



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MÉXICO**

UNIDAD ACADÉMICA PROFESIONAL TEJUPILCO

**“LAS REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA
EN UNIVERSITARIOS DE LA UAP TEJUPILCO”**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
PSICOLOGÍA**

PRESENTA:

LESLY ITZEL AGUILAR VENTURA

Número de cuenta:

1761433

DIRECTOR DE TESIS:

PhD. DRA. EN PSIC. LETICIA CARREÑO SAUCEDO

Tejupilco, México a marzo de 2023.

Resumen

En esta investigación se muestran los resultados que se obtuvieron en la aplicación de la escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales, haciendo una distinción entre los niveles alto, medio y bajo, el cual dentro de ellos se encuentran cuatro factores, los cuales son: satisfacción (implica comunicarse más por las redes sociales que de una manera física), problemas (físicos y mentales), obsesión de estar informado (estar al pendiente de las noticias de todo tipo) y necesidad/obsesión de estar conectado (siempre buscar la manera de conectarse a estas redes), con el fin de identificar en cuál de ellos presentan un mayor o menor nivel de adicción que se encuentran los universitario.

Por otra parte, se toma en cuenta la autoestima, la cual se aplicó el cuestionario de autoestima de Rosenberg, con la finalidad de saber en qué nivel de autoestima; considerando los tres niveles alto, medio y bajo, se encuentran los universitarios de la Unidad Académica Profesional Tejupilco; tomando en cuenta a 114 alumnos contemplando a ambos sexos y a los que actualmente cursan el primero y tercer semestre de la licenciatura en psicología de ambos turnos (matutino y vespertino).

Tomando en cuenta un poco los resultados, se puede observar que, a nivel general, que dentro de ellos no se ve muy afectado la adicción a las redes sociales, aunque, es importante tomar en cuenta a la autoestima, debido a que suele reflejarse cierto problema, debido a la cantidad de alumnos que presentan un nivel bajo.

Palabras clave: Redes sociales, autoestima, niveles de redes sociales y niveles de autoestima.

Abstrac

This research shows the results that were obtained from the application of the scale to measure the addiction of students to social networks, it has been taken into account, making a distinction between the high, medium and low levels, which within them there are four factors, which are: satisfaction (it implies communicating more through social networks than in a physical way), problems (physical and mental), obsession with being informed (being aware of news of all kinds) and need/ obsession to be connected (always looking for a way to connect to these networks), in order to identify which of them have a higher or lower level of addiction.

On the other hand, self-esteem is taken into account, the Rosenberg self-esteem questionnaire was applied, in order to know the level of self-esteem, considering the three levels high, medium and low, from the university students of the Tejupilco Professional Academic Unit; taking into account 114 students contemplating both sexes and those who are currently studying the first and third semester of the degree in psychology of both shifts (morning and evening).

Taking into account the results, it shows that, at a general level, within them, addiction to social networks is not greatly affected, although it is important to take self-esteem into account, because it usually reflects a certain problem, due to the number of students who present a low level.

Keywords: Social networks, self-esteem, levels of social networks and levels of self-esteem.

Presentación

En la presente investigación denominada “Las Redes Sociales y la Autoestima en Universitarios de la UAP Tejupilco”, se tuvo como objetivo describir el nivel de autoestima en universitarios de la UAP Tejupilco y el nivel de uso de las redes sociales, tomando en cuenta que la autoestima se compone en alta, baja y media; por otro lado, en cuanto a redes sociales, se tomaron en cuenta cuatro factores importantes, los cuales son, satisfacción, problemas, obsesión por estar conectado y la necesidad/obsesión de estar conectado.

Es por eso que la investigación cuenta con dos partes, tomando en cuenta a la primera como el marco teórico, en el cual se abordaron temas relacionadas con el uso y/o la adicción a las redes sociales y la autoestima, haciendo énfasis en sus antecedentes, conceptos, tipos, su clasificación, su división, la adicción, características, las ventajas y desventajas, sus bases teóricas, componentes, importancia, así como las características.

Y como segunda parte, la metodología, ya que en esta se podrán observar los objetivos, el planteamiento del problema, tipo de estudio, variables, población, muestra, los instrumentos que se usaron, el diseño de la investigación.

Para finalizar, se realizó la discusión, conclusiones, así como algunas sugerencias, seguido de las referencias, agregando como anexos los instrumentos aplicados para esta investigación.

Índice

| | |
|--|----|
| Resumen..... | 2 |
| Abstrac | 3 |
| Presentación..... | 4 |
| Introducción | 7 |
| Parte I: MARCO TEORÍCO | 9 |
| CAPITULO 1. Las redes sociales | 9 |
| 1.1 Bases teóricas de las redes sociales | 9 |
| 1.2 Antecedentes de las redes sociales..... | 13 |
| 1.3 Tipos de Redes Sociales..... | 18 |
| 1.4 Nativos Digitales..... | 20 |
| 1.4 Las redes sociales en el ámbito de internet..... | 23 |
| 1.4.1 Redes sociales online | 25 |
| 1.4.2 Clasificación de las redes sociales | 26 |
| 1.4.3 División de las redes sociales | 29 |
| 1.4.4 Redes Sociales más usadas..... | 31 |
| 1.5 Adicción a las redes sociales | 34 |
| 1.5.1 Características de adicción a redes sociales..... | 36 |
| 1.5.2 Factores relacionados a la adicción a las redes sociales | 39 |
| 1.12 Ventajas y desventajas de las redes sociales | 41 |
| 1.12.1 Ventajas..... | 41 |
| 1.12.2 Desventajas | 42 |
| CAPITULO 2. AUTOESTIMA..... | 44 |
| 2.1 Definición de autoestima | 44 |
| 2.2 Antecedentes de la autoestima | 48 |
| 2.3 La autoestima en sus bases teóricas psicológicas..... | 52 |
| 2.3.1 La autoestima en la teoría del psicoanálisis..... | 52 |
| 2.3.2 La autoestima en la Teoría sociocultural | 52 |
| 2.3.3 La autoestima en la Teoría humanista | 53 |
| 2.4 Dimensiones de la autoestima | 54 |
| 2.5 Niveles de autoestima..... | 55 |
| 2.5.1 Adecuada autoestima | 56 |

| | |
|---|-----|
| 2.5.2 Alta autoestima | 56 |
| 2.5.3 Baja autoestima..... | 58 |
| 2.6 Autoestima positiva y negativa | 60 |
| 2.7 Componentes de la autoestima | 61 |
| 2.8 Importancia de la autoestima | 64 |
| 2.9 Características de la autoestima | 65 |
| 2.10 Pilares de la autoestima | 68 |
| 2.11 Factores en el desarrollo de la autoestima | 69 |
| 2.12 Formación de la autoestima..... | 70 |
| Parte II: Método | 75 |
| Objetivos | 75 |
| Planteamiento del problema | 75 |
| Tipo de estudio..... | 77 |
| Variables..... | 78 |
| Población..... | 79 |
| Muestra | 79 |
| Instrumento..... | 80 |
| Diseño de la investigación..... | 81 |
| Resultados | 82 |
| Discusión | 87 |
| Conclusiones | 91 |
| Sugerencias | 92 |
| Referencias..... | 94 |
| Anexos..... | 109 |

Introducción

El termino de redes sociales, entendiéndolas como que son los lugares de internet en donde las personas publican y comparten todo tipo de información tanto personal como profesional, con terceras personas, conocidos y también con absolutos desconocidos (González, 2011). Dentro de estas es importante mencionar que existe una diversidad de tipos de amistad, en función de alguna temática, entre otras características, es por ello que actualmente los estudiantes suelen acercarse más a este tipo de redes.

Ya entendiendo un poco la definición de uso de redes sociales, es importante también mencionar a las Redes Sociales Online ya que estas tienen la capacidad y la habilidad de atraer en muy poco tiempo a cientos de millones de usuarios de todo el mundo; debido al uso de estas, se ha citado que ningún medio de comunicación, ni situación con anterioridad en la historia ha sido capaz de concentrar en tan poco espacio, tal cantidad de personas (García, 2016). Por lo tanto, estas redes sociales online, son aquellas con las que están en constante contacto con cierto grupo de personas o incluso con una sola persona.

Una característica general sobre estos dos conceptos, es que la comunicación es únicamente virtual, ya que estas presentan cierta ausencia de contacto físico o que no se presenta la comunicación de persona a persona, ya que esto podría afectar la identidad del individuo en cuanto a su mundo real, aunque por otro lado estas redes ayudan a que ciertos individuos que en la vida real tengan ciertas dificultades por comunicarse con otros, lo logren hacer por este medio.

Dentro del uso de las redes sociales se aplicará la Escala Para Medir la Adicción de Estudiantes a las Redes Sociales, con el fin de evaluar 1) satisfacción por estar conectado a

las redes sociales, 2) problemas, 3) obsesión por estar informado y 4) necesidad/obsesión por estar conectado a los alumnos de la Unidad Académica Profesional Tejupilco.

Por otra parte, Coopersmith (cómo se citó en Lara et al., 1993), plantea que la autoestima es aquella evaluación que hace el sujeto respecto de sí, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo, considerando la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo.

Clark (cómo se citó en Villareal, 2007) plantea que la autoestima es el concepto que tenemos de nuestra valía y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que sobre nosotros mismos hemos ido recogiendo durante nuestra vida, en las distintas etapas del desarrollo humano. Se puede entender que es aquel valor que se da uno mismo como persona. Como se puede notar hay diversas definiciones de la autoestima, por lo que se puede decir que la autoestima es el valor que se da cada sujeto como persona.

Dentro de la autoestima se podrán medir los tres niveles que tienen la autoestima, tomando en cuenta que una autoestima alta, es aquella en la que se estima que la persona cree firmemente en ciertos valores y principios dispuestos a defenderlos, capaz de obrar según crea más acertado y confiado en su propio juicio; en cuanto a autoestima baja, se encuentran las personas en un estado de insatisfacción, rechazo y desprecio de sí mismo y en nivel medio, se toman características de ambos niveles mencionados con anterioridad. Como menciona Coopersmith (cómo se citó en Lara et al., 1993) los niveles de la autoestima son susceptibles a aumentar o disminuir con el paso del tiempo dependiendo del aprecio, afecto, aceptación, atención y autoconciencia de la persona.

Parte I: MARCO TEORÍCO

CAPITULO 1. Las redes sociales

1.1 Bases teóricas de las redes sociales

Para definir las Redes Sociales, es importante mencionar que este factor ha sido muy estudiado actualmente, por lo que se encuentran diversas definiciones, tomando en cuenta a diversos autores, para tener un mejor entendimiento de este, es importante entender que las redes sociales pueden definirse como, un conjunto de actores, individuos, grupos, comunidades, sociedades globales, entre otras, vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales (Lozares, 1996).

John Scott (como se citó en Weiss, 2018), indica que el concepto de Redes Sociales se originó diversos años antes, ya que explica que estas redes sociales fueron y en la actualidad son un tema crítico para diversas antropologías, así como para sociólogos antes de que este concepto fuera inmerso dentro del marco de internet y de la web 2.0; es por eso que su definición se refiere a la organización estructural entre las personas.

Uno de los primeros antropólogos en definir el Significado de Red Social fue J. Clyde Mitchell (1969) el cual dice que las redes sociales son aquel conjunto específico de vínculos entre un conjunto definido de personas, con la propiedad adicional de que las características de estos vínculos en su conjunto, se puede utilizarse para poder interpretar el comportamiento social de las personas que se encuentren involucradas.

Por otro lado, Caldevilla (2010), las redes sociales nacen o se originan como aquella reunión de personas que pueden ser conocidas o desconocidas entre sí, pero que de alguna manera pueden interactuar, retroalimentando a cierto grupo en cuestión, ya que estas redes permiten construir amistades, el entretenimiento, poder conocer a gente nueva y compartir cierto contenido.

Otro punto importante es lo que indica Boyd y Ellison (como se citó en Flores et al., 2009), que afirman que una red social permite brindar un servicio a los usuarios que se registren en estas, los cuales definen un perfil público o semipúblico, con el fin de interactuar con otros usuarios agregados a la lista y así lograr compartir una misma conexión.

De igual manera autores como Ibain, (como se citó en Martín y Hernández, 2015) indica que las redes sociales tienen la habilidad de proporcionar una comunicación fácil y rápida, así se han convertido en un acontecimiento que cada vez va sumando usuarios alrededor del mundo, el cual se contempla que las redes sociales, son el servicio más demandado de las nuevas tecnologías para las relaciones interpersonales y para multitud de aspectos de distinta índole.

Así mismo, las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos González (2011). En otras palabras, las Redes Sociales son una manera de informar a terceras personas ciertos pensamientos, inquietudes, dudas, entre otras diversas cosas de lo que le pasa a cierta persona que usa esta herramienta.

Por otro lado, Olivia (Como se citó en Amador y Peña, 2017) hace referencia de que el concepto de red social, se asemeja a una comunidad en la cual las personas pueden estar

conectados de alguna manera, esto a través de amigos, de valores, relaciones laborales, por medio de diversas redes sociales como lo es, Facebook, WhatsApp, Instagram, entre otras; tomando en cuenta que son herramientas que comunican a miles de personas diariamente.

En 2007 en el artículo *Journal of Computer Mediated Communication* (Como se citó en Ureña et al., 2011), se definió a las redes sociales como aquel servicio dentro de la web que permite a los usuarios diversas funciones como; 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, 2) modular una lista de otros usuarios para compartir conexión, y 3) lograr visualizar y rastrear los perfiles elaborados por otros usuarios dentro del sistema.

Por otra parte, Celaya (Como se citó en Hutt, 2011), afirma que las redes sociales son aquellos lugares de internet en el cual los usuarios publican y comparten todo tipo de información, ya sea información tanto personal como profesional, hacia terceras personas, a conocidos y también a personas que son totalmente desconocidos.

Para Barnes y Bott (cómo se citó en Requena, s/a), refieren que el concepto de red social, se piensa como una malla de vínculos que se van extendiendo constantemente, se van ramificando a través de una comunidad u organización, es por ello que una red social tiene que ser trazada desde un punto o un actor inicial, ya que debe de haber un punto de referencia, ya que dentro de las redes hay un emisor y un receptor.

Dans E. (como se citó en Balarezo y Llivichuzca, 2015), aporta, que las redes sociales ayudan a la interacción, ya que puede clasificarse en redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común y las redes profesionales, que

se centran en la creación de contactos profesionales a fines de cada usuario, de la misma manera indica cómo es el funcionamiento de estas redes:

- 1) En una plataforma común, un usuario puede invitar a un grupo de usuarios a que se establezca una conexión, por medio de dicha plataforma. Cada usuario que acepta la invitación, pasa a formar parte de su red de contactos.
- 2) Cada nuevo usuario, puede realizar la misma operación, invitando a otro número determinado de conocidos y así esparciéndose las conexiones.
- 3) Con las redes creadas, el usuario crea una red de contactos, en la cual puede intercambiar información de diversa índole en función del tipo de red social en la que se encuentre.

Es importante señalar algunas ideas centrales de las redes sociales, tomando en cuenta que

1) Los actores y sus acciones son contemplados como interdependientes y como independientes o unidades autónomas; 2) Las relaciones entre los actores vinculan transferencia de recursos, tanto materiales como no materiales; 3) Los modelos contemplan las estructuras de las relaciones a entornos que proporcionan oportunidades o coaccionan la acción individual; y 4) Los modelos de redes que logran identificar la estructura social, económica, política. Como pautas de relaciones entre individuos (Lozares, 1996).

En la actualidad, las redes sociales son una herramienta que está siendo usada por gran parte de la población y que cada uno de ellos la usa para diferentes beneficios, fines y necesidades, para ello es importante conocer unos conceptos fundamentales en el análisis de las redes sociales, las cuales son S. Wasserman y K. Faust (Como se citó en Dettmer, 2019):

- **Los actores sociales:** Que los podemos entender que son aquellos formado por las entidades sociales, las cuales tienen la necesidad de vincularse en las redes sociales, entendiendo que las entidades pueden ser: personas, organizaciones, unidades colectivas, áreas de una empresa, agencias, estados, entre otros.
- **Los lazos relacionales:** Se muestran como aquellos vínculos entre las entidades, que pueden ser de diversos tipos, como los personales, transferencia de recursos, interacciones.
- **Diada:** Esta es una relación que existe entre pares, aquí se establecen lazos.
- **Triada:** Es aquella relación entre tres actores, los cuales pueden mantener una determinada relación de acuerdo a un posible interés.
- **Subgrupo:** Este es un subconjunto que establece lazos entre sí.
- **Grupos:** Son aquellas relaciones entre los actores donde se establece un vínculo de acuerdo con un determinado interés.

1.2 Antecedentes de las redes sociales

En la actualidad, el tema de redes sociales ha sido estudiado por diversos autores ya que se han hecho diversos estudios, es por ello que se realizó un estudio para analizar la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes en Ecuador; para ello, se realizó una entrevista, una encuesta y un test, con el fin de hacer una observación y obtener los resultados, para ello se solicitó la participación de 144 estudiantes, teniendo como resultado que el 61.80% de los estudiantes tienen un perfil en Facebook, el 26.38% usan la red social de Twitter y con un 11.80% el uso de Instagram (Mejía, 2015).

Por otra parte, se realizó otro estudio en Guatemala, para este proyecto se construyó un cuestionario con un total de 15 reactivos, este tuvo una muestra de 66 personas de entre 18 a 35 años de edad, por lo que se analizó que la mayoría de las personas usan al menos una red social, ya que el 95% de los sujetos tienen un perfil en Facebook, así como que el 100% de los sujetos usan algún correo electrónico, tomando en cuenta que el más usado es el Hotmail con el 64%, Yahoo! con el 12%, Gmail con el 20% y algún otro con el 5% (Mejía, 2012).

Del mismo modo se realizó un estudio en España, el cual se tomó en cuenta a 2371 alumnos, tomando en cuenta que 1203 son hombres y 1168 mujeres, por medio de una encuesta y un cuestionario en línea, los cuales dan como resultado que el 96% de los alumnos utiliza las redes sociales para estar en contacto con sus amigos, que el 15% indican que utilizan estas redes para que conozcan a gente nueva y que el 14,5% usan este medio para buscar alguna pareja y solo el 5,7% la utiliza para buscar información sobre otras personas (Del Barrio y Ruiz, 2014).

Por consiguiente, se realizó un estudio en Quetzaltenango en Guatemala, con el fin de identificar la adicción a las redes sociales de los alumnos, solicito la participación de 88 estudiantes, tomando en cuenta a hombres y a mujeres de edades de 14 a 16 años, se solicitó a los alumnos de tercero del ciclo básico y a 4to de bachillerato, el cual se dio a conocer que el 78% son aficionados a Facebook, el 11% al microblog Twitter, un 6% a Hi5 y 5 % a MySpace, refiriendo a que son las redes sociales más usadas dentro de Guatemala, así mismo es importante saber que el 24% de los alumnos suelen dejar de hacer las tareas por preferir estar en la red social de su preferencia (Cuyún E., 2013).

Así mismo en la Universidad de la Laguna, España se realizó un estudio sobre el uso de las redes sociales, en el cual se tomó una muestra de 30 alumnos de ambos sexos, tomando

en cuenta que la mitad son hombres y la otra siendo mujeres, que se encuentran en un rango de edad de 18 a 26 años de edad, lo que se arrojó fue que el 100% de los alumnos contaban con una cuenta en Facebook, el cual el 96.7% lo hace para conocer a otras personas, que el 90% lo hace con fines de entretenimiento y únicamente el 66.7% lo hacen con el fin de adquirir un aprendizaje (Martín y Hernández., 2015).

Se realizó un estudio en una universidad de Lima para saber la relación entre adicción a redes sociales y autoestima, ya que se toma una muestra de entre 16 y 25 años de edad, tomando en cuenta a ambos sexos, con un total de 346 alumnos; el cual da como resultado que el 100% de los sujetos visitan el portal de YouTube, en el caso de las redes sociales, se nota que WhatsApp es la aplicación más usada por el 57.9%, seguida de Twitter con el 53.7% y Facebook con el 42.6% (Salcedo, 2016).

