

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Tema: “Incidencia del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”.

Estudiantes Egresados/as:

Vanesa de los Ángeles Vásquez Vásquez

Carlos Abraham Cesper Ascencio

Para optar al grado de:

Licenciatura en Psicología

Tutora:

Lcda. Heisell Idalia Sigüenza Díaz

San Salvador, 21 de diciembre de 2018

Dr. H. C. e Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez
Rector

MEd. Teresa de Jesús González de Mendoza
Secretaria General

MEd. Zoila Luz Romero Callejas
Decana de la facultad de Ciencias Sociales

MEd. Mario Alberto Castro Hernández
Coordinador de Carrera

01/01-2018/01-PS

ACTA DE LA DEFENSA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Acta número **17**, en el sala DOS, de la Dirección de Egresados y Graduados, de la Universidad Francisco Gavidia, a las dieciséis horas, del día jueves veinte de diciembre de dos mil dieciocho; siendo estos el día y la hora señalada para la defensa oral del Proyecto de Investigación "**Incidencia del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes de la universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018**", presentado por los egresados: Vanessa de los Ángeles Vásquez Vásquez y Carlos Abraham Cesper Ascencio, de la carrera de Licenciatura en Psicología.

Y estando presentes los interesados y el Jurado Evaluador, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado en el Reglamento General de Graduación y el Instructivo de Graduación por Proyecto de Investigación, habiendo llegado el Jurado, después de las exposiciones, el interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo:

Aprobado
 Vanessa de los Ángeles Vásquez Vásquez

Aprobado
 Carlos Abraham Cesper Ascencio

Y no habiendo más que hacer constar, se da por terminada la presente.

Presidente/a [Signature]
 Lic. José Antonio Ugarte

Vocal [Signature]
 Lic. Morena Iris Molina de Romero

Vocal [Signature]
 Lic. Ana Elizabeth García

Egresado/a: [Signature]
 Vanessa de los Ángeles Vásquez Vásquez

Egresado/a: [Signature]
 Carlos Abraham Cesper Ascencio

RESUMEN

La influencia de las redes sociales en la vida de las personas es un fenómeno trascendente en la actualidad debido a que día a día la persona se ve en la necesidad de utilizar cualquier medio tecnológico para realizar actividades cotidianas. Esto da la pauta para que desde el punto de vista psicológico se pueda investigar los cambios en el comportamiento humano, a partir del uso de las redes sociales. Por tal razón el objetivo principal de la investigación es conocer la incidencia del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador. El estudio es de tipo descriptivo correlacional, la muestra estuvo constituida por 537 estudiantes inscritos en los ciclos 01 y 02 del año 2018.

Los resultados revelaron que la relación entre la variable adicción a las redes sociales y Autoestima se ubica en una categoría de correlación “negativa débil”; además se encontró que el 58% de los estudiantes evaluados presentan un alto nivel de adicción por las redes sociales.

PALABRAS CLAVES:

Autoestima, Redes Sociales, Internet, Autoconcepto, Tecnología, Móviles, Sistemas.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I | 3 |
| 1.1 Definición del problema..... | 3 |
| 1.2 Enunciado del problema | 4 |
| 1.3 Justificación | 5 |
| 1.4 Delimitación temporal - espacial - social | 6 |
| 1.4.1 Delimitación temporal | 6 |
| 1.4.2 Delimitación espacial. | 6 |
| 1.4.3 Delimitación social. | 6 |
| 1.5 Objetivos | 7 |
| 1.5.1 Objetivo general..... | 7 |
| 1.5.2 Objetivos específicos | 7 |
| 1.6 Alcances y limitaciones | 8 |
| 1.6.1 Alcances | 8 |
| 1.6.2 Limitaciones..... | 9 |
| CAPITULO II | 10 |
| MARCO DE REFERENCIA | 10 |
| 2.1 Marco filosófico antropológico..... | 10 |
| 2.2 Antecedentes | 14 |
| 2.2.1 Investigaciones nacionales: redes sociales y autoestima | 14 |
| 2.2.2 Investigaciones en el extranjero: redes sociales y autoestima | 16 |
| 2.3 Marco Teórico | 20 |
| 2.3.1 Autoestima..... | 20 |
| 2.3.1.2 Teorías de la autoestima | 22 |

| | |
|---|----|
| 2.3.1.3 Componentes de la autoestima | 26 |
| 2.3.1.4 Bases de la autoestima según Coopersmith..... | 26 |
| 2.3.2 Redes sociales..... | 27 |
| 2.3.2.1 Definiciones | 27 |
| 2.3.2.2 Ventajas y desventajas de las redes sociales..... | 29 |
| 2.3.2.3 Adicciones. | 30 |
| 2.3.2.4 Definición de adicción a las redes sociales..... | 32 |
| 2.3.2.5 Trastornos relacionados a las redes sociales | 33 |
| 2.3.3 Explicación de las variables autoestima y redes sociales desde la perspectiva ecológica | 36 |
| 2.3.4 Historia de la Universidad Francisco Gavidia | 39 |
| 2.4 Marco conceptual..... | 41 |
| 2.5 Marco legal | 44 |
| CAPÍTULO III | 47 |
| FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 47 |
| 3.1 Hipótesis de investigación..... | 47 |
| 3.2 Hipótesis nulas..... | 48 |
| 3.3 Matriz de congruencia..... | 50 |
| CAPÍTULO IV | 56 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 56 |
| 4.1 Diseño de la investigación | 56 |
| 4.2 Tipo de investigación | 56 |
| 4.3 Población muestra..... | 56 |
| CAPÍTULO V | 60 |
| RECOLECCIÓN DE LOS DATOS..... | 60 |

| | |
|---|----|
| 5.1 Técnicas e instrumentos de investigación..... | 60 |
| 5.1.1 Inventario de autoestima de Coopersmith para adultos..... | 60 |
| 5.1.2 Test de adicción a las redes sociales | 62 |
| 5.2 Aplicación de instrumentos de investigación..... | 64 |
| 5.3 Proceso de recolección de datos | 64 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. | 65 |
| 6.1 Análisis de resultados del cuestionario de uso de redes sociales (ARS) | 65 |
| 6.1.1 Tabla general de cuestionario de uso de redes sociales. | 65 |
| 6.2 Análisis de resultados del inventario de autoestima de Coopersmith para adultos. | 69 |
| 6.3 Análisis estadístico..... | 70 |
| 6.4 Comprobación de hipótesis..... | 71 |
| CAPITULO VII | 74 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 74 |
| 7.1 Conclusiones..... | 74 |
| 7.2 Recomendaciones | 76 |
| CAPITULO VIII | 78 |
| PROPUESTA | 78 |
| Introducción | 80 |
| Justificación | 81 |
| Objetivos | 82 |
| Fundamentación teórica..... | 83 |
| Plan de trabajo para el desarrollo de habilidades para docentes y alumnos | 90 |
| Talleres de capacitación docente sobre las redes sociales e integración de nuevas tecnologías en el proceso académico. | 92 |

| | |
|---|-----|
| Talleres de capacitación estudiantil sobre las redes sociales e integración de nuevas tecnologías en el proceso académico. | 97 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 102 |
| ANEXOS | 104 |
| APÉNDICE | 107 |

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas comunicarse entre sí, compartir intereses, crear comunidades, realizar videos llamadas, entre otras, al mismo tiempo pueden propiciar conductas de valor negativo en las personas que no tienen un control sobre la estimulación que genera el uso de las redes, dichas conductas pueden ser: el tiempo de conexión que un solo individuo consume al día, lo vulnerable que se vuelve por sí mismo el compartir información de carácter personal, así como también establece parámetros de susceptibilidad para que terceros interfieran en su vida personal (ANALITIKA MARKET RESEARCH, 2015).

Si las redes sociales promueven cambios en el estilo de vida de las personas, se puede inferir que el individuo adoptará conductas propuestas por las tendencias existentes en estas aplicaciones, dichos cambios se proyectan física, conductual y emocionalmente.

El desarrollo psicosocial se vuelve tema de interés para la presente investigación, pues abarca la valoración personal de un individuo sobre sí mismo (autoestima) y la ejecución de una conducta.

Por todo lo dicho anteriormente, la presente investigación tiene como objetivo principal, determinar la incidencia del uso de las redes sociales en la autoestima en estudiantes de educación superior, bajo la cual se pretende establecer una perspectiva realista de la situación afectante en la actualidad que es el uso de las redes sociales, la investigación se realiza en conformidad a los requisitos establecidos por la Universidad Francisco Gavidia para los estudiantes egresados en proceso de graduación por modalidad de tipo “Proyecto de Investigación” que permite a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos durante toda su formación académica sustentada en el método científico y aplicada a un tema de interés y de actualidad.

La investigación se encuentra estructurada bajo los siguientes ciertos apartados que brindan un panorama general del contenido:

CAPÍTULO I: Planteamiento del Problema que paralelamente contiene la descripción, justificación y enunciado del problema, así como también la formulación de objetivos.

CAPÍTULO II: Marco Teórico, en donde se describe por medio de una mirada retrospectiva la historia de las redes sociales y autoestima, diferentes teorías explicativas, factores, niveles y un planteamiento sobre las variables de estudio, además de la definición de términos.

CAPÍTULO III: Formulación de hipótesis general – específica y su correspondiente operacionalización.

CAPÍTULO IV: Metodología de la investigación la cual se divide en tipo de estudio, población e instrumento.

CAPÍTULO V: Recolección de los datos que además contiene las técnicas e instrumentos de investigación, aplicación de Instrumento de investigación y el proceso de recolección de datos.

CAPÍTULO VI: Análisis e interpretación de los resultados el cual se ha elaborado por medio de análisis porcentuales.

CAPÍTULO VII: Contiene las conclusiones a las que se llegó con los resultados obtenidos de la investigación y las recomendaciones.

CAPÍTULO VIII: Propuesta incluye un plan de desarrollo de habilidades para la mejora del proceso académico.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema

Desde el surgimiento de las teorías psicológicas y sociales, se considera que los seres vivos han tenido que adaptarse a los cambios que se le presenten por medio del desarrollo de mecanismos de afrontamiento a la situación en conflicto, en la actualidad, las redes sociales representan una nueva etapa del desarrollo de la persona y nuevamente deberá desarrollar habilidades y conductas adaptativas a este fenómeno, sin embargo estas adaptaciones aunque su objetivo principal es dotar al ser humano con nuevas habilidades también puede afectar de manera negativa.

Actualmente la globalización puede considerarse como uno de los grandes avances en el ámbito tecnológico a pesar de que estas no llevan mucho tiempo establecidas en el mercado han permitido desarrollar las áreas del trabajo humano y en la modernidad es uno de los negocios más rentables, la integración de las redes sociales en los dispositivos inteligentes ha condicionado al ser humano a integrarlos en todos los ámbitos en los que se desenvuelve y no siendo desconocido para ninguna persona que naciera en la era tecnológica en el sector urbano.

El fácil acceso y una tendencia a la alza en el uso de las redes sociales según ANALITIKA MARKET RESEARCH en 2015 demuestran que 9 de cada 10 salvadoreños hacen uso de las redes sociales y que estos a su vez utilizan una media de 4 redes sociales durante su tiempo de conexión, además de encontrar un dato muy importante sobre la incidencia de la publicidad en la toma de decisiones en la vida de los internautas con un 35.3% afirmando que sé es efectiva la publicidad y un 35.1% que si notan la presencia de una marca en las redes, esto implica que las redes sociales son un factor trascendente en el estilo de vida actual de las personas y al mismo tiempo se vuelve terreno fértil para investigaciones que describan fenómenos que se presentan debido al uso de estas nuevas aplicaciones.

Con base a lo anterior Echeburúa & Requesens (2012) plantean que: *“las nuevas tecnologías simplifican la realización de actividades cotidianas y tienden a generalizarse tanto así que se espera que todos les den el mismo uso a estos recursos y el no hacerlo se vuelve raro en la actualidad, sin embargo el uso de estas tecnologías según estos dos autores también ha llegado a modificar nuestra forma de estar en este mundo, desde nuestro modo habitual de trabajar, nuestra forma de relacionarnos o de ocupar el tiempo de ocio, sin embargo a pesar que las nuevas tecnologías propician las relaciones sociales y potencian la integración de los más jóvenes en la vida cotidiana no están exentos del riesgo a formar relaciones superficiales, identidad distorsionada, agresividad verbal, creación de un mundo imaginario”*.

Por tanto, estudiar el efecto de las redes sociales en la vida de las personas es un tema que toma trascendencia en la actualidad debido a la complejidad que conlleva el estudio del comportamiento humano y más cuando estos efectos podrían estar relacionados con la aceptación de la persona misma, es decir su autoestima.

1.2 Enunciado del problema

¿Existe una relación entre el uso de redes sociales y la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018?

1.3 Justificación

La globalización ofrece a las personas el acceso ilimitado a los medios de información, alrededor de todo el mundo. Actualmente las personas tienen acceso a la compra y uso de dispositivos inteligentes, los cuales les facilita el uso de las redes sociales, acceso a descargar aplicaciones que les permiten establecer comunicación con otras personas sean estas conocidas o no, sin embargo, muchas investigaciones refieren que el excesivo uso de estas también puede repercutir en la conducta de las personas.

La Universidad Cooperativa de Colombia (2017), realizó un estudio sobre el impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales, encontró que algunas de las problemáticas que los jóvenes presentan son: ansiedad, tendencias a la depresión, tendencia a la agresividad, desarrollo de manías, absentismo escolar entre otras.

Sobre la base de afectaciones psicológicas que provoca el uso de las redes sociales, se vuelve necesidad investigar sobre la relación de estas en la autoestima de las personas. Con una creciente demanda de redes sociales exclusivas para hacer énfasis en su estilo de vida, las personas tienden a publicar lo mejor que les sucede durante el día, sin embargo, ¿Qué sucede si el estilo de vida que las personas exponen en estas no está a la altura de sus expectativas?, acaso ¿No afectaría a una persona reconocer en otra lo que siempre ha deseado vivir? ¿No afectaría que otra persona sí tenga el prototipo de belleza deseado? ¿Acaso la persona no se esmeraría en mostrar ante los demás una imagen idealizada de sí misma mientras se recrimina por no llenar los estándares que se ha establecido por la presión social?

La autoestima se logra por medio de cinco elementos en forma de pirámide según Jesús Díaz Ibañez citado por Sparcy (2013), en los que se toman en cuenta: el autoconocimiento, autoconcepto, autoevaluación, autoaceptación, autorespeto, si estas no se encuentran en equilibrio la persona no puede aceptar su realidad y por lo tanto no presentara crecimiento y desarrollo personal ya que la autoestima se encuentra en la cúspide de la pirámide donde se espera que el ser humano tenga una aceptación total de sí mismo.

Al descubrir si existe una relación entre las variables establecidas se podrá modificar los componentes de estas y al mismo tiempo el comportamiento disruptivo si se presentará, por medio de una intervención directa en el control de impulsos en las redes sociales y una aceptación de la realidad relacionada con la autoestima.

El reconocimiento de estas variables nos motiva a realizar esta investigación, contribuyendo al enriquecimiento de conocimiento sobre la temática, así mismo establecer un preámbulo para futuras investigaciones, consideraciones y acciones sobre el tema a investigar, así como la creación de proyectos que vayan en beneficio de la población estudiantil a la cual es aplicable.

1.4 Delimitación temporal - espacial - social

1.4.1 Delimitación temporal

La presente investigación es un estudio transversal debido a que solamente se tomara los resultados en un periodo determinado el cual abarca desde mediados del mes mayo hasta finales del mes de octubre que comprende a dos ciclos de estudio del año 2018.

1.4.2 Delimitación espacial.

La investigación se desarrolló en la Universidad Francisco Gavidia, ubicada en calle el progreso Numero 4748, edificio de rectoría San Salvador, El Salvador, con estudiantes universitarios de las siguientes facultades: Ciencias Sociales, Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas, Ingeniería y Sistemas, Arte y Diseño; inscritos en las cátedras de Ética Profesional, Dibujo lineal, Métodos de Evaluación Psicológica III, Niños excepcionales en el año 2018.

1.4.3 Delimitación social.

Dentro de la población de la Universidad Francisco Gavidia se encuentran estudiantes provenientes mayormente de zonas urbanas de nivel social y económico medio alto

que cumplen con las características del uso de equipos tecnológicos con acceso a redes de interacción social.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Conocer la incidencia del uso de redes sociales y la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar el nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Determinar el nivel de obsesión por las redes sociales de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Medir el nivel de falta de control personal de las redes sociales de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Determinar el nivel del factor uso excesivo de las redes de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Identificar los niveles de autoestima que presentan los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Determinar la relación entre la obsesión por las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

- Identificar la relación de la falta de control personal por las redes sociales con la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- Identificar la relación entre el factor uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

1.6 Alcances y limitaciones

1.6.1 Alcances

- La investigación permitió conocer los niveles en los que se encuentran en cuanto al uso de redes sociales los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.
- La investigación permitió establecer estadísticos sobre las conductas de los estudiantes en relación a las redes sociales en los ámbitos obsesión, falta de control personal y uso excesivo por estas.
- Con la investigación se logró identificar los niveles de autoestima en los que se encuentra los estudiantes de la universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018
- De los resultados obtenidos se pudo establecer un panorama claro sobre la realidad de los estudiantes en el uso de las redes sociales y sus repercusiones en su autoestima.
- Crear un plan de desarrollo de habilidades para la mejora del proceso académico.
- Establecer bases investigativas sobre estas dos variables dentro del país.

1.6.2 Limitaciones

- Falta de disposición de las facultades la cual dificultó la participación de sus estudiantes en la aplicación de los instrumentos, lo cual llevo a no lograr la muestra completa para la investigación.
- No contar con el número exacto de participantes de la muestra durante la aplicación de Instrumentos de medición, ya que se evidencio inasistencia, de los alumnos, mostraron alguna incapacidad por motivos de salud.
- La resistencia o negación por parte de algunos participantes para contestar los instrumentos del proyecto de investigación.
- Algunos de los participantes no contestaron de manera sincera a los Ítems de cada Instrumento de Medición, afectando de manera directa la confiabilidad del estudio.
- Los resultados no pueden ser tratados de manera general para otras instituciones educativas ya que solo se trabajó con estudiantes de las diferentes carreras de la Universidad Francisco Gavidia.

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1 Marco filosófico antropológico

Desde que el ser humano necesitó realizar actividades de caza para obtener sustento, que requerían más esfuerzo del que podía dar por sí mismo tuvo que integrarse a comunidades que complementarían y desarrollarían sus habilidades y por medio de estas obtener recursos y compartirlos con los integrantes, aquellos que no fueran capaces de adaptarse a la convivencia y trabajo en comunidad eran excluidos y abandonados con la posibilidad de morir cuando ya no fuesen capaces de satisfacer sus necesidades básicas de alimentación.

El sentido de supervivencia del ser humano propicia la integración casi obligatoria a una comunidad para sobrevivir en el ambiente en el que se encontraba, aceptando las normas que establecían estos grupos aún si se estuviera en contra del pensamiento comunitario y su razonamiento.

Esto generó conflictos dentro del mismo ser, entre lo que su pensamiento y razonamiento consideraba satisfactorio y lo que la comunidad le permitía ejecutar para seguir formando parte de ella, sabiendo la exclusión que podría provocar ir en contra de lo establecido, se somete a las regulaciones del sistema aun cuando no se siente identificado con este. Lo que a su vez genera en la persona sentimientos de inferioridad, enojo, frustración, desánimo y alienación.

Durante esta etapa de la evolución se requería establecer conexión comunicativa con los miembros de la comunidad para lo cual se desarrolla un lenguaje que les permita a estos poder establecer planes de acción y facilitar la ejecución de los mismo, a medida que se establecía un código de lenguaje e interpretación también iban surgiendo métodos alternos de comunicación, señales que significasen algo en el idioma sin tener que utilizar la vocalización de fonemas, a partir de estas necesidades que surgían fueron estableciendo métodos de comunicación cada vez más complejos

de interpretación pero al mismo tiempo también de simplificación de expresión, hasta la actualidad que se considera que hay otras formas de expresar algo de manera subjetiva como lo hacen los colores según la psicología de los colores y mensajes ocultos que promueven la compra-venta de determinados artículos.

Es así como la persona actualmente como miembro de la sociedad tiende a adquirir características de adaptación a lo que la sociedad le presenta asumiendo estas como parte de su vida diaria sin cuestionárselo y aunque se lo cuestione la no adaptación a lo que la norma dicta conlleva asumir la consecuencia de ser excluido por la gran mayoría y en su afán de no ser de “los que no se quedan atrás” asume características que probablemente vaya en contra de su propia voluntad.

Pero además de los miembros que se obligan a sí mismos a adquirir una identidad social con el fin de no ser excluido también están aquellos que a pesar de estar de acuerdo con lo normado son demasiado susceptibles a los cambios incluso son capaces de perder su identidad personal por formar parte de un grupo o una categoría es así como se da inicio a una lucha constante entre lo que la persona desea ser y lo que realmente es.

“La mente lo es todo; en lo que piensas te conviertes” (Sócrates 470 - 399 a.C)

Todo aquello en lo que pensamos puede volverse tanto la mayor de las satisfacciones o por lo contrario la peor de las perturbaciones, las evaluaciones tanto positivas como negativas son las que permitirán ya sea el desarrollo productivo o la incompetencia dentro de la vida personal de un individuo.

