las redes sociales fue muy baja. De acuerdo a este resultado, se procedió a rechazar la hipótesis nula; es decir, existe relación entre la dimensión hogar y las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022. Relación que se fundamenta en el resultado del análisis descriptivo, donde el nivel de la dimensión hogar de los estudiantes de secundaria la mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (75.64%);

el nivel de hogar de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí. La mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (75.64%); y en relación a las redes sociales la mayoría estuvo ubicada en un nivel medio (83.97%). Resultado que tiene relación con la investigación realizada por Alcántara, M. & Juan, Facundo, J. (2020), quienes realizaron una investigación denominada “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes”. Tuvo como objetivo la búsqueda de una posible incidencia de la Redes Sociales en la autoestima de los adolescentes y el posterior análisis de los hallazgos. Se partió de una encuesta de elaboración propia con un diseño no experimental, transversal y descriptivo para el relevamiento de información de tipo exploratorio, no definitivo, a partir de un muestreo por accesibilidad de 221 adolescentes de entre 12 y 17 años, de un colegio de Córdoba Capital y un colegio de Villa Carlos Paz. Respecto a los resultados, fue posible reunir la evidencia necesaria para afirmar que las redes sociales podrían tener diversos efectos sobre la autoestima de los adolescentes. Dadas las características de la muestra, las conclusiones no son definitivas y por tanto no es posible generalizar los resultados a toda la población. No obstante, se pretende generar las condiciones necesarias para un primer acercamiento en vistas a futuras líneas de investigación. Resultados que nos permiten afirmar que a bajos niveles de la dimensión hogar que es la percepción de la familia y la relación intrafamiliar en los estudiantes de secundaria de la muestra en estudio estos podrán tener elevados niveles de adicción a las redes sociales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se llegaron a las siguientes conclusiones del estudio realizado:

1. Que, existe relación positiva muy baja entre la autoestima y las redes sociales ($p= 0.674 >0.05$; Rho: .034) en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.
2. Que, existe relación negativa muy baja entre la dimensión sí mismo y las redes sociales ($p= 0.869 >0.05$; Rho: -.013) en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.
3. Que, existe una relación muy baja entre la dimensión social y las redes sociales ($p=0.564 >0.05$; Rho: .047) en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.
4. Que, existe relación positiva muy baja entre la dimensión hogar y las redes sociales ($p=0.274 >0.05$; Rho: .088, en los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Huarochirí, 2022.

Recomendaciones

1. Que, la institución educativa en estudio a través de su proyecto educativo institucional PEI, busque actualizar la información relativa a las prácticas on-line con enfoque específico de desarrollo de la autoestima y uso educativo de las redes sociales e identificar su influencia sobre conductas adictivas de los estudiantes en la Red.
2. Que la institución educativa a través del departamento de convivencia escolar, tutoría y psicopedagogía, realice charlas de beneficios de la autosatisfacción, confianza y autoaceptación, como ayuda a los factores de riesgo específicos en el abuso de las redes sociales del Facebook, y una evitar afición se convierta en una adicción o pérdida del autocontrol al usar las redes sociales y se mejore la dimensión de si mismo.
3. El departamento de convivencia escolar y psicopedagogía en coordinación con los padres de familia a través de las redes de escuelas YouTube de Padres para la adaptación social, temas de liderazgo y habilidades interpersonales para generar estrategias preventivas de adicción a las redes sociales en el seno de la familia y en la escuela, para elevar la dimensión social en los estudiantes.
4. Que la Dirección de la Institución Educativa comunidad con convivencia escolar y psicopedagogía propague información de las plataformas digitales y de toda preferencia, para interactuar; en temas de la familia como agente educativo, como mejorar las relaciones intrafamiliares; asimismo se eduque en técnicas de control de impulsos para el uso adecuado de las redes sociales del Whats Apps asi como el control familiar con normas de convivencia familiar de conductas adictivas, y se mejore la dimensión hogar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Carrasco, S. (2005). Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos.

Alcántara, M. R. & Juan, Facundo, J. (2020) “El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes”. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de Córdoba.

Banda, C & Leyva, J. (2019) uso de las redes sociales virtuales con las habilidades sociales en los adolescentes de una institución educativa privada de la ciudad de Cajamarca, 2019. Tesis de licenciatura. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca- Perú.

Barroso, M. (2000). Autoestima, Ecología y Catástrofe. Editorial Galac, S.A

Castillo, C. (2000). Autoestima. Editorial De Palma

Caldevilla, D. (2010). *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*

Castillo, M.& Choto, M. (2018). “Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa "Simón Rodríguez, Licán, 2018”. Tesis de Licenciatura en Psicología clínica. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba – Ecuador.