Por otra parte Weiss (2018) realizó un estudio sobre las redes sociales 2.0 y la autoestima de los jóvenes de entre 18 a 24 años de edad, que poseen un usuario de Instagram, tomando en cuenta la Escala de Autoestima de Rosenberg, de la mano con una encuesta; que da como resultado que el 6% obtuvieron una baja autoestima, el 22% posee una autoestima media y el 72% poseen una autoestima alta, lo que también da como resultado el consumo de Instagram, dice que 3,5% no ingresa ni una vez, el 7,9% ingresa entre 1-2 veces. El 16% ingresa entre 3-4 veces, el 23,8% ingresa entre 5-7 veces y el 47,8% ingresa más de 10 veces al día.

Valencia, Cabero y Garay (2021), realizaron una investigación para hacer el análisis de la percepción de estudiantes y docentes mexicanos respecto al nivel de adicción de las primeras redes sociales, la cual se tomaron en cuenta a 17,600 estudiantes y 1480 alumnos del país, por lo que se indicó que los docentes muestran cierta necesidad por estar conectados

e informados por medio de las redes sociales, por otro lado, se nota que los alumnos no presentan esta situación. Del mismo modo se comprueba que los alumnos utilizan estas redes de una manera más frecuente y durante más horas, por lo que se percibe que el tamaño del efecto fue “intermedio”, en la frecuencia y “grande” en las horas.

Por otro lado, se hizo una investigación para saber la adicción que tienen los alumnos a las redes sociales en un bachillerato de México, el cual consto de 80 estudiantes, de edades de 16 y 17 años, contemplando a ambos sexos, por lo que se arrojó que el 61% de los alumnos no poseen adicción a las redes sociales y son caracterizados por ser extrovertidos, mientras que el 13% obtuvo un alto nivel de adicción a estas redes presentando el mismo tipo de personalidad que los anteriores, y por último el 21% no posee una adicción, más sin en cambio se caracterizan por ser introvertidos al igual que el 7% que poseían adicción (Muñoz y Ramírez, 2016).

Se realizó una investigación con 200 alumnos de una universidad privada del norte de México con el fin de conocer la intensidad de uso de las redes sociales, por lo que los resultados arrojaron que el 77% de los universitarios usan Facebook todos los días de la semana; tomando en cuenta que el 48% lo utiliza de 1 a 3 horas diarias y únicamente el 27% lo usan por menos de una hora al día. Por otra parte, el 69% de los alumnos tienen a más de 500 amigos y el 16.5% tienen entre 301 a 500 amigos en esta red; se indica que el 41.5% nunca actualiza su estatus, el 21% lo hace una vez por mes y el 14% lo hace una vez por semana (Valerio y Serna, 2018).

De igual manera se reclutaron a 374 estudiantes de entre 18 a 24 años de edad, el cual el 58.6% fueron mujeres y el 41.4% eran hombres, el cual se dio como resultado, que el 54.5% de los alumnos interponen a WhatsApp como la red social de su preferencia, seguido

de Facebook con un 38.2%, posteriormente se menciona a YouTube con el 2.9%, a Twitter con el 2.7% y otras redes sociales con el 1.7%. Se tomo en cuenta el lugar en el cual los alumnos usan estas redes, por lo que el 2.9% nunca ha usado las redes dentro de la escuela, el 47.4% en algunas ocasiones y el 49.8% indico que las usa la mayoría del tiempo (Jasso et al., 2017).

Dentro de este ámbito, también se realizó una investigación a los alumnos del colegio de Humanidades en Naucalpan, la cual se tomó en cuenta a 100 participantes, tomando en cuenta que 53 de ellos son hombres y 47 mujeres, con un rango de edad de 14 y 18 años de edad, con el fin de analizar el nivel de adicción a las redes sociales que tienen los alumnos, por lo que se arrojó que el 43% de los alumnos se conectan de entre siete a doce veces por día, el 30% lo hace de tres a seis veces por día, el 18% se encuentran todo el tiempo conectados y el 9% se conectan una o dos veces por día (Martínez, 2017).

En alumnos del nivel medio superior del plantel Nezahualcóyotl, ubicada en el Estado de México, se aplicó un instrumento, con la finalidad de medir la influencia de las redes sociales a la autoestima, a alumnos de entre 14 a 18 años de edad, tomando en cuenta a ambos sexos, por lo que en los resultados arrojaron que cuando los alumnos realizan publicaciones, esperan de sus contactos likes, comentarios, reacciones, risas, me encanta, así como visualizaciones; por otro parte se indicó que cuando los alumnos no consultan estas redes suelen sentirse triste, así como aburridos y enojados (Amador y Peña, 2017).

Se realizó un estudio en la Universidad Autónoma de Yucatán, aplicando un cuestionario a 458 alumnos, lo cual se dio a conocer que la red social más utilizada es la de Facebook, de igual manera se indicó que el 27% de la muestra ubicó que WhatsApp es la red que cuenta con un mayor índice de conexión, seguida de Facebook que cuenta con un 25%,

posteriormente le sigue YouTube con el 16% y por último se encuentra twitter, con un 11% de utilidad dentro de los alumnos. Por otra parte, se informa que el 84% de los estudiantes se conectan desde su casa, el 28% lo hace desde la escuela. En cuanto al tiempo de uso, se identificó que el 46% de los estudiantes le dedican aproximadamente seis horas (Cortés et al., 2015).

De igual modo, se realizó un estudio, en el cual se quería conocer las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, en el 2014, con una muestra de 444 estudiantes, teniendo como resultado que el 83,4% de la población dice que tiene una cuenta de Facebook de alguna otra aplicación, diciendo que el 41,2% usa estas redes por 3 horas diarias, el 30,6% usa las redes por una hora, el 16,7% lo usa hasta por 6 horas diarias y el 11,5% las usan durante todo el día, también se indicó que el 41,2%, los alentó conectarse a estas redes para hacer amigos y comunicarse con las demás personas (Molina y Toledo, 2014).

1.3 Tipos de Redes Sociales

Para este ámbito, es importante mencionar que diversos autores tienen contemplados diversos tipos de redes sociales, es por ello que se mencionaran únicamente algunos tipos, esto debido a la distinción que existe entre estos y las diferentes investigaciones de los autores.

Según Celaya (Como se citó en Hutt, 2011), existen tres principales tipos de las redes sociales, aunque es probable que hayan quedado otros muchos tipos de redes, estas son las que se obedecen de una manera más general y son las que tienen una mayor visita por parte de los usuarios de estas. Los tipos son:

- 1) Las redes profesionales: La importancia de esta es, que permite ir desarrollando una larga lista de contactos de una manera profesional, con un fin de intercambio comercial, así como para interacción y una búsqueda de oportunidades entre las demás personas o empresas. Este tipo de plataformas, tienen la facilidad de tener un buscador interno, que permite rastrear la base de contactos, por medio de nombres de usuarios, así como el nombre de las empresas.
- 2) Redes sociales generalistas: En este tipo de red, se cuenta con perfiles de usuarios, similares a los profesionales solo que, con un ritmo de crecimiento distinto, debido a los contactos que se tienen, ya que se integran con el fin de contactar a otras personas, ya sean cercanas, como no cercanas y así poder comunicarse con ellas y poder compartir cualquier tipo de información.
- 3) Redes sociales especiales: Este tipo de red, es especializada en una determinada actividad social o económica, un deporte o una materia; con esto se puede satisfacer una necesidad inherente del ser humano, con el fin de formar parte de un grupo o grupos con características o interesen en común.

Otro autor menciona a manera general tres tipos de redes sociales, la cual se toma en cuenta las Redes Sociales Directas: Son aquellas que cuyos servicios son a través de internet o que existe una colaboración entre grupos que se pueden compartir intereses en común y que, en el momento que van interactuando, pueden controlar la información que comparten entre sí. El acceso a la información de estos perfiles suele estar condicionados por el grado de privacidad que los usuarios establezcan. Dentro de estas se pueden clasificar por Ureña et al. (2011):

- Según su finalidad: entran las redes sociales de ocio; con fines de entretenimiento y mejorar relaciones personales; y redes de uso profesional; la cual se buscan promocionarse de manera profesional.
- Según el modo de funcionamiento: el usuario crea contenido ya sea escrito o audiovisual que lo distribuye y comparte a través de la red.
- Según el grado de apertura: como las redes sociales públicas; que son puestas por cualquier tipo de usuario que cuente con acceso a internet o redes sociales privadas; son cerradas a ser empleadas por cualquier tipo de usuario, solo se puede acceder a ella por medio de la pertenencia a un grupo.
- Según el nivel de integración: suele estar acotado al uso por parte de un grupo de usuarios a los que aúna una misma formación, interés o pertenencia profesional.

1.4 Nativos Digitales

Tomando en cuenta el uso de las Redes Sociales, Carrizo (2012) menciona que los adolescentes son quienes adquieren más protagonismo, los cuales son capaces de incorporar tecnologías de una manera rápida y en forma natural, esto debido al tiempo libre y su libre disponibilidad para realizar estas actividades, además de usar en su vida cotidiana la computadora y aplicaciones de software e internet. Por lo tanto, dentro de esta comunidad se le hace más factible el uso de estas herramientas, así como la habilidad del uso de las mismas, es por ello que dentro de la investigación se tomó en cuenta a los jóvenes de 17 a 24 años de edad.

Cabra y Marciales (2009) mencionan que los jóvenes se comunican con un amplio espectro de usuarios, debido a la conectividad que se establece y el compromiso social que

importa en el uso de tecnologías son relevantes para ellos, es por eso que se les presenta una amplitud, en cuanto a ideas y diferencias culturales, que les ayuda a construir una visión socialmente inclusiva.

Por otra parte, Urresti (cómo se citó en Kunin) refiere que existen las verdaderas ciberculturas juveniles como ámbitos de encuentros virtuales entre jóvenes, ya que a pesar de que no suelen estar en el mismo sitio pueden estar intercambiando información o datos que sean de su interés, por lo que puede que se conozcan de una manera física y después se puedan comunicar diario por medio de redes sociales. Por lo que se afirma que hay una distinción relevante entre las nuevas generaciones con la de los adultos ya que las nuevas generaciones emplean la tecnología de una manera más natural, sin miedo a la exploración y permitiéndose el ensayo y el error, mientras que, por otro lado, los padres de estos generan cierto temor a la experimentación o a la equivocación.

De otro modo Mark Prensky (Como se citó en Chávez, 2015), afirma que los jóvenes que ingresan al sistema educativo y que han cambiado totalmente conforme van pasando las generaciones anteriores, es por eso que los estudiantes de hoy en día suelen ser hablantes nativos del lenguaje digital de las computadoras, por lo que desplaza a aquellos que no nacieron en este tipo de condiciones debido a que no quieren charlas teóricas, quieren que se les respete y se confíe en ellos, quieren seguir sus pasiones e intereses, tomar sus propias decisiones y tomar el control de todo.

Prensky (Como se citó en Cabra y Marciales, 2009), emplea el concepto de generación como un criterio para pensar en la transformación del proceso educativo, como en los cambios de esas características demográficas de estudiantes y también relacionados a

los estilos de aprendizaje, a continuación, se mencionarán los cambios más contundentes de las nuevas generaciones:

- Las competencias digitales.
- Gusto por la interactividad y el trabajo colaborativo.
- La inmediatez y la conectividad que las caracteriza.

Por otra parte, también se contemplan algunas afirmaciones que han estado siendo debatidas por diversos trabajos, debido a la seguridad no siempre fundamentado de algunas.

De igual manera los adolescentes y los jóvenes, son usuarios de las nuevas tecnologías en una mayor cantidad a diferencia de los adultos, los cuales se les puede considerar como profetas del digitalismo. Actualmente la cultura digital suele ser consumida, interpretada, actuada y significada en el uso tan frecuente que los jóvenes de la generación digital, hacen las nuevas tecnologías. La cultura digital la que se está inmerso, se puede ver a través de las prácticas específicas que se logran producir, hasta el punto de crearse una nueva ágora para la generación digital (Merino, 2010).

Por otra parte, se consideran hoy en día como nativos digitales, a las personas que nacen o crecen con estas nuevas tecnologías, debido a que cuentan con ellas desde que son muy pequeños y que debido a esta utilidad; a diferencia de los padres, ya que estos suelen tener un perfil bajo, en este ámbito, lo que con esto se revela la brecha digital que existe entre las personas adultas y los que son menores. Se informa que a partir de los 10 años los menores se conectan a la red de forma regular, y conforme van creciendo, su tiempo de conexión, suele ser cada vez mayor (Echeburúa y Requesens, 2012).

A manera general, se pueden considerar a los nativos digitales, como a todas aquellas personas nacidas desde el año 1990, y que crecieron y desarrollaron dentro de una era que es caracterizada como evolución y expansión de las tecnologías; debido a que estas personas de asocian a una edad temprana con aparatos como las computadoras, los teléfonos celulares, cámaras de video, internet, tabletas electrónicas, entre otras (González y Villaseca, 2019).

Con esto se puede identificar que también otra ventaja de las nuevas generaciones, es que el acceso a estas tecnologías es más fácil para ellos que para los adultos, ya que también se ve como una necesidad de comunicación o para trabajar por estos medios, esto debido a que las computadoras y los dispositivos móviles, en la actualidad están al alcance de todos, en especial desde la primera infancia, ya que permite el uso cotidiano, explorando y recopilando información, así como para el estudio y relacionarse con más u otras personas.

1.4 Las redes sociales en el ámbito de internet

De igual manera Salcedo (2016), indica que las redes sociales viven en un auge en la actualidad debido a que los usuarios de dichos servicios se incrementan de una manera exponencial. Los servicios que ofrecen han permitido una mayor cantidad de usuarios debido a que responden a los requerimientos y necesidades de los cibernautas. Por otro lado, se puede decir que tiene ciertas desventajas debido a que muchos estudiantes agregan información excesiva, sin ninguna restricción, permitiendo su mal uso por delincuentes que también usan este medio para realizar ciertos delitos.

Por lo que muestra que el acceso a las Redes Sociales es muy factible en la actualidad, ya que es muy extraño la persona que no tiene un dispositivo móvil con acceso a internet.

Por otra parte, Mejía (2015) alude que las redes sociales pueden ser útiles no solo para profesionales y empresas también, son una interesante herramienta para los estudiantes mientras sean utilizadas adecuadamente. Entre varios de los beneficios de las redes sociales hacia los estudiantes podemos encontrar los siguientes:

- Permiten trabajar en grupo de una manera más fácil: Para muchos estudiantes resulta a veces imposible coordinar, juntarse con algunos compañeros para realizar algún trabajo colegial, algunos optan por diferentes compromisos, otros pueden estar enfermos y algunos simplemente no querrán salir de sus casas. Para estar comunicados y trabajar de una manera más rápida en las tareas asignada, podrán hacer uso de algunas de las aplicaciones existentes en distintas redes como chatear por medio de Facebook y de esta manera decidir cómo se repartirán e investigarán el tema dado y así cumplirán con la tarea sin tener que estar todos en un mismo sitio para poder realizarla.
- Se mantienen informados: Para muchas personas ver las noticias por medio de redes sociales es mucho más fácil que por un televisor o una radio, creando listas de intereses en Facebook o siguiendo medios noticiosos en Twitter y así podrán mantenerse informados sin necesidad del uso del televisor.
- Se pueden intercambiar ideas y conocer a estudiantes de otras instituciones educativas: Conocer a estudiantes de otros países y de diferentes culturas es uno de los grandes beneficios que ofrecen estas redes, esto servirá para relacionarte mejor con distintas personas, conocer mejor la diferencia entre un país y otro, cuál es su forma de vida, su forma de aprendizaje que de seguro no será igual que el propio, entre otros. Tener conversaciones con ellos ampliará aún más tus conocimientos,

conocer por medio de fotos o postales como es su colegio al igual que mostrarles a ellos como es el de ellos y de esta manera conocer más sobre su estilo de vida diaria.

- Se puede optar por desarrollar proyectos originales: Para muchos estudiantes las redes sociales son tan novedosas que aspiran poder desarrollar alguna aplicación para tener más conocimiento sobre las mismas.

Por lo que se puede entender, las redes sociales son una herramienta muy útil para nuestro entorno e incluso en ocasiones suelen ser necesarias para la vida de las personas, pero también se encuentra una grave problemática, ya que si en algún momento se les da un mal uso a estas puede ocasionar graves problemas. El cual es útil saber que existe una clasificación de estas redes sociales para tener un mejor control de este.

1.4.1 Redes sociales online

Entendiendo los conceptos anteriores, es importante conocer que las Redes Sociales Online, son aquellas páginas web en las que los usuarios logran establecer algún tipo de relación social online, ya que este desemboca en la participación de alguna especie de estructura social. Cabe mencionar que este término, es proporcionado por J. A. Barnes (como se citó en Gallego, 2016), con el fin de designar a estructuras semejantes que existen en la sociedad. También las redes sociales facilitan el estudio sobre los datos personales y también la seguridad de la información en las redes sociales digitales: Las redes sociales online, se consideran como aquellos servicios que son prestados a través de internet, en el cual da la facilidad de plasmar ciertos datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que ayudan a interactuar con más usuarios.

A manera general, se puede entender que las Redes Sociales Online (RSO), son aquellas plataformas virtuales, en las cuales las personas de todo el mundo, pueden comunicarse a diario, a cualquier hora y en cualquier lugar, ya que sirven como herramientas de comunicación y que también suelen ser interactivas ya que se puede compartir información de todo tipo, ya sea por medio de textos, videos o imágenes (González y Villaseca, 2019).

De acuerdo con Conole, Galley y Culver (Como se citó en Castillo, 2019) las redes sociales online, son históricamente únicas, debido a la gran cantidad de información personal que los usuarios proveen comúnmente y también por la explícita articulación relacional, como una parte central del funcionamiento de estos sitios. Aquella identidad digital consta en aquella representación online de uno mismo en internet, especialmente en las redes sociales.

Boyd y Ellison (Como se citó en Lorenzo et al., 2011), definen a las redes sociales online, como aquellos servicios basados en internet que ayudan a los individuos, a construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado y así poder crear una lista de usuarios con los que se comparte cierta conexión, así como el ver y recorrer su lista de conexiones, así como las hechas por otros usuarios que estén dentro del sistema.

1.4.2 Clasificación de las redes sociales

Urrutia y Zelaya (2011) generan la clasificación de las redes sociales, se encuentran dos tipos de estas, por un lado, se encuentran las analógicas o redes sociales off-line, estas permiten una interacción social, sin ningún medio electrónico; y por otro lado se encuentran

las digitales o redes sociales on-line, que permiten la interacción de manera digital, que es la más usada en la actualidad. Dentro de las on-line se clasifican por:

- Por su público objetivo y temática, la cual se divide en:
 - Redes sociales horizontales: Estas permiten todo tipo de usuario y no tienen un tema definido y la participación es libre y genérica, esto es más redes para socializar y comunicarte con otras personas, como lo es Facebook, Twitter, Instagram, entre otras.
 - Redes sociales verticales: Estas permiten definir un eje temático, con la finalidad de agrupar un colectivo específico. Dentro de este se encuentran:
- Redes sociales verificables profesionales: Son las que agrupan a profesionales creando interacción entre los mismos.
- Redes sociales de ocio: Estas las usan los usuarios para desarrollar actividades de ocio, deporte, videojuegos, entre otras.
- Redes sociales Verticales mixtas: Permiten a los usuarios actividades profesionales, como personales, teniendo en cuenta un “perfil”.
- Por el sujeto principal de la relación, y se clasifican por:
 - Redes sociales humanas: Estas permiten la relación entre personas teniendo en cuenta su perfil social y las preferencias, tendencias, lugares de trabajo, viajes, entre otras.
 - Redes sociales de contenido: Permiten la interrelación teniendo en cuenta el contenido que se publica.
 - Redes sociales de interés: Son aquellas que conforman un sector novedoso. Su objetivo principal es reunir las marcas de empresas de automóviles y lugares. Es la conformidad por 38 difuntos, siendo estos los sujetos principales de la red.

- Por su localización geográfica.
 - Redes sociales sedentarias: Son redes que se transforman o mutan teniendo en cuenta las interrelaciones que existen entre sus usuarios, considerando los contenidos compartidos o eventos creados.
 - Redes sociales nómadas: Estas se caracterizan por que 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 su plataforma
 - Red social MMORPG y Metaversos: Son redes sociales que considera la relación técnica cliente-servidor.
 - Red social web: Son aquellas cuya plataforma es la web, como MySpace, Friendfeed y Hi5.