En el año 384 - 322 a.C El filósofo Aristóteles dijo: *“se ha preguntado si conviene amarse a sí mismo con preferencia a todo lo demás o si vale más amar a otro”*

Estos dos filósofos hacen referencia a un concepto muy relevante para el que hacer psicológico y que probablemente sea uno de temas de mayor interés no solo dentro de la investigación científica sino también en el tratamiento psicológico en la rama de la salud mental a la cual se le conoce en la actualidad por el nombre de autoestima, un concepto que tardó muchos años en poder establecerse con una base teórica que

le sustentará. No fue hasta 1980 con William James, que el término fue descrito dotándole de características específicas, refiriendo que la estima dependía de lo que pretendemos ser y hacer, es decir que el valor que una persona se asignara a sí misma dependerá de los logros obtenidos y al mismo tiempo de los fracasos experimentados, las personas que le asignen un valor mayor a los fracasos y desvaloricen sus logros, tendrán mayor posibilidad de experimentar sentimientos de fracaso o impotencia y aquellos que le asignen mayor valor a sus logros y menor importancia a sus fracasos se compensarán con los logros que obtuvieron anteriormente.

La adquisición o el establecimiento de una personalidad o aprendizaje no solamente depende del individuo pues ya que es considerado como un ser biopsicosocial, es decir, un ser dinámico que interactúa consigo mismo y con las personas que le rodean como lo plantearía Urie Bronfenbrenner (1979) citado por Sánchez (2001) con su Teoría Ecológica. Esta se retomará más adelante para explicar en qué consiste y cómo afecta a un individuo; de ser así se puede considerar la siguiente interrogante ¿un medio como las redes sociales pueden afectar ya sea directa o indirectamente la autoestima de una persona?

Sin embargo, aunque la autoestima es considerada una de las variables con más riqueza en investigación para la búsqueda de la innovación y la modernización del estilo de vida de los individuos, han ido surgiendo nuevos y diversos aspectos que pueden llegar a tener alguna incidencia como las redes sociales, si bien es cierto que estas tienen muy poco tiempo de haber surgido no puede negarse que llegaron para quedarse y que han cambiado totalmente la vida de las personas que las usan de manera positiva o negativa.

Las redes sociales nacen con la finalidad de comunicar, permitir que las personas puedan interaccionar entre sí sin importar la distancia y facilitar la comunicación, como se mencionaba anteriormente la necesidad dio apertura a que el ser humano pudiera desarrollar habilidades y mecanismos que facilitaran la comunicación para poder sobrevivir a partir de acá se da una búsqueda interminable de nuevas formas de comunicación y aunque no se puede establecer cuando fue que el ser humano desarrollo esta habilidad si está claro que ha sido uno de los grandes descubrimientos

del ser humano sin embargo si se tienen antecedentes de las formas de comunicación, que van de una mueca, sonrisa o sonido de animal para expresar algo, plasmar sobre piedra o pared por medio de jeroglíficos (Egipcios) con la que nace la escritura, enviar mensajeros (Antigua Grecia), fogatas o tambores (Indios americanos) que son las formas más antiguas de comunicación ya en la modernidad encontramos otros.

El telégrafo que fue el primer medio de comunicación a distancia de la modernidad del cual sus principios serían aplicados luego a los teléfonos, posteriormente se estableció la radio que permitía comunicar y expresar cuanto se quiere, luego de la radio aparece la televisión que además de escuchar sonidos permitía proyectar una imagen de un suceso de manera instantánea, y por ultimo tenemos el teléfono móvil que se ha convertido en un corto tiempo un aparato imprescindible en la vida del ser humano ya que ofrece todas las formas de comunicación y su innovación no deja de sorprender con la aparición de los teléfonos inteligentes, se da un paso gigante en la comunicación pues no solo te permite comunicarte sino también establecer un vínculo tanto con personas conocidas como desconocidas que se encuentran a largas distancias dentro de estas formas nuevas de comunicación se habla de redes sociales.

El primer indicio de redes sociales como tal se da en 1995 con *Theglobe.com*, esta red social daba la posibilidad de personalizar sus propias experiencias y permitía interactuar con personas que mantenían intereses semejantes. *Sixdegrees 1997*, permitía crear un perfil en la web, agregar contactos e intercambiar mensajes con ellos, *Live Journal 1999*, ofrecía blogs y diarios en línea, *Ryce.com 2001*, primera red social especializada, Friendster 2002 primera en relacionar a los usuarios y sus gustos, fotolog 2002 intercambio de fotografías, Last FM 2002 intereses musicales, linked in 2003 propiciar relaciones empresariales, My Space 2003, hi5 2003, MSN Spaces 2003, Flickr 2004, Orkut 2004, Facebook 2004, yahoo 2005, bebo 2005, youtube 2005, Xing 2006, Twitter 2006, Instagram 2010, Google+ 2011.

La anterior es una línea de tiempo de las redes sociales que han impactado en la vida del ser humano sin embargo con millones de personas utilizando los servicios y ofrecen además de horas de uso de estas surge la duda si estas aplicaciones solamente cubren las necesidades para las que fueron creadas y si realmente el

individuo tiene el control sobre ellas son preguntas que deben ser evaluadas y sobre todo en el área de salud mental es necesario preguntarse cuantas necesidades reales son remplazadas por estas aplicaciones que disfrazan de satisfacciones efímeras. Es decir, se habla de medios o aplicaciones que permiten y fueron creadas para satisfacer la necesidad de la interacción social y la comunicación, pero realmente solo satisfacen esas necesidades o las personas les han asignado roles totalmente diferentes para lo que realmente fueron creadas.

2.2 Antecedentes

2.2.1 Investigaciones nacionales: redes sociales y autoestima

La investigación en cuanto a la variable redes sociales se podría considerar tierra fértil para proyectos investigativos, sin embargo, tomando en cuenta la relación de las variables que conforman el presente estudio son limitadas, a continuación, se presentan algunas de las investigaciones encontradas.

En 2017 ANALITIKA Market Research en el 2017, realizó una investigación sobre marketing en redes sociales en donde refieren datos importantes sobre la conducta de la población salvadoreña en el uso de las redes sociales en una muestra de 1265 entre las edades de 18 a 59 años hombres y mujeres de diferentes niveles socio-económicos los resultados que corresponde tomar en cuenta son que se encontró una diferencia en el crecimiento del número de redes sociales utilizadas ya que en el año 2015 se obtuvo un resultado de una media de 4.7 redes sociales utilizadas por persona y actualmente esta media incremento a un 5.3, al mismo tiempo el estudio refiere que un 63% de las personas dedican más de dos horas a la revisión de las redes sociales además de que un 92% de personas indicaron que se conectan todos los días y en cuanto al tiempo de uso de las redes esta se reafirma la incidencia de que a mayor edad menor es el tiempo de uso de estas.

Una investigación realizada por ANALITIKA Market Reserch en 2015 obtuvo resultados acerca del uso de las redes sociales el cual supone que entre mayor sean los ingresos familiares, mayor será el número de redes sociales que los internautas utilizarán es decir que las personas con mejor solvencia económica tienden a presentar mayor “cyber cultura” y necesidad de mantenerse conectado así mismo el factor edad juega un papel importante pues a medida que avanza la persona en edad esta tendencia disminuye, aunque en cuanto a la variable sexo no se encontraron diferencias significativas.

En este mismo estudio se encontró que cerca de un 47% de personas les disgustan las redes sociales con lo referente a la falta de privacidad, dato que desde otra perspectiva estas personas aun así las siguen utilizando por tanto podría la persona estar considerando la posibilidad de formar parte de un grupo es decir alienarse para no sentirse excluido, además de dedicarle según este estudio más de dos horas diarias de uso a las redes.

El estudio concluye que las redes sociales como Instagram crecen a paso acelerado, el salvadoreño usa en promedio 4 redes sociales, nueve de cada diez personas hacen uso de las redes sociales, así mismo en las conclusiones sobre el área de publicidad refiere que las personas dicen que si incide ésta en la toma de decisiones personales. (ANALITIKA MARKET RESEARCH, 2015)

Un proyecto de investigación realizado por estudiantes de la Universidad de El Salvador en el año 2013 sobre incidencia de las redes sociales en la búsqueda de la identidad de los estudiantes de bachillerato refiere que algunas de las ventajas de las redes sociales son: El reencuentro con conocidos, propician contactos afectivos, permiten establecer conexiones con el mundo profesional entre otras pero así mismo tienen sus desventajas las cuales van desde la suplantación de personalidad, falta de control de datos, pueden ser adictivas, y pueden generar problemas de seguridad.

Se considera que todas las personas para establecer su identidad personal necesitan de buena autoestima, pues la necesitan para confiar en las propias capacidades para poder avanzar y mejorar en su vida evitando así problemas de inseguridad e inferioridad, pero ante esto se debe de aprender a identificar esta cualidad y no

confundirla con otros términos como la egolatría, autocomplacencia, autosatisfacción y permisividad que se dan cuando los hijos están pasando por la adolescencia.

Esta investigación concluye que las redes sociales influyen en la búsqueda de identidad de los estudiantes, pues esta puede ser modificada por las anteriormente mencionadas, además incide también en el estado de ánimo pues si no usan estos recursos presentan estados alterados de conducta.

Esto último sobre los estados de ánimos llama la atención precisamente por el efecto negativo que pueden propiciar en las personas pues un uso inadecuado de las redes afectara todo el estado psicológico y no solo el estado de ánimo. (Duran Villalta, y otros, 2013)

2.2.2 Investigaciones en el extranjero: redes sociales y autoestima

En la medida en que se incrementan la accesibilidad de los recursos tecnológicos se vuelve una necesidad para la Psicología establecer una visión general sobre el comportamiento humano en relación con estos recursos, ya que el fin de esta ciencia es el estudio del comportamiento, por tanto, muchos investigadores en el afán de conocer más sobre estos fenómenos se interesan en investigar los componentes y el funcionamiento de los anteriormente mencionados.

En la Universidad de San Ignacio de Loyola, Lima-Perú, Javier Ikemiyashiro Higa, en el 2017 se realizó un estudio sobre uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima metropolitana. El estudio fue de tipo correlacional con un diseño no experimental transaccional. El total de participantes fue de trescientos veintidós, que se encontraban dentro del rango de edades entre 15 y 30 años, siendo 51.2% hombres y el 48.8% mujeres, para la investigación se emplearon el Cuestionario de Adicciones a Redes Sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014) y la Escala de Habilidades Sociales (EHS) de Gismero (2005) adaptada para el Perú por Ruiz (2006). De acuerdo a los datos y resultados presentados en la presente investigación sobre el uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en

adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana, muestran correlaciones negativas e inversas entre las variables uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales, estos hallazgos sugieren que a pesar de que los participantes muestran ciertos problemas de adicción en cuanto al uso de las redes sociales virtuales, lo más probable es que desarrollen y mantengan adecuadas habilidades sociales, además también indican que los datos hallados pueden verse afectados por el contexto, debido a que la generación actual de consumidores de las redes sociales virtuales, cuenta con un alcance y facilidad de estar conectados a internet desde cualquier dispositivo electrónico realizando actividades simultáneamente.

Relación entre adicción a redes sociales y Autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima Perú 2016, la investigación planteó como objetivo la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional. Para ello se evaluó a 346 alumnos, de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre los 16 y 25 años de edad ($M = 19.28$, $DE = 19$), de una universidad particular de Lima, a quienes se les administró la Escala de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Escurra y Salas (2014). Los resultados indican una relación negativa ($r = -.469$, $p < .01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes, además se observan diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en la dimensión de la variable Autoestima.

En 2015 un estudio de tipo transversal descriptivo con una muestra de 102 personas entre los 15 y 19 años sobre adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social mostro que un 66.7% tiene una adicción a internet y un 62.7% con problemas de autoestima aunque en este estudio no existió asociación entre estas dos variables pero que si es evidente que el internet está produciendo un rápido cambio en las costumbres y modos de vida de las personas ya que están modificando la forma en que se relacionan unas personas con otras, además de

encontrar que el 11.5% de la muestra le dedica más de tres horas diarias a las redes sociales. (Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del IMSS, 2015)

Kanwal y Anand (2013), realizaron una investigación sobre el grado de adicción a las redes sociales en estudiantes de una universidad de Chandigarh en la India. Para ello contaron con una muestra 100 mujeres y 100 hombres de distintas carreras universitarias. Utilizaron una prueba para medir la adicción a las redes sociales virtuales y cinco pruebas para medir factores relacionados sobre la adicción a sustancias. Sus resultados señalan que la adicción a las redes sociales está relacionada con las variables; sensibilidad al rechazo, autoestima, locus de control y depresión. Asimismo, también encontraron que hay una tendencia mayor en los hombres que en las mujeres a desarrollar esta adicción. Respecto al hallazgo señalado anteriormente, Kanwal y Anand, (2013) señalan que los hombres buscan actividades donde pueda dominar su entorno, juegos online donde puedan mostrar poderío y que por lo general las actividades violentas son más atractivas para los hombres que para las mujeres. Las mujeres por otro lado buscan actividades dentro de las redes sociales en las que puedan desarrollar amistad, pertenencia a grupos y la posibilidad de expresar sentimientos de manera anónima.

Otro estudio, fue llevado a cabo por la estudiante de psicología Brenda Audilia Carazo Gutiérrez, sobre el uso adictivo de las redes sociales y su relación con la autoestima en la adolescencia, esta investigación tenía como fin explorar si la autoestima que presentan las/os adolescentes influyen en el uso adictivo de las redes sociales, este estudio se llevó a cabo en el año 2012 con estudiantes del Colegio San Ramón Wanda de la ciudad de Estelí, con una muestra de 40 estudiantes entre las edades de 14 a 18 años, incluyendo varones y mujeres. Los resultados de este estudio revelaron que las/os adolescentes se ven impulsados a hacer uso de la red social porque les genera entretenimiento y a su vez una forma de pasar el tiempo libre, consideran que es una herramienta a través de la cual se puede interactuar de manera más fácil y establecer relaciones satisfactorias en las cuales encuentran refugio a sus problemas, por esta

razón reflejan que las redes sociales son parte esencial de sus vidas. Se encontró que existe una relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales. Las/os adolescentes con baja autoestima usan la red social de forma adictiva, como un medio para llenar vacíos existenciales y a su vez como una forma fácil de salir del anonimato. Sin embargo, las/os adolescentes con una autoestima sobrevalorada pueden usarla para agrandar sus sentimientos de valoración, buscar reconocimiento y popularidad.

Entre algunas de las investigaciones referidas a la tecnología y los seres humanos, se encuentra Javier Serrano (2014) –Puche de la Universidad de Navarra, España y su investigación “¡No sin mi Smartphone! Emociones, Identidad y Tecnología Digital” hace una descripción del papel que desempeñan las redes sociales en el ser humano en el ámbito emocional afectivo según su recolección de información antes de la implementación de las redes sociales las emociones personales eran relegadas a segundo plano pero que estos medios han generado en la actualidad una sociedad emocional en las relaciones interpersonales así como su afectación en la construcción de la identidad personal tal es el caso que los medios que se usan para comunicarse con los demás lleva emparejado lo que define como “ancho de banda afectivo” permitiendo dar por medio de estos información de tipo emocional.

En conclusión dice que la tecnología no solo sirve de cause para la expresión de los afectos de las personas, sino también contribuye a modelarlos, así mismo influye en la formación de su identidad y como se manifiesta en la realidad (¡No sin mi Smartphone! emociones, identidad y tecnología digital)

En un estudio presentado por la revista *Psicología Iberoamericana* en 2010 sobre el tema *La Adicción a Facebook Relacionada con la baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades sociales* con una muestra de 60 participantes a nivel de licenciatura 30 adictos a Facebook y 30 no adictos con una edad media de 22 años, tomando en cuenta el nivel socioeconómico, la ocupación, la escolaridad entre otros factores encontró que las personas adictas a esta red social eran más propensos a la depresión, a ser menos asertivos, a tener menos calidad de relaciones tanto con amigos como con la familia o a tener dificultades para hablar en público que los no adictos ($t=5.5001$; $p=.001$) así mismo que factores de la autoestima como Autoestima

física, autoestima general, autoestima de competencia académico/intelectual, autoestima emocional, autoestima de relaciones con los demás y autoconcepto los no adictos puntuaron más alto mientras que el grupo de adictos tuvieron puntuaciones menores ya que los valores fueron codificados de manera inversa, es decir que la presencia de adicción a Facebook precede tendencias a la baja autoestima.

Resaltan en su discusión que el hecho de pasar más tiempo dentro de las redes sociales, no significa que las personas aumenten su interacción social, ni su autoestima y ni que obtengan mayor satisfacción en sus relaciones. (La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales, 2010)

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Autoestima

Para comprender lo que esta investigación intenta descubrir se debe establecer un marco de referencia en cuanto a cada una de las variables que se estudiará y evaluará, puesto que la variable importante a estudiar es la autoestima, se comenzará estableciendo la terminología de la misma según diferentes autores, al mismo tiempo, una retroalimentación sobre el concepto y las diferencias entre cada uno de los autores que la definen.

Coopersmith (1967) define la autoestima como el juicio personal de valía que es expresado en las actitudes que el individuo toma hacia sí mismo. Es una experiencia subjetiva que se transmite a los demás por reportes verbales o conducta manifiesta.

Es decir, la autoestima proviene de pensar del mismo individuo por medio de una evaluación, pero que no solamente queda en la persona, sino que también puede llegar a ser percibida por terceros, probablemente la forma en que se dirige a sí mismo al momento de hablar.

Según Matthew Mckay (1991), *La autoestima es un conjunto de fenómenos cognitivos y emocionales que concretan la actitud hacia uno mismo, la forma en que toda persona se juzga (pág. 5)*

Se puede ver que este autor no toma en cuenta dentro de su definición los efectos de vivir en sociedad y como esta puede también interferir en el desarrollo de la autoestima puesto que se refiere a que es simplemente el juicio personal del individuo y todo su proceso psíquico al momento de realizar esta evaluación.

Para Massó (2013), *la autoestima es la valoración que una persona hace de sí misma, y comprende dos elementos psíquicos que son el auto-concepto y consideración personal de lo que le define.*

Aquí ya se puede ver una definición más clara pues ya incluye el término autoconcepto que se refiere a la identificación personal, a nuestra manera de ser acá se puede incluir los rasgos de personalidad y cuando se habla de consideración personal se refiere a si estamos de acuerdo con todo aquello que somos y si esta es satisfactoria para nosotros mismo.

Ahora que ya se tiene una referencia sobre la primera variable se puede establecer una definición más clara del factor común de todas ellas, las cuales van dirigidas a la evaluación de la persona por sí misma, sin embargo, la persona no es un ermitaño, sino que forma parte de un grupo social en el cual se deberá tomar en cuenta la posibilidad de que la presión social en la que vive puede formar parte o interferir en la valorización real de sí mismo.

Esto hace referencia a que no es ilógico pensar que un individuo que se somete a un grupo social en donde sus características no se relacionan o no son del todo compatibles con este, pueda llegar a realizar modificaciones y que al mismo tiempo se vuelva vulnerable y recriminarse a sí mismo por no tener lo que los demás tienen o no ser como los demás son, probablemente aquellas personas que ya tienen una autoestima dañada puedan incluso empeorar.

Si se habla sobre lo que William James mencionaba sobre que la autoestima estaba conformada por la valoración del yo real y el yo ideal, se puede aseverar que el yo ideal también está relacionado a que la persona llegue a ver en otra un modelo a seguir y dejar de aceptar lo que realmente es; esta situación conllevaría a tomar actitudes o acciones para reprimir su realidad ocultando su verdadero ser.

Con lo anterior nacen algunas interrogantes ¿Qué tanto afectan los entes externos a la autoestima de una persona? ¿Qué sucede con las personas que se sumergen en las redes sociales y ven a diario estilos de vida diferentes a los de ellos? ¿Qué pasa cuando vuelven a su realidad y se dan cuenta que no tienen ese estilo de vida? Posiblemente son preguntas que valgan la pena explorar a fondo, dado que tiene implícita la variable autoestima, la cual es parte de la personalidad y se desarrolla por medio de la interacción individuo – sistema. No solo se debe hablar de persona, sino que es importante analizar el sistema económico-social, el cual puede mostrar una “aparente” vida perfecta llena de felicidad, logros, amistades perfectas y belleza que cumple con los cánones establecidos por la sociedad. Esto conlleva una vulnerabilidad para la persona y la posibilidad de despreciar el estilo de vida que lleva y que probablemente no es ni la mitad de lo que desea.

2.3.1.2 Teorías de la autoestima

Conozcamos un poco sobre la estructura de la autoestima según Díaz Ibañez citado por Rodríguez (1998), la autoestima está estructurada de manera piramidal de la base hacia la cúspide estos elementos: autoconocimiento, autoconcepto, autoevaluación, autoaceptación, autorespeto un buen manejo de estos elementos propiciara la aceptación del sí mismo.

El primer elemento que se encuentra es el Autoconocimiento, se refiere a conocer por qué y cómo actúa el yo, el segundo elemento es el autoconcepto, acá se toman en cuenta las creencias y valores, tercero autoevaluación, valorar y calificar situaciones personales, cuarto autoaceptación, asumir la realidad, por último, el autorespeto, que

es responsabilizarse del cuidado personal y psíquico, si se logra cumplir cada una de estas etapas se puede considerar la existencia de una buena autoestima.