Catalina, L. G (2014). La historia de WhatsApp y su evolución. ESKIBEL. Recuperado de: https://www.unav.edu/documents/29062/6900948/27_Eskibel_whatshapp.pdf

Chaiña, A. J. (2022). “Uso de las redes sociales y su relación con la autoestima de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, 2020”. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional

del Altiplano. Puno – Perú.

Coopersmith, S. (1995). *The Antecedents of Self Esteem Consulting*. Psychologist Press.

Echeburúa, E., y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, 22 (02), 91-95.

Echeverría, J. (2010). *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janes Editores S. A.

Encarnación, E. L. & Rosendo, S. A. (2022). "Autoestima y uso de redes sociales en estudiantes de 18 a 25 años de edad, en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo, República Dominicana, periodo septiembre - diciembre 2021". Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña, Santo Domingo, República Dominicana.

Feldman, R. y Marfan, J. (2001). *La Autoestima en niñas y niños de 5° y 8° Básico de tres Escuelas Municipalizadas de la comuna de Santiago* [Tesis de Licenciatura no publicada]. Universidad Central de Chile.

Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. *Revista de educación*. Editorial Editex S.A

Gallegos, M. (2012). *Comunidades Virtuales y redes sociales*.

Grimaldo, 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". Tesis de Licenciatura. Universidad Autonomía del Perú. Lima - Perú.

Hernández, A. et al. (2014). *Metodología de la Investigación* – 6ta edición.

Obtenido de: <http://www.Intercambios virtuales.org>.

- Herrera, H. H. (2012). "Las herramientas sociales: una herramienta de difusión social" *Reflexiones*, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128 Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Iglesias, A. M. & Gabriela Andrea Minetto, G. A. (2022). "Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada de Lima Norte". Tesis de Licenciatura. Universidad Privada del Norte. Lima – Perú.
- Latorre, M. (2018). *Historia del web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 2018*. Universidad Marcelino Champagnat, 2-7. Recuperado de http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf
- Mora, K. Y. et al (2019). "Autoestima y uso de las redes sociales en estudiantes de una universidad privada", Tesis de Licenciatura. Universidad Simón Bolívar. Cúcuta – Colombia.
- Mendoza, J. R. "Uso excesivo de redes sociales de internet y rendimiento académico en estudiantes de cuarto año de la carrera de psicología UMSA" *Edu. Sup. Rev. Cient. Cepies* vol.5 no.2 La Paz set. 2018.
- Mendoza.edu.ar. (2011), Las nuevas tecnologías de información y comunicación y sus efectos en el lenguaje escrito de los adolescentes, obtenido de Mendoza.edu.ar, <http://weblog.mendoza.edu/noticias/archives/030124.html>.
- Portillo-Reyes, V. Ávila-Amaya, J. A., Capps, J. W. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología* (1), 139-149.
- Quiroz, M. (2001). *Aprendiendo en la era digital*. Lima. Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima

- Ramírez (2012) como hacer un proyecto de investigación. Editorial Panapo. Caracas.
- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *Revista Internacional de Psicología y Terapia Psicológica*, 12(3), 89-403. Obtenido de: [https://www. redal yc.org/articulo.oa?id=56024657005](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56024657005)
- Rogers, C. (1992). El proceso de convertirse en persona. Paidós Ibérica.
- Rosel, R. A. (2018). Realizo una investigación titulada "Autoestima y uso de facebook en estudiantes de quinto año de secundaria" Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima – Perú.
- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self image. Princeton: Princeton University Press. Rosenberg, M. (1989). Society and the adolescent self-image. Wesleyan University Press.
- Sánchez, H. & Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. (2ª Ed.). Lima, Perú: Business Support Aneth SRL.
- Tafarodi, R y Milne, A. (2002). Decomposing global self-esteem. *Journal of Personality*, 70(2), 443-483.
- Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México. 1997.
- Valderrama, S. (2013). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica 2da. Medición. Editorial San Marcos.
- Valdez, I. V. (2020). "Redes sociales y su incidencia en la autoestima en adolescentes de 16 a 17 años de la Unidad Educativa Roberto Pérez Patón". Tesis de Licenciatura. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz – Bolivia.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento y ficha de validación de contenido Inventario de autoestima – Self Esteem Inventory (SEI) Forma C de Stanley Coopersmith