Como se visualiza con anterioridad, la clasificación de estas redes sociales es sumamente amplia, por lo que es importante mencionar que para este proyecto se tomarán únicamente las redes sociales por su público objetivo y temática, en la subdivisión de redes sociales horizontales, ya que estas están libres al público en general y también es de un libre uso, el cual su mayor función es estar en contacto con diversas personas, así como ver ciertos contenidos que suben las demás personas.

Tomando en cuenta lo que realizó Del Moral (como se citó en Caldevilla, 2010), se referirán las siguientes clasificaciones de las redes sociales:

- Mantenimiento de amigos: Esto quiere decir que puedan seguir en contacto con amigos, colegas o compañeros de trabajo, entre otros; de no ser por este tipo de

servicios, irían perdiendo esa relación, como ha ocurrido en tiempos pasados, en donde no había el uso de estas redes.

- Nueva creación de amistades: Como se sabe, las redes sociales ayudan a mantener el contacto entre personas que se conocen, ya que cada una de las personas que participan o se relacionan de una u otra forma, a sus contactos, ya sea con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse.
- Entretenimiento: Se sabe que las redes sociales sirven para que se interactúe y acrecentar las relaciones sociales, también existe un perfil de usuarios, que las usan como un medio de entretenimiento. Ya que explotan las actualizaciones de los estados de algún o algunos usuarios, ya que se ponen al día sobre la vida de personas ajenas.
- Gestión interna de organizaciones empresariales: Este uso se toma en cuenta como limitado a empresas que, dentro de su estructura, se crean redes sociales privadas para agilizar ciertos tramites, comunicación conferencias o informes de la empresa, para poder estar en contacto con profesionales o trabajadores del sector, tanto a nivel personal como profesional.

1.4.3 División de las redes sociales

Ureña et al. (2011) indican que existen estos tipos de redes sociales, también recalcan una división de on-line, la cual se divide en dos tipos:

- Que son las Redes Sociales Directas: Son aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten. Los usuarios de este tipo de redes sociales

crean perfiles a través de los cuales gestionan su información personal y la relación con otros usuarios.

- Y Redes Sociales Indirectas: Son aquellos cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto. Resulta especialmente relevante aclarar que este tipo concreto de redes sociales son las precursoras de las más recientes redes sociales directas desarrolladas dentro del nuevo marco de la Red 2.0. Dentro de estas se encuentran:
 - Foros: Que Son servicios prestados a través de Internet concebidos, en un principio, para su empleo por parte de expertos dentro un área de conocimiento específico o como herramienta de reunión con carácter informativo. En los mismos se llevan a cabo intercambios de información, valoraciones y opiniones existiendo un cierto grado de bidireccionalidad en la medida en que puede responderse a una pregunta planteada o comentar lo expuesto por otro usuario.
 - Blogs: Son servicios prestados a través de Internet que suelen contar con un elevado grado de actualización y donde suele existir una recopilación cronológica de uno o varios autores. Es frecuente la inclusión de enlaces en las anotaciones y suelen estar administrados por el mismo autor que los crea donde plasma aspectos que, a nivel personal, considera relevantes o de interés.

1.4.4 Redes Sociales más usadas

Una vez identificados los dos tipos y la división de las Redes Sociales, es importante tomar en cuenta que existen diversas Redes sociales como (González, 2022):

- Tik Tok: Es una aplicación que permite crear y compartir videos cortos de 3 a 15 segundos o de 30 a 60 segundos, fue creada en 2016 por la empresa ByteDance, se prueba que la mayor parte de usuarios son jóvenes, ya que este permite editar y compartir videos.
- Instagram: Es una red social, que es usada por jóvenes, ya que ofrece la posibilidad de compartir fotografías, comentarios, “me gusta”, etiquetas e incluso mensajes de otros usuarios, ya que se pueden añadir usuarios como seguidores y poder compartir todo tipo de contenido con ellos, de igual modo cuenta con filtros que dispone la cámara, también se puede subir contenido en Instagram Stories, con una duración de 24 horas, posterior a ese tiempo serán eliminadas automáticamente (Soto, 2020).
- Telegram: Es una aplicación de mensajería instantánea, esta aplicación se asemeja a WhatsApp, solo que aquí se cuenta con opciones más avanzadas y diversas; para el uso de esta aplicación no es necesario de instalarla en el dispositivo móvil, ya que tampoco se requiere de un número telefónico, esta red, tiene la opción de crear chats secretos con autodestrucciones, también se pueden hacer grupos y supergrupos, así como ver videos (López, 2020).
- YouTube: Es una plataforma digital, que es diseñada para almacenar videos, con el fin de que los usuarios los vean cuando gusten, también se pueden hacer videos en vivo y grabarlos para compartirlos posteriormente. Ya que actualmente los videos en

esta plataforma se han convertido en un fenómeno de talla mundial, ya que cada día hay más personas que se dedican a crear un canal de YouTube, en donde suben sus propios videos y los comparten con sus amigos y con la comunidad en general (Facchin, 2022).

- Snapchat: Es una aplicación para dispositivos móviles, en un inicio tenía la función de intercambiar fotos de persona a persona, actualmente aparte de eso se pueden enviar videos, hay un chat de video en directo, mensajería así como la creación de avatares en forma de caricatura y el intercambio de una “historia” que se trasmite a todos tus seguidores e incluso existe una parte en donde se puede explorar y descubrir que se muestran contenidos breves de diversos editores, así como la facilidad de usar filtros y lentes, basados en la realidad aumentada (Facchin, 2022).
- Shazam: Es una de las redes más completas que existen, en cuanto a la identificación de canciones, ya que consta de reconocer las canciones que se estén escuchando en cualquier sitio en el que se este, ya que te da el nombre de la canción, así como el nombre del artista que la canta (Ponce, 2022).
- MyLife: Permite registrar de forma elegante a los mejores momentos de la vida, nos brinda la oportunidad de guardar fotos, así como crear y compartirlos con otras personas, con el fin de que se fomente la interacción entre familia o amigos al conectar recuerdos con quienes lo vivieron, teniendo la opción de etiquetar a personas, para que puedan consultar el contenido (Polo, 2016).
- MeetMe: Es un chat, que permite conocer personas de todas las edades, es una aplicación que se puede descargar de una forma gratuita, la diferencia de esta a las anteriores, es que para buscar nuevos contactos se hace por medio de la

geolocalización y los intereses indicados por el usuario, Es un medio que permite subir fotos, así como recibir me gusta y escribir comentarios, también se pueden participar en juegos para adivinar quien envió el “like”, este medio se usa únicamente como un chat virtual (Barbieri, 2019).

- Twitter: Esta red, funciona de una manera distinta a las demás, ya que los usuarios únicamente pueden tener dos funciones, la de seguidores “Followers” y la de seguidos “followed”, ya que se tendrán dos grupos, los que sigues y los que te siguen, ya que cuando sigues a alguien puedes ver sus en líneas, sus publicaciones conocidas como “tweets”, en esta tú decides a quien seguir, así que de ti depende el contenido que veas en tu línea, de igual manera existe la posibilidad de compartir la publicación a un usuario, por otro modo también se crean los “hashtags” (Goncalves, 2018).
- WhatsApp: Permite el servicio de mensajería, el cual se puede intercambiar mensajes privados entre dos o más personas, en tiempo real, ya sea como texto o también tiene la función de realizar llamadas de voz o videollamadas, los cuales están encriptados por lo que nadie más puede leerlos, actualmente también existe la función de subir estados, para que únicamente tus contactos puedan verlos, anteriormente únicamente se usaba para dispositivos móviles, actualmente existe WhatsApp web, el cual con un código puede compartir toda conversación a través de tu monitor (Pascual,2018).
- Facebook: Actualmente es la red más usada en el mundo, con la finalidad de producir y compartir contenido, por lo que es necesario crear un perfil personal para así interactuar con personas conectadas a este sitio, por medio de mensajes instantáneos, la compartición de contenidos y los famosos “me gusta”, el cual en la actual ya existen diversas reacciones, también permite participar en grupos con intereses similares,

también se pueden enviar, videos, fotos y documentos, así como la creación de historias dentro de la red (Goncalves, 2016).

Con esto se observa que existen diversas redes sociales utilizables en el mundo, ya que estas son diversas, así como su función, ya que unas únicamente son utilizadas para subir fotos y videos, otras muestran una mayor amplitud, ya que aparte de subir ese tipo de contenido, puedes conversar con una o varias personas a la vez, e incluso puedes hacer llamada con una o más personas. Para esta investigación únicamente se hace la mención de estas redes sociales para saber que existe una amplia gama de estas.

1.5 Adicción a las redes sociales

Para poder entender de una mejor manera la adicción a las redes sociales, es importante entender el concepto de adicción, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) (Como se citó en Martín y Medina, 2021), dice que se caracteriza por dominar la voluntad de una persona, la dependencia a una sustancia, relación o actividad, se considera como una enfermedad a una sustancia, relación o actividad, se considera como una enfermedad cerebral, así como que afecta otros trastornos neurológicos o psiquiátricos, así como una enfermedad que afecta la neurotransmisión y las interacciones dentro de la estructura del cerebro.

Sussman y Sussman (cómo se citó en Gutiérrez, 2014) indican que el concepto de adicción puede entrar tanto para una sustancia, como a ciertos comportamientos, por lo que se deduce que toda adicción conlleva a diversos síntomas como:

- Capacidad para “engancharse” en ciertas conductas que pueden derivar ciertas consecuencias reforzantes.
- Nivel de saciedad temporal.
- Preocupación por el consumo o conducta que desprende cierto refuerzo.
- Tener dificultad de realizar dicha conducta a pesar de la existencia de consecuencias negativas.

Blachnio (como se citó en Álvarez y Martín, 2021), entiende que la conducta adictiva a las redes sociales se entiende como un subtipo de adicción a internet, de manera que posee sus mismas características, pero que se enfocan a la utilización de aplicaciones y sitios web.

Ya enfocado a la parte de redes sociales, estar conectado a internet, puede actuar como una droga estimulante, que puede producir cambios tanto fisiológicos en el cerebro, que afecta en el aumento de la dopamina, así como la de algunos neurotransmisores que están enfocados al placer. Para ciertas personas, el abuso de internet es tanto que su privación puede causarles síntomas de abstinencia, ya que puede causarles síntomas como, irritabilidad, inquietud psicomotriz, entre otras, en este punto, los jóvenes sienten cierta necesidad de engancharse a la red social a costa de lo que sea (Echeburúa y Requesens, 2012).

Por otra parte, la adicción desde una perspectiva más biológica y basada en una postura más neurocientífica, se ha identificado que la adicción al internet genera cambios en la conectividad neuronal, así como en la estructura y el funcionamiento del cerebro, tal como la disminución de actividad dopaminérgica, encontrando algunas similitudes con otro tipo de adicciones (Medrano et al., 2017).

Algunos de los principales factores de riesgo en la adicción a internet son los siguientes: vulnerabilidad psicológica, estrés, la facilidad de acceso, la disponibilidad, falta de límites, la percepción de anonimato, las familias disfuncionales, la presión social; así como los factores de protección que están relacionados con las habilidades de afrontamiento, el entorno social sano y apoyo familiar (Echeburúa, 2012).

La adicción a una red social, se basa en aquella compulsión por estar conectado en la red social, que implica a ser un coleccionista de amigos y dedicar tiempo a la decoración del perfil. Ya que se presentan casos de personas que incluso están en estas redes hasta 18 horas, que constantemente están al pendiente de su(s) redes sociales, es por eso que hay que prestar atención a los adolescentes, ya que son los que reúnen características de riesgo como la impulsividad externa, la autoestima baja y la necesidad de relacionarse con nuevas personas (Gavilanes, 2015).

Tomando en cuenta a otro autor, indica que la adicción a las redes sociales, se basa en una variedad psicológica que afecta al comportamiento, ya que es considerado como un impulso, el cual no se puede controlar, ya que existe un gran porcentaje de usuarios que se vuelven adictos y que se involucran en el uso excesivo o compulsivo de tales redes sociales, esto debido a que las plataformas como Facebook, Instagram, Snapchat o TikTok, producen los mismos circuitos neuronales que los que causan los juegos al azar e incluso que las drogas a los consumidores (Matín y Medina, 2021).

1.5.1 Características de adicción a redes sociales

La principal alarma que denota una dependencia a las redes sociales y que pueden ser un reflejo de una conversión de una afición en una adicción, es la privación del sueño, ya que

prefieren estar conectados a la red, ya que le dedican unos tiempos de conexión normalmente altos, también suelen descuidar ciertas actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio e incluso la salud; algunas características de las redes sociales que mencionan Boyd y Ellison (Como se citó en Gavilanes, 2015) son:

- Son sistemas abiertos a nuevos miembros.
- Cada uno de los usuarios tiene un perfil con una página única, en la que se crea una identidad, por medio de formularios con una serie de preguntas, como la edad, intereses, ubicación, estudios. Ya que en estos perfiles pueden ser mejorados con diversos tipos de contenidos.
- La forma en la que cada uno gestiona los permisos de acceso y visibilidad.
- Cuando una persona se da de alta a una red social, se suele animar a que se identifiquen los contactos.
- También algunos servicios de redes sociales, ofrecen la posibilidad de enviar mensajes (privados), en los perfiles de los contactos.

Andreassen (2013), revela que los rasgos de un adicto a las redes sociales, suelen ser muy similares a los que padecen los alcohólicos y los drogadictos, como lo son:

- Pasar mucho tiempo pensando en las redes sociales como, Facebook, Instagram, TikTok, entre otras.
- Tener la necesidad de utilizar las redes sociales en todo momento.
- Usar las redes sociales, con el fin de olvidarse de los problemas personales o laborales.
- Fracasa en el intento de reducir el tiempo de utilidad de las redes sociales.

- Sentir cierta inquietud y ansiedad para usar la red social, más cuando se está prohibido.
- Ocasiona impacto negativo en la vida personal, laboral, estudiantil, por usar estas redes sociales.

De acuerdo con la psicología, se dice que, si se cumple con al menos cuatro de los rasgos mencionados, se caracteriza como un indicador claro, de que la persona está sufriendo una adicción por estas redes sociales.

Algunos de los criterios diagnósticos de adicción a internet propuestos por Young (como se citó en Navarro y Rueda, 2007) son:

- Sentimientos de preocupación por internet ya que piensa acercarse de anteriores y futuras actividades vía redes sociales.
- Necesidad de aumentar el tiempo al usar internet para alcanzar cierta satisfacción.
- Se realizan esfuerzos constantes sin éxito para controlar, disminuir o detener el uso de redes sociales.
- Se este más tiempo del que se pretende en internet.
- Se siente malhumorado o inquieto e incluso deprimido en sus intentos por dejar de usar las redes sociales.
- Se ha estado en riesgo de perder alguna relación importante, oportunidad o incluso trabajo debido al uso de estas redes sociales.

Fernández (como se citó en Salcedo, 2016), logra identificar problemas asociados al síndrome adictivo y relacionarlos con el uso de internet, haciendo un énfasis en el uso de las redes sociales, ya que señala las siguientes características:

- Se está dominado únicamente por el uso de las redes sociales, con el fin de dominar sus pensamientos, sentimientos y su conducta.
- Altera sus estados de ánimo, en cuanto ansiedad, enojo, entre otras; como consecuencia de implicarse tanto en la actividad.
- Suele perturbarse cuando se es interrumpido al momento en el que hace la actividad o se le reduce el tiempo de acceso.
- Empieza a enfrentar problemas con personas que lo rodean, ya sea dentro o fuera de estas redes o incluso consigo mismo.
- En cuanto a la interacción social, fuera de las redes va disminuyendo.
- Presenta cierto aislamiento social que se da cara a cara, priorizando el tipo virtual.
- Suele afectar en el rendimiento escolar a consecuencia del gran uso de estas redes.
- Cambios radicales e inesperados de ánimo, por no estar conectado a este tipo de redes sociales.

1.5.2 Factores relacionados a la adicción a las redes sociales

Por otra parte, Shain (como se citó en Cabero et. al. 2020), en su Escala para Medir la Adicción de Estudiantes a las Redes sociales genera los siguientes factores:

- Satisfacción: Los usuarios prefieren generar amistades por medio de las redes sociales, ya que no les llama mucho hacerlas de manera presencial, por lo general prefieren comunicarse con personas por medio de las redes sociales, ya que esto les ayuda a expresarse de una mejor manera con las demás personas, esto debido a que creen que una vida sin redes sociales no tiene sentido alguno, así mismo los usuarios tienen la libertad (y en ocasiones lo hacen), de aparentar lo que los usuarios quieren

ser o les gustaría ser; así mismo suelen estar conectados a estas redes sociales a pesar de estar acompañados de personas, ya que en ocasiones ven a estas redes como una salida de escape, lo cual provoca que se generen ciertos problemas con las demás personas, debido a la falta de atención.

- **Problemas:** Son algunos problemas ocasionados por el uso de estas redes sociales; ya que se pueden presentar ciertos problemas físicos, así como a la productividad de las personas debido a que suelen enfocarse más en las redes que a pendientes o proyectos, otro de los problemas es que usan más estos medios, que el hecho de tener una convivencia productiva y sana con los miembros de su familia e inclusive con sus amigos, por otra parte se presenta la pérdida del apetito así como olvidar incluso el beber agua, suelen sentirse mal si se están obligados a disminuir su tiempo en estas redes e inclusive suelen sentirse infelices cuando no están conectados a estas.
- **Obsesión de estar informado:** Las personas que están obsesionadas por estar informadas, con el fin de que por este medio se informen de lo que sucede, así como estar al pendiente sobre cosas relacionados a sus cursos o actividades, como a algunas tareas, algún deporte que les guste o incluso que realicen; así como ver sobre lo que se comparte en los grupos de medios sociales, ya que gracias a ello se está enterado de eventos o acontecimientos que son especiales, como los cumpleaños, algún aniversario e incluso la invitación a alguna fiesta o reuniones familiares, ya que suelen estar activos en las redes sociales para estar inmediatamente informados sobre lo que comparten sus amigos, familiares, conocidos o incluso ciertos artistas.
- **Necesidad/obsesión de estar conectado:** Los usuarios buscan conectarse a internet en cualquier lugar en donde se encuentren para así poder acceder a sus redes sociales, ya

que si no lo están suele generarse cierta ansiedad para poder usar estas, también se especifica que es una necesidad, debido a que al momento de despertar, lo primero que se hace es ver algún dispositivo móvil, con la finalidad de meterse a estas redes sociales; también cuando se está solo los usuarios lo único que quieren y/o hacen es conectarse a estas y así cuando se logran conectar a ellas llega hasta la emoción, de igual manera las actividades de las redes sociales se afianzan con la vida cotidiana de los usuarios.

1.12 Ventajas y desventajas de las redes sociales

1.12.1 Ventajas

De acuerdo con (Gavilanes, 2015) enfatiza ciertas ventajas de las redes sociales, las cuales son:

- Inmediatez de las noticias: Es más rápido que cualquier medio de comunicación.
- Conocimiento: Se comparte diversa información actual, resultados de investigaciones, noticias, entre otras.
- Es una gran herramienta para formación.
- Excelentes para propiciar contactos afectivos nuevos como: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.
- Oportunidad de integrarse a reuniones breves vía online con fines lúdicos y de entretenimiento con el fin de comunicar a miles de personas.
- Reencuentro con conocidos.
- Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.

- Diluyen fronteras geográficas y sirven para conectar gente sin importar la distancia.
- Perfectas para establecer conexiones con el mundo profesional.
- Pueden generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.
- La comunicación puede ser en tiempo real.
- Tener información actualizada acerca de temas de interés, además permiten acudir a eventos, participar en actos y conferencias.
- Son bastante dinámicas para producir contenido en Internet.

Díaz (2018) menciona más ventajas de estas redes sociales:

- Interacción con personas de diferentes ciudades, estados e incluso países.
- Envío de archivos diversos (fotografías, documentos) de manera rápida y sencilla.
- Las redes sociales permiten la movilización participativa en la política.
- Foros de discusión y debate.
- Permite el aprendizaje colaborativo.
- Son de gran ayuda a corporaciones policíacas en la investigación de un crimen o delito, con el simple hecho de ver el perfil del agresor.