Aunque pareciere bastante complicado en la práctica el identificar por separado cada uno de estos elementos, es cierto que puede llegar a confundirse una etapa con la otra esto es debido a que están estrechamente relacionadas y la satisfacción de una etapa propicia de manera simultánea la siguiente, por ejemplo, cuando una persona se encuentra en la etapa de autoconocimiento que refiera a la característica de cómo actuar o que conducta tomar cuando se presenta una situación lo hace de manera espontánea según el conocimiento adquirido y lo que valora como correcto o incorrecto, no precisa realizar una gran racionalización de la situación pues ya se conoce y ya sabe cómo reaccionar o responder.

Sin embargo, se puede notar la tendencia a una explicación desde la perspectiva de Abraham Maslow (1954) pues este teórico decía que toda conducta humana está determinada por uno o varios (motivos); que a su vez generan impulsos para la satisfacción de algunas necesidades biológicas o psicológicas del individuo. Estas necesidades han sido jerarquizadas y representadas por Maslow en una pirámide; teniendo como finalidad satisfacerlas y que el individuo logre su autorrealización. Ya que la autoestima de una persona está en función de las necesidades que haya suplido adecuadamente en una sociedad determinada.

La teoría de Maslow dice que para alcanzar una autoestima debes cumplir con una serie de necesidades que se encuentran estructuradas en forma de una pirámide ubicando en la parte superior las necesidades de menor prioridad, pero no dejando de ser importantes pues estas permitirán formar una base más sólida.

Otras teorías que ofrecieron sus aportes para establecer una base sólida a la explicación de autoestima fueron las siguientes.

Coopersmith (1967), propuso una teoría de la autoestima, determinada principalmente por el ambiente familiar. Retoma la competencia como un elemento importante dentro de la determinación de la autoestima. Indica que las propias experiencias de

competencia y autoestima de los padres son factores significativos en el desarrollo de esta. Los niños se evalúan observando a sus padres, reconociendo sus puntos buenos y también sus diferencias, así como enfrentando sus crítica. Las expectativas positivas que nos creamos con respecto a nosotros mismos, tienen más probabilidades de ser cumplidas, si desde niños observamos a nuestros padres utilizando esos atributos (Bednar et. Al., 1989)

Como se puede ver esta teoría hace mucha referencia a la adquisición por medio del convivio social con los padres es aquí donde podemos inferir que la autoestima no está solamente determinada por la persona misma sino que hay cierta influencia social siendo así la hipótesis sobre el uso de las redes sociales tienen influencia sobre la autoestima cobraría valor puesto que hay que considerar desde que edades los niños ya tienen un contacto por diversos tipos de personas que pueden influenciar su desarrollo, pero eso se comprobara en la presentación de resultados más adelante.

Harter (1983), define la autoestima como el nivel de valía global que una persona tiene para sí misma. Su teoría se basa en un enfoque de desarrollo y su objeto de estudio está encaminado del análisis de la autoestima durante la niñez y la adolescencia. Supone la existencia de dominios ordenados jerárquicamente, donde la autoestima global aparece en la parte más alta como un constructo supraordenado. En el nivel inferior inmediato, se encuentran las dimensiones de competencia (escolar y atlética), aceptación social, apariencia física y comportamiento apropiado.

Como podemos ver Harter hace más una explicación social y toma unos elementos muy importantes los cuales son las competencias, aceptación social, apariencia física y comportamiento adecuado, se dice que son importantes porque estos factores sociales pueden cambiar o variar según la sociedad o grupo social al que se pertenece y al mismo tiempo hace que se pregunte ¿Qué pasa con aquellos individuos que su sentido de pertenencia es muy voluble? ¿Qué tanto puede cambiar una persona con el objetivo de ser aceptada? ¿Qué tanto acepta su realidad? es decir no está mal tratar de pertenecer a un grupo que difiera de como individuo se es, lo que no está bien es la negación de la realidad y la distorsión personal de sí mismo a cambio de ser aceptado.

Por ejemplo, una persona puede ser muy competente académicamente y sobresalir en este ámbito pero ¿qué sucede si el individuo no es aceptado por su grupo de clases e incluso tienden a etiquetarlo como un “nerd” o que incluso su apariencia física no sea la socialmente establecida?, si bien es cierto, tendrá la posibilidad de sobresalir académicamente pero esta misma capacidad o habilidad impide que sea aceptado por sus compañeros aunque solo sea por envidia o falta de comprensión, cuando esto sucede cabe la posibilidad de vulnerar la autoestima generando una disyuntiva entre lo adquirido a través de la interacción con los diferentes sistemas y la realidad de ese momento, lo cual lo llevaría a realizar una autoevaluación, como lo plantea Ibañez (2013)

La teoría de Pope, McHale y craighead (1988) describe a la autoestima como una evaluación de la información contenida en el autoconcepto, y se deriva de los sentimientos que tiene el niño sobre las cosas que él es. En síntesis, la autoestima surge de la discrepancia entre el self percibido o autoconcepto, una visión objetiva de sí mismo y el self ideal lo que la persona valora o le gustaría ser.

Una teoría muy apegada a la definición que James daba sobre la autoestima sobre el la evaluación del self ideal y el self real, esto quiere decir que entre más cercano a lo ideal mejor autoestima se tendrá aunque esto es solo una inferencia ya que una persona podría sentirse satisfecho en alguna área determinada y no en otra y a esto se le puede agregar el conflicto entre lo que la sociedad pide y que a veces es surrealista a la verdadera naturaleza del individuo, por ejemplo la sociedad pide que la belleza se defina por ciertas características presentan en anuncios comerciales mujeres con cierto peso o rasgos faciales muy definidos, medidas de físicas que da la impresión que es un concepción de belleza bastante alejada de lo que es la realidad del país al hacer esto hay un mensaje que inconscientemente afecta a las personas que reciben esta información el mensaje que todas las compañías de productos quieren que compres sus productos si quieres tener belleza.

2.3.1.3 Componentes de la autoestima

Se considera que la autoestima estaría expresada a través de tres componentes, que actuarían en forma conjunta, que según Cortés de Aragón (1999) serían los siguientes:

a) Componente Cognoscitivo: En donde se consideraría todos los conceptos referidos a la representación mental que las personas tengan sobre si mismos; es decir, los conceptos, ideas, conocimientos, percepciones, creencias y opiniones sobre sí mismo. Abarcando de este modo al autoconocimiento, autoconcepto, auto comprensión, autoimagen y autopercepción.

b) Componente emocional – evaluativo: En donde se encontraría los sentimientos y emociones referidos a sí mismo, los cuales determinan gran parte de la autoestima, y en la medida en que sean interiorizados correctamente, permitirán a cada individuo gestionar su propio crecimiento personal, dentro de ellos se tendría la auto aceptación, autoevaluación, autovaloración y auto-aprecio.

c) Componente conductual: La autoestima no solo implicaría el componente cognitivo y emocional, sino que también se hace observable a través de las conductas y comportamientos realizados. Encontrándose que las personas con una autoestima alta presentan conductas coherentes, congruentes, responsables, siendo autónomos, con dirección de sí mismos.

Diversos autores coinciden al considerar a la autoestima como una fuerza interna que da sentido, propósito y coherencia en la vida de las personas, que serían expresadas a través de las siguientes formas (Albarrán, 2004, citado en Válek, (2007).

2.3.1.4 Bases de la autoestima según Coopersmith

Siguiendo a Coopersmith (1990) las personas desarrollarían un autoconcepto de acuerdo a cuatro bases:

a) En relación al significado que se dé a la forma en que son amados o considerados, y al grado de aprobación que recibieron de personas significativas, por lo que se hace muy delicada la guía que recibe dentro del hogar versus el mundo social que le rodea (que actualmente se da mediante las TIC).

b) La competencia o idoneidad para llevar a cabo tareas que se consideren importantes. En este caso las TIC motivarían a un tipo de competencia orientado hacia los intereses positivos o negativos de los jóvenes.

c) La adhesión a las normas de ética y de moral, aspecto que se fortalece en el seno del hogar.

d) El grado de influencia que las personas tendrían hacia sí mismas y hacia los demás. Donde también juegan un papel importante las TIC, en el sentido que a través de estos medios los jóvenes transmiten experiencias o formas de expresión de vida.

2.3.2 Redes sociales.

2.3.2.1 Definiciones

Gonzalez, Merino y Cano (2009), indican que las redes sociales son un fenómeno de expansión que las personas hoy en día utilizan con más frecuencia. Asimismo, es una comunidad virtual en la cual un conjunto de individuos está relacionado por un interés en común mediante herramientas virtuales, en este caso es el internet el cual les abre acceso a estos sitios. El fin es interactuar de forma continua, al seguir reglas y normas preestablecidas de antemano. Las personas se sienten a gusto y parte de un grupo social, ya que comparten intereses, gustos, ideales y afinidad.

Según Bartolomé (2008), las redes sociales reflejan lo que en tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado, así como el motivo aglutinador desde sexo, afición por

los viajes; las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras.

Deitel y Deitel (2008), indican que las relaciones que se crean en las redes sociales pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones, o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas como, por ejemplo: juegos en línea, chats, foros, entre otros.

Como se puede ver el gusto por las redes sociales no es mera coincidencia, es más bien la satisfacción de una necesidad de interacción social pero no solamente para compensarla, sino también se vuelve atrayente cuando ese grupo de personas o individuos comparten ciertas características y gustos, es ahí cuando el sentido de pertenencia en las personas se activa y comienza una interacción que se vuelve común y agradable al reconocer que hay otras personas que piensan y actúan de manera similar.

Esto no solamente se da por medio de redes sociales también se puede ver en la interacción cara a cara, en la cual se elige a un grupo de amigos según características que se prioriza para sentirse cómodo, es decir, para que se pueda establecer una relación de amistad, es necesario que la persona tenga características definidas y las reconozca en otras.

Por tanto, una red social no solamente debe ser considerada como una aplicación o una página web, pues lo importante son las relaciones que permiten establecer entre individuos, sean estas a corta o larga distancia. Gracias a esto, las redes sociales toman importancia en el mundo actual, pues permiten la integración de estas a investigaciones en el ámbito pedagógico, antropológico, sociológico o incluso matemático, por tanto, algunos autores han planteado algunas teorías que tratan de explicar las relaciones de conectividad dentro de las mismas.

En este sentido Castillo (2013) expone la teoría de Grafos propuesta en el año 1736, quien concibe a las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los

nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que los unen, todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de la red social.

Otra de las teorías en relación a las redes sociales estudiadas por varias disciplinas es la teoría de los Seis Grados de separación propuesta por Karinthy (1930), la cual sostiene que se puede acceder a cualquier persona del planeta en sólo seis saltos, postula que por medio de una cadena de conocidos las personas están relacionadas unas a otras a través de cinco intermediarios. Esta teoría se basa en la idea que un grupo de conocidos crece exponencialmente con los enlaces en cadena y que harían falta únicamente cinco de estos enlaces para conectar la población mundial. (Ozón, 2010)

Según esta teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Como se puede observar en las teorías lo fascinante de las redes no se encuentra en su estética, que tampoco deja de ser un punto importante, pero lo primordial es la interacción que permite entre usuarios de estas ya sea por medio de fotografías (Instagram), textos (Twitter) o la combinación de ambas (Facebook) es fácil desatar la curiosidad de las personas por el conocimiento de algo desconocido que de otro modo no se tendría acceso.

2.3.2.2 Ventajas y desventajas de las redes sociales

- **Ventajas:**

Según (Marañón, 2012) estas aplicaciones han cambiado considerablemente la interacción social en cuatro aspectos específicos:

- a) Enormidad, que refiere a la gran cantidad de redes y número de individuos a los que acercan a las personas.
- b) Comunalidad, se refiere a la facilidad de compartir la información y así mismo contribuir a esfuerzos colectivos.
- c) Especificidad, un incremento en la particularidad de los vínculos que se pueden formar.
- d) Virtualidad, la capacidad de asumir identidades virtuales.

- **Desventajas:**

Según este mismo autor refiere que algunas personas podrían trasladar sus deseos personales al mundo virtual y a veces incluso cambiar sus experiencias reales a cambio de las virtuales.

Es decir que las personas podrían incluso llegar a asumir roles que en la interacción social real no se podrían dar, ya que estos medios promueven el anonimato, es decir, una mujer de 40 años podría ser bien una mujer de 20 años sin que las personas se den cuenta de la realidad o fingir que es de un género contrario, bastaría con el cambio de su información en estas aplicaciones ya que no hay forma de comprobarla a menos que el mismo individuo lo divulgue.

2.3.2.3 Adicciones.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la adicción es una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. Compuesto por factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales además de ser progresiva y puede caracterizarse por episodios continuos de descontrol, distorsión del pensamiento y negación.

Según este ente para hablar sobre una dependencia física y psicológica las personas deberán presentar tres o más de los siguientes criterios en un periodo de 12 meses, los cuales son:

- a) Fuerte deseo o necesidad de consumir la sustancia (adicción).
- b) Dificultades para controlar dicho consumo.
- c) Síndrome de abstinencia al interrumpir o reducir el consumo.
- d) Tolerancia.
- e) Abandono progresivo de intereses ajenos al consumo de la sustancia. (Inversión cada de tiempo en actividades relacionadas con la obtención de la sustancia).
- f) Persistencia en el uso de la sustancia a pesar de percibir de forma clara sus efectos perjudiciales.

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM – 5) define las adicciones que no se refieren a sustancias como un trastorno del comportamiento (también llamada adicción conductual) no relacionada con sustancias de abuso, pero que comparte algunas características con la adicción inducida por sustancias.

Según estas definiciones las adicciones a sustancias y adicciones conductuales no tendrían grandes diferencias entre sí, sin embargo, aunque la adicción a redes sociales actualmente se considera una adicción, algunos autores como Echeburúa (2016), consideran que el uso de internet no debería considerarse como una adicción ya que pone de manifiesto que las adicciones debería de ser permanentes en el tiempo, sin embargo, estudios muestran que a medida que incrementa la edad, el tiempo de uso y la obsesión por estas disminuye y que posiblemente el aumento en el uso solo sea por la novedad o por características atractivas que luego se volverían sin importancia o con poca relevancia.

Las redes sociales han llegado a cambiar la forma de relacionarnos e influir en nuestro comportamiento. Desde su aparición se han llevado a cabo muchos estudios con el objetivo de conocer cómo afecta nuestro comportamiento y la forma de valorarnos. Los resultados obtenidos han demostrado que un uso excesivo de redes sociales contribuye, por un lado, al aumento del estrés y a la sensación de soledad y por otro, a la disminución del sentimiento de felicidad.

Las redes sociales no son malas ni peligrosas, sino el uso que hacemos de ellas. Por ende, es muy importante tener en cuenta hasta qué punto son una prioridad en nuestras vidas. Nunca algo que tenga que ver con el exterior va a producir la felicidad que realmente se quiere y se necesita, porque esta solo es accesible desde el interior.

2.3.2.4 Definición de adicción a las redes sociales

Adicción generalmente se refiere al comportamiento compulsivo que conduce a los efectos negativos. En la mayoría de las adicciones, las personas se sienten obligadas a realizar ciertas actividades tan a menudo que se convierten en un hábito nocivo, que luego interfiere con otras actividades importantes como el trabajo o la escuela.

En ese contexto, un adicto a las redes sociales podría ser considerado alguien con una compulsión a utilizar los medios sociales en exceso, revisando constantemente actualizaciones de estado y perfiles de la gente en Facebook, por ejemplo, durante horas.

Pero es difícil decir cuándo la afición por una actividad se convierte en una dependencia y cruza la línea de un hábito perjudicial hacia una adicción. ¿Pasar tres horas al día en Twitter, leyendo al azar tweets de extraños, significa que eres adicto a Twitter? ¿O pasar unas cinco horas? Se podría argumentar que sólo estaba leyendo titulares de noticias o actualizaciones necesarias para estar al día en su campo de trabajo, ¿no?

Para Echeburúa, Labrador, & Becoña, (2009), la adicción a una red social es la compulsión por estar siempre conectado en la plataforma social e implica ser un coleccionista de amigos y dedicar mucho tiempo a la decoración del muro o perfil. En este sentido, se han visto casos de personas que están más de 18 horas conectadas pendientes de su red social; se infiere que la adicción a internet suele afectar a las personas que por la edad son psicológicamente más vulnerables. Un grupo al que hay que prestar especial atención son los adolescentes, pues reúnen características de riesgo como la impulsividad externa, necesidad de relaciones nuevas y autoestima

baja. Sin embargo, actualmente la fiebre de Internet no solo afecta a los adolescentes sino a la sociedad en general.

2.3.2.5 Trastornos relacionados a las redes sociales

Con el surgimiento de los teléfonos inteligente, la presencia de estos en la vida de las personas no ha hecho más que crecer tanto en número como en el uso que se les da.

A continuación, se presentan algunos trastornos relacionados a uso de dispositivos móviles, aunque estos aún no se encuentran registrados en el DSM-5.

- **Phubbing**

El ningufoneo (en inglés, phubbing) es el acto de ignorar a una persona y al propio entorno por concentrarse en la tecnología móvil, ya sea un teléfono inteligente, tableta, PC portátil. Este término apareció en el año 2007, al mismo tiempo que se popularizaron los teléfonos inteligentes.

Escavy (2014) define el phubbing, como la manera de prestar más atención a un dispositivo capaz de recibir y enviar información, por medio del cual se puede tener comunicación entre personas, a través de las redes sociales a las cuales se puede acceder fácilmente; evitando contacto social con personas cara a cara, para establecer una conversación.

Para Pathak (2013), el phubbing es la combinación de las palabras phone (teléfono) y snubbing (hacer un desprecio), este término hace referencia al hecho de que, en una reunión social se ignora a alguien por estar prestando atención al teléfono móvil en lugar de hablar con esa persona cara a cara.

Este comportamiento, ciertamente nocivo en cualquier interacción social, se está convirtiendo en algo común. Varoth Chotpitayasunondh y Karen Douglas investigadores de la Universidad de Kent (2016), han investigado recientemente las causas psicológicas y las consecuencias de este comportamiento. Estos autores

descubrieron que la adicción al teléfono móvil es una de las causas que lleva a ignorar deliberadamente a la persona con la que se comparte.

Dentro de los factores del phubbing se encuentran:

- a) La adicción al teléfono móvil: Debido a los avances tecnológicos y la presencia de internet prácticamente en todos los teléfonos móviles da apertura a estar conectados a las redes sociales, pero en el momento que se pierde la conexión surge la sensación de estar perdidos en el mundo pues no se está pendiente de las actualizaciones en las redes.
- b) Capacidad de autocontrol: A menor autocontrol, más probabilidad de adicción a Internet, al Smartphone y, por ello, más probabilidad de realizar phubbing.
- c) El miedo y la preocupación de quedarse descolgado de los eventos, sucesos y conversaciones que están teniendo lugar en el círculo social, provocando esto un uso problemático del teléfono móvil.

- **Nomofobia**

Actualmente no es considerada todavía como una patología o un trastorno del comportamiento, pero ciertamente es una consecuencia de la adicción al uso descontrolado del teléfono celular.

El término proviene del anglicismo “nomophobia” (no-mobile-phone-phobia). Y significa un pánico desmesurado al no tener el celular cerca. La dependencia a estos dispositivos electrónicos genera en los que padecen nomofobia una sensación de incomunicación y soledad infundada.

Armayones, (2016) indica que la nomofobia es aquella sensación de no poder estar sin el Smartphone en todo momento y el no tenerlo es motivo de preocupación y angustia, estar pendiente de lo que ocurre y estar conectado constantemente.

Comenta que es alarmante, ya que en ocasiones las personas se angustian y crean ansiedad por el simple hecho de no poder conectarse, responder un mensaje en la red

social o el simple hecho de que el Smartphone no esté al alcance, esto genera una preocupación desmedida hasta el punto de no salir de casa si no está el móvil.

Al contemplar la realidad acerca de la nomofobia este autor menciona que es un escenario que se ve de forma normal en la actualidad, las personas siempre están comunicadas vía electrónica y casi en todas las actividades usan la red o alguna aplicación. Los Smartphone ofrecen aplicaciones con las cuales se pueden hacer variedad de acciones, se observa que para actividades sencillas se utiliza el móvil, por ejemplo: al realizar una operación básica, buscar definiciones, noticias, información y música, todo esto se realiza con la conexión a la web y se obtiene respuestas inmediatas.

Comenta el autor antes mencionado, que para saber si una persona es dependiente al Smartphone, se cuantifica en acciones mínimas, por ejemplo, no puede dejar de publicar una semana en una red social, apagarlo en una reunión o si no puede asistir a una reunión sin él, siempre está en busca de señal de internet, no tiene un sueño reparador por las noches como debe ser.

La nomofobia se manifiesta en dos variantes: la fobia a no tener el móvil cerca y el miedo a que se acabe la batería.

La primera variante expone la existencia de personas que se lleva el móvil al baño, lo lleva mientras hace la limpieza o lo tiene en la cocina por si alguien llama", ejemplificó Armayones al diario ABC (2016).

La segunda variante se refiere al miedo a que se le acabe la batería antes de llegar a casa; en esta segunda también se incluiría no tener señal.

Algunos de los síntomas que se pueden presentar por este trastorno son: ansiedad, taquicardias, pensamientos obsesivos, dolor de cabeza, dolor de estómago y necesidad de estar constantemente revisando el móvil.