<u>Dimensiones</u>		Ítems						Sugerencias
		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
		si	no	si	no	si	no	
1.	Me gustaría nacer de nuevo y ser diferente de como ahora soy.	X		X		X		
2.	Me resulta muy difícil hablar frente a un grupo.	X		X		X		
3.	Hay muchas cosas dentro de mí que cambiaría si pudiera hacerlo.	X		X		X		
4.	Tomar decisiones es algo fácil para mí.	X		X		X		
5.	Considero que soy una persona alegre y feliz.	X		X		X		
6.	En mi casa me molesto a cada rato.	X		X		X		
7.	Me resulta difícil acostumbrarme a algo nuevo.	X		X		X		
8.	Soy una persona popular entre la gente de mi edad.	X		X		X		
9.	Mi familia me exige mucho/ espera demasiado de mí.	X		X		X		
10.	En mi casa se respeta bastante mis sentimientos.	X		X		X		
11.	Con mucha facilidad hago lo que mis amigos me mandan hacer.	X		X		X		
12.	Muchas veces me tengo rabia/ cólera a mí mismo.	X		X		X		
13.	Pienso que mi vida es muy triste.	X						
14.	Los demás hacen caso y consideran mis ideas	X		X		X		
15.	Tengo muy mala opinión de mí mismo.	X		X		X		
16.	Ha habido muchas ocasiones en las que he deseado irme de mi casa.	X		X		X		
17.	Con frecuencia me siento cansado de todo lo que hago.	X		X		X		
18.	Pienso que soy una persona fea comparado con otros.	X		X		X		
19.	Si tengo algo que decir a otros voy sin temor y se lo digo.	X		X		X		
20.	Pienso que en mi hogar me comprenden.	X		X		X		
21.	Siento que le caigo muy mal a las demás personas.	X		X		X		
22.	En mi casa me fastidian demasiado.	X		X		X		
23.	Cuando intento hacer algo, MUY PRONTO me desanimo.	X		X		X		
24.	Siento que tengo MAS problemas que otras personas.	X		X		X		
25.	Creo que tengo más defectos que cualidades.	X		X		X		

Anexo 1. Validez del contenido por juicio de expertos del cuestionario sobre redes sociales Rosa Salcedo Pardo (2017)

<u>Dimensiones</u>		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		si	no	si	no	si	no	
A. FACEBOOK								
01	Me permite comunicarme con las personas que quiero o estimo.	x		x		x		
02	Paso el mayor tiempo conectado con amigos y conocidos.	x		x		x		
03	Me siento bien en los grupos a los cuales pertenezco.	x		x		x		
04	Me siento cómodo enviando mensajes a mis amigos.	x		x		x		
05	Comunico todas mis actividades realizadas durante el día.	x		x		x		
06	Demuestro seguridad en mi comunicación al conectarme.	x		x		x		
07	Mantengo mi conexión mientras realizo mis tareas.	x		x		x		
08	Cuelgo fotos, videos de las actividades que realizo.	x		x		x		
09	Envío solicitudes de amistad a las personas que quiero conocer.	x		x		x		
10	Reviso el perfil de las personas que me envían solicitud de amistad.	x		x		x		
11	Acepto la solicitud de personas que no conozco, pero tengo con ellos amigos en común.	x		x		x		
12	Estoy suscrito a páginas que me hacen sentir bien.	x		x		x		
13	Comparto publicaciones que permite cambiar el estado de ánimos de mis contactos.	x		x		x		
B. YOUTUBE								
14	Tengo un canal de YouTube que permite comunicarme con los demás.	x		x		x		
15	Me gustaría tener un canal de YouTube para comunicarme con los demás.	x		x		x		
16	Comparto mis videos personales a través de YouTube.	x		x		x		
17	Escribo con frecuencia comentarios en las publicaciones de otros usuarios.	x		x		x		
18	Uso mi canal en temas relacionados a mis tareas escolares.	x		x		x		

19	Uso canales de tutoriales para desarrollar mi autoaprendizaje.	x		x		x		
20	Me conecto para seguir las actividades de los youtubers más famosos.	x		x		x		
C.- WHATSAPP								
21	Me conecto con frecuencia para comunicarme por WhatsApp.	x		x		x		
22	Considero que el uso de WhatsApp me ha quitado el tiempo o la concentración necesaria para mis estudios.	x		x		x		
23	Envío mensajes, fotos y videos a través de este medio.	x		x		x		
24	Siento que este canal me brinda seguridad al realizar mis conversaciones.	x		x		x		
25	Considero que el WhatsApp limita mis conversaciones físicas.	x		x		x		
26	Me ha servido para crear grupos de acuerdo a mis intereses.	x		x		x		

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA AUTOESTIMA

Nombres y apellidos

Edad: **Sexo:** V () M () **Grado:** **Sección:**

A continuación, encontrará una serie de enunciados. No existen respuestas mejores o peores, los resultados son estrictamente confidenciales y en ningún caso accesible a otras personas.