1.12.2 Desventajas

Algunas desventajas de acuerdo con Gavilanes (2015) son:

- Son peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen nuestra vida e información privada.
- Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- Falta en el control de datos.

- Pueden ser adictivas y devorar gran cantidad de nuestro tiempo, pues son ideales para el ocio.
- Pueden apoderarse de todos los contenidos que publican.
- Pueden ser utilizadas por criminales para conocer datos de sus víctimas en delitos: como el acoso y abuso sexual, secuestro, tráfico de personas.
- Se pueden suplantar identidades con fines criminales.

Algunas otras desventajas mencionadas por Díaz (2018), son:

- Aleja de la posibilidad de conocer a gente de tu mismo entorno, lo que te aísla de la familia, amigos de la escuela.
- Para crear una cuenta es necesario contar con la mayoría de edad.
- Crea la posibilidad de volverse dependiente a ésta.
- Existe un amplio porcentaje de personas que no cuentan aún con equipo de cómputo ni energía eléctrica por tanto quedan excluidos de este servicio.
- Las relaciones interpersonales se vuelven menos afianzadas.

CAPITULO 2. AUTOESTIMA

2.1 Definición de autoestima

Es importante indagar sobre la autoestima, para ello se puede identificar que existen diversos autores que definen este término, por lo que se mostraran a continuación para tener un mejor entendimiento de esta, la autoestima es ser capaz de aceptarse y valorarse positivamente, considerando su desarrollo como un proceso que parte del conocimiento de sí mismos a través de la autoevaluación; cuanto más profundo sea este conocimiento, mejor se tendrá una imagen real de lo que se es, permitiendo mejorar así habilidades para el desarrollo personal (Haeussler, 2017).

Por otro lado, Coopersmith (como se citó en Lara et al., 1993), define a la autoestima como la evaluación que hace el sujeto respecto de si, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo.

Así mismo Braden, (1995) define a la autoestima como la capacidad de asumir retos en la vida, demostrar confianza en conseguir el triunfo y a encontrar la felicidad, ser responsables y dignos, reconocer sus necesidades y carencias, desarrollar nuestros principios morales y lograr con esfuerzo lo que nos proponemos.

También Bonet (1997) sostiene que la autoestima es la valoración que tiene el ser humano de sí mismo, la actitud que manifiesta hacia sí mismo, la forma habitual de pensar, de sentir, de comportarse consigo mismo y que la autoestima puede ser académica, social, interpersonal.

Así mismo, Clark (como se citó en Villareal, 2007) indica que la autoestima de un adolescente puede sufrir muchos cambios. Un adolescente con autoestima alta actuará independientemente, asumirá responsabilidades, afrontará nuevos retos con entusiasmo, estará orgulloso de sus logros, demostrará más emociones y sentimientos, tendrá una buena tolerancia a la frustración y además se sentirá capaz de influir en otros.

Por otra parte, se cree que la autoestima, es uno de los conceptos más antiguos en cuanto a la psicología científica, para William James (Como se citó en Weiss, 2018), menciona que la autoestima se define como: aquella “relación entre nuestras realidades y nuestras supuestas potencialidades”, lo que quiere decir que la autoestima es aquella relación entre las realidades de una persona y sus pretensiones, es aquel concepto que se tiene uno de sí mismo, ya que esto va a depender de qué se considere éxito y como se perfomare en base a eso.

Rosenberg (como se citó en Salcedo, 2016), define a la autoestima desde una aproximación sociocultural, ya que menciona que es aquella actitud, tanto positiva como negativa, que la gente tiene de sí misma; creándola como un producto de aquellas influencias provenientes de la cultura, la sociedad, la familia, así como las relaciones interpersonales; lo que se entiende que la autoestima es proporcional al grado en que la persona es capaz de medirse de forma positiva respecto a una serie de valores.

Para Carl Rogers (Como se citó en Acosta y Hernández, 2004), considera que la autoestima es aquel conjunto de experiencias que son constituidas por percepciones que se refieren al sujeto, es lo que la persona reconoce como descriptivo de sí, y que se percibe como datos de su propia identidad; ya que la autoestima se forma de acuerdo a las experiencias que

se van teniendo a lo largo de la vida y así la persona tiene la libertad de elegir salir adelante y poder hacerse responsable de sí mismo.

Roa (2013) define que la autoestima se refiere a la actitud hacia uno mismo, ya que se aceptan ciertas características determinadas tanto antropológicamente como psicológicas, respetando la de los otros, tomando en cuenta que, si se contempla a una actitud, se refiere a aquella forma habitual de pensar, amar, sentir y comportarse consigo mismos, ya que con ello ayuda a enfrentarse a nosotros mismos, así como el sistema fundamental por el cual ordenamos nuestras experiencias.

De otro modo, Braden (Como se citó en Naranjo, 2007), define que la autoestima está configurada por factores tanto internos (los factores que radican o son creados por el individuo-ideas, creencias, prácticas o conductas) como externos (entendiéndolos como factores del entorno, como los mensajes transmitidos tanto verbal como no verbal, las experiencias por los padres, personas significativas para nosotros, las organizaciones y la cultura.

Para White en Courrau (como se citó en Pereira, 2007), la autoestima es aquel valor del yo, el valor de una persona ante los ojos de las demás, ya que puede ser un proceso dinámico y también multidimensional que se construye a lo largo de la vida, en el cual, está involucrado el contexto social, físico, emocional y también cognitivo de la persona.

Es importante saber que la autoestima se va formando a lo largo de la vida, ya que en la adolescencia la percepción y valoración que tiene el joven de sí mismo toma un auge importante para lograr una identidad, así como la autoestima, tomando en cuenta que consta

de varios elementos, por lo que se puede notar que es multidimensional, ya que reúne aspectos sociales, morales, físicos, cognitivos y sexuales (Sesento, 2019).

Por otro lado, Vite (2008), considera que a pesar de que el ser humano pasa por cambios racionales o experiencial, la persona, la autoestima es considerada como un constructo con tendencia a la estabilidad, también se afirma que la autoestima global, se detecta como un constructo de nivel superior dentro de una estructura jerárquica del Self, ya que se presentan niveles medios.

Tarazona (cómo se citó en Alonso et. al.,2007) expresa que la autoestima, se trata en confiar en las propias potencialidades, es por ello que menciona dos componentes; la valía personal, que se refiere a la valoración positiva o negativa que la persona tiene de su autoconcepto como las actitudes hacia sí mismo; y el sentimiento de capacidad personal, consta en las expectativas que tiene una persona de ser capaz de hacer exitosamente lo que tiene que hacer, ya que suele ser auto eficaz.

Braden (como se citó en Villareal, 2007), menciona que aun que la autoestima sea alta o baja, puede influir mucho a lo largo de la vida, ya que a medida en que vamos moldeando nuestra autoestima, también se van creando una serie de expectativas, las cuales pueden existir en nuestras mentes de una manera subconsciente o semiconsciente de nuestro futuro, programándonos así sobre las acciones a llevar a cabo más adelante, por eso se puede decir que la autoestima, de cualquier nivel suele generar preferencias que se cumplen por sí misma.

Lefrancois (como se citó en Panesso y Arango, 2017) propone dos planteamientos de los cuales se puede entender el cómo se adquiere la autoestima:

- Por una parte, se encuentra la teoría de autovaloración, se plantea que la valía personal se da por medio de la diferencia entre lo que se quiere ser y lo que se cree que es; ya que cuando más se acerque el yo real (como se cree ser) al yo ideal (como se quiere ser), la autoestima será más alta.
- La teoría de la autovaloración de Cooley, indica que la autovaloración es aquella función directa de lo que se cree que los demás piensan de sí. Ya que la valía personal se refleja en la conducta de los demás hacia el sí mismo, ya que si la gente evita a la persona es porque no se es muy valiosa, por lo contrario, si recurren a su compañía, la valía es más positiva.

2.2 Antecedentes de la autoestima

Para poder entender de una mejor manera la historia de la autoestima, es importante entender a los autores que han estado hablando de ella a lo largo de este tiempo, es por eso, que se menciona a William James (1842-1910) (cómo se citó en Martínez, 2010), ya que fue el primer investigador en analizar la autoestima, con su aportación que asegura que para “entenderme a mí mismo” se suelen considerar tres componentes importantes, los cuales son:

- El estilo de pensar, sentir y actuar, los rasgos de personalidad.
- El “yo” social, las cualidades o defectos que reconocen en nosotros los demás, y la buena o mala reputación que se genera en el entorno social.
- El “yo” material, se basa en la imagen corporal, las riquezas, el patrimonio económico y las propiedades que son importantes para uno como persona.

Por otra parte, se encuentra Alfred Adler (cómo se citó en Oberst et. al., 2004), con su teoría psicología individual, en el cual se encuentran dos términos importantes, ya que genera el complejo de inferioridad; consta de las personas que padecen alguna debilidad orgánica o problemas de funcionamiento físico y por otra parte el afán de poder, basado en la sociedad, que se da entre las clases sociales, por medio de las generaciones o el sexo.

Posteriormente se encuentra Coopersmith con su libro “los antecedentes de la autoestima”, el cual menciona que la autoestima es el juicio personal de valía, que es expresado en las actitudes que el individuo toma hacia sí mismo, por lo que se expresa a través de una actitud de aprobación o desaprobación (Lara et. al., 1993).

Por otra parte, Wilber (cómo se citó en García, 2012), también se enfoca en la autoestima, el cual apoya 3 bases esenciales:

- Aceptación total, incondicional y permanente: La persona es única e irrepetible, ya que se tienen cualidades (son agradables de descubrir) y defectos (que se pueden corregir).
- Amor: El hecho de ser testigo de amor constante y realista, será una buena ayuda para que se logre una personalidad madura y estén motivados para rectificar cuando se equivoquen.
- Valoración: El poder elogiar el esfuerzo de alguien, siempre es más motivador para él, que hacerle constantemente recriminaciones.

Así mismo se encuentran unos estudios realizados más actualmente respecto a la autoestima; la autoestima, ha sido estudiada en diversas partes del mundo, en Latinoamérica de acuerdo a Coyla (2017) en su estudio “Niveles de autoestima en los adolescentes” muestra

que de los 95 adolescentes de entre 11 a 18 años de edad, indica que 72 estudiantes (75.8%) poseen un nivel de autoestima medio, en un segundo orden se muestran 12 estudiantes (12.6%) con una autoestima baja, y en tercer lugar 11 estudiantes (11.6%) poseen una autoestima alta. Por lo que los estudiantes con un nivel de autoestima medio son inseguros y que dependen de la aceptación social.

Por otro lado, en Lima-Perú se realizó una investigación sobre la autoestima en estudiantes de sexto grado de primaria, para este se realizó un cuestionario para medir la autoestima, en donde los resultados se basaban en si arrojaba un nivel alto o un nivel bajo de la misma, por lo que los resultados arrojaron que se identificó una media de 164.59 y una desviación típica de 27.455. Así mismo se encontró que el 28.4% de los estudiantes presentan una autoestima baja, y que el 81.8% de los estudiantes presentan una autoestima alta (Cajavilca, et al., 2014).

Se encuestó a 148 alumnos con el fin de evaluar la autoestima con edades de 18 a 46 años, tomando en cuenta a hombres y a mujeres, por lo que se dio como resultado que los jóvenes de un nivel superior, muestra un nivel de autoestima alto, se toma como producto de la edad, por otro lado, el 15%, mostró ciertas dificultades en cuanto a la autoestima y como se puede notar que la baja autoestima no solo repercute en la personalidad, sino que también en el desarrollo de diversas actividades (Sesento y Lucio, 2019).

Salcedo (2016) realizó una investigación con la finalidad de relacionar las redes sociales y autoestima, dentro de esta se aplicó el cuestionario sobre redes sociales (hecho por los interesados) y el inventario de Coopersmith para encontrar la relación entre estas dos variables, estos instrumentos se aplicaron a 60 alumnos de entre 14 a 19 años de edad; por lo

que se obtuvieron resultados favorables, ya que se concluyó que existe una relación positiva entre estas dos variables.

Por otro lado González et al. (2003), realizaron un estudio a los alumnos pronto a ingresar a la licenciatura de psicología, en México, con un total de 422 participantes de entre 18 a 28 años de edad, la cual se dio a conocer que, en cuanto al factor de autoestima, las personas de 19 y 22 años de edad, presentan una autoestima baja en cuanto al fracaso, así mismo se notó que el ingreso a una licenciatura y el hecho de ser sometidos a evaluaciones, propicien una sensación de decepción desvalorización de sí mismos.

El presente estudio fue realizado a 400 alumnos de entre 14 a 27 años de edad, tomando en cuenta a ambos sexos, se dio a conocer que los hombres se aceptan más que las mujeres, debido a las diversas circunstancias que rodean al fenómeno, ya que, en cuanto al factor de percepción de competencia, relación familiar y manejo de emociones, no se encuentran diferencias significativas entre estos sexos (Vite, 2008).

Tomando en cuenta a otra investigación referente a la autoestima, se pretende conocer la relación entre la autoestima con el rendimiento académico, con los alumnos, por lo que se dio como resultado, que los alumnos con menor grado de autoestima, muestran menor seguridad al hablar dentro y fuera del salón de clases, esto a que muestran dificultad para profundizar en un ámbito más social, por otra parte se notó que los alumnos que tienen una autoestima baja o media, no presentan problemas alguno, mientras que los que tienen autoestima alta se tuvieron reportes por dichas conductas (Villareal, 2007).

2.3 La autoestima en sus bases teóricas psicológicas

2.3.1 La autoestima en la teoría del psicoanálisis

Se conoce que Sigmund Freud fue el creador de la teoría psicoanalítica, ya que esta teoría se enfoca en la influencia de las experiencias que se ha vivido en la niñez temprana, en la conducta y de las motivaciones inconscientes.

Es por ello que Freud (como se citó en Rucoba y Rucoba, 2015) estableció una estructura básica de la personalidad: el ello que busca el placer; el superyó, la perfección, y el yo, la realidad. El yo define cómo expresar y satisfacer los deseos del ello teniendo en cuenta la realidad y los requerimientos del superyó; de esta manera el yo puede actuar de acuerdo con la realidad desarrollando sus habilidades cognitivas y los estímulos sensoriales. De igual manera, afirma que el yo está formado por procesos mentales, capacidad de razonamiento y el sentido común, razón por la cual podemos decir que el yo forma la parte racional de la mente.

2.3.2 La autoestima en la Teoría sociocultural

De acuerdo con esta teoría, y a manera general, esta dice que la mente tiende a desarrollarse dentro de un proceso social, por medio de experiencias individuales que posteriormente se interiorizan.

Por ello se puede indicar que el individuo ya no es el punto de análisis; en este caso podemos decir que son las actividades socioculturales las que tienen que ver con la participación activa de los individuos establecidos socialmente, Rodríguez (como se citó en

Monzón, 2012). Por otro lado, Rosenberg, en su investigación realizada con más de 5000 sujetos, toma en cuenta la relación de ciertos factores sociales con la autoestima; además de investigar la influencia que existe entre la autoestima y las conductas sociales. De esta manera, define la autoestima como la actitud positiva o negativa hacia un determinado objeto.

2.3.3 La autoestima en la Teoría humanista

Para Morris (cómo se citó en Aguirre y Martínez, 2016), la teoría humanista, se enfatiza en aquel estudio del potencial humano, sustituyendo a las deficiencias o disfunciones; ya que se produce un desplazamiento del interés hacia aquellos aspectos positivos de la personalidad de los individuos. Es por eso que esta teoría fundamenta la creencia de que se tiene una tendencia a autorrealizarse, es por eso que se cree que los sentimientos son más importantes que los hechos, ya que aprender a sentir es tan importante como el aprender a pensar.

Se puede ver, que al analizar el pensamiento de Maslow sobre las necesidades, se encuentran la motivación, meta motivación, motivo o deseo, jerarquía de las necesidades y autorrealización, ya que son elementos que abarcan su teoría, según Maslow cree que una persona está motivada cuando siente deseo, anhelo, voluntad, ansia o carencia; por lo que quiere decir, que se buscará el desarrollo pleno de sus capacidades, las cuales serán satisfechas solo si primero son atendidas las necesidades básicas como comida, descanso, entre otras (Elizalde et. al., 2006).

2.4 Dimensiones de la autoestima

Para Rosenberg y Schooler (como se citó en Cajavilca, 2014) mencionan que la autoestima se puede dividir en global y específica, por lo que se entiende como autoestima global, como la actitud tanto positiva como negativa, individual hacía el yo; esta se relaciona directamente con la salud mental o bien salud psicológica y también con el grado de autoaceptación y autorrespeto. Y por otro lado se encuentra la autoestima específica que hace referencia a las áreas particulares de ejecución del individuo en su mundo, se toma como una faceta específica del “yo”; ayuda a formar su autoestima, esta suele ser juiciosa y está asociada con componentes del comportamiento.

Milicic (como se citó en Santos, 2017) también expone otras dimensiones o áreas de la autoestima, a continuación, se presentarán las siguientes dimensiones que son significativas en la edad escolar:

- **Dimensión física:** Esta se da en ambos sexos ya que es el sentirse satisfechos consigo mismos; ya que se refleja al sentirse fuertes y capaces de defenderse, así como se muestra confianza y armonía.
- **Dimensión social:** Esta incluye el sentimiento de pertenencia, es decir ser aceptado por los demás y sentirse parte de un grupo. También se relaciona con el hecho de sentirse capaz de enfrentar con éxito diferentes situaciones, así como el sentir aceptación o rechazo por parte de los demás.
- **Dimensión afectiva:** Se refiere a la autoaceptación de la personalidad, como sentirse: simpático o antipático, estable o inestable, valiente o temeroso, tímido o asertivo, tranquilo o inquieto, generoso o tacaño y equilibrado o desequilibrado.

- **Dimensión académica:** Se refiere a la autoaceptación de la capacidad para enfrentar con éxito las situaciones de la vida académica y sentirse capaz de lograr tener un buen rendimiento y lograr ajustarse a las diversas obligaciones que se le presenten.
- **Dimensión ética:** Se relaciona con el hecho de sentirse una persona buena y confiable. También incluye atributos como sentirse responsable, trabajador. La dimensión ética depende de la forma en que el sujeto interioriza los valores y las normas establecidas y de su actitud frente a las personas que le llamen la atención.

Por otra parte, McKay y Fanning (como se citó en Florencia, 2017) Señalan que dentro de la autoestima existe cierta valoración global a cerca de sí mismo y del comportamiento de su yo, dentro de este se encuentran estas dimensiones:

- Física: Sentirse atractivo.
- Social: El sentirse aceptado y de pertenecer a un grupo, ya sea empresarial, de servicio, entre otros.
- Afectiva: Que es la autopercepción de diferentes características de la personalidad.
- Académica: Se basa en enfrentar con éxito los estudios, carreras y la autovaloración de las capacidades intelectuales, inteligente, creativa, constante.
- Ética: Se centra en la autorrealización de los valores y normas.

2.5 Niveles de autoestima

Dentro de los niveles de la autoestima de acuerdo a Coopersmith (como se citó en Steiner, 2005) señala que existen 3 niveles, los cuales son alta autoestima, promedio autoestima y baja autoestima, los mismos que son susceptibles a aumentar o disminuir con

el correr del tiempo dependiendo del aprecio, afecto, aceptación, atención y autoconciencia de la persona. A continuación, se especificarán más a profundidad.

2.5.1 Adecuada autoestima

Se identifica que las personas que tienen una adecuada autoestima, experimentan sentimientos agradables de valía personal, así como de conocerse y saber lo importante y lo especial que se es para alguien o están seguros y satisfechos, ya que saben cómo actuar; está relacionado con ciertos pensamientos y sentimientos positivos para poder lograr las aspiraciones, deseos y metas (Rucoba y Rucoba, 2015).

2.5.2 Alta autoestima

Dentro de esta se estima que la persona cree firmemente en ciertos valores y principios dispuesto a defenderlos, capaz de obrar según crea más acertado y confiado en su propio juicio, tiene confianza en su capacidad para resolver sus propios problemas, se considera interesante y valioso, es sensible a las necesidades de los demás, respeta las normas de convivencia. Por lo tanto, las personas con alta autoestima, gustan más de sí mismos que los otros, quieren madurar, mejorar y superar sus deficiencias (Cajavilca, 2014).