Según explica Mercedes Botero citado por diario El Heraldo (2017), el nomofóbico suele ser una persona insegura y de baja autoestima. Que, aunque el manual de

clasificación de enfermedades y trastornos mentales DSM 5 –un documento universal que habla de los diferentes trastornos– no tenga registrada esa enfermedad en su lista, esta se asocia con la ludopatía (impulso patológico a los juegos de azar) y el uso excesivo de internet.

“Esta patología hace que la persona se vuelva dependiente, porque tienen mucho tiempo de dedicación hacia el aparato. Lo cual daña los hábitos de sueño, alimentación e interacción social”, puntualizó, haciendo referencia a las sintomatologías.

2.3.3 Explicación de las variables autoestima y redes sociales desde la perspectiva ecológica

Debido a que las redes sociales y la autoestima son consideradas variables sociales por la participación de entes externos (individuos) a la persona, la Teoría Ecológica toma fuerza a la hora de la explicación de este fenómeno o al menos da una aproximación del porque estas variables podrían estar relacionadas.

Según la teoría Ecológica, la adquisición de conocimiento o el desarrollo de la persona es generada por un conjunto de estructuras sociales seccionada por niveles donde los más cercanos a la persona son aquellos que se establecen en las primeras relaciones y con los que tiene mayor interacción, a medida que los niveles crecen más es la lejanía de la relación de la persona con estos, pero no por eso dejan de afectar en el desarrollo de la persona.

Por ejemplo, la enseñanza de los padres durante los primeros años de vida, así como de la familia en la adquisición de valores para actuar de una manera u otra; si bien es cierto la familia es el círculo con el que un niño se relaciona a diario y aunque este primer nivel este estrechamente relacionado no es el único, en este caso se encuentra en un nivel de relación más profundo, pero en un nivel más externo se tendrían sucesos sociales que pueden poner en contraposición lo que al niño se le enseña con respecto a la realidad social en la que vive; se le podría decir al niño en la familia que

tomar está mal y que por lo tanto no tiene que hacerlo, al mismo tiempo por televisión es bombardeado con publicidad que implícitamente hace ver las bebidas alcohólicas como algo “satisfactorio”, que incluso puede mejorar sus relaciones de amistad y que estos los hacen ser más popular. Es aquí donde las participaciones de dos niveles estructurales afectan en la conducta final de un individuo y de la valoración que la persona haga sobre la situación será la conducta a adoptar.

Según Bronfenbrenner, para comprender dicha situación se establecerán los niveles que se proponen en la teoría y así explicar la conducta de una persona y porque esta podría relacionarse con las variables de investigación, pues la base fundamental es la percepción del ambiente más que la realidad objetiva.

Antes de todo hay que comprender que cuando este autor se refiere a ecología del desarrollo humano, él considera que este comprende el estudio científico de la progresiva acomodación mutua entre la persona y sus entornos inmediatos. Cuando se dice entornos inmediatos esto no implica que sean estáticos, sino más bien dinámicos, así como el ser humano se adapta a ellos también es cierto que el mismo individuo propicia cambios dentro de los entornos.

Dentro de los niveles que conforman este ecosistema integrado tenemos; microsistema, mesosistema, exosistema, macrosistema.

Según Bronfenbrenner (1979):

El primero hace una referencia a un patrón de actividades, roles y relaciones interpersonales que la persona experimenta en un entorno determinado, con características físicas y materiales particulares. El segundo comprende las interacciones de dos o más entornos en que la persona participa activamente. El tercero se refiere a uno o más entornos que no incluyen a la persona en desarrollo como participante activo, pero en las cuales se producen hechos que afectan a lo que ocurre en el entorno. El cuarto hace una referencia en forma y contenido de los sistemas a nivel de subcultura o de la cultura en su totalidad en interacción con las creencias o ideologías.

Según la estructura anterior se puede decir que gran parte del aprendizaje que permite el desarrollo de las personas se obtiene de la interacción social y el ambiente que les rodea con todas sus características específicas, por tanto, la adquisición de una determinada conducta como el uso de los dispositivos móviles y redes sociales también se ve influenciada por la participación de la persona dentro de los fenómenos que ocurren en su ambiente y no solo como un proceso interno.

Por ejemplo, en el microsistema los encargados de asignar un rol o actividades a los niños son los padres, si estos trabajan durante todo el día y cuando llega a casa rempazan la interacción con el infante por la del celular, el niño establecerá esto como una conducta normal, aceptando el comportamiento de sus padres, a continuación en la escuela es testigo de que sus compañeros en los recesos tienen dispositivos tecnológicos y prefieren pasar su tiempo libre en ellos más que en establecer conexiones sociales, esto genera una reafirmación de la conducta aceptándola como “lo normal” al salir a la calle observa que la gente que pasa a su lado también tiene esta misma conducta se solidifica este comportamiento que luego repetirá para poder pertenecer al grupo tratando de evitar sentirse excluido o sentirse en igualdad de condiciones, al mismo tiempo los medios publicitarios crean “necesidad” en los individuos de tener un dispositivo para establecer comunicación con los demás, los padres son afectados por la publicidad y ejecutan la acción comprando un dispositivo al niño con la creencia de que satisface una necesidad real a partir ahí el niño ya pertenece a un grupo, sin embargo, este a su vez modificará la sociedad al presentar una conducta totalmente diferente a la esperada surgiendo así nuevos fenómenos.

El cambio que surge en la persona y a la vez en la sociedad se le conoce como *transición ecológica* el cual proviene de un cambio de rol en el individuo, en entorno o en ambos en un mismo momento.

Ahora bien la autoestima no es diferente en este sentido pues también tiene ciertos componentes sociales como la valoración personal no solamente está hecha a partir de lo que se sabe de sí mismo, sino también de la opinión de los demás; la retribución positiva da un sentido de seguridad más estable pues la persona reconoce que los demás también son capaces de ver sus cualidades y capacidades, lastimosamente

esto no solo afecta de manera positiva sino también negativa, por lo tanto creer que se posee alguna cualidad o capacidad y que otra persona lo niegue puede llegar a ser giro para el cual no se está preparado.

La autoestima por tanto no estaría determinada solo por la valoración personal de sí mismo, sino que también por los mecanismos que haya desarrollado y la retroalimentación de los sistemas a los que pertenece, es decir, aquellas personas que crecen en sistemas en donde la valoración tiende a enfocarse más en lo positivo, pueden desarrollar mejores mecanismos de afrontamiento para situaciones de fracaso. Si se tiene padres, amigos y comunidades que promuevan la seguridad en el individuo y una sociedad realista que no tenga que crear falsas expectativas los mecanismos de afrontamiento serán mejores, caso contrario existiría una falta de seguridad tanto de comportamiento como de toma de decisiones.

2.3.4 Historia de la Universidad Francisco Gavidia

La Universidad Francisco Gavidia está ubicada en la Alameda Roosevelt 3031, San Salvador, y el nombre le fue asignado en honor al gran humanista salvadoreño Francisco Gavidia, quien fuera escritor, educador, historiador y periodista salvadoreño, nació el 29 de diciembre de 1863 y murió el 22 de septiembre de 1955.

Francisco Gavidia practicó todos los géneros literarios y en todos aportó una visión enriquecedora de la realidad. Gavidia tiene cierta profundidad que no se encuentra en autores antes de él o contemporáneos suyos. Descubrió el alejandrino francés y lo enseñó a Rubén Darío (Nicaragua), quien lo incorporó al verso escrito en español y lo llevó a sus últimas consecuencias. Su espíritu buscador lo llevaba por todos los rumbos de la literatura, por lo que algunos afirman que su obra es un tanto dispersa. Su diversidad es de riquezas no de fragmentación: es un todo que muestra la dedicación de un hombre preocupado por fundamentar una expresión cultural salvadoreña. Para ello estudió el pasado prehispánico y colonial del país en su contexto centroamericano, así como el de América. Aparte de su labor poética, participo en actividades periodísticas-literarias y se preocupó por la educación; publicó

numerosos ensayos de aspecto educativo; en 1932, es declarado «Salvadoreño Meritísimo» por la asamblea legislativa.

La Universidad Francisco Gavidia (UFG) se fundó el 7 de marzo de 1981, comenzando sus actividades académicas en junio del mismo año, con una matrícula inicial de 534 estudiantes. La historia de la institución no solo se ha escrito, sino que está reflejada en su obra física, en su trayectoria académica, en su aporte investigativo, en su contribución a la sociedad como parte de su proyección social, y su compromiso con los sectores poblacionales más necesitados. Una ruta institucional que cubre más de 27 años de servicio al país con el más grande propósito: formación de capital humano que se necesita para enfrentar los retos que demanda el desarrollo económico y social, en un ambiente de competitividad cuyos horizontes se determinan por los avances científicos y tecnológicos contemporáneos.

En el periodo entre 1981 y 1989, el crecimiento de la captación de estudiantes fue un tanto moderado, porque en estos primeros nueve años de existencia, de una matrícula inicial de 534 estudiantes en 1981, se había incrementado a 1,400 a finales de 1989 y a más de 2,500 en 1990. El año 1990 marca el inicio de una nueva era para la Universidad, ya que se dieron acontecimientos de trascendencia que afectan la vida institucional de la UFG, debido a los cambios administrativos que se sucedieron el 27 de marzo de 1990, donde hubo elección de nuevas autoridades, con lo que se dio un giro importante en la historia de la institución. Al frente de las nuevas autoridades, fue electo el Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez, un profesional y académico de mucha trayectoria universitaria, quien asumió el liderazgo para transformar a la UFG en una institución de primer nivel, tanto localmente como en la región.

El dinamismo, la visión, el espíritu emprendedor y de competitividad de las personas que toman a su cargo la dirección de la Universidad en el segundo periodo, introducen una forma diferente de hacer administración educativa; de tal forma que 1990 es el hito que marca la transición del primer periodo a un segundo periodo, que hasta el momento se ha considerado el más fructífero de la vida de la institución.

A partir de 1990, la UFG asegura su estabilidad y reconocimiento académico de todos los sectores de la sociedad, y en 1992, se crea el Centro Regional de Occidente (CRO) en la ciudad de Santa Ana. También en ese año, se creó la Oficina de Proyectos Especiales y de Cooperación Internacional cuya actividad principal estaba destinada a la presentación de servicios en las áreas de capacitación, investigación y evaluación educativa.

En la actualidad la Universidad Francisco Gavidia cuenta en sus dos sedes con programas de calidad certificados los cuales permiten a los estudiantes recibir una educación competente e innovadora a pesar de estos beneficios que los estudiantes reciben no se puede asegurar que los estudiantes sean competentes sin tener una indisposición a la adquisición de conocimientos pues según observaciones naturales dentro de los salones así como de comentarios sobre los mismos estudiantes se logra referir que una buena parte de estudiantes utilizan los celulares durante horas académicas dentro de los salones de clases.

Lo mencionado anteriormente permite reconocer el fenómeno del uso de los dispositivos móviles en los salones, simultáneamente a las clases que se les imparten esto podría sugerir una pérdida de la motivación del estudiante, por tanto se selecciona a este grupo como población participante, en la investigación del uso de las redes sociales así mismo identificar si esta población ha sido afectada en el área de autoestima puesto que dentro la facultad de ciencias sociales se encuentra la carrera de Licenciatura en Psicología carrera que su fin es el estudio de la conducta humana y bajo la cual se vuelve necesario conocer la situación actual de la salud mental de los estudiantes de esta universidad.

2.4 Marco conceptual

Adicción: Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la adicción es una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una

sustancia, actividad o relación. Compuesto por factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales además de ser progresiva y puede caracterizarse por episodios continuos de descontrol, distorsión del pensamiento y negación.

Alienación: bloqueo autoinducido o disociación de sentimientos que produce en la persona una reducción de su capacidad social y emocional con las consiguientes dificultades para ajustarse a la sociedad.

Auto-aceptación: reconocimiento de las características personales de sí mismo, sin establecer patrón de comparación para sentirse satisfecho con ellas.

Auto-concepto: conjunto de creencias acerca de sí mismo las cuales afectan el actuar de una persona.

Autoconocimiento: permite al individuo hacer consiente sus cualidades, fortalezas y debilidades para poder seguir desarrollándose de manera natural, estableciendo una definición personal e sí mismo.

Autoestima: Coopersmith (1967) la define como el juicio personal de valía que es expresado en las actitudes que el individuo toma hacia sí mismo. Es una experiencia subjetiva que se transmite a los demás por reportes verbales o conducta manifiesta.

Autoevaluación: capacidad para la valoración de situaciones y escenarios con respecto a las cualidades y habilidades de las que se disponen para establecer una conducta respuesta.

Auto-respeto: identificar y satisfacer necesidades al mismo tiempo que se es capaz de expresar y manejar en forma conveniente sentimiento y emociones valorando los logros y metas alcanzadas.

Conductas adictivas: son controladas por reforzadores positivos es decir el placer que genera la actividad realizada, sin embargo, cuando el individuo es incapaz de controlar sus impulsos se debe a reforzadores negativos y el placer es sustituido por la búsqueda de alivio en el malestar emocional como por ejemplo aburrimiento, soledad, ira o el nerviosismo, es decir las redes sociales les permiten un escape de la

realidad sin embargo esto puede conllevar a la presencia de cambios en la conducta como humor depresivo, irritabilidad, inquietud psicomotriz deterioro de la concentración y trastornos de sueño.

El Yo: es entendido como la parte consciente de la mente, instancia intermedia entre la biología de un individuo y el mundo que lo rodea. Según Freud sus funciones incluyen la percepción, el manejo de información, el razonamiento y el control de los mecanismos de defensa.

Ello: Es una de las tres estructuras del aparato psíquico, dotada de energía dinámica. El sistema nervioso se ve afectado por dos tipos de estímulos básicos: 1) Estímulos externos, discontinuos, de los cuales se puede escapar por la fuga y cuyo modelo es el arco reflejo. Ejemplo: la retirada del brazo cuando se pincha con un alfiler o la huida ante peligros externos; y 2) Estímulos internos, continuos, de los cuales no se puede escapar mediante la fuga y que tienen una representación mental denominada fantasía inconsciente. A estos impulsos internos se les denomina en la teoría psicoanalítica “instintos” (V. Instinto).

Obsesiones: según el Manual Diagnóstico y estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-V) Son pensamientos, impulsos o imágenes recurrentes y persistentes que se experimentan como intrusivos y no deseados, estos pensamientos conllevan a una reacción automática, tomar el celular y revisar si hay alguna nueva actualización o si tienen alguna notificación que finaliza con mantener el celular en mano todo el tiempo para sentir que su necesidad está satisfecha generando una distracción constante y alejamiento de la realidad.

Pirámide de autoestima, propuesta realizada por Jesús Díaz Ibañez la cual proporciona una manera mucho más simplificada y estructurada de explicar la adquisición o mantenimiento de una autoestima estable, en la cual hay que satisfacer los niveles principales para poder llegar al nivel superior de la pirámide donde se encuentra la autoestima o autosatisfacción, los niveles pasan por: autoconocimiento, autoconcepto, autoevaluación, autoaceptación y autorespeto. (Sparisci, 2013)

Redes sociales: Gonzalez, Merino y Cano (2009), indican que son un fenómeno de expansión que las personas hoy en día utilizan con más frecuencia. Asimismo, es una comunidad virtual en la cual un conjunto de individuos está relacionado por un interés en común mediante herramientas virtuales, en este caso es el internet el cual les abre acceso a estos sitios.

Self: entendido como “mí” y se divide en tres tipos diferentes. El self material. Se refiere a las cosas que nos pertenecen o a las que pertenecemos. Por ejemplo, la ropa, el dinero o la familia. El self social. Este yo cambia según donde nos encontremos. El yo no se manifiesta de la misma forma en el trabajo que en una reunión con amigos. El self espiritual. Es la parte íntima del yo. A diferencia de los otros tipos de “self”, el espiritual suele permanecer. Hace referencia a la personalidad y a los valores, que normalmente se mantienen a lo largo de toda la vida.

Súper Yo: estructura diferenciada del yo, que rige las funciones de autocrítica y autoestima y que actúa como una especie de juez interior que ejerce funciones de monitoria. Al Superyo también se lo llama conciencia moral o ideal del yo. La acción del Superyo no es solamente punitiva y restrictiva; representa también el valioso decantado de los valores de la especie a lo largo de su evolución.

2.5 Marco legal

Código de Ética del Psicólogo

El psicólogo como investigador.

Con humanos.

- a. Asumir responsabilidad de realizar investigaciones que sean útiles al progreso de la Psicología y al fomento del bienestar humano.
- b. Respetar los principios éticos y científicos de la investigación, la cual debe realizarse en función de los derechos humanos de los participantes.

- c. Compartir la responsabilidad legal y ética con todos los participantes en la investigación, quienes deben tener la adecuada capacidad técnica y científica.
- d. Especificar con claridad las responsabilidades entre investigador y sujetos de la investigación mediante un acuerdo justo que delimita los compromisos de cada uno.
- e. Informar a los sujetos de la investigación todas las características y procedimientos, y explicar otros aspectos que pregunten, excepto aquellas situaciones que puedan alterar los resultados.
- f. Asegurar que el sujeto de la investigación comprende los motivos que exige retener información cuando los requerimientos metodológicos de un estudio lo justifican.
- g. Respetar la libre aceptación, declinación o retiro de los sujetos de la investigación; esta libertad es vigilada constantemente en el proceso de investigación.
- h. Cuando se detecta la posibilidad de que se produzcan efectos negativos posteriores, suspender el proceso de investigación de manera inmediata, con el fin de proteger el bienestar y dignidad de los sujetos; en caso de existir riesgos de algún daño les informa y obtiene su consentimiento.
- i. Proteger la confidencialidad de los sujetos sobre datos obtenidos durante la investigación y cuando exista la posibilidad de que terceros tengan acceso a esa información.
- j. Contar con el permiso del responsable jurídico cuando los sujetos de la investigación son menores de edad, o con discapacidad física o mental.
- k. Delegar responsabilidades a sus auxiliares o ayudantes en tareas que estén capacitados para realizarlas, sin descuidar su vigilancia, dirección y control ético y científico.
- l. Consultar a especialistas en determinada población, para el desarrollo y aplicación del proyecto de investigación, y tomar las medidas necesarias para que las personas involucradas no resulten afectadas.

- m. Dirigir la investigación de acuerdo con el protocolo propuesto y aceptado por la institución u organización que lo apoya y autoriza para realizarla
- n. Evitar coacción a los participantes en la investigación mediante actitudes autoritarias, ofrecimiento de retribuciones financieras o de otro tipo.
- o. Considerando la naturaleza de la investigación, es recomendable que la población investigada conozca los resultados de la misma.

CAPÍTULO III

FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis de investigación.

H₁: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, presentaran niveles altos en adicción a las redes sociales.

H₂: La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales.

H₃: Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales.

H₄: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el factor uso excesivo de las redes sociales.

H₅: Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, obtendrán bajos niveles de Autoestima.

H₆: Altos niveles de adicción a las redes sociales están relacionados con bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₇: Un alto índice en obsesión por las redes sociales genera bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₈: Alto nivel en la falta de control personal en el uso de las redes sociales está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₉: Alto nivel en uso excesivo de las redes sociales está relacionado con bajo nivel en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

3.2 Hipótesis nulas

H₀₁: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no presentaran niveles altos en adicción a las redes sociales.

H₀₂: La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales.

H₀₃: Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales.

H₀₄: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en el factor uso excesivo de las redes sociales.

H₀₅: Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, no obtendrán bajos niveles de Autoestima.

H₀₆: Altos niveles de adicción a las redes sociales no están relacionados con bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₀₇: Un alto índice en obsesión por las redes sociales no genera bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₀₈: Alto nivel en la falta de control personal en el uso de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

H₀₉: Alto nivel en uso excesivo de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.

3.3 Matriz de congruencia

| TEMA | PROBLEMA GENERAL | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DEFINICIÓN OPERACIONAL |
|--|--|---|---|---|--|
| <p>“Incidencia del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”.</p> | <p>¿Existe una relación entre el uso de redes sociales y la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Conocer la incidencia del uso de redes sociales y la autoestima de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar el nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. Determinar el nivel de obsesión por las redes sociales de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. Medir el nivel de falta de control personal de las redes sociales de los | <p>HIPOTESIS</p> <p>H1: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, presentaran niveles altos en adicción a las redes sociales.</p> <p>H2: La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales.</p> <p>H3: Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales.</p> | <p>Variable a estudiar:</p> <p>Redes Sociales.</p> <p>Autoestima.</p> | <p>INSTRUMENTO:</p> <p>ARS</p> <ul style="list-style-type: none"> Obsesión por las redes sociales, ítems: 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23 Falta de Control personal, ítems: 4, 11, 12, 14, 20, 24 Uso excesivo de las redes sociales, Items: 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21. <p>Inventario de Autoestima de Coopersmith</p> <ul style="list-style-type: none"> Escala de mentira (M), Items: 6, 13, 20, 27, 34, 41, 48, 55. |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | <p>estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar el nivel del factor uso excesivo de las redes de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. Identificar los niveles de autoestima que presentan los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. Determinar la relación entre la obsesión por las redes sociales y autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. | <p>H4: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el factor uso excesivo de las redes sociales.</p> <p>H5: Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, obtendrán bajos niveles de Autoestima.</p> <p>H6: Altos niveles de adicción a las redes sociales están relacionados con bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H7: Un alto índice en obsesión por las redes sociales genera bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia</p> | <ul style="list-style-type: none"> Autoestima social (S), Items: 4, 11, 18, 25, 32, 39, 46, 53. Autoestima laboral (L), Items: 7, 14, 21, 28, 35, 42, 49, 56. Autoestima familiar (H): 5, 12, 19, 26, 33, 40, 47, 54. Autoestima general (G), Items: 1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 29, 30, 31, 36, 37, 38, 43, 44, 45, 50, 51, 52, 57, 58. |
|--|--|--|--|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> Identificar la relación de la falta de control personal por las redes sociales con la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. Identificar la relación entre el factor uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018. | <p>de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H8: Alto nivel en la falta de control personal en el uso de las redes sociales está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H9: Alto nivel en uso excesivo de las redes sociales está relacionado con bajo nivel en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>HIPÓTESIS NULAS</p> <p>H01: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no presentaran niveles altos</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | <p>en adicción a las redes sociales.</p> <p>H02: La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales.</p> <p>H03: Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales.</p> <p>H04: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en el factor uso excesivo de las redes sociales.</p> <p>H05: Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad</p> | | |
|--|--|--|---|--|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, no obtendrán bajos niveles de Autoestima.</p> <p>H06: Altos niveles de adicción a las redes sociales no están relacionados con bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H07: Un alto índice en obsesión por las redes sociales no genera bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H08: Alto nivel en la falta de control personal en el uso de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede</p> | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | <p>de San Salvador en el año 2018.</p> <p>H09: Alto nivel en uso excesivo de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018.</p> | | |
|--|--|--|--|--|--|

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación es No Experimental, porque no se manipularán variables, estas se midieron en un solo momento y luego se estableció la correlación entre ellas, por eso es de tipo Transaccional.