INDICACIONES

Coloque 1 (uno) en V o F, según coincida la respuesta del sujeto evaluado. Al final verifique que no ha dejado de responder algún ítem.

Nº	Preguntas	V	F
1	Usualmente las cosas no me molestan		
2	Me resulta difícil hablar frente a un grupo		
3	Hay muchas cosas de mi que cambiaría si pudiese		
4	Puedo tomar decisiones sin mayor dificultad		
5	Soy muy divertido (a)		
6	Me altero fácilmente en casa		
7	me toma mucho tiempo acostumbrarme a cualquier cosa nueva		
8	Soy popular entre las personas de mi edad		
9	Generalmente mi familia considera mis sentimientos		
10	Me rindo fácilmente		
11	Mi familia espera mucho de mí		
12	Es bastante difícil ser "Yo mismo"		
13	Me siento muchas veces confundido		
14	La gente usualmente sigue mis ideas		
15	Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo		
16	Hay muchas ocasiones que me gustaría irme de mi casa		
17	Frecuentemente me siento descontento con mi trabajo		
18	No estoy tan simpático como mucha gente		
19	Si tengo algo que decir, usualmente lo digo		
20	Mi familia me comprende		
21	Muchas personas son más preferidas que yo		
22	Frecuentemente siento como si mi familia me estuviera presionando		
23	Frecuentemente me siento desalentado con lo que hago		
24	Frecuentemente desearía ser otra persona		
25	No soy digno de confianza		

CUESTIONARIO SOBRE REDES SOCIALES

FECHA: _____ **EDAD:** _____ **SEXO:** (M) (F) **Grado:** _____
Sección: _____

DATOS INFORMATIVOS:

Querido(a) estudiante, consideramos que tu opinión es importante; por eso te presentamos una serie de preguntas sobre redes sociales, las cuales necesitamos que respondas con la mayor sinceridad, marcando con una equis (X) la respuesta que mejor represente tu opinión.

NUNCA = 1 A VECES = 2 SIEMPRE = 3

RESPECTO AL USO DE LAS SIGUIENTES REDES, RESPONDE LO SIGUIENTE:

A. FACEBOOK	1	2	3
1. Me permite comunicarme con las personas que quiero o estimo.			
2. Paso el mayor tiempo conectado con amigos y conocidos.			
3. Me siento bien en los grupos a los cuales pertenezco.			
4. Me siento cómodo enviando mensajes a mis amigos.			
5. Comunico todas mis actividades realizadas durante el día.			
6. Demuestro seguridad en mi comunicación al conectarme.			
7. Mantengo mi conexión mientras realizo mis tareas.			
8. Cuelgo fotos, videos de las actividades que realizo.			
9. Envío solicitudes de amistad a las personas que quiero conocer.			
10. Reviso el perfil de las personas que me envían solicitud de amistad.			
11. Acepto la solicitud de personas que no conozco, pero tengo con ellos amigos en común.			
12. Estoy suscrito a páginas que me hacen sentir bien.			
13. Comparto publicaciones que permite cambiar el estado de ánimos de mis contactos.			

B. YOUTUBE	NUN CA	A VE CE S	SIEM PRE
14. Tengo un canal de YouTube que permite comunicarme con los demás.			

15. Me gustaría tener un canal de YouTube para comunicarme con los demás.			
16. Comparto mis videos personales a través de YouTube.			
17. Escribo con frecuencia comentarios en las publicaciones de otros usuarios.			
18. Uso mi canal en temas relacionados a mis tareas escolares.			
19. Uso canales de tutoriales para desarrollar mi autoaprendizaje.			
20. Me conecto para seguir las actividades de los youtubers más famosos.			

	NUN CA	A VECES	SIEM PRE
C. WHATSAPP			
21. Me conecto con frecuencia para comunicarme por WhatsApp.			
22. Considero que el uso de WhatsApp me ha quitado el tiempo o la concentración necesaria para mis estudios.			
23. Envío mensajes, fotos y videos a través de este medio.			
24. Siento que este canal me brinda seguridad al realizar mis conversaciones.			
25. Considero que el WhatsApp limita mis conversaciones físicas.			
26. Me ha servido para creas grupos de acuerdo a mis intereses.			