Por otra parte, Moreno et. al., (2015), indica que el incremento de la autoestima es percibido como favorable, ya que produce satisfacción emocional, ya que las personas con una autoestima alta, tienden a buscar el crecimiento personal, por medio de la ejercitación de sus capacidades al límite, más sin en cambio siempre suelen reconocer sus errores.

Del mismo modo Aguirre y Martínez (2016) hacen referencia a que una persona con la autoestima alta suele respetar su valor, así como el de las demás personas ya que tiene la

capacidad de solicitar ayuda, brinda confianza, logra reconocer sus habilidades, así como sus limitaciones, ya que se siente una persona importante para él y/o ella misma, ya que tiene confianza en sus mismas competencias y capacidades, tiene fe en sus propias decisiones ya que reconoce sus propios defectos.

Pérez (como se citó en Paucar y Barboza, 2018) indica que las personas con un nivel de autoestima alto se encuentran con las siguientes características:

- No suelen ceder a las presiones de la vida, ya que están en todo momento seguros de sí mismos.
- No suelen temerle al fracaso o a problemas que se pueden presentar a lo largo de su vida diaria.
- Estas personas, se relacionan de una manera positiva con sus amigos, ya que está más capacitado para aprovechar las oportunidades que se le presentan a lo largo de su camino.
- Tiene el valor de asumir riesgos y lograr enfrentar los fracasos y frustraciones como oportunidades para aprender, ya que los toma como desafíos.
- No pierde el tiempo preocupándose por los excesos que haya cometido en el pasado ni por lo que pueda pasar en el futuro, ya que vive el presente con intensidad.
- Se acepta tal cómo es, ya que es consciente de que su éxito es su propia persona, ya que acepta cualquier crítica constructiva con el fin de mejorar sus errores, pueden autoevaluarse y no tienden a emitir juicios sobre las otras personas de su entorno social o familiar.

2.5.3 Baja autoestima

A manera general, este nivel está relacionado con sentimientos de minusvalía, incapacidad e inseguridad en la persona en general; ya que las personas con una baja autoestima, muestran sentimientos de descontento consigo mismos.

Dentro de esta se encuentra a la persona en un estado de insatisfacción, rechazo y desprecio de sí mismo, presenta las siguientes características (Cajavilca, 2014):

- a) **Vulnerabilidad a la crítica:** se siente exageradamente atacado y herido, echa la culpa de sus fracasos a los demás o a la situación, cultiva resentimientos contra sus críticos.
- b) **Deberes:** deseo excesivo de complacer, por el que no se atreve a decir no, por miedo a desagradar y perder la benevolencia o buena opinión del otro.
- c) **Perfeccionismo:** auto exigencia esclavizadora de hacer perfectamente todo lo que intenta, esta característica conduce a un desmoronamiento interior cuando las cosas no salen con la posición exigida.
- d) **Culpabilidad neurótica:** se acusa y se condena por conductas que no siempre son objetivamente malas, exagera la magnitud de sus errores sin llegar a perdonarse por completo.
- e) **Hostilidad flotante:** siempre a punto de estallar aún por cosas de poca monta, propia del crítico (excesivo) quien todo lo siente mal, todo le disgusta, todo le decepciona, nada le satisface.
- f) **Tendencias depresivas:** un negativismo generalizado en su vida, su futuro, y sobre todo una inapetencia generalizada del gozo de vivir y de la vida misma.

También existen algunas expresiones de la autoestima baja, las cuales son (García et. al., 2006):

- Actitud Excesivamente quejumbrosa y crítica: Ya que este tipo de actitud es una manera de expresar alguna sensación de descontento, debido a que las cosas no resultan como ellos quisieran o merecen; a través de sus quejas y críticas buscan cierto grado de atención, así como la simpatía de las demás personas, y pueden llegar a ser rechazados debido a que asumen una posición de víctimas.
- Necesidad compulsiva de llamar la atención: Son personas que constantemente están demandando que los atiendan, esto confirmando que de alguna manera les confirmen que son importantes.
- Necesidad de ganar: suelen frustrarse y se ofuscan de una manera desproporcionada si llegan a perder; suelen creer que, para ser queridos, deben ser los primeros en hacer las cosas, por lo tanto, suelen ser malos perdedores ya que no aceptan las derrotas.
- Actitud excesivo y poco sociable: Suelen tener temor por auto exponerse y por ende hacer amigos íntimos, ya que imaginan que son aburridos para otras personas.
- Animo triste: en ocasiones suelen verse muy tranquilos, pero si se les observa con claridad, muestran un sentimiento de tristeza, ya que suelen sonreír con dificultad, las actividades que se proponen no los motivan, no pelean por su espacio y resignadamente aceptan el lugar que se les proporciona.

2.6 Autoestima positiva y negativa

Expresiones de una persona con autoestima positiva; este tipo pueden ser variadas y suelen depender tanto de factores de personalidad como de ambientales, el cual únicamente se mencionarán rasgos comunes, los cuales son (García et. al., 2006):

- En relación a sí mismo: En este sentido la persona actúa con seguridad y se siente capaz y responsable de lo que piensa, siente y hace, ya que tiene autocontrol y suele regular sus impulsos.
- En relación a los demás: Es una persona flexible y abierto, ya que su comunicación suele ser clara y de manera directa, ya que establece relaciones adecuadas con sus superiores, suelen ser empáticos, así como tomar la iniciativa en un ámbito social.
- Frente a las tareas y obligaciones: Suelen ser creativos, asumen una actitud de compromiso, suelen ser optimistas, se interesan por las tareas y es capaz de orientarse a metas que se propongan, ya que perciben el éxito como el resultado de sus habilidades y esfuerzos.

Formas de evitar una autoestima negativa:

- Factores de mayor frecuencia: suele ser la crítica, así como el perfeccionismo, ya que no tienen libertad y esto hace que las personas se sientan agobiados y con esa sensación de insatisfacción por no haber logrado sus metas
- Las cuestiones de gusto o necesidad personal de los adultos.
- La necesidad de los sentimientos asociados a una autoestima negativa, aumenta cuando las figuras de autoridad no diferencian entre una conducta y una identidad.
- Mensajes que repitan reiteradamente las características negativas de la persona.

2.7 Componentes de la autoestima

Una vez entendido ciertos puntos de la autoestima, es importante entender que esta se conforma por tres componentes, los cuales son (Priego, 2019):

- El Componente Cognitivo (cómo pensamos): Se especifica el autoconcepto; es decir el cómo se consideran y que tanto se conocen, cuáles son sus virtudes y defectos y que esas debilidades que tienen no las tomen como algo malo, si no, como buscar una mejora para ello. Lo que se puede entender en este componente, es el que tanto se conocen, cuales son sus defectos y también sus virtudes.
- El componente afectivo o bien como nos sentimos: Esta relacionado a la valoración que se da tanto de una manera positiva como negativa. Implica sentimiento de valoración ya sean favorables o desfavorables. Dentro de esta es el valor que se dan a ellos mismos o bien el cómo se sienten y el cómo toman sus habilidades o incluso como aceptan sus características fisiológicas.
- Y por último el componente conductual se basa en el cómo actuamos: En este se encuentra la fuerza de voluntad y la decisión de cada cosa que hacen en cada momento. Se basa en concretar todo lo deseado en su vida en forma coherente y consecuente. Es la aceptación por parte de los demás y la autoafirmación hacia uno mismo. En este componente es importante tomarlo en cuenta, ya que se pueden cambiar ciertas conductas para que en algún punto cambie algo de ellos de manera física o de alguna otra.

Refiriéndonos a Rucoba y Rucoba (2015), menciona que aceptarse a sí mismos, constituye un componente esencial de la persona, y que se desarrolla una autoafirmación que implica que los demás consideran y reconozcan:

- La aceptación de sí mismo: Este es un componente importante, que se debe afianzar desde niños, ya que este lo ayuda a percibirse como una persona con derechos, así como poder valorar rasgos físicos que lo caracterizan, que se sienta satisfecho con su nombre, que sea orgulloso con el sexo que tiene, que no se sienta inferior por pertenecer a cierto grupo o cultura y que se reconozca como parte de la historia personal, familiar y nacional.
- La autonomía: Es un componente fundamental de la autoestima, ya que saberse, sentirse y actuar con esa seguridad, solo se es posible si se van logrando aprendizajes que permitan interactuar de una manera independiente; ya que es fundamental propiciar el aprendizaje para que la persona se ubique como un ser social.
- Componente expresión afectiva: Se pone como principal, lo afectivo en cuanto a su dimensión comunicativa, con la capacidad de dar y de recibir; ya que es lo que le permite a una persona autoestimarse, ser respetuoso, solidario, generoso, relacionarse adecuadamente y con esto la ayuda para forjar la capacidad de responder tanto al amor como al desamor.

De acuerdo con Gastón (Como se citó en Naranjo, 2007) indica que existe una serie de aspectos que componen a la autoestima, ya que se considera en dos dimensiones complementarias, una referida a la actitudinal que se conforma por tres componentes, seguido de la dimensión conductual que también se basa en tres componentes los cuales son:

- La autoimagen: Es aquella capacidad de verse así mismo como lo que realmente es, con sus virtudes y defectos.
- La autovaloración: Es identificar aquellos medios que satisfagan las necesidades que tiene la persona de verse a sí misma de una manera positiva, para que así logre un mayor valor y atención a las dimensiones importantes de su personalidad.
- Y la autoconfianza: Esta se entiende como en que la persona crea en sí misma y en sus propias capacidades para que se pueda enfrentar a distintos retos, lo que también lo motiva a buscar ciertas oportunidades que logren poner en práctica y que demuestre sus competencias.
- Y dimensión conductual: El autocontrol; consta en manejarse adecuadamente en cuanto a lo personal, cuidándose, dominándose y organizando bien su vida; es la capacidad de ordenarse propiamente y lograr ejercer ese dominio propio que fomente tanto un bienestar personal, como en el grupo al que se pertenece.
- La autoafirmación: Es aquella libertad de lograr ser uno mismo, teniendo la capacidad de tomar decisiones para así tener su propia autonomía y madurez; es aquella capacidad que tiene la persona de expresarse abiertamente al momento de expresar sus pensamientos, deseos o habilidades.
- Y la autorrealización: Se basa en el desarrollo y la expresión adecuada de las capacidades, de manera en que la persona pueda vivir una vida satisfactoria y de provecho para sí misma, así como para otras personas; se basa en la búsqueda del cumplimiento de las metas que conforman el proyecto de su existencia.

2.8 Importancia de la autoestima

A manera general, la autoestima es una necesidad vital para el ser humano, ya que es básica y efectúa una contribución esencial al proceso de la vida, desempeñando un papel importante en las elecciones y decisiones que le dan forma. La autoestima suele ser indispensable para el desarrollo normal y sano, ya que tiene el valor de supervivencia, debido a que representa un logro individual, producto de una labor perseverante de conocimiento interno (Pérez, 2019).

Si bien afirmamos su importancia, es necesario señalar sus límites ya que el pleno desarrollo de las personas pasa por la satisfacción de necesidades y aspiraciones humanas más amplias. Entre las más significativas están las que señalan Alcántara (como se citó en Rucoba y Rucoba, 2015):

- Ayuda a superar las dificultades personales, los fracasos y las dificultades personales no serán experiencias paralizantes en la formación, cuando la escuela promueve la interacción social y la autorrealización a través del desarrollo de la estima personal y la seguridad de sus propias capacidades.
- Fundamenta la responsabilidad, ya que que se valoran positivamente se comprometen con mayor facilidad y desarrollan un sentido amplio de responsabilidad en las actividades que se realizan.
- Apoya la creatividad, fluidez, originalidad de ideas e inventiva se consiguen con una adecuada autoevaluación.

- Determina la autonomía personal; alumnos autónomos, autosuficientes y seguros que tienen capacidad para el cambio y decisión se forman consolidando una autoimagen positiva.
- Permite relaciones sociales saludables, los niños que se aceptan y estiman así mismos establecen relaciones saludables con los demás.
- Garantiza la proyección futura de la persona, cuando el educando se auto valora crecen las expectativas por su desempeño escolar, aspirando a metas superiores.

Para las personas la autoestima es importante debido a que determinan las características personales de los mismos reconociendo sus capacidades, las cuales les permiten una satisfacción interna y valorarse a sí mismos.

Rodríguez y Caño (Como se citó en Cema, 2017), mencionan que la autoestima es importante, ya que ayuda a prevenir en una vida adulta, ciertos problemas relacionados con la salud tanto física como mental, ya que, si no se tiene una buena autoestima, se pueden encontrar dificultades a un nivel laboral y económico, también afecta en situaciones que tiene que ver con conductas antisociales.

2.9 Características de la autoestima

De acuerdo con Basadre (como se citó en Cajavilca, 2014), afirma que la autoestima se puede apreciar de diferentes maneras clasificándolas, como positiva y negativa, en el primer caso se refiere al cuidado propio de la persona. Por lo tanto, se identifica que las personas que poseen una autoestima alta se caracterizan por:

- Ser cariñosas y colaboradoras.

- Poseen un elevado sentido de confianza en sí mismos para iniciar actividades y retos.
- Establecen sus propios retos.
- Son curiosos.
- Hacen preguntas e investigan.
- Están ansiosos por experimentar cosas nuevas
- Describen de manera positiva y se muestran orgullosos de sus trabajos y logros.
- Se sienten cómodos con los cambios.
- Pueden manejar la crítica y burla.
- Aprenden con facilidad.
- Perseveran ante las frustraciones.

Por otra parte, las personas de baja autoestima, se caracterizan por:

- No confían en sus ideas.
- Carecen de confianza para empezar retos.
- No demuestran curiosidad e interés en explorar.
- Prefieren rezagarse antes de participar.
- Se retiran y se sientan aparte de los demás.
- Se describen en términos negativos.
- No se sienten orgullosos de sus trabajos.
- No perseveran ante las frustraciones.

Por otra parte, García (como se citó en Naranjo, 2007) agrega otras características de la autoestima alta:

- Cree firmemente en ciertos valores y principios, ya que está dispuesta a defenderlos aun cuando encuentre fuertes oposiciones, también se siente lo suficientemente seguro como para modificar esos valores y principios, si nuevas experiencias indican que estaba equivocado.
- Es capaz de actuar a lo que crea más adecuado, confiando en su propio juicio, y sin sentirse culpable cuando a otras personas les parece mal lo que ha hecho.
- Se considera y se siente igual, como persona, a cualquier otra, ya que logra reconocer diferencias en talentos específicos, prestigio profesional o posición económica.
- Reconoce y acepta en sí mismo una variedad de sentimientos e inclinaciones tanto positivas como negativas y está dispuesto a revelarlas a otra persona si le parece que vale la pena.

Por otro lado, el mismo autor señala algunas características que indican una baja autoestima:

- Autocrítica en exceso y eso mantiene a la persona en un estado de insatisfacción consigo mismo.
- Hipersensibilidad ante la crítica, por lo que se siente muy atacado o herido; descarga la culpa de sus fracasos a las demás personas o a las situaciones y cultiva resentimientos constantes contra sus críticos.
- Deseo por complacer, por lo que no se atreve a decir que no, por miedo a desagradar y a perder la buena opinión de otras personas.
- Perfeccionismo o autoexigencia esclavizadora de hacer perfectamente todo lo que intenta, que conduce a un desmoronamiento interior cuando las cosas no salen con la perfección exigida.

- Tendencias defensivas, un negativismo generalizado y una incompetencia hacia el gozo de vivir y de la vida misma.
- Hostilidad o irritabilidad, siempre a punto de estallar aún por asuntos de poca importancia, propia de la persona ya que critica a quien todo le disgusta, la decepciona y nada le satisface.
- Culpabilidad neurótica, por lo que se acusa y se condena por conductas que siempre son objetivamente incorrectas, ya que exagera sus errores o los lamenta indefinidamente, sin llegar nunca a perdonarse por completo.

2.10 Pilares de la autoestima

Branden (1995) indica que la autoestima está basada en seis pilares básicos, los cuales son:

- **La aceptación a sí mismo:** Este consta en determinar, reconocer y valorar las habilidades y limitaciones, sus errores y logros. Permite la aceptación reforzando la identidad personal y asumir sus rasgos físicos, psicológicos, sociales y espirituales, sintiéndose satisfecho con sus particularidades.
- **Vivir con propósito en la vida:** Significa identificar con responsabilidad las metas en la vida, realizando acciones que permitan el logro de las mismas manteniéndonos firmes para lograrlo. Las metas son aquellas que nos llenan de energía y dan significado a nuestra existencia.
- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de nuestros actos y poder resolver nuestros propios problemas.

- **Expresión afectiva:** Permite la interrelación con los demás, motivando a la persona a autoestimarse, ser respetuoso, solidario y generoso.
- **La consideración por el otro:** Permite reconocer y respetar los derechos de los demás, considerando la igualdad entre las personas y aun en las diferencias, observando sus necesidades con la misma igualdad como si fueran de sí mismo.
- **Integridad:** Es la coherencia que debe existir entre lo que hacemos, apreciando nuestras acciones en torno a nuestros valores.

2.11 Factores en el desarrollo de la autoestima

Las personas que tienen una idea equivocada de sí mismos tienen mayor ansiedad en su vida, debido a que piensan que no podrán realizar las mismas cosas que los demás, es por eso que Heuyer (como se citó en Cayetano, 2012) menciona los siguientes factores:

- **Factores socio-culturales:** Es un proceso que permite que las personas aprendan el funcionamiento de la sociedad, así como el reconocimiento de las normas, hábitos de conducta de su grupo en particular. Además, la familia, compañeros y habitantes de su comunidad, entre otros, ayudan en el proceso de socialización y el desarrollo de la autoestima.
- **Factores económicos:** Podemos señalar que las escuelas donde encontramos niños de escasos recursos presentan un estado físico inadecuado y carentes de medios y servicios básicos. No obstante, no es suficiente pensar que los jóvenes solo necesitan de recursos económicos, es importante brindarles en la escuela ambientes motivadores que permitan el desarrollo de confianza en sí mismos, así como desarrollar su identidad cultural.

- Factores emocionales: La autoestima alta es importante para el desarrollo del equilibrio psicológico y también para el logro de la felicidad, se puede decir que una persona tiene un buen concepto de sí mismo cuando confía y conoce sus capacidades y en cuanto a la relación con su entorno, por otro lado una idea negativa de sí mismo, suele evitar llamar la atención, es temeroso y le gusta la soledad, ya que las personas que tienen una idea equivocada de sí mismos tienen mayor ansiedad en su vida, esto se debe a que piensan que no pueden hacer las mismas cosas que las demás personas.

Rucoba y Rucoba (2015) menciona los siguientes factores que en algún momento pueden causar sentimientos de inferioridad como lo son:

- Experiencia infantil difíciles: Pobreza, violencia en la casa y en la escuela.
- Bajos niveles de tolerancia entre padres y maestros, al tratar a los niños con el castigo físico y moral, la crítica negativa en vez del estímulo o la persuasión.
- Situaciones sociales como la falta de identidad como pueblos o las marginaciones de todo tipo.

2.12 Formación de la autoestima

Según McKay y Fanning (como se citó en Steiner, 2005) un niño puede disfrutar de la vida, empezar relaciones positivas y aprender a ser autónomo; ahí radica la importancia que tiene el desarrollo de la autoestima. A partir de los tres a cinco años, el niño recibe opiniones, apreciaciones, así como críticas, a veces destructivas o infundadas, acerca de su persona o de sus actuaciones. El juicio que realizamos llega como una verdad definitiva, por lo cual debemos tenerlo en cuenta para la formación de la autoestima. La opinión de los padres que se trasmite de manera indiscriminada y con gestos de descalificación, tendrá eco

en la identidad del pequeño. Solo a partir de los once años puede tener una percepción de sus rasgos que él mismo identifica respecto a la imagen que sus padres o familia han permitido formar en su imagen personal.

Rucoba y Rucoba (2015) señala ciertas competencias generales, que de alguna manera influyen en la formación de la autoestima, así como también una tiene mayor énfasis en el fortalecimiento de esta, tales como:

- Crear una autoimagen positiva.
- Actúa asertivamente al relacionarse con sus pares.
- Actúa de manera precisa en grupos heterogéneos, reconociendo y valorando las diferencias.
- Es un líder democrático.
- Se expresa y ejercita de una manera física.