4.2 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptivo- correlacional, porque se midieron las variables: uso de redes sociales con sus tres factores (obsesión, falta de control personal y uso excesivo) y autoestima, para poder establecer una correlación entre las variables.

4.3 Población muestra

4.3.1 Población

La población estuvo conformada por 10,345 estudiantes de educación superior de la Universidad Francisco Gavidia sede San Salvador inscritos en el año 2018.

4.3.2 Muestra

La muestra está constituida por 537 estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia sede San Salvador en los ciclos 01 y 02 del año 2018, de los cuales 344 son mujeres, 191 varones y 2 personas que no respondieron este apartado, el rango de edad de los evaluados es de los 17 a los 56 años de edad.

Cabe mencionar que para el análisis descriptivo y correlacional se eliminaron 140 instrumentos ya que en la escala de mentira establecida por el Inventario de Autoestima sus respuestas no fueron consistentes, quedando una muestra final de 397.

4.3.3 Diseño muestral.

Para determinar el tamaño de la muestra de los estudiantes de la “Universidad Francisco Gavidia” se empleó la fórmula estadística mencionada por rojas (1998). Esta es aplicable para poblaciones finitas y limitadas menores a 1500 individuos.

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

Donde los valores representados son:

- n = Tamaño de la muestra a descubrir
- Z = 1.96 (nivel de confianza)
- N = 10345 (tamaño de la población)
- p = 0.5 (variabilidad negativa)
- q = 0.5 (variabilidad positiva)
- e = 0.035 (posibilidad de error)

4.3.4 Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 10345 * 0.5 * 0.5}{0.035^2 * (10345 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{9935.338}{0.001225 * (10344) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{9935.338}{12.6714 + 0.9604}$$

$$n = 729$$

La muestra obtenida por formula permite conocer el valor real que se debería haber evaluado, sin embargo, durante el proceso de solicitud de permisos a las facultades de la Universidad Francisco Gavidia el consejo de decanos rechazo los permisos argumentando que no podía otorgar el tiempo para la aplicación de los instrumentos quedando de esta manera la muestra mencionada de 537 estudiantes distribuidas como muestra la tabla siguiente.

| Facultad y Carreras | N° de muestra | Ubicación |
|---|---------------|---|
| <p style="text-align: center;">Arte y Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura con enfoque Digital. • Lic. en animación digital y videojuegos. • Lic. en diseño de modas. • Lic. en diseño gráfico web multimedia. • Lic. en diseño gráfico publicitario. • Técnico en animación digital y videojuegos. • Técnico en diseño gráfico publicitario. • Técnico en Decoración. | 77 | Universidad Francisco Gavidia sede San Salvador |
| <p style="text-align: center;">Ciencias Económicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lic. en administración de empresas. • Lic. en administración de empresas turísticas. • Lic. en comunicación corporativa. • Lic. en contaduría pública. • Lic. en gestión estratégica de hoteles y restaurantes. • Lic. en sistemas de computación administrativa. • Lic. en mercadotecnia y publicidad. • Lic. en relaciones públicas y comunicaciones. • Técnico en mercadotecnia. • Técnico en administración de restaurantes. • Técnico en guía turístico. • Técnico en publicidad. | 202 | |

| | | |
|---|-----|--|
| <p style="text-align: center;">Ciencias Jurídicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lic. en ciencias jurídicas. • Lic. en relaciones internacionales. | 88 | |
| <p style="text-align: center;">Ciencias Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lic. en psicología. • Lic. en idioma inglés. | 115 | |
| <p style="text-align: center;">Ingeniería y Sistemas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ing. en ciencias de la computación. • Ing. en control eléctrico. • Ing. en telecomunicaciones. • Ing. industrial • Lic. es sistemas informáticos. | 55 | |

CAPÍTULO V

RECOLECCIÓN DE LOS DATOS

5.1 Técnicas e instrumentos de investigación

5.1.1 Inventario de autoestima de Coopersmith para adultos

Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos (IAE de Coopersmith), consta de 58 ítem con dos posibilidades de respuesta: igual que yo (A) y distinto a mi (B).

Presenta 3 escalas las cuales son **S** (Autoestima Social), **L** (autoestima Laboral), **H** (Autoestima familiar), además de una escala de autoestima general (**G**) y una escala de mentira (**M**).

Nombre original: Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith, (SEI) para adultos.

Autores: Stanley Coopersmith

Procedencia: Palo Alto-California, Estados Unidos

Adaptación: Hellmut Brinkmann Sch y Miguel Garcél

Aplicación: Individual y colectiva

Finalidad: Medir las actitudes valorativas hacia SI MISMO, en las áreas: laboral, familiar y personal de la experiencia del sujeto

Material: Manual de calificación e interpretación, cuestionario de valoraciones, hoja de respuestas, plantilla de calificación.

Instrucciones: Aquí hay una serie de declaraciones. Por favor responda a cada declaración del modo siguiente:

Si la declaración describe cómo se siente usualmente, ponga una "X" en el paréntesis correspondiente en la columna debajo de la frase "igual que yo" (columna A) en la hoja de respuestas.

Si la declaración no describe cómo se siente usualmente, ponga una “X” en el paréntesis correspondiente en la columna debajo de la frase “distinto a mí” (columna B) en la hoja de respuestas.

No hay respuestas correctas o incorrectas, buenas o malas. Lo que interesa es solamente conocer qué es lo que habitualmente piensa o siente.

Normas de puntuación:

Ítem de escalas:

Escala de mentira (M), Items: 6, 13, 20, 27, 34, 41, 48, 55.

Autoestima social (S), Items: 4, 11, 18, 25, 32, 39, 46, 53.

Autoestima laboral (L), Items: 7, 14, 21, 28, 35, 42, 49, 56.

Autoestima familiar (H): 5, 12, 19, 26, 33, 40, 47, 54.

Autoestima general (G), Items: 1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 29, 30, 31, 36, 37, 38, 43, 44, 45, 50, 51, 52, 57, 58.

Procedimiento:

El instrumento consta de 58 ítems entre los cuales se evalúan las áreas antes mencionadas, en donde por cada acierto en la hoja de corrección de la prueba se le concede un punto se suman todos los aciertos y se colocan en el factor correspondiente el puntaje mínimo para cada área es 0 puntos y máximo para escala de Mentira (M) es de 8 Puntos, Autoestima Social (S) es de 8 puntos, Autoestima Laboral (L) es de 8 Puntos, Autoestima Familiar (H) es de 8 puntos, Autoestima General (G) es de 26 puntos, para obtener el puntaje de Autoestima Total se suman los puntos de las escalas S, L, H y G en el cual el puntaje máximo a obtener es de 50 puntos, en la escala M aquellos individuos con puntajes igual o superior a 5 puntos quedan estadísticamente eliminados pues no son confiables para su valoración e interpretación.

5.1.2 Test de adicción a las redes sociales

Test de Adicción a las redes Sociales (ARS) de Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blas que se divide en dos partes la primera parte está conformada por cinco preguntas de opción múltiple en la que los participantes deberán de seleccionar la respuesta con la que más se identifiquen y un pregunta abierta donde deberán razonar su respuesta; la segunda parte está conformada por un cuestionario de escala Likert con puntajes de 0 a 4 en donde los estudiantes deberán marcar con una equis una sola respuesta con la que se consideren identificados esta sección evalúa tres escalas Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes, uso excesivo de las redes sociales para la obtención o identificación de una adicción se toman en cuenta la sumatoria de los 24 ítems.

Nombre original: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

Autores: Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blass

Procedencia: Lima Perú

Adaptación: versión Original

Aplicación: Individual y grupal

Finalidad: Medir la adicción del uso de las redes sociales

Material: Artículo de creación y validación de cuestionario, cuestionario de valoraciones sobre el uso de redes sociales.

Instrucciones:

Primera parte: Este es un cuestionario en el que se le realizan una serie de preguntas acerca del uso de las redes sociales, el cual deberá de responder lo más sincero posible, marcando con una equis (X) la respuesta que más describa su comportamiento en el uso de estas.

Segunda parte: A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos considerando que no existen respuestas

buenas ni malas, marque con una equis (X) en el espacio que corresponda a lo que usted siente, piensa o hace, considerando que “S” significa Siempre, “CS” casi siempre, “AV” algunas Veces, “RV” raras veces, “N” nunca.

Normas de puntuación:

Ítem de escalas:

Obsesión por las redes sociales, ítems: 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23

Falta de Control personal, ítems: 4, 11, 12, 14, 20, 24

Uso excesivo de las redes sociales, Ítems: 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21

Procedimiento:

La primera sección del cuestionario se establece para la recolección de datos personales de los individuos y permite establecer un panorama general de cómo perciben los individuos su comportamiento no se extienden puntajes ni positivos ni negativos en este apartado del cuestionario,

El segundo apartado debido está conformado por 24 ítems de escala Likert de 0 a 4 puntos que permite establecer rangos en las valoraciones del individuo evaluado donde S recibe una valoración de 4 puntos, CS igual a 3 puntos, AV igual a 2 puntos, RV igual a 1 punto y N igual a 0 puntos salvo en el ítem 13 donde los valores son evaluados de manera inversa.

El cuestionario evalúa tres áreas que son las mencionadas anteriormente, obsesión por las redes sociales con un total de diez ítems donde la puntuación mínima es 0 puntos y máximo de 40 puntos, falta de control personal con un mínimo de 0 puntos y un máximo de 24 puntos y uso excesivo de las redes sociales donde el individuo puede obtener un puntaje mínimo de 0 puntos y un máximo de 32 puntos, dichos puntajes se trasladan a puntuación percentil y se establece el rango al que pertenece cada categoría, a continuación se procede a la obtención del total de adicción a las redes sociales con lo cual se suman los puntajes directos de cada categoría y se establece el percentil correspondiente.

5.2 Aplicación de instrumentos de investigación

La aplicación de ambos instrumentos fue de manera colectiva en los grupos correspondientes, para dicha aplicación se brindaron las instrucciones correspondientes para cada una de las pruebas, luego de finalizada la prueba se procedió al retiro de ambos cuestionarios.

5.3 Proceso de recolección de datos

Las variables a evaluar para esta investigación fueron el Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos el cual permite establecer la valoración personal del individuo desde los ámbitos, social, laboral y familiar además de una escala de autoestima general y una escala de mentira lo cual permitió la eliminación de aquellos sujetos que no eran consistentes en sus respuestas.

El cuestionario de uso de redes sociales el cual permite evaluar el uso de las redes sociales desde tres grandes factores como lo son obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las mismas, así como también el uso excesivo de las mencionadas anteriormente además de que permite establecer un índice de adicción del evaluado.

Se estableció la población a la cual se seleccionaría para formar parte de la muestra a evaluar su único requisito era que fueran estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia inscritos en el ciclo 01 y 02 del año 2018, a partir de ahí se realizaron los procesos necesarios para solicitar los permisos a las diferentes coordinaciones de carrera y así asignaran las materias a evaluar.

CAPITULO VI

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Uso de Redes Sociales y el Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos, así mismo la interpretación de los mismos con sus respectivos gráficos.

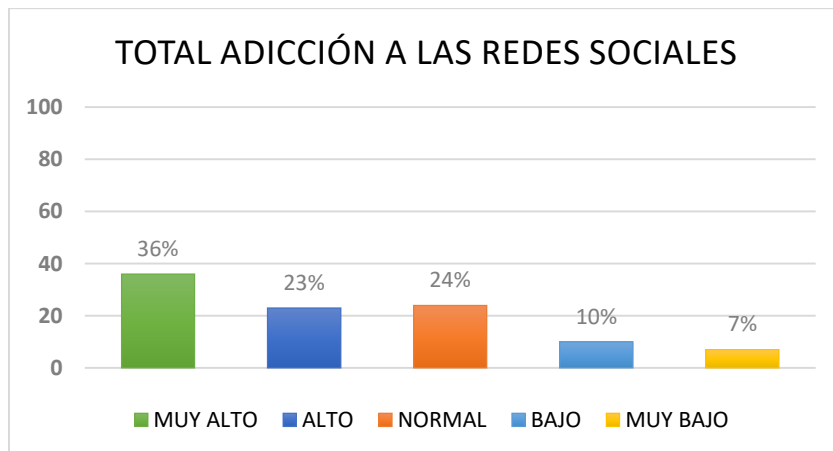
6.1 Análisis de resultados del cuestionario de uso de redes sociales (ARS)

6.1.1 Tabla general de cuestionario de uso de redes sociales.

| Niveles | Muy alto | | Alto | | Normal | | Bajo | | Muy bajo | |
|--|----------|----|----------|----|----------|----|----------|----|----------|----|
| | <i>f</i> | % | <i>f</i> | % | <i>f</i> | % | <i>f</i> | % | <i>f</i> | % |
| Obsesión por las redes sociales | 125 | 23 | 128 | 24 | 120 | 22 | 93 | 17 | 71 | 13 |
| Falta de Control Personal | 103 | 19 | 115 | 21 | 131 | 24 | 118 | 22 | 70 | 13 |
| Uso Excesivo | 321 | 60 | 95 | 18 | 55 | 10 | 35 | 7 | 31 | 6 |
| Nivel de adicción (PT)* | 195 | 36 | 121 | 23 | 130 | 24 | 53 | 10 | 38 | 7 |

*PT= Puntuación Total

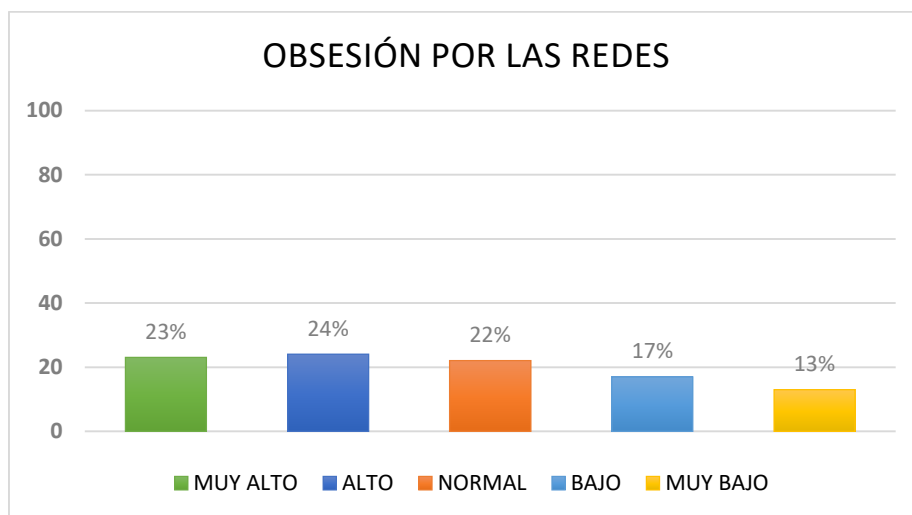
Gráfico 1: Nivel de adicción



La gráfica anterior muestra el resultado general del test Uso de Redes Sociales en el cual se identifica que un 36% de la población se ubica en una categoría “Muy alto” además de un 23% los cuales comparten actitudes similares entre sí, en cuanto a conductas adictivas donde la diferencia más grande es el nivel de intensidad pero igualmente incontrolables ante las redes sociales, lo cual puede explicar la conducta que se observa en los salones de clases en donde los estudiantes priorizan la atención a sus dispositivos a pesar de encontrarse en una etapa de formación académica solo por satisfacer su necesidad de permanecer conectados.

Un 24% se ubica en una categoría “normal” en esta se encuentran aquellos individuos que hacen uso de las redes sociales pero que aún tienen un control racional en el uso de estas; en cuanto a las categorías “bajo” y “muy bajo” se tiene un total del 10% y un 7% respectivamente, categoría en la cual están aquellas personas que pueden usar las redes sociales como una herramienta que les permite o facilita hacer determinadas actividades.

Gráfico 2: Nivel de obsesión



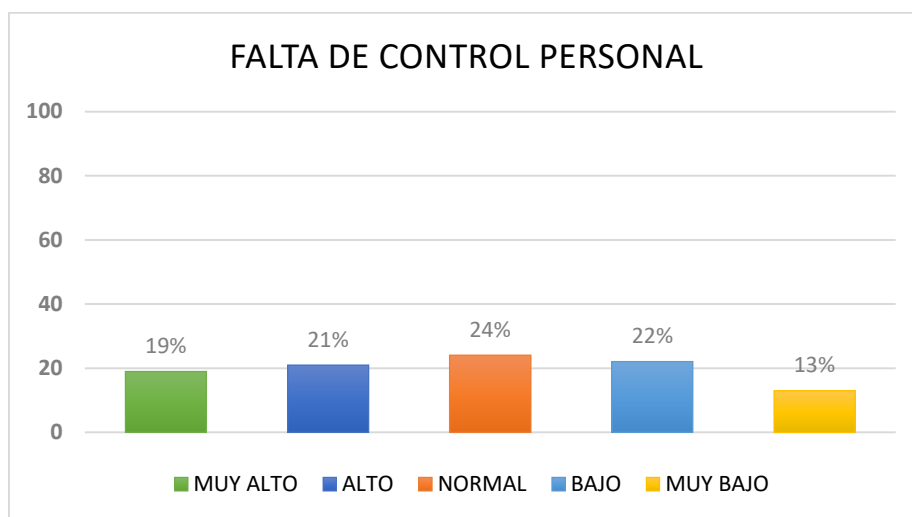
Según los datos un 23% de la muestra se ubica en la categoría “Muy alto” y un 24% en categoría “Alto” en esta sección se encuentran las personas que presentan de manera recurrente conductas obsesivas, es decir, gastan demasiado tiempo pensando en las redes sociales, por ejemplo, saber que han publicado los seguidores o amigos

agregados, conocer cuáles son las tendencias o noticias que ocurren en el momento, así mismo el sentimiento de que ocurrirá algo mientras ellos están desconectados.

Un 22% se encuentra en una categoría “normal” acá se encuentran las personas que mantienen un control sobre sus pensamientos, pueden realizar un juicio sobre la revisión de sus redes y se ubican en tiempo y espacio para poder satisfacer su necesidad.

Un restante 17% y 13% se encuentran en categorías “bajo” y “muy bajo” respectivamente, donde las personas no consideran que sea una necesidad que tenga que satisfacer y por lo tanto establecen un juicio coherente para el uso de sus redes sociales o mantiene tiempos establecidos para la revisión de estas.

Gráfico 3: Nivel de falta de control



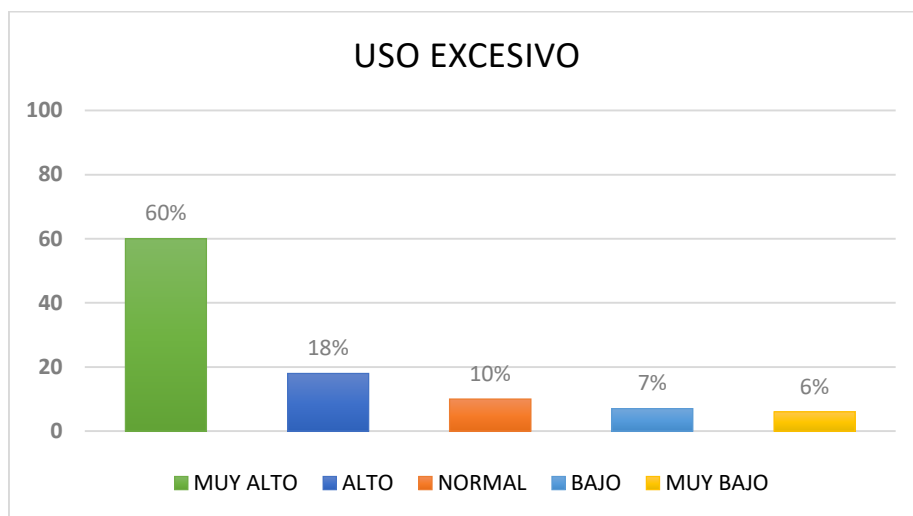
En el gráfico anterior se muestra que un 19% de la muestra se ubica en una categoría “muy alto” y un 21% en “alto”, grupo en el cual superponen a la realidad y a las actividades de la vida cotidiana sus conductas adictivas (revisión de redes sociales).