**Anexo 3: Ficha de validación de contenido Inventario de autoestima
– Self Esteem Inventory (SEI) Forma C de Stanley Coopersmith**

<u>Dimensiones</u>		Ítems						Sugerencias
		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
		si	no	si	no	si	no	
1.	Me gustaría nacer de nuevo y ser diferente de como ahora soy.	X		X		X		
2.	Me resulta muy difícil hablar frente a un grupo.	X		X		X		
3.	Hay muchas cosas dentro de mí que cambiaría si pudiera hacerlo.	X		X		X		
4.	Tomar decisiones es algo fácil para mí.	X		X		X		
5.	Considero que soy una persona alegre y feliz.	X		X		X		
6.	En mi casa me molesto a cada rato.	X		X		X		
7.	Me resulta difícil acostumbrarme a algo nuevo.	X		X		X		
8.	Soy una persona popular entre la gente de mi edad.	X		X		X		
9.	Mi familia me exige mucho/ espera demasiado de mí.	X		X		X		
10.	En mi casa se respeta bastante mis sentimientos.	X		X		X		
11.	Con mucha facilidad hago lo que mis amigos me mandan hacer.	X		X		X		
12.	Muchas veces me tengo rabia/ cólera a mí mismo.	X		X		X		
13.	Pienso que mi vida es muy triste.	X						
14.	Los demás hacen caso y consideran mis ideas	X		X		X		
15.	Tengo muy mala opinión de mí mismo.	X		X		X		
16.	Ha habido muchas ocasiones en las que he deseado irme de mi casa.	X		X		X		
17.	Con frecuencia me siento cansado de todo lo que hago.	X		X		X		
18.	Pienso que soy una persona fea comparado con otros.	X		X		X		
19.	Si tengo algo que decir a otros voy sin temor y se lo digo.	X		X		X		
20.	Pienso que en mi hogar me comprenden.	X		X		X		
21.	Siento que le caigo muy mal a las demás personas.	X		X		X		
22.	En mi casa me fastidian demasiado.	X		X		X		
23.	Cuando intento hacer algo, MUY PRONTO me desanimo.	X		X		X		
24.	Siento que tengo MAS problemas que otras personas.	X		X		X		
25.	Creo que tengo más defectos que cualidades.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Cruz Telada, Yreneo Eugenio

DNI: 09946516

Especialidad del validador: Psicólogo de la Salud

Lima, de 24 junio del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Dr. Yreneo Eugenio Cruz Telada

DOCTOR EN PSICOLOGIA
Firma del Validador

**Anexo 3: Ficha de validación de contenido Inventario de autoestima
– Self Esteem Inventory (SEI) Forma C de Stanley Coopersmith**

<u>Dimensiones</u>		Ítems						Sugerencias
		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		
		si	no	si	no	si	no	
1.	Me gustaría nacer de nuevo y ser diferente de como ahora soy.	X		X		X		
2.	Me resulta muy difícil hablar frente a un grupo.	X		X		X		
3.	Hay muchas cosas dentro de mí que cambiaría si pudiera hacerlo.	X		X		X		
4.	Tomar decisiones es algo fácil para mí.	X		X		X		
5.	Considero que soy una persona alegre y feliz.	X		X		X		
6.	En mi casa me molesto a cada rato.	X		X		X		
7.	Me resulta difícil acostumbrarme a algo nuevo.	X		X		X		
8.	Soy una persona popular entre la gente de mi edad.	X		X		X		
9.	Mi familia me exige mucho/ espera demasiado de mí.	X		X		X		
10.	En mi casa se respeta bastante mis sentimientos.	X		X		X		
11.	Con mucha facilidad hago lo que mis amigos me mandan hacer.	X		X		X		
12.	Muchas veces me tengo rabia/ cólera a mí mismo.	X		X		X		
13.	Pienso que mi vida es muy triste.	X						
14.	Los demás hacen caso y consideran mis ideas	X		X		X		
15.	Tengo muy mala opinión de mí mismo.	X		X		X		
16.	Ha habido muchas ocasiones en las que he deseado irme de mi casa.	X		X		X		
17.	Con frecuencia me siento cansado de todo lo que hago.	X		X		X		
18.	Pienso que soy una persona fea comparado con otros.	X		X		X		
19.	Si tengo algo que decir a otros voy sin temor y se lo digo.	X		X		X		
20.	Pienso que en mi hogar me comprenden	X		X		X		
21.	Siento que le caigo muy mal a las demás personas.	X		X		X		
22.	En mi casa me fastidian demasiado.	X		X		X		
23.	Cuando intento hacer algo, MUY PRONTO me desanimó.	X		X		X		
24.	Siento que tengo MAS problemas que otras personas.	X		X		X		
25.	Creo que tengo más defectos que cualidades.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ____ SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Ysabel Virginia Pariona Navarro