Por otra parte Rodríguez, (2015), indica que la autoestima se forma desde el momento de la concepción, ya que es el momento en el cual se inicia cierta carga de mensajes que esa o esas personas dan al nuevo ser, y esta se mantiene hasta los ocho años de edad, ya que primero se afianza de una manera energética y luego se cambia a una manera psicológica, tomando en cuenta que los mensajes pueden ser tanto verbales como no verbales y son expresados, ya sea de una manera negativa o positiva, en el caso de que sea de una manera negativa, se da debido a que uno de los padres asume como problema la llegada de su hijo, el cual conlleva a que el niño tenga pensamientos negativos de el mismo.

De acuerdo con la Biblioteca practica de comunicación (como se citó en Panesso y Arango, 2017), cada persona cuenta con diversas influencias para el desarrollo de la autoestima y que depende de ese desarrollo, se da paso como a algo positivo o negativo:

- Vinculación: Se relaciona con un ser social, ya que se tiene la necesidad de relacionarse con otros y de alguna manera sentirse parte de algo, ya sea en su entorno familiar, en lo social, educativo o laboral. Esto se da por medio de la preocupación que los demás manifiestan hacia él, así como la seguridad, la comprensión, la aceptación, el afecto, entre otras cosas que la sociedad le pueda brindar a la persona.
- La singularidad: Como su nombre lo menciona, es el sentirse especial o único, independiente a las características que comparta con otras personas a su alrededor; lo que implica que la persona pueda disponer de un lugar, el que se pueda expresar a su manera sin llegar a sobrepasar a los demás, uno de los ejemplos de esta parte, es que la persona tenga imaginación y creatividad, ya que con eso promueve la singularidad y eso le permite cierta distinción ante los demás.
- Poder: Se hace referencia a aquellas creencias que tiene la persona sobre su propio potencial, aquella convicción de que puede lograr lo que se propone, por otra parte, también se relaciona con el control que ejerce sobre sí mismo ante distintas situaciones; como en aquellas que le producen agobio, frustración o irritación.
- Pautas y/o modelos a seguir: Esta parte es una de las más importantes, debido a que se centra en las figuras de apego que la persona haya establecido en su infancia, esto debido a los patrones éticos, los valores, hábitos y las creencias que esas figuras hayan transmitido; debido a que el orden de las reglas son un punto importante para que se

crean esas pautas o guías que permitan planificar su tiempo, planificar y que logre resolver conflictos.

También él mismo autor, menciona que se tiene un desarrollo gradual a lo largo de la vida y durante las etapas del ciclo vital, el cual es:

- Etapa del sí mismo primitivo: Esta etapa se da desde que la persona nace, hasta los dos años; ya que la persona va desarrollándose con su figura cuidadora, contemplando que la mayoría de las veces, suele ser la madre, y conforme va pasando el tiempo, el niño va diferenciándose de los demás y haciéndose autoconsciente de sí, se da por medio de la percepción propia, esto se da al momento de reconocerse en el espejo, cuando se da cuenta que quien se refleja es él y que su madre es una entidad distinta, pero que a su vez es quien satisface sus necesidades.
- Etapa del sí mismo exterior: Esta etapa va de los 2 hasta los 12 años, tomando en cuenta que es la etapa más decisiva, en cuanto la estructuración de la autoestima, ya que es la vivencia de las experiencias de éxito o también de fracaso y la retroalimentación de las mismas por parte de los padres, ya sea que se construya una imagen positiva o negativa de sí mismo.
- Por otra parte, entre los 8 y 9 años de edad, se inicia una definición personal, en el cual los sentimientos de orgullo y de vergüenza, se hacen más evidentes, basándose en algunos rasgos psicológicos que ya logra identificar de sí y que los demás perciben; los sentimientos que se establecen en este tiempo, difícilmente son modificables en edades avanzadas, por lo que es importante que quienes educan al niño en esta edad, sepan manejarlo de una manera adecuada y que tengan una autoestima elevada, ya que son los primeros modelos a seguir del niño.

- Etapa del sí mismo interior: Va de los 12 años en adelante; dentro de esta, la persona busca describirse y definirse en tanto a la identidad, ya que es un proceso que inicia a los 12 años y que se intenta dar una respuesta a la pregunta ¿quién soy?, ya que inicia un transcurso de identificación-diferenciación, que se tiene en la adolescencia, ya que van surgiendo cambios cognitivos en cuanto al pensamiento crítico, el cual afecta al auto concepto de la persona, también se va siendo más consciente de los efectos que tiene su forma de actuar en el medio que lo rodea, debido a que los demás se convierten en un espejo que se regresa la información que se percibe.

Por otra parte, Braden (1995) genera 6 prácticas de la autoestima, las cuales son:

- La práctica de vivir conscientemente: Esto quiere decir que se tiene que vivir siendo responsable hacia la realidad, el distinguir los hechos de las interpretaciones sobre las emociones.
- Práctica de la aceptación de sí mismo: Conlleva a la idea de compasión de ser amigo de sí mismo.
- Práctica de la responsabilidad de sí mismo: Asumir que uno es la artífice de su propia vida, ya que se es responsable de la secuencia de los propios deseos, así como de las elecciones que hace.
- La práctica de la autoafirmación: Ya que es importante respetar los deseos propios, así como las necesidades y los valores.
- Práctica de vivir con propósito: Es importante fijarse en metas concretas y así poder actuar para seguirlas.
- Práctica de la integridad personal: Consta en cumplir con los compromisos, con la palabra y generar confianza a quienes los conocen.

Parte II: Método

Objetivos

Objetivo general:

- Describir el nivel de autoestima en universitarios de la UAP Tejupilco y el uso de las redes sociales.

Objetivos específico:

- Describir los niveles de autoestima que presentan los universitarios de la Unidad Académica Profesional Tejupilco.
- Describir los factores de satisfacción por estar conectado a las redes sociales, problemas, obsesión por estar informado y necesidad/obsesión por estar informado.
- Comparar la autoestima y los factores relacionados con las redes sociales.

Planteamiento del problema

En la actualidad se ha identificado que el uso de las redes sociales ha sido excesivo, debido a que durante la estancia en las aulas se han notado a los alumnos de la Unidad Académica Profesional Tejupilco, que en periodos de clase se notan distraídos o ansiosos por salir a revisar ciertas redes sociales, o bien inclusive lo realizan dentro del aula de clases, ya que suelen ver los teléfonos celulares con mucha constancia; por otro lado, se ha notado que debido al exceso de uso de estas redes sociales, se ve afectado la autoestima de los alumnos, ya sea de una manera positiva o negativa.

Para ello es importante saber que las redes sociales, son aquellos lugares en internet en donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con diversas personas, ya sea dentro de su entorno familiar o inclusive con personas totalmente desconocidas (González, 2011). Debido a esto, los alumnos están propensos a generar cierta adicción a estas Redes, debido a que con constancia están revisando las publicaciones de sus conocidos o de los amigos que tengan en las diversas redes sociales; por otro lado, debido a la facilidad de compartir cosas o acontecimientos de su vida cotidiana, pueden ponerse en riesgo, dado que, así como hay personas que las utilizan para un beneficio, existen otras que lo usan para cometer cierto daño ante otra persona.

Por la diversidad del contenido en cuanto a las redes sociales, también se busca realizar una descripción de la autoestima, tomando en cuenta que es el concepto que tenemos de nuestra valía y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sanciones y experiencias que tenemos sobre nosotros mismos que hemos ido recogiendo durante nuestra vida, en las distintas etapas del desarrollo humano (Clark, 2000).

La autoestima es una parte fundamental del ser humano, es por eso que se pretende describirla con las redes sociales, esto se debe a que los sujetos, al momento de meterse a una red social, suelen ver sobre la vida de las demás personas o amigos que tienen en las redes, y debido a la influencia de estas publicaciones hacia los receptores, su nivel de autoestima en ocasiones suele disminuir, debido que en algún punto desean estar en el lugar de la otra persona, o bien en caso contrario, existen sujetos en las que este medio los impulsa a tener un nivel de autoestima alto, ya que le agrada exponer su vida ante las demás personas y debido a eso suelen tener muchos seguidores en estas redes sociales.

Es por ello que es importante conocer en qué nivel de uso de las redes sociales y la autoestima se encuentran los alumnos, para así lograr identificar en qué momento una red social ayuda para algo positivo o bien, si el uso de estas está afectando el nivel de autoestima que tienen los alumnos de la Unidad Académica Profesional Tejupilco.

La presente investigación se considera viable, dado a que se presenta un problema existente en la actualidad, debido a la gran cantidad de usuarios en las redes sociales, buscando la relación que existe en los niveles de autoestima de los individuos. Es por ello que surge la siguiente pregunta de investigación ¿En qué nivel de autoestima y adicción al uso de redes sociales, se encuentran los Universitarios de la UAP Tejupilco?

Tipo de estudio

El presente trabajo, fue con foque cuantitativo, ya que se recolecto datos sobre las variables, se basó en los aspectos numéricos para poder analizar y comprobar información y/o datos (Nell y Cortez, 2018). Por otro lado, cuenta con un tipo de estudio descriptivo, ya que de acuerdo con Dankhe (como se citó en Hernández S. R., 1997/2014) se permite especificar aquellas propiedades importantes de personas o grupos, así como comunidades que sea sometido al análisis, debido a que se pretende describir los factores de las redes sociales, así como el nivel de autoestima en la UAP Tejupilco, tomando en cuenta a los alumnos de 17 a 22 años de edad, sin importar el sexo, la religión o la edad.

Variables

Variable 1: Redes Sociales

Definición conceptual:

Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos (González, 2011).

Definición operacional:

Para la investigación se utilizó la Escala para Medir la Adicción de Estudiantes a las Redes Sociales, creado por Sahin en el 2018 (cómo se citó en Cabero et. al., 2020) aplicado en universitarios de Turquía, y fue adaptada a la población mexicana por Julio Cabero, José Luis Pérez y Rubicelia Valencia en el año 2020; esta escala está compuesta por 29 ítems con una escala tipo Likert, esta consta de cinco opciones de respuesta, que van desde “fuertemente de acuerdo”, hasta “fuertemente en desacuerdo”, con el fin de evaluar la adicción de las redde sociales, tomando en cuenta los factores de: Satisfacción por estar conectado a las redes sociales, problemas, obsesión por estar informado y necesidad/obsesión de estar conectado.

Definición conceptual:

Clark (2000) plantean que la autoestima “es el concepto que tenemos de nuestra valía y se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que sobre nosotros mismos hemos ido recogiendo durante nuestra vida, en las distintas etapas del desarrollo humano; lo que creemos que somos, listos o tontos, si nos sentimos antipáticos o

gracioso, si nos gustamos o no. Los millares de impresiones, evaluaciones y experiencias reunidas se conjugan en un sentimiento positivo hacia nosotros mismos o, al contrario, es un incómodo sentimiento de no ser lo que esperábamos”.

Definición operacional:

Para evaluar esta variable se tomó en cuenta la Escala de Autoestima de Rosenberg, creado por M. Rosenberg en 1965 y fue adaptada a la población mexicana por alumnos de la UNAM, esta escala es tipo Likert, la cual cuenta con 10 ítems, con cuatro opciones de respuesta, que van desde “muy en desacuerdo” hasta “muy de acuerdo”, para así identificar el nivel de autoestima que presentan los alumnos.

Población

La presente investigación se realizó en el municipio de Tejupilco de Hidalgo, con los universitarios de la Unidad Académica Profesional Tejupilco, tomando en cuenta que hay dos licenciaturas, la de administración y psicología, con un rango de edad aproximado de 17 a 30 años de edad, para ello fue necesario aplicar tanto a los hombres como a las mujeres.

Muestra

Para esta investigación se tomó en cuenta únicamente a los alumnos de primer y tercer semestre, de la licenciatura en psicología, tanto del turno matutino como del vespertino, los cuales se encuentran en un rango de edad de 17 a 22 años. Tomando en cuenta que hay un total de 114 alumnos, el cual 28 de ellos son hombres y 86 mujeres.

Instrumento

El instrumento para evaluar a las redes sociales, tiene por nombre Escala para Medir la Adición de Estudiantes a las Redes Sociales, creada por Shain 2018 y adaptada por Cabero et. al. (2020) en México. Cuenta con un total de 29 ítems, con una construcción tipo Likert, con cinco opciones de respuesta, que van desde “fuertemente de acuerdo”, hasta “fuertemente en desacuerdo”.

Esta escala permite identificar cuatro factores, las cuales son: satisfacción (preferir tener contacto por medio de redes sociales), tomando en cuenta que los ítems para identificar este factor son: 7,10,8,13,5,9,6,4 y 11; problemas (físicos y mentales), se evalúa con los siguientes ítems: 23,22,19,21,15,16 y 17; obsesión por estar informado, con los ítems: 25,28,26,27,29 y 20; y necesidad de estar conectado con los ítems de: 2,1,3,12,18 y 14.

El instrumento que evalúa la autoestima es la Escala de Autoestima, creada por M. Rosenberg en 1964, esta escala se califica de manera individual y ayuda a saber los sentimientos de valor personal y respeto de sí mismo de las personas. Este instrumento está adaptado para adolescentes, adultos y para personas mayores.

Es una escala que actualmente está validada y traducida en México por Jurado (2015), con alumnos de la UNAM; este instrumento cuenta con un total de 10 ítems, frases de las que cinco están enunciadas de forma positiva y cinco de forma negativa; la cual proveen cuatro opciones de respuesta que va de muy en desacuerdo, hasta muy de acuerdo para así poder evaluar las respuestas de los alumnos.

De los ítems 1 al 5, las respuestas A a D se puntúan de 4 a 1 y de los ítems 6 al 10, las respuestas A a D, se puntúan de 1 a 4. Tomando la siguiente manera como forma de evaluación:

- De 30 a 40 puntos: Autoestima elevada, considerada como autoestima normal
- De 26 a 29 puntos: Autoestima media, no presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.
- Menos de 25 puntos: Autoestima baja, existen problemas significativos de autoestima.

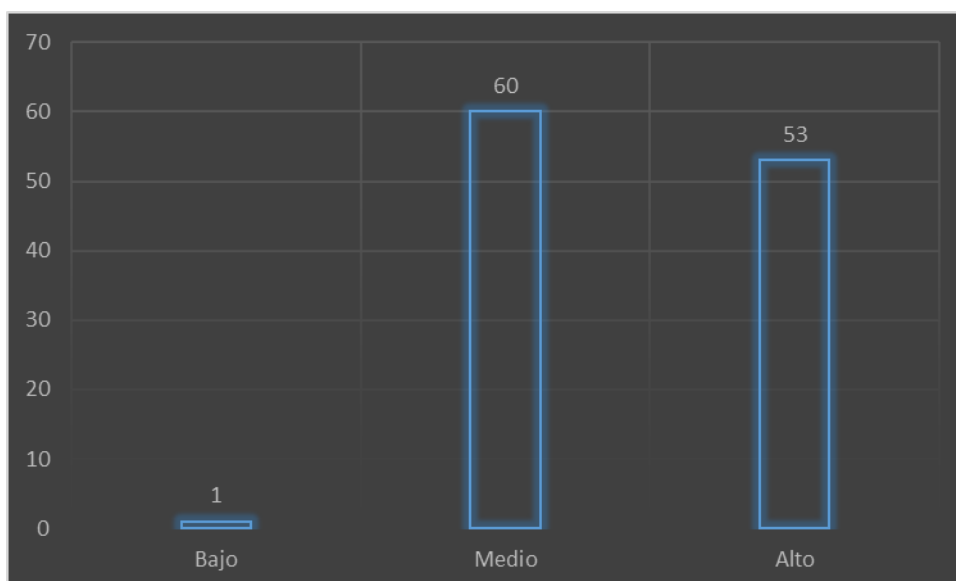
Diseño de la investigación

La presente investigación de las redes sociales y la autoestima, fue de tipo no experimental de tipo transversal debido a que las variables no se modificaron, ni manipularon y se realizó en su contexto natural; ya que como menciona Hernández (1997/2014) este diseño se aplica por una única vez, por lo que se realizó en un tiempo y momento único.

Resultados

Después de la aplicación de los instrumentos en la presente investigación denominada las redes sociales y la autoestima en universitarios de la UAP Tejupilco y que la muestra estuvo conformada por 114 universitarios, de primero y tercer semestre de la licenciatura en psicología, de ambos sexos, se obtuvieron los siguientes resultados; por lo que se describen los cuatro factores que evalúa el instrumento, y se tomó en cuenta los 3 niveles: bajo, medio y alto.

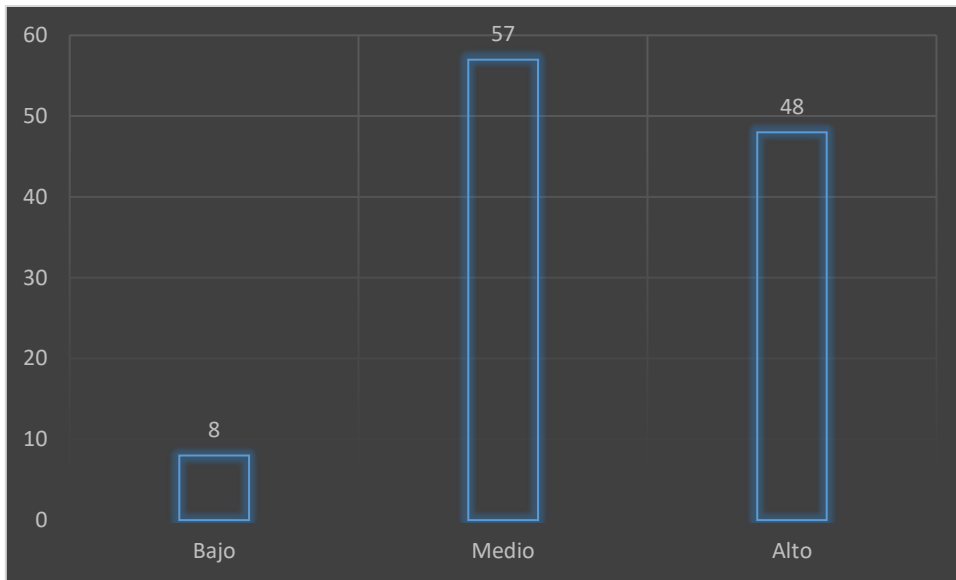
Figura 1. Factor de Satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En la figura 1. El nivel de satisfacción que tienen los universitarios al conectarse a las redes sociales, se observa que tienen una frecuencia de un alumno que se encuentra en un nivel bajo, 53 se encuentran en un nivel alto y que 60 en nivel medio, al momento de usar estas redes.

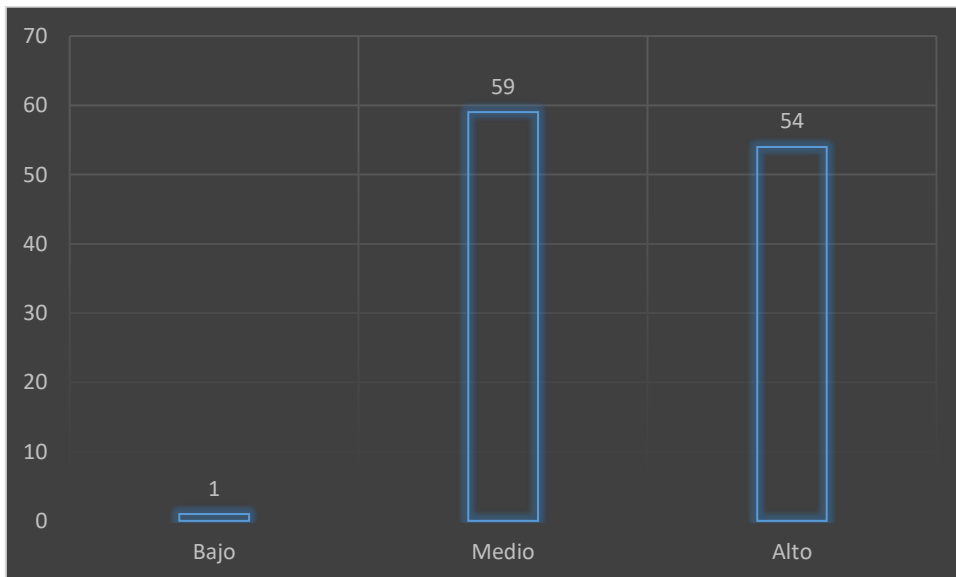
Figura 2. Factor Problemas



Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Factor de problemas, se encuentra una frecuencia de que 57 alumnos están en un nivel medio, 48 de en nivel alto y 8 en un nivel bajo.