Un 24% se encuentra en categoría “normal” en donde las personas pueden llegar a realizar un razonamiento sobre la satisfacción de su deseo, en esta categoría están aquellas personas que juzgan que tan beneficioso o que tan motivados se encuentran en las actividades y a partir de este juicio responden ya sea dirigiendo su conducta a

realizar la actividad o a ver sus redes sociales si en un dado caso esto no les afecta en su desempeño.

El restante 35% se encuentra en las categorías “Muy bajo” y “bajo” con 22% y 13% respectivamente, categoría en la que los individuos responden primero a las actividades de importancia de la vida cotidiana y las redes sociales quedan en segundo plano.

Gráfico 4: Nivel de uso excesivo



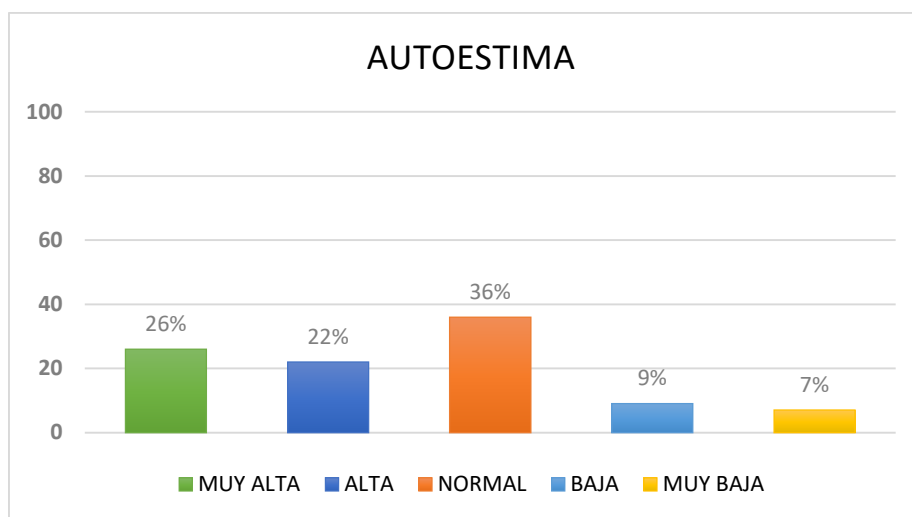
De los resultados de la muestra se obtuvo que un 60% se ubica en una categoría “muy alto” y un 18% en categoría “Alto” haciendo un total de 78% de la población la cual presenta dificultades para controlar su tiempo en el uso de las redes sociales, incluso puede haber una desconexión en la percepción real de este.

Un 10% se ubicó en categoría “normal”, en donde se encuentran las personas que justifican su uso o que racionalizan el tiempo que le dedican a las redes, un 7% y 6% en categorías “bajo” y “muy bajo” respectivamente, donde se encuentran las personas que en raras ocasiones revisan sus redes e incluso si no tienen necesidad prioritaria de revisión no lo hacen, esto en aquellas personas que utilizan por exigencias del medio en que se desempeñan.

6.2 Análisis de resultados del inventario de autoestima de Coopersmith para adultos.

| Niveles Factores | MUY ALTA | | ALTA | | NORMAL | | BAJA | | MUY BAJA | |
|---------------------|----------|----|------|----|--------|----|------|----|----------|----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| Autoestima Social | 5 | 1 | 37 | 9 | 195 | 49 | 85 | 21 | 75 | 19 |
| Autoestima Laboral | 83 | 21 | 90 | 23 | 192 | 48 | 26 | 7 | 6 | 2 |
| Autoestima Familiar | 51 | 13 | 64 | 16 | 170 | 43 | 52 | 13 | 60 | 15 |
| Autoestima General | 31 | 8 | 89 | 22 | 147 | 37 | 80 | 20 | 50 | 13 |
| Total Autoestima | 102 | 26 | 87 | 22 | 144 | 36 | 36 | 9 | 28 | 7 |

Gráfico 5: Nivel de autoestima



Los resultados obtenidos de la aplicación del Inventario de Autoestima, un 36% se encuentra en una categoría de autoestima “normal” en donde las personas mantienen una actitud positiva hacia sí mismas, un aprecio genuino de sí, además de brindarse atención y cuidado en sus necesidades tanto físicas, psíquicas e intelectuales.

Un 26% y 22% para las categorías “muy alta” y “alta” respectivamente, en donde se ubican las personas que tienen creencias firmes, así mismo defienden sus valores y principios, aunque todos a su alrededor estén en su contra, pero también son capaces de aceptar y modificar su conducta si la experiencia demuestra que estaban en equivocación.

Un 9% y 7% se ubican en categorías “baja” y “Muy baja” respectivamente, son personas que pueden presentar autocrítica rigurosa y al mismo tiempo las críticas de los otros los vulneran y reafirman su autoconcepto.

6.3 Análisis estadístico

A continuación, se presenta la información del Cuestionario de Adicción a las redes sociales en relación al inventario de Autoestima de Coopersmith, esta medida a través del estadístico r de Pearson.

$$r = \frac{n(\sum x \cdot y) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2] \cdot [n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

| 6.3.1 Análisis estadísticos de Redes Sociales y Autoestima | | |
|---|-------------|---|
| Valor de r encontrado en las áreas de Redes Sociales y Autoestima | | Valor de r según tabla. |
| Obsesión por las redes sociales y autoestima (O.R.S.A.) | -0.30502302 | 0.1638 |
| Falta de control personal y autoestima (F.C.P.A.) | -0.28339673 | |
| Uso Excesivo de las redes y Autoestima (U.E.R.A.) | -0.27194728 | |
| Adicción a las redes y Autoestima (A.R.S.A.) | -0.32459668 | |
| Interpretación de los valores de r . con $gl= 100$. El valor de r encontrado en O.R.S.A. = -0.30502302, F.C.P.A. = -0.28339673, U.E.R.A. = -0.27194728, A.R.S.A. = | | |

032459668, los puntajes obtenidos son negativos a los valores críticos de los niveles de significación en la tabla K (Valores críticos de r a varios niveles de probabilidad; Correlación Producto-Momento de Pearson); por lo que se puede concluir que con respecto a las variables investigadas obsesión, falta de control personal, uso excesivo y adicción a las redes sociales, tienen una correlación negativa débil con la autoestima.

6.4 Comprobación de hipótesis

De acuerdo a los resultados obtenidos y al respectivo análisis se procede a la examinación de las hipótesis de investigación planteadas.

6.4.1 Hipótesis de investigación

Los resultados obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, el nivel de adicción general de los evaluados se establece de la siguiente manera un total del 36% de la población se ubica en categoría “Muy Alto” y un 23% en “Alto” es decir un total del 59% de la población supera la media, por lo que se acepta la hipótesis “H1” que plantea que: La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, presentaran niveles altos en adicción a las redes sociales.

Según los resultados para el factor obsesión por las redes sociales un 24% de la muestra se ubica en una categoría “alto” además de un 23% en “muy alto” haciendo un total del 47% de la muestra por tanto se rechaza la hipótesis “H2” la cual dice “La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales” y se acepta la hipótesis nula “H02” la cual plantea que: “La mayoría de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en las áreas obsesión por las redes sociales”

De los resultados para el factor falta de control personal con las redes sociales se tiene que un 21% de la muestra se ubica en la categoría “alto” y un 19% en categoría “Muy alto” haciendo un total del 40% lo cual significa que se rechaza la hipótesis de investigación “H3” que indicaba “Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales” y se acepta la hipótesis nula “H03” que dice “Más de la mitad de estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, no obtendrán niveles altos en el área falta de control personal con las redes sociales”

En el factor Uso excesivo de las redes sociales se obtuvo que un 60% de la muestra evaluada se ubicó en la categoría “muy alto” además de un 18% en “alto” es decir un 78% supero la media por tanto se acepta la hipótesis de investigación “H4” la cual establece que “La mayor parte de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede San Salvador en el año 2018, obtendrán niveles altos en el factor uso excesivo de las redes sociales”

De la aplicación del Cuestionario de Autoestima de Coopersmith se obtuvo que el 9% de la muestra se ubicó en categoría “baja” y un 7% en “muy baja” debido a estos resultados, se rechaza la hipótesis de investigación “H5” que establecía “Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, obtendrán bajos niveles de Autoestima” y se acepta la hipótesis nula “H05” la cual plantea “Más de la mitad de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018, no obtendrán bajos niveles de Autoestima”

En cuanto a la relación entre adicción a las redes sociales y Autoestima se obtuvo un puntaje del -0.32459668 que se ubica en una categoría de correlación “negativa débil” lo que quiere decir que se rechaza la hipótesis de investigación (H6) y se acepta la hipótesis nula (H06) que dice: “Altos niveles de adicción a las redes sociales no están relacionados con bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”

La tabla de correlación entre la obsesión por las redes sociales y autoestima muestra que el coeficiente de relación es de -0.30502302 la cual se ubica en una categoría “negativa débil” por tanto se rechaza hipótesis de investigación (H7) y se acepta hipótesis nula (H07) la cual establece “Un alto índice en obsesión por las redes sociales no genera bajos niveles de autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”.

De la aplicación de la fórmula de r de Pearson se obtuvo para la relación falta de control personal y Autoestima un coeficiente de correlación de -0.28339673 ubicándose en categoría “negativa débil” por tanto se rechaza la hipótesis de investigación (H8) y se acepta (H08) la cual establece que “Alto nivel en la falta de control personal en el uso de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”.

Para la relación de uso Excesivo de las redes sociales y Autoestima se obtuvo -0.27194728 que representa una categoría “negativa débil” por tanto se rechaza la hipótesis de investigación (H9) y se acepta la hipótesis nula (H09), la cual dice “Alto nivel en uso excesivo de las redes sociales no está relacionado con bajos niveles en la autoestima de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia de la sede de San Salvador en el año 2018”.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

En relación con la investigación anteriormente citada, debemos de denotar las siguientes puntuaciones.

En la investigación realizada se encontró que el 58% de los estudiantes evaluados de la Universidad Francisco Gavidia presentan un alto nivel de adicción por las redes sociales las cuales pueden llegar a mostrar características como: humor depresivo, irritabilidad, inquietud psicomotriz, deterioro de la concentración, trastornos del sueño además de la presencia de conductas obsesivas por la revisión de sus redes sociales, falta de control sobre sus conductas y un uso excesivo de estas, mientras que el 42% presentan conductas coherentes y racionales en el uso de las redes sociales.

Con respecto al factor obsesión por las redes sociales se encontró que el 53% de la muestra mantienen conductas obsesivas controladas, por lo cual sus pensamientos e impulsos no son recurrentes ni persistentes durante el día, esto implica que sus actividades diarias no son interrumpidas, puesto que son valoradas como prioritarias y las redes sociales pasan a ser actividades de segundo plano; por el contrario el restante 47% de la muestra obtuvo puntajes altos que corresponde a la presencia de conductas obsesivas que implica, la desvalorización de las actividades de la vida cotidiana.

En relación al factor falta de control personal que se refiere a dejarse llevar por los impulsos, se obtuvo que el 59% de la muestra evaluada razona y valora antes de revisar sus redes sociales. Mientras que el 40% obtuvo puntajes altos lo que nos indica que son personas que actúan de manera automática sin razonar en la actividad que están a punto de realizar.

La investigación refleja que el 78% de los estudiantes evaluados de la Universidad Francisco Gavidia manifiestan dificultades para controlar su tiempo en el uso de las

redes sociales, incluso pueden pasarse muchas horas navegando dentro de estas. Sin embargo, el 23% de los participantes manifestó tener el control sobre su conducta, navegando en ellas pocas veces en el día y en periodos de tiempo cortos, incluso algunos de ellos en raras ocasiones revisan sus redes sociales.

Por otro lado, en lo que se refiere a la variable de autoestima el 84% de los participantes reflejan ser personas conscientes y seguros de sí mismos, capaces de defender sus valores y principios manteniendo actitud positiva, además de brindarse atención y cuidado. Por el contrario el 16% de los participantes reflejó una puntuación baja por lo que nos permite inferir que son personas susceptibles ante los comentarios de los demás con la probabilidad de ser sugestionables por el medio que les rodea.

En cuanto a género los resultados obtenidos permitieron identificar que para las personas que se ubican en puntajes bajos y que pueden llegar a presentar baja autoestima los hombres obtuvieron 9.4% mientras que las mujeres un total del 16.9% es decir que la prevalencia afecta más a la población femenina.

A pesar de no haber encontrado una correlación significativa entre las variables estudiadas adicción a las redes sociales, obsesión por las redes, falta de control y uso excesivo, no se debe descartar la probabilidad de que algunas personas puedan ser susceptibles a la adquisición de conductas adictivas a las redes sociales.

Los resultados mostraron que más de la mitad de los participantes tienen problemas con la adicción a las redes sociales y que por tanto este resultado debe considerarse por los profesionales en materia de la salud mental para implementar planes y estrategias de tratamiento y de prevención de adicciones que mejoren la calidad de vida de la población afectada.

Otro punto muy importante a tomar en cuenta sobre las redes sociales es la educación y creación de hábitos saludables en el uso de estas, debido a que las estadísticas reflejan que un 78% del total de participantes hacen uso excesivo de las redes sociales, es decir, estas personas pueden pasar por tiempo prolongado de estas e incluso puede llegar a presentarse una desconexión con respecto a la percepción del tiempo.

7.2 Recomendaciones

Para la universidad.

- Implementar un plan de capacitación intensivo para su docente referente a las adecuaciones de los recursos tecnológicos disponibles que puede utilizar en clases.
- Implementar talleres para sus docentes y sus alumnos en donde se promueva el desarrollo de las habilidades de resolución de conflicto.
- Establecer un plan de comunicación para la socialización del reglamento disciplinario del estudiante y este pueda conocer sus derechos, deberes y sanciones.

Para el individuo.

- Establecer hábitos regulados en el uso de las redes sociales, esto no implica el uso restrictivo total de las redes sino un uso responsable de estas, priorizando siempre las actividades de la vida real.
- Si se establece que hay una dificultad para el control de uso de las redes sociales o la autoestima, informarse y buscar ayuda de un profesional que provea de técnicas y herramientas que promuevan cambios en la conducta.
- Hacer uso de las herramientas y técnicas proporcionadas por el profesional para la mejora de la situación conflictiva.

Profesionales.

- Proporcionar a las personas mayor información sobre los riesgos y consecuencias emocionales que puede ocasionar la adquisición de una

adicción a las redes sociales, así también la vulnerabilidad de la seguridad y privacidad personal.

- Desarrollar programas que fortalezcan las habilidades blandas en los individuos las cuales les permitan fortalecer la seguridad en sí mismos.

Investigadores.

- A pesar de no haber encontrado una relación directa entre redes sociales y autoestima, se recomienda realizar otras investigaciones utilizando la variable redes sociales con otras variables del ámbito psicológico (atención, habilidades sociales entre otras)
- Dirigir investigaciones del ámbito educativo en las que se incluyan el sector público y privado.

Padres de familia.

- Dedicar tiempo para fortalecer vínculos emocionales con los pequeños, una buena organización de actividades y labores permitirá que puedas mejorar tus lazos afectivos, desarrollando habilidades necesarias para un proceso madurativo y adaptivo óptimo sin la necesidad de reemplazar estas por las redes sociales.
- Proporcionar a los hijos mayor información sobre los riesgos y consecuencias emocionales que puede ocasionar la adquisición de una adicción a las redes sociales, así también la vulnerabilidad de la seguridad y privacidad personal.
- Para los padres con niños pequeños sustituir uso de dispositivos móviles que promueven el uso de las redes sociales por actividades integrativas y lúdicas dirigidas a la estimulación física y mental.

CAPITULO VIII

PROPUESTA



APRENDAMOS CON RESPONSABILIDAD Y TECNOLOGÍA

AUTORES:

VANESA DE LOS ANGELES VÁSQUEZ VÁSQUEZ

CARLOS ABRAHAM CÉSPER ASCENCIO

Introducción

El crecimiento acelerado de las redes sociales sumado a una falta de educación y pobres hábitos en el control de uso de estas, ha generado que los salones de clases los cuales deberían utilizarse para formación académica sean vistos hoy en día afectados por este fenómeno de los móviles y las redes sociales.

Por medio de la observación se puede notar como los estudiantes pierden la atención de su clase por satisfacer su impulso incontrolable de revisar las redes sociales o los móviles en general; debido a esto se puede inferir entonces que la calidad del aprendizaje no llega en su totalidad al cerebro de los estudiantes esto implica una disminución en la calidad del conocimiento.

Sin embargo, la finalidad de este proyecto no es dar consejos de cómo actuar ante esta situación; el objetivo principal de la propuesta es que cada individuo encuentre una respuesta contextualizada con la realidad en la que vive, sin embargo, se proporciona una base sobre la cual trabajar dentro este ambiente para lograr una meta en común, la cual es el mejoramiento del proceso enseñanza aprendizaje.

Para esto se debe trabajar con las partes más afectadas por este fenómeno las cuales son los docentes y estudiantes, la propuesta se detalla en base a talleres objetivos, metodología a trabajar, los recursos que se utilizaran y el tiempo de duración de estos, cada uno de los talleres enfoca un tema determinado que se consideran importantes, sin embargo, pueden existir muchos otros igualmente significativos.

Justificación

Las redes sociales en la actualidad juegan un papel importante en la forma de comunicación de las personas, sin embargo, son también fuente de distracción dentro del ambiente académico, un incremento en el uso de estas aplicaciones da pie a una lucha de poderes entre la formación académica eficiente y la formación mediática, esto debido a la falta de control personal y dificultades para las adecuaciones de los recursos disponibles.

La presión ejercida de una población ansiosa de tecnología, además, de la inclusión de esta en su vida y por otro lado docentes formados por un método tradicional de enseñanza de lápiz y papel que tienen que emigrar y adaptarse a las nuevas tecnologías con miedo a que el uso de estas propicie fallos en el entendimiento de los alumnos no son una buena combinación y tarde o temprano generan conflictos en el salón de clase.

Las actitudes, valores y hábitos personales de los alumnos son un referente de comportamiento positivo o negativo en el salón de clase; abonado a la metodología y personalidad del docente que en muchas ocasiones promueven asumir conductas desafiantes durante la clase, por su parte docentes inseguros del aprendizaje de sus estudiantes sea por la pasividad de estos o por los errores técnicos causados por el uso de la tecnología pueden llegar a generar frustración y un desequilibrio en la secuencia y elocuencia de la enseñanza.

Capacitar a los docentes en el uso y adaptación de las tecnologías en el salón de clases, por otra parte, la capacitación de estudiantes y maestros en el desarrollo de habilidades de resolución de conflictos puede promover salones de clases más eficientes y de mejor calidad, a continuación, se presenta una guía de temas que pueden ayudar a establecer una base para el proceso de cambio en el ámbito académico.

Objetivos

Objetivo general

- Mejorar la calidad del proceso enseñanza aprendizaje dentro de las instituciones educativas brindando herramientas que propicien un ambiente ameno entre docentes y estudiantes.

Objetivos específicos

- Motivar al razonamiento del comportamiento dentro del salón de clase de los docentes y estudiantes.
- Proporcionar una herramienta viable para la mejora en la calidad de la convivencia en las instituciones educativas.
- Sensibilizar a docentes y alumnos sobre los efectos del fenómeno de las redes sociales en el proceso académico.
- Capacitar al cuerpo docente y estudiantil en habilidades de resolución de conflictos.
- Fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje en las instituciones educativas.

Fundamentación teórica

Hay una extensa variedad de fenómenos en el mundo algunos naturales y otros son creación del ser humano, que sin darse cuenta terminan cobrando factura sobre sus vidas, cuando se idearon los móviles su objetivo primordial era comunicar, probablemente en ese momento nadie pensó el gran valor que se les asignaría en el futuro a tal punto que los mejorarían cada vez más, implementando en cada ocasión nuevas cosas hasta superar con creces a aquel instrumento que solo servía para escuchar la voz de aquellos que se encontraban lejos.

- **Sensibilización.**

La utilización desmedida de los dispositivos móviles en conjunto con las redes sociales se ha vuelto tan común que no se miden las afectaciones reales que estos tienen en sus vidas, probablemente algunos de estos sujetos pasen a diario más de cuatro horas frente al celular sin ser capaces de percibir este tiempo, este es un claro ejemplo de la desensibilización de algo que se juzga como normal, por tanto, se debe apoyar a las víctimas de este fenómeno y a la población en general sobre lo que es una realidad y las afectaciones perjudiciales que están ocasionando.

- **Empatía como método de resolución de conflictos**

Dentro de un salón de clases debido a la variedad de personas cada una de estas dotadas de diferencias en personalidad, valores, responsabilidades, estilos de vida, pensamientos, entre otros, es fácil determinar que tarde o temprano habrán conflictos entre estos algunos más fuertes que otros, unos más fáciles de controlar otros no tanto, sin embargo, negar esta realidad o intentar evitarla a toda costa es una tarea imposible, si esto es una realidad entonces se debe educar en habilidades para la resolución de conflictos, es decir mecanismos que vuelvan este proceso más sencillo y mucho más racional.