DNI: 10219341

Especialidad del validador: **Psicóloga Educativa**

Lima, 24 de junio del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Ysabel V. Pariona Navarro
Psicóloga
Esp. Terapia de Lenguaje
C.P.P. N° 9421

Firma del validador

Anexo 3. Ficha de Validez del contenido por juicio de expertos del cuestionario sobre redes sociales Rosa Salcedo Pardo (2017)

Dimensiones		Pertinencia¹		Relevancia²		Claridad³		Sugerencias
		si	no	si	no	si	no	
A. FACEBOOK								
01	Me permite comunicarme con las personas que quiero o estimo.	x		x		x		
02	Paso el mayor tiempo conectado con amigos y conocidos.	x		x		x		
03	Me siento bien en los grupos a los cuales pertenezco.	x		x		x		
04	Me siento cómodo enviando mensajes a mis amigos.	x		x		x		
05	Comunico todas mis actividades realizadas durante el día.	x		x		x		
06	Demuestro seguridad en mi comunicación al conectarme.	x		x		x		
07	Mantengo mi conexión mientras realizo mis tareas.	x		x		x		
08	Cuelgo fotos, videos de las actividades que realizo.	x		x		x		
09	Envío solicitudes de amistad a las personas que quiero conocer.	x		x		x		
10	Reviso el perfil de las personas que me envían solicitud de amistad.	x		x		x		
11	Acepto la solicitud de personas que no conozco, pero tengo con ellos amigos en común.	x		x		x		
12	Estoy suscrito a páginas que me hacen sentir bien.	x		x		x		
13	Comparto publicaciones que permite cambiar el estado de ánimos de mis contactos.	x		x		x		
B. YOUTUBE								
14	Tengo un canal de YouTube que permite comunicarme con los demás.	x		x		x		
15	Me gustaría tener un canal de YouTube para comunicarme con los demás.	x		x		x		
16	Comparto mis videos personales a través de YouTube.	x		x		x		
17	Escribo con frecuencia comentarios en las publicaciones de otros usuarios.	x		x		x		
18	Uso mi canal en temas relacionados a mis tareas escolares.	x		x		x		
19	Uso canales de tutoriales para desarrollar mi autoaprendizaje.	x		x		x		

20	Me conecto para seguir las actividades de los youtubers más famosos.	x		x		x		
C.- WHATSAPP								
21	Me conecto con frecuencia para comunicarme por WhatsApp.	x		x		x		
22	Considero que el uso de WhatsApp me ha quitado el tiempo o la concentración necesaria para mis estudios.	x		x		x		
23	Envío mensajes, fotos y videos a través de este medio.	x		x		x		
24	Siento que este canal me brinda seguridad al realizar mis conversaciones.	x		x		x		
25	Considero que el WhatsApp limita mis conversaciones físicas.	x		x		x		
26	Me ha servido para crear grupos de acuerdo a mis intereses.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Cruz Telada, Yreneo Eugenio

DNI: 09946516

Especialidad del validador: Psicólogo de la Salud

.Lima, de 24 junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Dr. Yreneo Eugenio Cruz Telada

DOCTOR EN PSICOLOGIA
Firma del Validador

Anexo 3. Ficha de Validez del contenido por juicio de expertos del cuestionario sobre redes sociales Rosa Salcedo Pardo (2017)