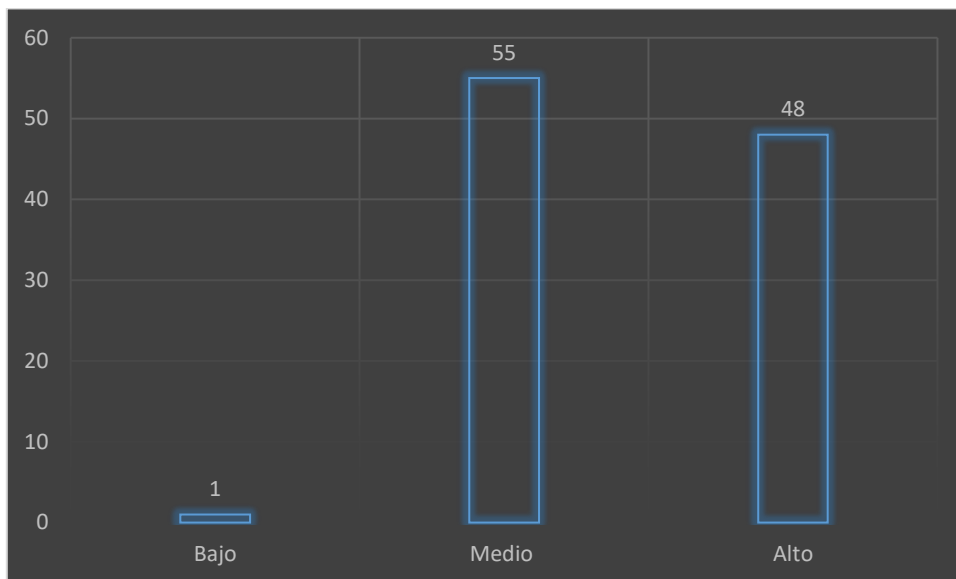
Figura 3. Factor Obsesión por estar informado



Fuente: Elaboración propia

En la figura 3. Se observa que 59 de los universitarios se encuentran en un nivel medio, 54 en un nivel alto y uno posee un nivel bajo.

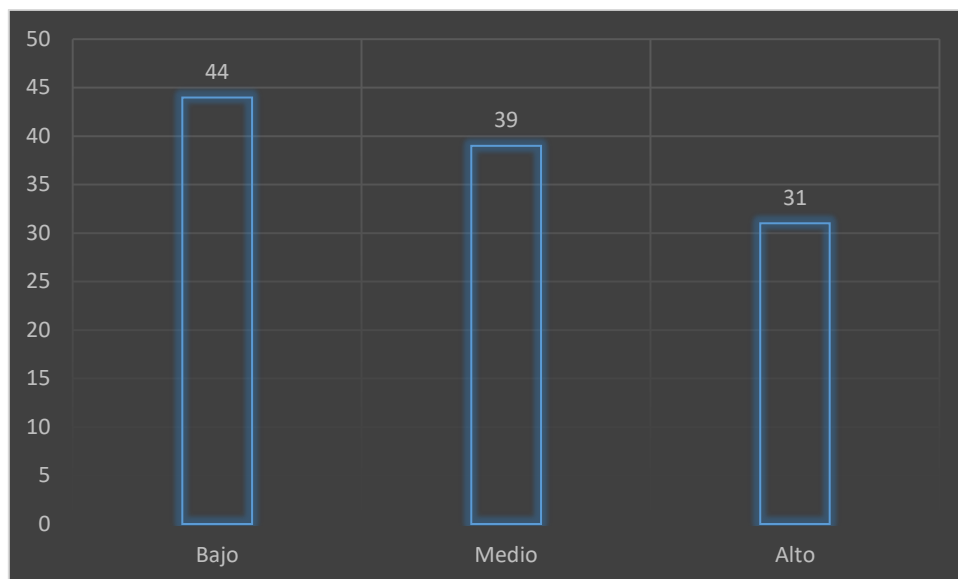
Figura 4. Factor Necesidad/obsesión de estar conectado.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4. Se arrojó que 55 de los alumnos, se encuentran en un nivel medio, 48 en un nivel alto y uno se encuentra en un nivel bajo en cuanto a esta necesidad.

Figura 5. Autoestima general



Fuente: Elaboración propia

En la figura 5. De autoestima general, 44 universitarios se encuentran en un nivel bajo, 39 se encuentran en medio y 31 en alto.

Tabla1. Factores de Adicción a las redes sociales y la autoestima general

| | Autoestima general | | |
|--|--------------------|-------|------|
| | Bajo | Medio | Alto |
| Necesidad/obsesión de estar conectado | 0 | 1 | 0 |
| | 23 | 17 | 15 |
| | 17 | 17 | 14 |
| Total | 40 | 35 | 29 |
| Obsesión de estar informado | 0 | 1 | 0 |
| | 26 | 19 | 14 |
| | 18 | 19 | 17 |
| Total | 44 | 39 | 31 |
| Problemas | 3 | 1 | 4 |
| | 22 | 17 | 18 |
| | 19 | 21 | 8 |
| Total | 44 | 39 | 30 |
| Satisfacción de estar informado | 0 | 1 | 0 |
| | 24 | 19 | 17 |
| | 20 | 19 | 14 |
| Total | 44 | 39 | 31 |

En la Tabla 1. Se observan los cuatro factores de la adicción a las redes sociales, con la autoestima. En el factor necesidad/obsesión de estar conectado, 23 universitarios se encuentran en el nivel bajo y uno en nivel medio. En el factor Obsesión de estar informado, 26 en bajo y uno en medio. En el factor problemas, 22 en bajo y uno en medio. Y por último en el factor satisfacción de estar informado, se encuentran 24 en bajo y uno en medio.

Discusión

Después de obtener los resultados de la investigación denominada las redes sociales y la autoestima en universitarios de la UAP Tejupilco, se encontró que la adicción a las redes sociales es similar al resultado obtenido por Barahona et. al. (2019), ya que en sus resultados menciona que el 60% de sus encuestados, se encuentran en un nivel normal en cuanto al uso de las redes, lo que se asemeja a los resultados de esta investigación, ya que en los factores; satisfacción, problemas, obsesión por estar informado y necesidad/obsesión de estar conectado, los índices mencionan que la mayoría de los alumnos se encuentran en un nivel medio.

Por otra parte Cuyún (2013), en la aplicación del cuestionario Adicción a las Redes Sociales, indica que no se manifestó una adicción a las redes sociales, ya que no cumplieron con las características mencionadas en el diagnóstico de adicciones, como se puede notar, en la presente investigación, los alumnos en la mayoría de los factores puede predominar en el nivel medio, por lo que no se considera una adicción entre los alumnos.

Tomando en cuenta las gráficas mencionadas con anterioridad, como se observa en el factor de satisfacción, la mayoría de los alumnos se encuentran en un nivel medio, coincidiendo con lo que encontró en su investigación Del Barrio (2014), que el 96% de su población, usa las redes sociales para mantenerse en contacto con sus amigos; haciendo referencia a este factor, debido a que indica que prefiere estar o comunicarse por medio de las redes sociales, dejando de lado el contacto o la convivencia física.

Por otra parte, Saucedo (2016) en su estudio a universitarios de entre 16 y 25 años de edad, el cual da como resultado, que el 57.9% de ellos utilizan estas redes para chatear

(platicar) con sus amigos o conocidos, por lo que se asemeja al factor de satisfacción, debido a que se suelen enfocar más en interactuar con otras personas por vía redes sociales, en el lugar de hacerlo de una manera física y se dio como resultado que 60 de 114 universitarios, suelen estar en un nivel medio en cuanto a este factor.

Martín (2015), en su estudio, menciona que el 96.7% de su muestra, usan las redes sociales como favoritas, con el fin de poder relacionarse con otras personas, tomando en cuenta que esto lo hacen más las mujeres que los hombres, por lo que se asemeja al factor de satisfacción, el cual menciona la preferencia de la interacción por medio de las redes sociales.

Respecto al factor de problemas, se nota un nivel medio, sin embargo, se puede ver como un riesgo, ya que dentro de este, se especifica que los alumnos en ocasiones dejan de hacer tareas por estar conectados a estas redes; así como lo menciona Mejía (2015), en su estudio, obtuvo que el 51% de los alumnos indicaron que suelen postergar sus tareas escolares, debido a la utilización o entretenimiento de estas redes sociales, lo que puede implicar un bajo rendimiento académico.

Así mismo Amador y Peña (2017), en cuanto al factor problemas, se encontró que el 80% de las personas, por el echo de no estar conectados a las redes sociales, suelen sentirse aburridos, aislados, agobiados, ansiosos, enojados, estresados, tristes, frustrados, incluso hasta extraños por no estar conectados a estas redes, lo cual se semeja al resultado arrojado en este instrumento, ya que en cuanto a este factor, 57 de 114 alumnos se encuentran en un nivel medio, seguido de 48 alumnos que se encuentran en un nivel alto.

Martín (2015), mencionó que el 76,60% de su muestra, han sido invitados por medio de las redes sociales, a eventos de movilización y de participación social, lo que se hace

referencia a la obsesión de estar informado, ya que en este estudio la mayoría de los alumnos se encuentran en un nivel medio, debido a que por este medio los universitarios se mantienen informados ante cualquier tipo de evento.

Por otra parte, Martínez (2017), da a conocer que el 100% de su muestra ha utilizado una red social (Facebook), por lo que se da a conocer que suelen estar obsesionados por estar informados, debido a que por estos medios suelen hacer invitaciones a ciertos eventos sociales; es por eso que se dio como resultado que, en este factor, la mayoría de los alumnos se encuentran en un nivel medio, seguido de un nivel alto.

Así mismo Carrizo (2012), da como resultado que los sitios más visitados son Facebook y Twitter con el 37% de ellos, lo cual se conocen como las redes sociales que ayudan a estar informados sobre noticias, espectáculos o eventos de diversos tipos, por lo que se considera en el factor de estar informado, ya que en este se suele estar constantemente activo para estar informado de lo que publican familiares, conocidos o incluso personas que ni conocen, ya que en esta investigación, se nota que 59 de los alumnos suelen estar en un nivel medio, seguido de 54 alumnos, que se encuentran en un nivel alto.

Posteriormente, en esta investigación se dio a conocer que los alumnos se encuentran en un nivel medio en cuanto a la necesidad o la obsesión de estar conectado, por lo que se asocia con lo que dice Mejía (2015) que el 66.67% de los alumnos, hacen el uso de estas redes sociales dentro del salón de clases, el cual el causante de esto puede ser el mal aprendizaje, debido a la gran utilización de estas.

Martínez (2017), en su estudio, dio a conocer que el 43% de su población se conectan de entre siete hasta doce veces por día a estas redes sociales, lo que implica una

obsesión/necesidad de estar conectado a estas redes, ya que de alguna manera buscan estar conectados la mayor parte del tiempo, así como que las actividades de las redes sociales se afianzan en la vida cotidiana de las personas, por lo que se asemeja a los resultados arrojados de esta investigación, ya que 55 de los universitarios se encuentran en un nivel medio, en cuanto a este factor.

Tomando en cuenta a la autoestima, y analizando otros estudios, se puede identificar que Autoestima en estudiantes (2012), indicó que en cuanto a escuelas particulares y estatales, predomina la autoestima baja, esto debido a que las escuelas estatales contarón con el 64% y con un 55% las escuelas particulares, por lo que se puede comparar con este estudio, debido a que la mayoría de los universitarios presentan un nivel de autoestima bajo.

De otro modo Cahuana y Huaman (2021), encuentra que el 72.03%, de los sujetos, se encuentran en una autoestima baja, como se puede ver, se asocia con los resultados arrojados, debido a que la mayoría de los universitarios, presentan un nivel de autoestima bajo, es por eso que se presenta una problemática, ya que en cuanto a redes sociales, la mayoría se encuentra en un nivel medio, por lo que puede generar ciertos conflictos a las personas que presentan una autoestima baja.

En la investigación de Paucar y Barboza (2018), se encontro que el 80,5% de los estudiantes, se encuentran en un nivel bajo en cuanto a la autoestima, esto debido a que no se sienten satisfechos consigo mismos, lo que estos resultados se asemejan a los de esta investigación, ya que los universitarios, tambien presentan un nivel bajo en cuanto al nivel de autoestima.

Conclusiones

- A manera general se observa que los Universitarios de la UAP Tejupilco se encuentran en un nivel medio, en cuanto adicción a las redes sociales, más sin en cambio, el número de alumnos se encuentran muy de la mano con el nivel alto.
- Se identificó, que los Universitarios de la UAP Tejupilco, se encuentran en un nivel medio en cuanto al factor de satisfacción, sin embargo, es alarmante, debido a que, seguido de este, los alumnos se encuentran en un nivel alto.
- Por consiguiente, se nota que se encuentran en un nivel medio, en cuanto al factor de problemas, debido a que suelen pasar mucho tiempo en estas redes sociales, y debido a esto suelen olvidarse de realizar sus tareas e incluso se olvidan de realizar ciertas necesidades básicas.
- En cuanto al factor de obsesión por estar informado, se identifica que los Universitarios, suelen conectarse con frecuencia a estas redes sociales para mantenerse informados en cuanto a la información que suben sus amigos y/o familiares, así como eventos sociales.
- Por otra parte, en el factor de necesidad/obsesión de estar conectado, prevalece el nivel medio, dentro de este factor, suele ser predominante que las personas estén incluso ansiosas por estar conectados a estas redes.
- La autoestima, suele ser una variable preocupante, ya que la mayoría de los alumnos, se encuentran en un nivel bajo, el cual, puede ir reduciendo o también disminuyendo, debido a la constante utilización de estas redes sociales, esto debido al impacto que genera cierto contenido ante esta.

Sugerencias

A continuación, se presentarán algunas sugerencias para prevenir la adicción a las redes sociales, así como aumentar el nivel de autoestima:

- Se sugiere que los universitarios generen un cronograma de actividades durante el día, esto con el fin de que el uso de las redes sociales disminuya y que logren realizar las actividades correspondientes al día.
- Es recomendable que se tenga una interacción más física ante otras personas, esto debido a que suelen interactuar más por medio de redes que lo físico.
- El hecho de realizar otro tipo de actividades (acudir a algún taller, deporte, clase extra), es un buen motivo por el cual alejarse un poco de estas redes.
- Cuando se usen estas redes sociales, es importante tener una buena postura, debido a que el estar tanto tiempo en estas, pueden llegar a haber afectaciones físicas.
- Dentro del hogar, es recomendable que en horarios o actividades familiares se prohíba el uso de celulares o dispositivos móviles (o que se usen lo menos posible), con el fin de que haya una mayor interacción entre los miembros de la familia.
- Sería apropiado que se busque otro medio de mantenerse informados (revistas, anuncios, libros e incluso hasta tener una mayor comunicación con sus compañeros), con el fin de conocer otros medios de información.
- Cuando se esté solo, sería adecuado realizar otro tipo de actividades (dibujar, colorear, realizar alguna manualidad), con el fin de crear y desarrollar otras habilidades, dejando de lado la adicción a las redes sociales.

- Es recomendable, que al final del día, los universitarios revisen el tiempo que se pasaron en las aplicaciones relacionadas con las redes sociales, con la finalidad de que al día siguiente reduzca el tiempo de utilización de estas.
- Se sugiere que para tener o aumentar la autoestima, los universitarios se relacionen con personas que los traten bien, con la finalidad de recibir comentarios positivos.
- Por otra parte, es bueno tener un análisis de introspección, con la finalidad de conocer las debilidades y fortalezas que se tienen y poder aceptarlas o trabajar en ellas.
- El fijar metas a corto plazo, es parte de satisfacción personal, lo que ayuda a sentirse bien consigo mismos.
- Siempre es bueno aprender nuevas cosas, con la finalidad de sentirse más “completos” consigo mismos.
- Es importante que los padres generen un mayor fortalecimiento de la autoestima, por medio de hacer cumplidos cuando se tenga cualquier tipo de logro.
- El ser entusiasta es importante, debido a que tener una mente positiva, ayuda a tener una mejor actitud ante diversas situaciones.
- La auto aceptación es importante tenerla en cuenta, ya que es la manera de afrontar los problemas o barreras que se presenten y solucionarlas de la mejor manera.

Referencias

- Acosta P. y Hernández (2004). La autoestima en la educación. Revista límite, vol.1.
<https://www.redalyc.org/pdf/836/83601104.pdf>
- Aguirre M. y Martínez C. (2016). Niveles de Autoestima y Rendimiento Académico en niños y niñas de tercer grado de la Escuela Centroamericana, I semestre 2016 [Tesis de licenciatura, Recinto Universitario Rubén Darío]. Archivo digital.
<https://repositorio.unan.edu.ni/10384/1/9148.pdf>
- Alonso P., Murcia G., Murcia G. Herrera P., Gómez G., Comas V. y Ariza t. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). Salud Uninorte, vol. 23.
<http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v23n1/v23n1a05.pdf>
- Álvarez P. y Martín D. (2021). Adicción a las redes sociales en adolescentes: personalidad y síntomas psicopatológicos [Tesis de licenciatura, Universidad de la Laguna]. Archivo digital.
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23967/Adiccion%20a%20redes%20sociales%20en%20adolescentes%20personalidad%20y%20sintomas%20psicopatologicos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amador B., J. y Peña D., Y. (2017). Construcción y validación de un instrumento de evaluación para medir la influencia de las redes sociales en la autoestima de jóvenes [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Archivo digital.
<http://132.248.9.195/ptd2018/agosto/0779142/0779142.pdf>

Andeassen C. (2013). 6 señales de la adicción a las redes sociales. Bienestar 180: El sitio que mejora tus hábitos de vida. <https://www.salud180.com/salud-dia-dia/6-senales-de-la-adiccion-redes-sociales>

Autoestima en estudiantes (2012). Autoestima en estudiantes de sexto grado de primaria de Instituciones Educativas Estatales y Particulares de Carmen de la Legua-Callao [Tesis de maestría, Facultad de Educación]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/da4cba0e-ccf7-4c62-87be35cbde1dc9bc/content>

Balarezo T. M. y Llivichuzca P. D. (2015). Las redes sociales como nueva opción de promoción de las microempresas en la ciudad de Cuenca [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca]. Archivo digital. URL.

Barahona A., López, L., Luna A. y Vidal R. (2019). Adicción a las redes sociales en jóvenes con edades entre los 18 a 25 años pertenecientes a la tecnología en seguridad y salud en el trabajo del centro agropecuario del Sena Regional Cauca [Tesis de licenciatura, Institución Universitaria Politécnica Grancolombiano]. Archivo digital. <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1496/ADICCI%C3%93N%20A%20LAS%20REDES%20SOCIALES%20EN%20J%C3%93VENES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barbieri A. (2019, 19 de noviembre). MeetMe, la app que todos los padres tendrían que conocer. Nobbot. <https://www.nobbot.com/tecnologia/aplicaciones-moviles-tecnologia/meetme-app/>

Bonet J. (1997). Manual de autoestima. Sol Terrea

Braden N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Barcelona: Paidós.

https://www.academia.edu/44323058/Los_6_pilares_de_la_autoestima

Cabero A. J., Pérez D. R y Valencia O. R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. Vol. 27.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352020000100104

Cabra T. F. y Marciales V. G. (2009). Nativos digitales: ¿Ocultamiento de factores generadores de fracaso escolar?. Revista Iberoamericana de Educación , N°50.

<https://rieoei.org/historico/documentos/rie50a06.pdf>

Cahuana H. y Huaman C. (2021). Autoestima y rendimiento académico en estudiantes de 5to año de secundaria de la Gran Unidad Escolar Miguel Grau, Abancay [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de ICA]. Archivo digital.