Pero, qué pasa cuando el conflicto no es entre estudiantes o entre profesores sino entre estudiantes y profesores, es aquí cuando se vuelve una tarea complicada; por una parte se tiene a una persona mayor con una profesión establecida, diversas responsabilidades y un pensamiento mucho más maduro y por otro lado se tiene a un individuo menor en edad en la mayoría de los casos con formación académica en proceso y con más energía que su contraparte, ante esta situación quien lleva más la de perder es el docente puesto que se juega una reputación y una crítica dirigida al menosprecio por parte de sus colegas, en el afán de no caer en esta situación, algunos docentes pueden llegar a recurrir a diversos métodos que tratan de evitar la confrontación con los alumnos por medio de la simpatía.

La simpatía en este caso es solo una forma de evitar que los estudiantes entren en conflicto, algunos optan por ser el maestro humorístico, otros por el maestro que deja pasar cualquier cosa, para estos casos GÓMEZ (2014) propone que se puede utilizar la empatía como base para la resolución de conflictos, menciona que para solucionar un conflicto se precisa de comprender que la otra parte en conflicto tiene razones y sentimiento, en medida que ambas partes reconozcan esta realidad se puede lograr el diálogo y una solución que sea agradable para ambas partes.

Con esto en mente es necesario desarrollar mecanismos que promuevan el desarrollo de la empatía puesto que abre las puertas para el diálogo que es lo que se necesita en el salón, por tanto, si el docente y el alumno son empáticos el uno con el otro, los alumnos respetarán el esfuerzo del docente y el docente será paciente con el aprendizaje de sus alumnos.

Aplicando esta teoría al tema de los dispositivos y las redes sociales, un docente empático comprendería el deseo de sus estudiantes por la búsqueda o la implementación de los recursos novedosos al aprendizaje y los alumnos comprenderían el esfuerzo que hace el docente para adaptarse a un nuevo ambiente al mismo tiempo respetando la labor que desempeña.

- **Individualismo y preferencias académicas**

El trabajo en equipo es una buena estrategia para generar un ambiente interactivo en la clase, esto no se refiere a tener que obligar a todos los alumnos a participar sino de darle a estos la posibilidad de interactuar entre sí, la mejor manera de hacerlo es conocer bien a sus alumnos, es decir entablando conversaciones con ellos, observar para luego utilizar cada una de las cualidades de los alumnos en la creación de un proyecto grupal, no se trata de seccionar el salón en pequeños grupos sino de un proyecto a gran escala en donde cada uno de los alumnos pueda destacar y apoyar con su habilidad especial, sin embargo, esto precisa de conocer bien la población que se maneja para no exigir más de la cuenta y generar frustración.

Para esto mismo es preciso que el docente no tenga ningún prejuicio para ninguno de sus alumnos, comúnmente los profesores categorizan a sus alumnos en buenos o malos estudiantes por sus características específicas, sin embargo, durante el paso de los años han aparecido teorías que dan una explicación a este fenómeno como por ejemplo Gardner la explica por medio de las inteligencias múltiples, otros teóricos optan por darle una explicación al fenómeno de selección de los docente como lo es el efecto Pigmalión y la teoría del etiquetaje.

La primera teoría según Gardner (1983) citado por (LA TEORÍA DE LAS INTELIGENCIAS MULTIPLES: CONTEXTO NEUROCOGNITIVO ADECUADO PARA LA HIPÓTESIS NEUROPSICOLÓGICA SOBRE LOS FACTORES Y MECANISMOS DE LA SUPERIORIDAD, 2001) se refiere a la existencia de muchas inteligencias que dependerán de la herencia y el ambiente, este autor propone siete diferentes inteligencias cada una dotada de características específicas, las cuales son: la inteligencia lingüística, la inteligencia, lógico-matemática, la inteligencia musical, la inteligencia espacial, la inteligencia cenestésico-corporal y dos formas de inteligencia, personal: una, dirigida hacia los demás, y otra, que apunta hacia la propia persona. A partir de esto el individuo puede desarrollar una en específico dotando al individuo de características especiales.

La segunda teoría sobre el efecto Pigmalión según VARGAS (2015) citando a Sanchez Hernandez (2005) para que este efecto se dé es necesario creer firmemente en un hecho, tener la expectativa que se va a cumplir y acompañar con mensajes que animen su consecución, menciona que pueden darse en dos tipos, los cuales son: de tipo externo y de tipo interno; el externo se da cuando los docentes depositan creencias sobre la mente del individuo y el interno cuando el mismo individuo crea una creencia acerca del futuro.

La tercera teoría según RUIZ (2015) se refiere al establecimiento de una etiqueta debido a la pertenencia de un grupo social, género, etnia e incluso escolarización de familiares, los cuales generan un juicio por parte de los docentes y que luego dan como resultado la creación de patrones conductuales similares al grupo con el que se etiqueto, un ejemplo de esto podría ser el juicio que se hace sobre que las personas que viven en zonas marginales son delincuentes, tanto es así que cuando estas personas buscan trabajo no se les da por pertenecer a esta categoría y luego el individuo no le queda más opción que adoptar el rol que la sociedad ha colocado sobre él.

Como se puede percibir estas tres teorías brindan una explicación muy detallada sobre los efectos de los juicios y prejuicios en la vida de los estudiantes y docentes, por lo tanto no se debe estratificar a las personas por categorías o establecer un juicio sobre estas, ni tampoco hacer una diferenciación a la hora de la enseñanza, sino más bien encontrar el punto medio en el que todos los estudiantes y docentes puedan ser capaces de formarse académicamente: en cuanto se logre hacer eso se mantendrá un grupo estudiantil unido y dinámico en el que todos quieran participar y formar parte de los proyectos a desarrollar.

- **Adaptación, aprendizaje bidireccional y el conocimiento como un reto**

Ya se habló sobre el reconocimiento de situaciones conflictivas, establecer un ambiente óptimo y de generar cambios en la interacción con los estudiantes ahora corresponde tratar temas importantes para potenciar la enseñanza y el aprendizaje.

Cuando se habla de adaptación, se asume como algo normal, algo que el individuo realiza de manera automática, sin embargo, hay fenómenos para los cuales el proceso de adaptación puede llegar ser un camino largo todo dependerá de la disposición del individuo, la inmersión de las redes sociales, los dispositivos móviles y en general las nuevas tecnologías en los salones de clase son un claro ejemplo de adaptaciones de proceso lento, pues el crecimiento continuo y rápido impide a los docentes considerarlos un medio por el cual se solidifique el aprendizaje y sean más bien considerados medios de ocio y pérdida de tiempo, esto debido a que su momento el estudio se basaba en lápiz y papel sin distractores tan grandes como los anteriormente mencionados.

El caso de los docentes con respecto al uso de las tecnologías probablemente sea como el caso de los niños en su primer día de escuela, algunos pueden sentirse entusiasmados y otros con miedo, todo dependerá de la preparación de cada uno, sin embargo, no se debe juzgar a los docentes por esto sino más bien prepararlos para los posibles escenarios dentro del salón de clases.

Por ejemplo, un docente puede estar muy entusiasmado por dar su clase con la integración de la tecnología, pero que sucede cuando este no ha sido capacitado para solucionar un error técnico en los recursos que están utilizando sin tener las competencias para solucionarlo y si luego de pasar mucho tiempo intentando solucionar el error lo logra habrá perdido valioso tiempo, adherido a esto tenemos alumnos aburridos, desmotivados y faltos de empatía hacia la solución, en algún momento el docente entusiasmado va disminuyendo la motivación por el uso de los recursos tecnológicos en consecuencia dejándolos en segundo plano y en algunos casos dejándolos de usar.

La falta de comprensión de los alumnos y además la interrupción constante ocasionada por los dispositivos de los alumnos van minando la creencia de que estos artefactos en realidad funcionen como método de aprendizaje y estableciendo el pensamiento que en realidad solo son un recurso innecesario y no buscarle la aplicabilidad dentro de la enseñanza y el aprendizaje.

Por tanto, las instituciones educativas para estos casos están en la responsabilidad de dotar a sus colaboradores con habilidades para el manejo de la tecnología, no solamente con capacitaciones sobre el uso de estas sino sobre talleres prácticos basados en los errores, es decir asumir todos los errores que pueden surgir durante el uso de estos recursos, para que los individuos estén capacitados para solucionarlos o tomar las medidas que correspondan para poder continuar su clase de manera óptima.

Los alumnos por su parte deben estar dispuestos a comprender sobre las consecuencias de la utilización de los recursos tecnológicos y al mismo tiempo ser empáticos con respecto a la utilización de sus móviles y redes sociales, dándoles el uso que corresponde en los momentos que corresponden, es decir, valorar si el dispositivo móvil está siendo utilizado para cuestiones académicas o simplemente por ocio personal, de ser así mantener conductas acordes al lugar en donde se encuentre y no causar interrupción ni generar un ambiente hostil para permitir un buen aprendizaje de los demás compañeros y buena enseñanza del docente.

Esto solo se puede lograr por medio de la comunicación y establecimiento de acuerdos comunes entre los docentes y los estudiantes, por medio del cual se llegue a un consenso en la que ambas partes estén de acuerdo y responsables de cumplirlas, normalmente la comunicación bidireccional es uno de los mecanismos más funcionales puestos que se refiere a que ambas partes puedan compartir y expresar sus opiniones sin el miedo a ser juzgados.

La comunicación bidireccional es una de las principales habilidades para el aprendizaje y establecimiento de relaciones sociales, puesto que permite al docente identificar por medio de la retroalimentación si el estudiante a comprendido o ha identificado el concepto que se está dando a conocer, el establecimiento de una comunicación en dos sentidos permite al mismo tiempo establecer una relación de afecto entre individuos que luego pueden ser motivadores del aprendizaje, sino véase como ejemplo en los salones de clases con los infantes, estos establecen una relación con su maestro que genera un buen ambiente escolar y un mejor aprendizaje, si por lo contrario el maestro fuera incapaz de establecer una buena

relación con sus alumnos los niños tendrían miedo de ir a sus clases impidiendo así el aprendizaje.

Una vez establecido un ambiente óptimo de buenas relaciones y con objetivos claros, se puede incluso retar a los estudiantes a la mejora continua de su aprendizaje estableciendo cada vez metas mucho más ambiciosas esto acompañado de la motivación recurrente hacia los alumnos sobre la capacidad de estos para lograrlos para poder reafirmar su sentido de competencia.

- **Propuesta: Aprendamos con responsabilidad y tecnología.**

La presente propuesta va dirigida a docentes y alumnos de la Universidad Francisco Gavidia.

Responsables de impartirlo: profesionales de la salud mental en conjunto con profesionales de las Tic's.

Nota: importante que al finalizar los talleres se realice una evaluación para medir si se han cumplido los objetivos de este.

Plan de trabajo para el desarrollo de habilidades para docentes y alumnos

| | | |
|-----------------------------------|--|---|
| Introducción: | A continuación se presenta una propuesta de acciones para la mejora de la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje en instituciones educativas. | |
| CONTENIDO PARA DOCENTES | | |
| CONCEPTUALES | PROCEDIMENTALES | ACTITUDINALES |
| Sensibilización | Demostración de las consecuencias sobre el tema de las redes sociales en las vidas de los estudiantes. | Valoración de la importancia de las redes sociales y sus efectos en los estudiantes. |
| Empatía | Mecanismos de afrontamiento de conflictos. | Compartir experiencias de solución a conflictos en el salón de clases. |
| Individualismo académico | Idear métodos pedagógicos que propicien el trabajo en equipo con base a metas grupales. | Reestructuración de actividades que promueven la individualidad de la persona en el ámbito educativo. |
| Preferencias académicas | Identificar los diferentes tipos de alumnos que se tienen sin establecer un perfil canon de estudiante. | Compartir ejemplos de estudiantes considerados "buenos" y "malos" |
| Adaptación | Comprensión de los recursos con los que se cuentan y de las adecuaciones que se pueden hacer con respecto al uso de estos. | Dinámica sobre el uso que se le dan a los recursos tecnológicos en la institución. |
| Aprendizaje bidireccional | Establecimiento de metas académicas personales con el grupo estudiantil, en la cual se establezca la interacción mutua y no solamente del docente al estudiante. | Ejemplos del ejercicio docente en las instituciones. |
| El conocimiento un reto | Búsqueda de métodos que motiven la adquisición del conocimiento de manera autodidacta. | Dar razones del porque a veces no se les exige a los alumnos como se debería. |
| CONTENIDO PARA ESTUDIANTES | | |

| CONCEPTUALES | PROCEDIMENTALES | ACTITUDINALES |
|--------------------|--|--|
| Sensibilización | Demostración de las consecuencias sobre el tema de las redes sociales en las vidas de los estudiantes. | Valoración de la importancia de las redes sociales y sus efectos así como las repercusiones en la vida académica |
| Concientización | Incentivar al pensamiento racional sobre el uso de las redes sociales en los diferentes ámbitos y las afectaciones de estos dentro de los salones de clases. | Cambio conductuales en beneficio de mejor enseñanza y aprendizaje. |
| Empatía | Mecanismos de afrontamiento de conflictos. | Compartir experiencias de solución a conflictos en el salón de clases. |
| Adaptaciones | Establecer líneas de aprendizaje y de beneficio para sí mismo y que facilite el desempeño del docente. | |
| métodos de estudio | Establecimiento de un método de estudio favorable para cada uno de los individuos para potenciar sus habilidades académicas. | |

Talleres de capacitación docente sobre las redes sociales e integración de nuevas tecnologías en el proceso académico.

Institución: Universidad Francisco Gavidia

| CONTENIDO | OBJETIVOS | METODOLOGÍA | RECURSOS | TIEMPO |
|------------------------|---|---|--|-------------|
| sensibilización | Actualizar a los docentes sobre las afectaciones psicológicas de las redes sociales en la calidad de educación así como las afectaciones psicológicas en la vida personal y en la de los estudiantes. | <p>1) Se presentará un video sobre las redes sociales y las afectaciones que estas tienen sobre la vida de las personas y así mismo los beneficios de estas. “la triste realidad de las redes sociales” https://youtu.be/gVLEA3l8Tcs. Y “profes ¿miedo a las tecnologías de la información?” https://youtu.be/n7VFGES718k.</p> <p>2) a continuación se pasará a la discusión del tema y de la realidad en la institución con la finalidad de que los participantes se relacionen y comprendan la magnitud del fenómeno que les afecta.</p> <p>3) debatir sobre los efectos que las redes sociales provocan en el buen proceso académico y también en el buen desempeño de sí mismo, así como el desgaste psicológico que conlleva tratar con esta realidad.</p> | Diapositivas, video, páginas en blanco (para anotaciones), lapiceros, proyector. | 90 minutos |
| Empatía | 1) Mejorar la relación del ambiente educativo en el salón de clases entre estudiantes y docentes. | 1) se entregará a cada docente una breve lectura sobre el tema de empatía en cual se definirá el término, ejemplos de aplicación de la empatía en el ámbito académico y la función de esta habilidad | folletos informativos, lapiceros, páginas en blanco, proyector, | 45 minutos. |

| | | | | |
|--|--|---|--|-------------------|
| | <p>2) Desarrollar habilidades de resolución de conflictos en el ambiente académico.</p> | <p>como mecanismo de resolución de conflictos. 2) debate de la empatía como método de resolución de conflicto una vez explicado este punto. 3) se establecerá una relación entre la empatía y el fenómeno de las redes sociales que afectan a los estudiantes y docentes en la actualidad. 4) completar información en pizarra sobre los ejemplos para realizar retroalimentación de los posibles escenarios donde se puede aplicar esta habilidad.</p> | <p>diapositivas, memorias USB, pizarra, plumones y borradores</p> | |
| <p>Individualismo académico</p> | <p>Potenciar el sistema de aprendizaje grupal generando una memoria colectiva y una mejor dinámica en el salón de clase.</p> | <p>1) iniciar con dinámica de solución a acertijos físicos que requiera la participación de todos los asistentes. 2) dialogar sobre la actividad realizada por medio de preguntas abiertas que permitan el razonamiento y la integración de los individuos al tema de trabajo colectivo. 3) preguntar a los participantes su opinión del porque se trabaja de manera individual en las instituciones, estas se anotarán en la pizarra para ser debatidas luego de cada una de las participaciones. 4) definir el aprovechamiento académico individual cuando se trabaja en equipo, según la experiencia.</p> | <p>Lista de acertijos aplicables para actividad con los respectivos materiales a utilizar, pizarra, plumón, páginas en blanco y lapiceros.</p> | <p>60 minutos</p> |

| | | | | |
|---------------------------------------|--|--|---|-------------------|
| <p>preferencias académicas</p> | <p>Mejorar la relación docente estudiante. Identificar mecanismos de aprendizaje individual e integrarlos a la metodología de enseñanza.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1) Demostración física de un estudiante. 2) los participantes darán su opinión sobre lo ocurrido y establecerán un juicio sobre el estudiante que se presentó, las respuestas de cada uno se escribirán en la pizarra. 3) los participantes deberán justificar su respuesta y como llegaron a esa conclusión, sin dar respuesta de parte del moderador se pasa a lo siguiente. 4) Establecer perfil del estudiante “bueno” 5) establecer perfil de estudiante “malo” 6) demostración sobre el efecto Pigmalión en la práctica académica. 7) presentar teoría del etiquetaje y las repercusiones que tiene. 8) dialogar sobre las dos perspectivas presentadas para que den su opinión sobre este fenómeno y la consideración personal actual sobre el fenómeno de estudiante “bueno” y “malo” 9) debate sobre cómo están relacionadas con las redes sociales con el juicio individual de los docentes. | <p>Persona externa (para desempeñar rol de estudiante), pizarra, folletos sobre el efecto Pigmalión, resumen sobre teoría del etiquetaje, páginas en blanco, lapiceros, plumones, borradores.</p> | <p>90 minutos</p> |
| <p>Adaptación</p> | <p>1) Facilitar la integración de los recursos electrónicos a la práctica docente.</p> | <p>1) se hará una evaluación de los recursos electrónicos que se tienen en la institución.</p> | <p>Páginas en blanco, lapiceros, pizarra, plumones, borrador, caja para</p> | <p>90 minutos</p> |

| | | | | |
|-----------------------------------|---|---|--|-------------------|
| | <p>2) Mejorar la interacción del docente con los estudiantes.</p> <p>3) Integrar los recursos tecnológicos disponibles por las instituciones, los docentes y estudiantes para la mejora de la enseñanza y el aprendizaje.</p> | <p>2) se realizará una valoración de la interacción de los estudiantes con el docente.</p> <p>3) nivel de distracción de los estudiantes con sus dispositivos móviles.</p> <p>4) cual el método que utilizan para impartir su clase esta dinámica se realizara por medio de páginas en blanco de manera anónima para no crear conflicto entre los participantes.</p> <p>5) valoración de las actividades que realizan y que tan funcionales son para lograr los objetivos que se plantean.</p> <p>6) identificar las opiniones sobre la utilidad de las nuevas tecnologías en el ámbito académico.</p> <p>7) debatir sobre el uso alterno que se les pueden dar a estos recursos para la creación de un ambiente más dinámico e inclusivo con respecto a los recursos tecnológicos a los que tienen acceso los estudiantes</p> <p>8) ofrecer un consolidado de métodos alternativos de uso de las redes sociales como medio de aprendizaje.</p> | <p>depositar las opiniones de los participantes.</p> | |
| Aprendizaje bidireccional. | <p>1) Facilitar la participación de los estudiantes en los salones de clases.</p> <p>2) Mejorar la calidad del proceso de aprendizaje.</p> | <p>1) definir que es el aprendizaje bidireccional de manera introductoria.</p> <p>2) mostrar video sobre comunicación bidireccional y enfocarlo en el ámbito académico.</p> | <p>Video sobre comunicación bidireccional, proyector, páginas en blanco,</p> | <p>45 minutos</p> |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---|--|-------------|
| | 3) Fortalecer el proceso de aprendizaje por medio de la dinámica participativa del docente y el estudiante. | 3) debatir la integración de la tecnología en el ambiente académico para empoderar a los estudiantes y que estos puedan hacer uso de los recursos a los que tienen acceso. | lapiceros, pizarra, bordador. | |
| El conocimiento como un reto. | Mejorar la calidad de enseñanza. | <p>1) análisis de las características de los estudiantes actuales.</p> <p>2) establecer patrones conductuales de comportamiento, gustos y motivaciones.</p> <p>3) evaluación racional del comportamiento de los estudiantes sobre el aprendizaje.</p> <p>4) actitudes personales sobre los retos en cualquier ámbito.</p> <p>5) integrar todos los análisis anteriores en la evaluación de posible respuesta de los estudiantes ante proponer un reto una vez establecidos cada uno de los contenidos anteriores.</p> <p>6) transmitir los análisis de los participantes sobre las actitudes a tomar en el salón de clase para motivar a los estudiantes a crecer académicamente.</p> | Páginas en blanco, lapiceros, proyector, diapositivas, memorias USB, pizarra y borrador. | 90 minutos. |

Talleres de capacitación estudiantil sobre las redes sociales e integración de nuevas tecnologías en el proceso académico.