<u>Dimensiones</u>		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		si	no	si	no	si	no	
A. FACEBOOK								
01	Me permite comunicarme con las personas que quiero o estimo.	x		x		x		
02	Paso el mayor tiempo conectado con amigos y conocidos.	x		x		x		
03	Me siento bien en los grupos a los cuales pertenezco.	x		x		x		
04	Me siento cómodo enviando mensajes a mis amigos.	x		x		x		
05	Comunico todas mis actividades realizadas durante el día.	x		x		x		
06	Demuestro seguridad en mi comunicación al conectarme.	x		x		x		
07	Mantengo mi conexión mientras realizo mis tareas.	x		x		x		
08	Cuelgo fotos, videos de las actividades que realizo.	x		x		x		
09	Envío solicitudes de amistad a las personas que quiero conocer.	x		x		x		
10	Reviso el perfil de las personas que me envían solicitud de amistad.	x		x		x		
11	Acepto la solicitud de personas que no conozco, pero tengo con ellos amigos en común.	x		x		x		
12	Estoy suscrito a páginas que me hacen sentir bien.	x		x		x		
13	Comparto publicaciones que permite cambiar el estado de ánimos de mis contactos.	x		x		x		
B. YOUTUBE								
14	Tengo un canal de YouTube que permite comunicarme con los demás.	x		x		x		
15	Me gustaría tener un canal de YouTube para comunicarme con los demás.	x		x		x		
16	Comparto mis videos personales a través de YouTube.	x		x		x		
17	Escribo con frecuencia comentarios en las publicaciones de otros usuarios.	x		x		x		
18	Uso mi canal en temas relacionados a mis tareas escolares.	x		x		x		
19	Uso canales de tutoriales para desarrollar mi autoaprendizaje.	x		x		x		

20	Me conecto para seguir las actividades de los youtubers más famosos.	x		x		x		
C.- WHATSAPP								
21	Me conecto con frecuencia para comunicarme por WhatsApp.	x		x		x		
22	Considero que el uso de WhatsApp me ha quitado el tiempo o la concentración necesaria para mis estudios.	x		x		x		
23	Envío mensajes, fotos y videos a través de este medio.	x		x		x		
24	Siento que este canal me brinda seguridad al realizar mis conversaciones.	x		x		x		
25	Considero que el WhatsApp limita mis conversaciones físicas.	x		x		x		
26	Me ha servido para crear grupos de acuerdo a mis intereses.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ____ **SI HAY SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Ysabel Virginia Pariona Navarro

DNI: 10219341

Especialidad del validador: **Psicóloga Educativa**

Lima, 24 de junio del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Ysabel V. Pariona Navarro
Psicóloga
Esp. Terapia de Lenguaje
C.F.P. N° 9421

Firma del validador

Escala: AUTOESTIMA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	156	100%
	Excluido ^a	0	0%
	Total	156	100%

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.628	25

Escala: REDES SOCIALES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	156	100%
	Excluido ^a	0	0%
	Total	156	100%

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.782	26

ANEXO 4. INFORME DE TURNITIN AL 22% DE SIMILITUD



The screenshot displays a Turnitin report interface. On the left, the document title is "UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CUSCO" and the thesis title is "AUTOESTIMA Y REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DE HUARACHINI, 2022". The author is identified as "SANTZA BETH LAIME MONTESINOS LYBETH AGUIÑO RAZ".

On the right, a sidebar titled "Resumen de coincidencias" (Summary of coincidences) shows a total similarity score of 22%. Below this, a list of sources is provided with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Similarity Percentage
1	afica coocytos gnt pe	2 %
2	reportito.unaa.de	2 %
3	reportito.upia.edu.pe	2 %
4	www.andragogos.es	2 %
5	www.revisiamep.org	1 %
6	Entregado a Universidad...	1 %
7	eloc.puli	1 %

At the bottom of the interface, it indicates "Página 1 de 101" and "Número de palabras: 22387".

INFORME DE ORIGINALIDAD

22%	15%	7%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	2%
2	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	2%
3	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	www.entreagentes.es Fuente de Internet	2%
5	www.revistacneip.org Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	1%
7	idoc.pub Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	Submitted to Universidad Cuauhtemoc Trabajo del estudiante	1%

10	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
11	Submitted to Universidad de Jaén Trabajo del estudiante	1%
12	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	1%
13	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
14	Submitted to Pontificia Universidad Catolica de Chile Trabajo del estudiante	1%
15	www.urbe.edu Fuente de Internet	1%
16	Dra. Iliana Cardona. "Revista completa", Revista Guatemalteca de Educación Superior, 2020 Publicación	1%
17	Olger Gutierrez-Aguilar, Percy Escobedo-Maita, Giuliana Callinaupa-Quispe, Juan Carlos Vargas-Gonzales, Ana Torres-Huillca. "The use of social networks, usefulness and ease of use, enjoyment through positive emotions and their influence on school satisfaction mediated by school achievement", 2022 17th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), 2022	1%

	Publicación	1%
18	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	1%
19	archive.org Fuente de Internet	1%
20	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	1%
21	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1%
22	Submitted to Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez de Cisneros Trabajo del estudiante	<1%
23	María José Garrido Antón, Ángel García-Collantes. "El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación. La importancia de la formación, la información y la sensibilización", Revista Tecnología, Ciencia y Educación, 2022 Publicación	<1%
24	Berta C. Orozco, Meredith Jimenez, Raul J. Martelo. "Organizational values as a basis for the strategic planning of the human resource", Contemporary Engineering Sciences, 2018 Publicación	<1%