<http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/bitstream/autonmadeica/1064/1/TESIS%20CAHUANA%20-%20HUAMAN.pdf>

Cajavilca C. N., Morales M.N y Antonio M. N (2014). La autoestima y el aprendizaje en el área de personal social de los estudiantes del sexto grado de educación primaria de la institución educativa n° 1190 Felipe Huamán poma de Ayala, del distrito de lurigancho-chosica, ugel n°06, 2014. [Tesis de especialidad y licenciatura, Universidad Nacional de Educación

Enrique Guzmán y Valle]. Archivo digital.

https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/683/T025_45645282_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Caldevilla D. D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las Ciencias de la Información. Vol. 33.

Carrizo M. (2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes, el fenómeno de Facebook y su influencia [Tesis de licenciatura, Universidad del Salvador]. Archivo digital.
https://www.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo_mercedes.pdf

Castillo de M. J. (2019). Redes sociales online para la intervención social. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/340210486_Redres_sociales_online_para_la_intervencion_social

Cayetano P. N. (2012). Autoestima en estudiantes de sexto grado de primaria de instituciones educativas estatales y particulares de Carmen de la Legua-Callo [Tesis de maestría, Facultad de Educación]. Archivo digital.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/da4cba0e-ccf7-4c62-87be-35cbde1dc9bc/content>

Cema D. O. (2017). La medición de la autoestima en adolescentes y adultos: una propuesta desde el modelo de Harris Clemens. Revista champ okoko.
<https://doi.org/10.35756/educaumch.201710.13>

Chávez A. (2015). Cómo enseñar a las nuevas generaciones digitales. RIDIE, vol. 17.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412015000200011

Clark A., Clemes H. y Bean R. (2000). Cómo desarrollar la autoestima en los adolescentes. DEBATE. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2094804>

Clyde M. (1969). The Concept and Use of Social Networks. en J. Clyde Mitchell (ed.), Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns, Manchester, University OF Manchester –Institute for African Studies University of Zambia.

<https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/clyde-mitchel-concepto-y-uso-redes-sociales-noviembre-2014.pdf>

Cortés C. R., Zapata G. A., Menéndez D. V. y Canto H. P. (2015). El estudio de los hábitos de contexto en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos. *Innovación Educativa*, Vol. 15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179442126007>

Coyla Q. Y. (2017). Niveles de autoestima en los adolescentes de La I.E.S. José Carlos Mariategui- isla-Juliaca [Tesis de especialización, Universidad Nacional del Altiplano]. Archivo digital. <https://1library.co/document/qo5vv47y-niveles-autoestima-adolescentes-jose-carlos-mariategui-isla-juliaca.html>

Cuyún E. ,M. (2013). Adicción a redes sociales en jóvenes (estudio realizado con jóvenes de 14-16 años del colegio Liceo San Luis de Quetzaltenango [Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar]. Archivo digital. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>

Del Barrio F. ,Á. y Ruiz F., I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf>

Dettmer G. J. (2019). Análisis de Redes Sociales (ARS): Estado del arte del caso mexicano. *Universidad de Zulia*, vol. 28 núm.3 <https://www.redalyc.org/journal/122/12264369001/html/#:~:text=D%20acuerdo%20con%20Wasserman%20y,red%20a%20la%20que%20pertenecen.>

Díaz R., R. (2018). Impacto de las redes sociales en la vida de los habitantes de la comunidad El Jícaro, del Municipio de Estelí de Agosto a diciembre de 2017 [Tesis de licenciatura,

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Archivo digital.

<https://repositorio.unan.edu.ni/8709/7/18668.pdf>

Echeburúa O. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en las adicciones a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. Revista española de drogodependencias, nº4. https://www.aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf

Echeburúa E. y Requesens A. (2012). Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes, guía para educadores. Ediciones pirámide.

<http://omextad.salud.gob.mx/contenidos/investigaciones/Guiaparaeducadores.pdf>

Elizalde H., Martí V. y Martínez S. (2006). Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona. Polis, Revista de La Universidad Bolivariana, vol. 5. <https://www.redalyc.org/pdf/305/30517306006.pdf>

Facchin J. (2022). ¿Qué es YouTube, para qué sirve y cómo funciona esta red social de videos?.

El blog de José Facchin. <https://josefacchin.com/que-es-youtube-como-funciona/>

Florencia M. (2017). Autoconcepto y Autoestima: ¿Sinónimos o constructos complementarios?.

PSocial, vol.3.

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/psicologiasocial/article/viewFile/2336/1984>

Flores C. J., Morán C. J. Y Rodríguez V. J. (2009). Las redes sociales. Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica UVA.

<https://issuu.com/enlacevirtual/docs/articuloespecializadooctubre2009>

Gallego T. S. (2016). Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010) [Tesis de doctorado, Universidad complutense de Madrid]. Archivo digital.

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf>

García C. A., Calvo Hdez. P. y Marrero Rdz. G. (2006). La autoestima en alumnos de sexto curso de educación primaria. *International Journal of Developmental and Education Psychology*.

Vol.1. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349832311018>

García G. (2012). Relación de los factores, Autoestima, Motivación, Puntaje de Ingreso en el Rendimiento Académico de los alumnos ingresantes 2010, a la Universidad Nacional de Tumbres [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Archivo digital.

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2903/Garc%C3%ADa_ge.pdf?sequence=1

García G. (2016). Si lo vives, lo compartes. Cómo se comunican los jóvenes en el mundo digital.

Ariel, S. A.

http://www.codajic.org/sites/default/files/sites/www.codajic.org/files/Si_lo_vive_lo_compartes.pdf

Gavilanes G. G. (2015). Adicción a las redes sociales y su relación con la adaptación conductual en los adolescentes [Tesis de licenciatura, Universidad católica del Ecuador sede Ambato].

Archivo digital. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1137/1/75670.pdf>

Goncalves W. (2016, 01 de septiembre). Facebook: ¡todo sobre la red social más usada en el mundo!.

Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>

Goncalves W. (2018, 04 de noviembre). Aprende sobre el funcionamiento de Twitter y cómo

puede ayudarte a capturar más público. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/como-funciona-twitter/>

González A. N., Valdez M. J. y Serrano G. J. (2003). Autoestima en jóvenes universitarios. *Ciencia*

ergo sum, Vol. 10. <https://www.redalyc.org/pdf/104/10410206.pdf>

- González M. (2022). Aula CM. <https://aulacm.com/redes-sociales-mas-importantes/>
- González S., R. (2011). La empresa en la web 2.0. Revista Galega de Economía, vol.20
<https://www.redalyc.org/pdf/391/39118564013.pdf>
- González U. A. y Villaseca P. V. (2019). Impacto de las redes sociales en el Autoconcepto de Inmigrantes digitales [Tesis de licenciatura, Universidad Miguel De Cervantes]. Archivo digital. <https://www.uncervantes.cl/wp-content/uploads/2021/01/2-cd-alvaro-gonzalez.pdf>
- Gutiérrez J. (2014). ¿Qué es una adicción? Desde las adicciones con sustancias a las adicciones comportamentales. Evaluación e intervención terapéutica. Revista digital de Medicina Psicosomática y Psicoterapéutica, vol. 4.
https://www.psicociencias.org/pdf_noticias/Que_es_una_adiccion_J._de_Sola.pdf
- Haeussler M. I. (2017). Confiar en uno mismo, programa de desarrollo de la autoestima. Nueva Milicic M.
https://books.google.com.mx/books?id=N8dUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hernández S. R. (1997/2014). Metodología de la investigación. Ms Graw Hill Education.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hutt H. H. (2011). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, Vol.91.
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Jasso M. J., López R. F. y Díaz L. R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. Acta de Investigación Psicológica, 7.
<https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.11.001>

- Jurado C. D., Jurado C. S., López V. K. y Querevalú G. B. (2015). Validez de la Escala de Autoestima de Rosenberg en universitarios de la Ciudad de México. Revista Latinoamericana de Medicina Conductual, Vol. 5. <https://www.redalyc.org/pdf/2830/283046027004.pdf>
- Kunin J. (2008). Reseña de “ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet” de Marcelo Urresti. Revista Argentina de Sociología, vol.6. <https://www.redalyc.org/pdf/269/26911765015.pdf>
- Lara c., Verduzco Ma., Acevedo M. y Cortéz J. (1993). validez y confiabilidad del inventario de autoestima de cooper smith para adultos, en población mexicana. Revista Latinoamericana de psicología, 25. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80525207.pdf>
- López P. (2020, 09 de agosto). ¿Qué es Telegram y para qué sirve?. Diccionario tecnológico. <https://www.geeknetic.es/Telegram/que-es-y-para-que-sirve>
- Lorenzo R. C., Gómez B. M. y Alarcón del A. M. (2011). Redes sociales virtuales, ¿de qué depende su uso en España?. Revista Innovar de Ciencias Administrativas y Sociales, Vol.21. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81822806011.pdf>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. Departament de Sociologia. <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>
- Martín C. D. y Medina N. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. Revista de Comunicación y Salud, Vol. 11. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Martín R., M. y Hernández H., M. (2015). Jóvenes y redes sociales. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2511/Jovenes%20Y%20redes%20sociaes.pdf>
- Martínez A. (2010). La autoestima. <https://leerenalbatros.files.wordpress.com/2016/11/autostima-30.pdf>

- Martínez M., E. (2017). Autoestima y adicción a las redes sociales digitales en adolescentes de nivel medio superior [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Archivo digital. <http://132.248.9.195/ptd2018/agosto/0779223/0779223.pdf>
- Matín C. D. y Medina N. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. Revista de Comunicación y Salud, Vol. 11. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Medrano J. j., López R. F. y Díaz L. R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el problemático del móvil. Acta de Investigación Psicológica. <https://www.scielo.org.mx/pdf/aip/v7n3/2007-4719-aip-7-03-2832.pdf>
- Mejía C., O. (2012). Uso de las redes sociales como medio comercial (Facebook) [Tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala]. Archivo digital. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1059.pdf
- Mejía Z., V. (2015). Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Archivo digital. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>
- Merino M. L. (2010). Nativos digitales: Una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes [Tesis de doctorado, Instituto de la juventud]. Archivo digital. http://www.injuve.es/sites/default/files/nativos%20digitales_0.pdf
- Molina C., G. y Toledo C., R. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. Archivo digital. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>

- Monzón P. (2012). Autoestima según género en el cuarto grado de primaria de Instituciones Educativas de Primaria de Instituciones Educativas de la Red 6 de Ventanilla [Tesis de maestro, Universidad San Ignacio De Loyola]. Archivo digital. <https://docplayer.es/9432207-Autoestima-segun-genero-en-el-cuarto-grado-de-primaria-de-instituciones-educativas-de-la-red-6-de-ventanilla.html>
- Muñoz V., N. y Ramírez C., S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2 (4), 46- 52.
- Moreno J., Resett S. y Schmidt (2015). El sí mismo, una noción clave de la psicología de la persona humana. EDUCA. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/12097/1/si-mismo-nocion-clave.pdf>
- Naranjo P. M. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista electrónica “Actualidades Investigativas en Educación”*, Vol. 7. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>
- Navarro A. y Rueda J. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. Vol. XXXVI. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80636409.pdf>
- Nell A. D. y Cortez S. L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-yFundamentosDeLainvestiagcionCientifica.pdf>
- Oberst, Ibarz y León (2004). La psicología individual de Alfred Adler y la psicosis de Olivér Brachfeld. *Revista de Neuro-Psiquiatría*. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rnp/v67n1-2/a03v67n1-2.pdf>

Panesso G. K y Arango H. M. (2017). La autoestima, proceso humano. Psyconex, Vol. 9.

<https://docplayer.es/71902737-La-autoestima-proceso-humano.html>

Pascual E. J. (2018, 08 de diciembre). Cómo funciona WhatsApp: la guía definitiva a fondo. Computerhoy.

<https://computerhoy.com/reportajes/tecnologia/comofuncionawhatsappguiadefinitivafondo338823#:~:text=WhatsApp%20permite%20enviar%20mensajes%20de,y%20ficheros%20de%20todo%20tipo.>

Paucar S. y Barboza D. (2018). Niveles de autoestima de los estudiantes de la institución educativa 9 de diciembre de Pueblo Nuevo Chincha. [Tesis de especialidad, Universidad Nacional de Huancavelica]. Archivo digital.

<https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/221e0912-bb47-4b0b-8c04-734003390eca/content>

Pereira N. M. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. Revista electrónica “actualidades investigativas en Educación”, Vol. 7.

<https://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>

Pérez V. H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. Alternativas en psicología. 41.

<https://alternativas.me/attachments/article/190/2.%20Autoestima,%20teor%C3%Aas%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20%C3%A9xito%20personal.pdf>

Polo J. (2016, 07 de junio). Mylife, agradable aplicación para registrar los momentos más importantes de nuestra vida. Whatsnew. <https://www.whatsnew.com/2016/06/07/mylife-agradable-aplicacion-para-registrar-los-momentos-mas-importantes-de-nuestra-vida/>

Ponce N. (2022, 25 de marzo). Shazam: qué es, para qué sirve y cómo funciona. Tu app para.

<https://tuapppara.com/aplicaciones/shazam/>

Priego C. S. (2019). Autoestima y rendimiento escolar. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Archivo digital.

<https://ru.iztacala.unam.mx/files/original/f9c8fbc7b3fdd27ccc97e0c2299ad00f.pdf>

Requena S. (s/a). El concepto de red social. Universidad de Málaga.

https://reis.cis.es//REIS/PDF/REIS_048_08.pdf

Roa G. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. EDETANIA, vol.44.

Rodríguez A. (2015). Autoestima: construcción y reconstrucción. Arjè,10.

<http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj18/art43.pdf>

Rodriguez N. y Caño G. (2012). Autoestima en adolescentes: análisis y estrategias de intervención International Journal of Psychology and Psychology Therapy, Vol2.

<https://www.redalyc.org/pdf/560/56024657005.pdf>

Rucoba C. L. y Rucoba C. R. (2015). “La autoestima y el aprendizaje en comunicación en niños de 3ro de primaria de la institución educativa n° 601325- san juan-2015” [Tesis de licenciatura, Universidad Científica de Perú]. Archivo digital.

<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/231/RUCOBA-RUCOBA-1-Trabajo-Autoestima.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salcedo C., I. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima [Tesis de maestría, Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología, Escuela profesional de psicología]. Archivo digital.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2026/salcedo_CI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santos Q. (2017). La autoestima [Tesis de bachillerato, Universidad César Vallejo]. Archivo digital.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17435/Santos_QLMS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sesento L. y Lucio R. (2019). Estudio sobre autoestima de estudiantes de nivel superior. Revista de Gestión Universitaria, Vol.3.

https://www.ecorfan.org/republicofperu/research_journals/Revista_de_Gestion_Universitaria/vol3num9/Revista_de_Gesti%C3%B3n_Universitaria_V3_N9_3.pdf

Simki H. y Pérez M. M. (2018). Personalidad y autoestima: un análisis sobre el importante papel de sus relaciones. Psicoterapia, 36.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071848082018000100019#:~:text=De%20acuerdo%20con%20los%20resultados,segundo%20orden%20estabilidad%20y%20plasticidad.

Soto J. (2020, 16 de agosto). ¿Qué es Instagram y para qué sirve?. Diccionario tecnológico.

<https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

Steiner B.D. (2005). La teoría de la autoestima en el proceso terapéutico para el desarrollo del ser humano [Tesis de licenciatura, Tecana American University]. Archivo digital.

https://tauniversity.org/sites/default/files/tesis/tesis_daniela_steiner.pdf

Ureña A., Ferrari A., Blanco D. y Valdecasa E. (2011). Las redes sociales en Internet.

https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

- Urrutia F. A. y Zelaya L. J. (2011). Uso de las redes sociales Facebook y Twitter como estrategias del diseño publicitario para el posicionamiento de marcas en El Salvador [Tesis de licenciatura, Universidad Dr. José Matías Delgado]. Archivo digital. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/DPA/ADTESUU0001492.pdf>
- Valencia O., R., Cabero A., J. y Garay R., U. (2021). Adicción a las redes sociales en estudiantes mexicanos: percepciones de discentes y docentes. Revista Tecnología, Ciencia y Educación, n°19, 103-122. <https://doi.org/10.51302/tce.2021.616>
- Valerio, U. y Serna V., R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. Revista electrónica de investigación educativa (REDIE) vol.20. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>
- Villarreal A. Y. (2007). La relación del nivel de autoestima con el rendimiento académico de los alumnos adolescentes del nivel superior [Tesis de maestría, Tecnológico de Monterrey]. Archivo digital. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/568707>
- Vite L. M. (2008). Autoestima adolescente [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Archivo digital. <http://132.248.9.195/ptd2008/agosto/0630645/0630645.pdf>
- Weiss, I. (2018). Redes sociales 2.0 & la autoestima de los jóvenes [Tesis de licenciatura, Universidad de San Andrés]. Archivo digital. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16636/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com.%20Weiss%2C%20Isabel%20Mar%C3%ADa.pdf>

Anexos

Instrucciones: 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, colocando una "X", Respondiendo con: 1= fuertemente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni en acuerdo, ni en desacuerdo, 4= De acuerdo y 5= Fuertemente de acuerdo.

Edad: ____ Sexo: ____ Cuáles son tus redes sociales de preferencia: Facebook ____ WhatsApp ____
Instagram ____ Tik Tok: ____ otra (s): _____

ESCALA PARA MEDIR LA ADICCIÓN DE ESTUDIANTES A LAS REDES SOCIALES.

| | Fuertemente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni en acuerdo, ni en desacuerdo | De acuerdo | Fuertemente de acuerdo |
|---|---------------------------|---------------|---------------------------------|------------|------------------------|
| 1. Estoy ansioso por ir a las redes sociales. | | | | | |
| 2. Busco conectarme a Internet en todas partes para acceder a las redes Sociales. | | | | | |
| 3. Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes Sociales. | | | | | |
| 4. Veo las redes sociales como escape del mundo real. | | | | | |
| 5. Una vida sin redes sociales no tiene sentido para mí. | | | | | |
| 6. Prefiero usar las redes sociales a pesar de estar acompañado. | | | | | |
| 7. Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales. | | | | | |
| 8. Me expreso mejor con las personas de las redes sociales. | | | | | |
| 9. Aparento ser lo que yo quiero en las redes sociales. | | | | | |
| 10. Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales. | | | | | |
| 11. Hasta mi familia se enfada porque no puedo dejar de usar las redes sociales. | | | | | |
| 12. Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo. | | | | | |
| 13. Prefiero la comunicación virtual en las redes sociales para salir. | | | | | |
| 14. Las actividades de las redes sociales se afianzan en mi vida cotidiana. | | | | | |
| 15. Omito mis tareas porque paso mucho tiempo en las redes sociales. | | | | | |
| 16. Me siento mal si estoy obligado a disminuir el tiempo que paso en las redes sociales. | | | | | |
| 17. Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales. | | | | | |
| 18. Me emociona estar en las redes sociales. | | | | | |
| 19. Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia. | | | | | |
| 20. El mundo misterioso de las redes sociales siempre me cautiva. | | | | | |
| 21. Ni siquiera noto que tengo hambre y sed cuando estoy en las redes sociales. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 22. Noto que mi productividad ha disminuido debido a las redes sociales. | | | | | |
| 23. Tengo problemas físicos debido al uso de las redes sociales. | | | | | |
| 24. Uso las redes sociales incluso cuando voy por la calle para estar informado al instante sobre los acontecimientos. | | | | | |
| 25. Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede. | | | | | |
| 26. Navego en las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales. | | | | | |
| 27. Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/ acontecimientos especiales (por ejemplo, cumpleaños). | | | | | |
| 28. Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos (ej. tarea, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales. | | | | | |
| 29. Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre qué comparten amigos y familia. | | | | | |

Instrucciones: Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con una "X" la alternativa elegida.

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG.

| | Muy en desacuerdo | En desacuerdo | De acuerdo | Muy en acuerdo |
|--|-------------------|---------------|------------|----------------|
| 1. Me siento una persona tan valiosa como las otras. | | | | |
| 2. Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso. | | | | |
| 3. Creo que tengo algunas cualidades buenas. | | | | |
| 4. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás. | | | | |
| 5. Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso. | | | | |
| 6. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo. | | | | |
| 7. En general me siento satisfecho conmigo mismo. | | | | |
| 8. Me gustaría tener más respeto por mí mismo. | | | | |
| 9. Realmente me siento inútil en algunas ocasiones. | | | | |
| 10. A veces pienso que no sirvo para nada. | | | | |

Por tu participación, gracias.