25	Renzo Felipe Carranza Esteban, Oscar Mamani-Benito, Fiorella Sarria-Arenaza, Anahí Meza-Villafranca et al. "Translation and Validation of the Online Homework Distraction Scale for Peruvian University Students", <i>Frontiers in Education</i> , 2022	<1%
Publicación		
26	Submitted to Tecsup Trabajo del estudiante	<1%
27	Daysi Julissa García-Cuéllar. "Una orquestación Instrumental de la Simetría Axial", <i>Revista Venezolana de Investigación en Educación Matemática</i> , 2021	<1%
Publicación		
28	Pamela Figueredo, Iván Barrios, Marcelo O'Higgins, Diego Amarilla et al. "Anxiety, Addiction to Social Networks, Internet and Smartphones in Paraguayan Adolescents: A Brief Report", <i>Scandinavian Journal of Child and Adolescent Psychiatry and Psychology</i> , 2022	<1%
Publicación		
29	Silvia Alende Castro. "Estrategia de comunicación para la inserción laboral en Facebook. Grupos de empleo.", <i>Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes</i> , 2015	<1%
Publicación		

30	(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012.	<1%
Publicación		
31	Marco Arturo Valladares Villagómez. "Perspectiva de los docentes y estudiantes frente a la virtualización educativa como alternativa en tiempos de COVID-19 en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Central del Ecuador", Universitat Politecnica de Valencia, 2021	<1%
Publicación		
32	Marylin Lina Arimana Cotaquispe. "Programa casoanálisis en habilidades y disposiciones del pensamiento en la educación secundaria peruana en tiempos de pandemia UGEL-01 2021", Journal of the Academy, 2022	<1%
Publicación		
33	José A. Casas, Rosario Ruiz-Olivares, Rosario Ortega-Ruiz. "Validation of the Internet and Social Networking Experiences Questionnaire in Spanish adolescents", International Journal of Clinical and Health Psychology, 2013	<1%
Publicación		
34	Fernanda Gebrim Daameche de Oliveira. "O Direito Socioeducativo como forma de proteção", Universidade de Sao Paulo,	<1%

Agencia USP de Gestao da Informacao
Academica (AGUIA), 2019

Publicación

35 純一 笠巻, 香織 松井. "高校生における自尊感情と1次コントロールの関連", 日本教育保健学会年報, 2014 **<1%**

Publicación

36 Maya Sahu, Sailaxmi Gandhi, Manoj Kumar Sharma, P. Marimuthu. "Social media use and health promoting lifestyle: an exploration among Indian nursing students", Investigación y Educación en Enfermería, 2020 **<1%**

Publicación

37 Rodrigo Alonso Pérez Ubeda. "Propuesta de inclusión de esfuerzos en el control de un brazo robot para asegurar el cumplimiento de la rugosidad superficial durante operaciones de lijado en diferentes materiales", Universitat Politecnica de Valencia, 2022 **<1%**

Publicación

38 Edgar Velasquez Vasquez. "Control interno y desarrollo local de las municipalidades", Journal of the Academy, 2019 **<1%**

Publicación

39 Emma Torres Romay, Silvia García Mirón. "Sharenting: análisis del uso comercial de la imagen de los menores en Instagram", **<1%**

40 Fortunato Escobar-Mamani, Indira Gómez-Arteta. "WhatsApp for the development of oral and written communication skills in Peruvian adolescents", *Comunicar*, 2020 <1%

Publicación

41 Lucena, Flávia R. S., Edvaldo R. Almeida, Jaciana S. Aguiar, Teresinha G. Silva, Valdênia M. O. Souza, and Silene C. Nascimento. "Cytotoxic, antitumor and leukocyte migration activities of resveratrol and sitosterol present in the hidroalcoholic extract of *Cissus sicyoides* L., Vitaceae, leaves", *Revista Brasileira de Farmacognosia*, 2010. <1%

Publicación

42 Mónica Bravo-Sanzana, Sonia Salvo-Garrido, Horacio Miranda-Vargas, Shrikant I. Bangdiwala. " What school social climate factors affect mathematics performance in secondary school students? A multilevel análisis () ", *Culture and Education*, 2020 <1%

Publicación

43 Willie Hiatt. "Indians in the Lobby: Newspapers and the Limits of Andean Cosmopolitanism, 1896-1930", *The Americas*, 2015 <1%

Publicación