Institución: Universidad Francisco Gavidia

| CONTENIDO | OBJETIVOS | METODOLOGÍA | RECURSOS | TIEMPO |
|------------------------|---|--|--|------------|
| Sensibilización | Sensibilizar a los estudiantes sobre el fenómeno de las redes sociales respecto a las | 1) Aplicación de prueba uso de redes sociales. | Prueba de uso de las redes sociales, videos de la realidad | 90 minutos |

| | | | | |
|------------------------|--|---|---|-------------------|
| | <p>consecuencias en la vida académica y personal y las afectaciones de su comportamiento en la vida de los docentes.</p> | <p>2) Se presentará un video sobre las redes sociales y las afectaciones que estas tienen sobre la vida de las personas y así mismo los beneficios de estas.</p> <p>3) A continuación se pasará a la discusión del tema y de la realidad en la en su vida personal con finalidad de que los participantes se relacionen y comprendan la magnitud del fenómeno que les afecta.</p> <p>4) Debatir sobre los efectos que las redes sociales provocan en el buen proceso académico y también en el buen desempeño de sí mismo, así como el desgaste psicológico que conlleva tratar con esta realidad.</p> <p>5) Debate sobre la realidad de sus docentes respecto a su comportamiento por medio de juego de roles.</p> | <p>de las redes sociales, video sobre proceso académico con las redes, páginas en blanco, lapiceros, pizarra, plumones, borrador, proyectos, diapositivas y memorias USB.</p> | |
| Concientización | <p>1) Establecer un pensamiento racional sobre la empatía con los docentes para poder establecer una convivencia respetuosa y profesional.</p> <p>2) Identificar deficiencias en el desempeño docente para realizar adecuaciones según</p> | <p>1) Entablar un conversatorio sobre las actitudes dentro del salón con respecto a al uso de los dispositivos, cuánto tiempo se pierde, cuanto se logra, que beneficio les trae, que proceso es más importante redes o educación, que opinan sobre los docentes respecto a sus clases, que les hace falta a los</p> | <p>Páginas en blanco, lapiceros, pizarra, plumones, borradores, material de apoyo sobre artículos científicos de las redes sociales, proyector,</p> | <p>90 minutos</p> |

| | | | | |
|----------------|---|--|--|--|
| | <p>los estándares de los estudiantes.</p> <p>3) Establecer una línea clara de actitudes esperada por los estudiantes con el compromiso de cumplimiento a sus obligaciones.</p> | <p>facilitadores, que deben y no deben hacer estos.</p> <p>2) Establecer conversatorio sobre las actitudes de los estudiantes respecto al uso de los dispositivos, cuantas veces revisan su celular durante una clase, cual es el aprendizaje real durante la clase, que opinan de su persona al realizar estas actividades dentro del salón, cuales son las razones por las que asumen este comportamiento.</p> <p>3) Establecer compromisos personales dentro del salón de clases estos se anotarán en la pizarra para poder debatir y justificar porque se deben hacer todos aquellos que se mencionan.</p> <p>4) revelar información sobre estudios de las redes sociales en el proceso académico.</p> | <p>diapositivas, memorias USB.</p> | |
| Empatía | <p>1) Mejorar la relación del ambiente educativo en el salón de clase entre estudiantes y docentes.</p> <p>2) Desarrollar habilidades de resolución de conflictos en el ambiente académico.</p> | <p>1) Se entregará a cada estudiante una breve lectura sobre el tema de empatía en cual se definirá el término, ejemplos de aplicación de la empatía en el ámbito académico y la función de esta habilidad como mecanismo de resolución de conflictos.</p> | <p>Folletos informativos, lapiceros, páginas en blanco, proyector, diapositivas, memorias USB, pizarra, plumones y borradores.</p> | <p>De 60 a 90 minutos en consideración a la participación de los estudiantes en el debate.</p> |

| | | | | |
|---------------------|---|---|---|------------|
| | | <p>2) debate de la empatía como método de resolución de conflicto, una vez explicado este punto.</p> <p>3) se establecerá una relación entre la empatía y el fenómeno de las redes sociales que afectan a los estudiantes y docentes en la actualidad.</p> <p>4) completar información en pizarra sobre los ejemplos para realizar retroalimentación de los posibles escenarios donde se puede aplicar esta habilidad.</p> | | |
| Adaptaciones | <p>1) Establecer líneas de aprendizaje satisfactorias para los estudiantes conforme a los objetivos planteados por el currículo académico de la institución.</p> <p>2) Identificar insatisfacciones de los estudiantes sobre la enseñanza.</p> <p>3) Promover la comunicación bidireccional docente-estudiante que permita la resolución de conflictos y adecuación del método de enseñanza-aprendizaje</p> | <p>1) debate sobre que vuelve aburrida una clase.</p> <p>2) se socializará sobre el tema de aprendizaje individual, como le gustaría que fueran las clases, que espera y que no de un docente, que opina sobre los docentes con respecto al uso de las tecnologías, que adecuaciones le gustaría que se implementarán para sentirse satisfecho y como considera que se puede evitar el aburrimiento en un salón de clases.</p> <p>3) socializar sobre por qué estudia, el estudio es una obligación, un compromiso o una satisfacción personal; que puede hacer como estudiantes para mejorar la clase, que</p> | <p>Proyector, diapositivas, memoria USB, pizarra, borradores, plumones, páginas en blanco, lapiceros.</p> | 90 minutos |

| | | | | |
|---------------------------|--|---|--|-------------|
| | | <p>puede hacer para mejorar su aprendizaje, que puede hacer respecto a los dispositivos móviles y redes sociales para mejorar su aprendizaje.</p> <p>4) establecer discusión sobre el uso de las redes sociales en el ambiente académico y como cambiarlo y porque cambiarlo.</p> <p>Nota: las opiniones relevantes serán anotadas en pizarra o proyectadas en una diapositiva para cada paso para realizar una retroalimentación al final de cada punto antes de pasar al siguiente.</p> | | |
| métodos de estudio | <p>1) Mejorar el rendimiento académico de los estudiantes. Proporcionar herramientas para potenciar el aprendizaje.</p> <p>2) Sensibilizar a los estudiantes en la búsqueda de un método de estudio acorde a sus cualidades.</p> | <p>1) Presentar información acerca de los métodos de estudio existentes y debatir sobre cuál es el método más adecuado según sus características individuales.</p> <p>2) Lugar de estudio y características físicas que debe tener el lugar de estudio y por qué.</p> <p>3) Identificación de herramientas que interrumpen el buen estudio según el individuo y herramientas que promueven la distracción.</p> <p>4) motivar a la búsqueda de un profesional que evalúe su estilo y habito de estudio para luego implementarlo.</p> | <p>Diapositivas, proyector, memoria USB, pizarra, plumones, borradores, páginas en blanco y lapiceros.</p> | 45 minutos. |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | 5) incentivar a la búsqueda de ayuda de un profesional en salud mental si se considera que las redes sociales o dispositivo móvil está causando repercusiones graves en su estilo de vida e incluso afecta sus relaciones interpersonales o autoestima. | | |
|--|--|---|--|--|

BIBLIOGRAFÍA

- ANALITIKA MARKET RESEARCH. 2015.** *El Nuevo Impacto de las Redes Sociales*. El Salvador : ANALITIKA MARKET RESEARCH, 2015.[en línea] [citado el 15 de julio de 2018] <https://analitika.com.sv/media/>
- ARMAYONES, RUIZ MANUEL. 2016.** *El efecto Smartphone conectarse con sentido*. CATALUNYA, ESPAÑA : OBERTA UOC, 2016. ISBN 978-84-9116286-5.
- BRINKMANN SCH, HMELLMUT, SEGURE M, TERESA Y INÉS, SOLAR R. MARÍA.** *adaptación, estandarización y Elaboración de normas para el Inventario de Autoestima de Coopersmith*. 1989, Revista Chilena de Psicología, vol. 10 págs. 63-71.[en línea] [citado el 20 de julio] ISSN 0716-3630 http://www2.udec.cl/~hbrinkma/articulo_coopersmith.pdf
- 2010.** Buenas Tareas. *Ensayo de Autoestima*. [En línea] 16 de julio de 2010. [Citado el: 10 de julio de 2018.] <http://www.buenastareas.com/ensayos/Autoestima/519040.html> .
- CONSUEGRA ANAYA, NATALIA.** *Diccionario de psicología*. bogota : Ecoe Ediciones, 2010. ISBN 978-958-648-650-7.
- COOPERSMITH, STANLEY.** *Inventario de Autoestima*. Palo alto California : tesis, 1990.
- DÉU, FAROS SANT JOAN de.** FAROS. FAROS. [En línea] 02 de 04 de 2017. [Citado el: 15 de 10 de 2018.] <https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/consejos-ensenar-tu-hijo-tolerar-frustracion>.
- DIANE E. PAPALIA, SALLY WENDKOS OLDS, RUTH DISKIN FELDMAN. 2009.** *Desarrollo humano*. 11 edición México D.F. : the Mcgraw-hill companies, 2009 ISBN 978-007-337016-3 .
- 2015.** Documentos y trabajos. *Documentos de investigacion*. [En línea] 22 de enero de 2015. [Citado el: 25 de junio de 2018.] <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Breve-Rese%C3%B1a-Hist%C3%B3rica-Del-Autoestima/2286900.html> .
- DORON, ROLAND, Y OTROS.** *Diccionario Akal de Psicología*. España : Tres Cantos, Madrid, 2004. ISBN 978-84-560-0623-7
- DURAN VILLALTA, JANZEEL, GARCÍA ESTUPINIAN, FREDY Y FLORES AREVALO, CAROLINA. 2013.** *Incidencia de las redes sociales en la búsqueda de identidad personal en los estudiantes del segundo año de bachillerato general. seccion "A" del turno vespertino del complejo educativo "Dr. Victoriano Rodriguez"* . San Vicente : Universidad de El Salvador, 2013.
- ESCURRA MAYUTE, MIGUEL Y SALAS BLAS, EDWIN.** *Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)*. 2014,[en línea] [citado el 24 de agosto de 2018] LIBERABIT: LIMA (PERÚ), págs. 73-91. ISSN 1729-482. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- ECHEBURÚA, ENRIQUE Y REQUESENS, ANA. 2012.** *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes* . Juan Ignacio Luca de Tena, 15. 28027, Madrid : PIRÁMIDE, 2012. ISBN 978-84-368-2700-2.

FITZGERALD, O. SIERRA Y CAICEDO, J. QUEVEDO. *La teoría de las inteligencias múltiples: contexto neurocognitivo adecuado para la hipótesis neuropsicológica sobre los factores y mecanismos de la superioridad.* 2001, Revista de Neurología, págs. 1060-1064.

GORRIS, JAVIER OZÓN. *Grados seis de separación.* 2000. 43-45, Cataluña : Departamento de matemática aplicada, 2000, Vol. 16.

HARFUCH, MARÍA FERNANDA HERRERA. *La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales.* 2010. México : Psicología Iberoamericana, 2010, Psicología Iberoamericana vol 18, No.1, págs. 6-18, ISSN 1405-0943
<https://www.redalyc.org/html/1339/133915936002/>

SERRANO-PUCHE, JAVIER. *¡No sin mi Smartphone! emociones, identidad y tecnología digital.* Center for Internet Studies and digital Life. [en línea], 2014, ISBN, 978-84-96657-40-3, págs. 541-551.

MARAÑÓN, CARLOS OLIVA. 2012. *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet.* Móstoles, España : Aposta. Revista de Ciencias Sociales, 2012. [en línea] citado el 21 de agosto de 2018 <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950250003>>.

MARCOS, LAURA ROJAS. *El sentimiento de culpa.* aditorial: Aguilar, España, 2016. ISBN 9788403100794

MARIN, FRANCISCO, DUQUE, MÓNICA Y MARRUFO, RUBÉN. *Redes sociales como plataforma de posicionamiento de un programa radial.* [en línea] 2015. 1, maracaibo, venezuela : universidad privada dr. Rafael belloso chacín, 2015, Vol. 12. 1856-6189.

MATTHEW MCKAY, PATRICK FANNING. 1991. *Autoestima Evaluación y mejora.* Barcelona : Ediciones Matínez Roca , 1991. 84-270-1505-4.[en línea] citado el 24 de agosto de 2018. disponible en: <https://es.scribd.com/doc/6881433/Autoestima-Evaluacion-y-mejora-Matthew-McKay-y-Patrick-Fanning>

MIGUEL SIMON, ELENA Y FELIPE CASTAÑO. *Revista de la universidad de Oviedo-versión electrónica Psicothe Revista Anual de Psicología.* 2018. No. 3, 251-256, Oviedo : Copyright © 2018 Psicothema, 2018, Vol. 30.

MILICIC, HAESSLER Y. 1996. *Confiar en uno mismo.* Chile : editorial CEPE, 1996.[en línea] citado el 21 de octubre de 2018.disponible en: <http://www.tienda.cepeonline.es/wp-content/uploads/2010/12/9788478692217.pdf>

MINERVA NATALIA SAHAGÚN-CUEVAS, BLANCA ANGÉLICA MARTÍNEZ-CASTILLO, EDNA GABRIELA DELGADO-QUIÑONES Y CÉSAR GERÓNIMO SALAMANCA-RODRÍGUEZ. *Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del IMSS.* 2015, Revista Médica MD, págs. 285-289.

SPARISCI, MARÍA VICTORIA. *Representación de la autoestima y la personalidad en protagonistas de anuncios audiovisuales de automoviles.* Argentina : Universidad Abierta Interamericana, 2013.

TORRES, A. *Medicion de la Autoestima en alummnos de 2do año.* valdivia : Tesis Publicada, 2002.[en línea] [citado el 23 de julio de 2018] disponible en: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2003/fmu.42n/doc/fmu.42n.pdf>

VALEK, M. *Autoestima y Motivaciones Sociales en Estudiantes de Maracaibo* : Universidad Rafael Urdaneta., 2007. Trabajo de Grado Magister.[en línea] [citado el 21 de junio de 2018] disponible en: <http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/9218-07-01612.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Inventario de autoestima de Coopersmith para adultos

IAE DE COOPERSMITH

Sexo V M Edad _____ Carrera: _____ Fecha de aplicación: _____

A continuación se le presentaran una serie de declaraciones, señale con una "X" si la declaración atiende a una descripción suya bajo la columna representada por la letra A, si la declaración no atiende a una descripción suya señale bajo la columna representada por la letra B.

| | | A | B |
|-----|--|--------------|---------------|
| | | Igual que yo | Distinto a mi |
| Ej. | Me gustaría comer helados todos los días. | | |
| 1 | Paso mucho tiempo soñando despierto(a). | | |
| 2 | Estoy seguro(a) de mi mismo(a). | | |
| 3 | Deseo frecuentemente ser otra persona. | | |
| 4 | Soy simpático(a). | | |
| 5 | Mi familia y yo nos divertimos mucho juntos. | | |
| 6 | Nunca me preocupo por nada. | | |
| 7 | Me da "plancha" mostrar a otros mi trabajo. | | |
| 8 | Desearía ser más joven. | | |
| 9 | Hay muchas cosas acerca de mí mismo(a) que me gustaría cambiar si pudiera. | | |
| 10 | Puedo tomar decisiones fácilmente. | | |
| 11 | Mis amigos(as) lo pasan bien cuando están conmigo. | | |
| 12 | Me incomodo en casa fácilmente. | | |
| 13 | Siempre hago lo correcto. | | |
| 14 | Me siento orgulloso(a) de mi quehacer diario. | | |
| 15 | Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer. | | |
| 16 | Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas. | | |
| 17 | Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago. | | |
| 18 | Soy popular entre la gente. | | |
| 19 | Usualmente en mi familia consideran mis sentimientos. | | |
| 20 | Nunca estoy triste. | | |
| 21 | Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo. | | |
| 22 | Me doy por vencido(a) fácilmente. | | |
| 23 | Usualmente puedo cuidarme a mí mismo(a). | | |
| 24 | Me siento suficientemente feliz. | | |
| 25 | Prefiero compartir con personas de menor nivel que yo. | | |
| 26 | Mi familia espera demasiado de mí. | | |
| 27 | Me gustan todas las personas que conozco. | | |
| 28 | Me gusta cuando mi jefe me pide algo. | | |
| 29 | Me entiendo a mí mismo(a). | | |
| 30 | Me cuesta comportarme como en realidad soy. | | |
| 31 | Las cosas en mi vida están muy complicadas. | | |
| 32 | Los demás casi siempre siguen mis ideas. | | |
| 33 | Nadie me presta mucha atención en casa. | | |
| 34 | Nunca me regañan. | | |
| 35 | No estoy progresando en mi trabajo o en mis labores habituales como me gustaría. | | |
| 36 | Puedo tomar decisiones y cumplirlas. | | |
| 37 | No estoy conforme con mi sexo. | | |
| 38 | Tengo una mala opinión de mí mismo(a). | | |
| 39 | No me gusta estar con otra gente. | | |
| 40 | Muchas veces me gustaría irme de casa. | | |
| 41 | Nunca soy tímido(a). | | |
| 42 | Frecuentemente me incomoda el trabajo. | | |
| 43 | Frecuentemente me avergüenzo de mí mismo(a). | | |
| 44 | No soy tan bien parecido(a) como otra gente. | | |
| 45 | Si tengo algo que decir, usualmente lo digo. | | |
| 46 | A los demás "les da" conmigo. | | |
| 47 | Mi Familia me entiende. | | |
| 48 | Siempre digo la verdad. | | |
| 49 | Mi jefe me hace sentir que no soy gran cosa. | | |
| 50 | A mí no me importa lo que me pase. | | |
| 51 | Soy un fracaso. | | |
| 52 | Me siento incómodo fácilmente cuando me regañan. | | |
| 53 | Las otras personas son más agradables que yo. | | |
| 54 | Usualmente siento que mi Familia espera más de mí. | | |
| 55 | Siempre sé qué decir a otras personas. | | |
| 56 | Frecuentemente me siento desilusionado(a) en el trabajo, o con los quehaceres diarios. | | |
| 57 | Generalmente las cosas no me importan. | | |
| 58 | No soy una persona confiable para que otros dependan de mí. | | |

| | |
|-------|----|
| M | |
| PB | PS |
| S | |
| PB | PS |
| L | |
| PB | PS |
| H | |
| PB | PS |
| G | |
| TOTAL | |

Anexo 2

Test de adicción a las redes sociales

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

CARRERA: _____ INGRESO: A N SEXO: V M EDAD: _____

INDICACIONES: este es un cuestionario en el que se realizan una serie de preguntas acerca del uso de redes sociales, el cual deberá responder lo más sincero posible, marcando con una equis (X) la respuesta que más describa su comportamiento en el uso de estas.

1. ¿Utiliza redes sociales? sí no **si respondió sí, marque cuáles:** Facebook Whatsapp
si respondió no, espere las indicaciones del siguiente cuestionario. Instagram Youtube
 Snapchat Line
 Twitter Reddit
 Tinder Thumblr
 Skype wechat

2. ¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)
 En mi casa En mi trabajo En las PC de la UFG Ciber Café A través del Celular
 Wifi de Centros Comerciales Plazas publicas Restaurantes

3. ¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?
 Todo el tiempo Entre 7 a 12 v/día. de 3 a 6 v/día 1 o 2 v/día.
 2 o 3 v/semana 1 v/semana.

4. ¿Cuál es el estimado de tiempo de conexión en las redes sociales?
 1 hora o menos De 1 a 2 horas De 2 a 4 horas De 4 horas a más

5. ¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)? Si No
 ¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?: _____

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos considerando que no existen respuestas buenas ni malas, marque con una equis (X) en el espacio que corresponda a lo que usted siente, piensa o hace, sabiendo que:

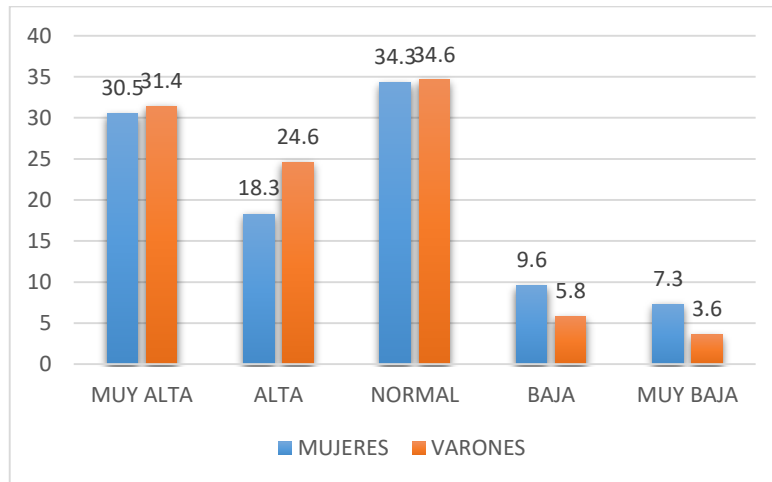
"S" significa **Siempre** "AV" significa **Algunas veces** "N" significa **Nunca**
 "CS" significa **Casi siempre** "RV" significa **Raras veces**

| | S | CS | AV | RV | N |
|--|---|----|----|----|---|
| 1. Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 2. Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales. | | | | | |
| 3. El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más. | | | | | |
| 4. Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales. | | | | | |
| 5. No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales. | | | | | |
| 6. Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 7. Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 8. Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja. | | | | | |
| 9. Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo. | | | | | |
| 10. Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado. | | | | | |
| 11. Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales. | | | | | |
| 12. Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales. | | | | | |
| 13. Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días. | | | | | |
| 14. Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales. | | | | | |
| 15. Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales. | | | | | |
| 16. Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales. | | | | | |
| 17. Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 18. Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora. | | | | | |
| 19. Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 20. Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales. | | | | | |
| 21. Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales. | | | | | |
| 22. Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales. | | | | | |
| 23. Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a). | | | | | |
| 24. Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social. | | | | | |

APÉNDICE

A continuación, se describen otros datos obtenidos en la investigación.

Autoestima por género



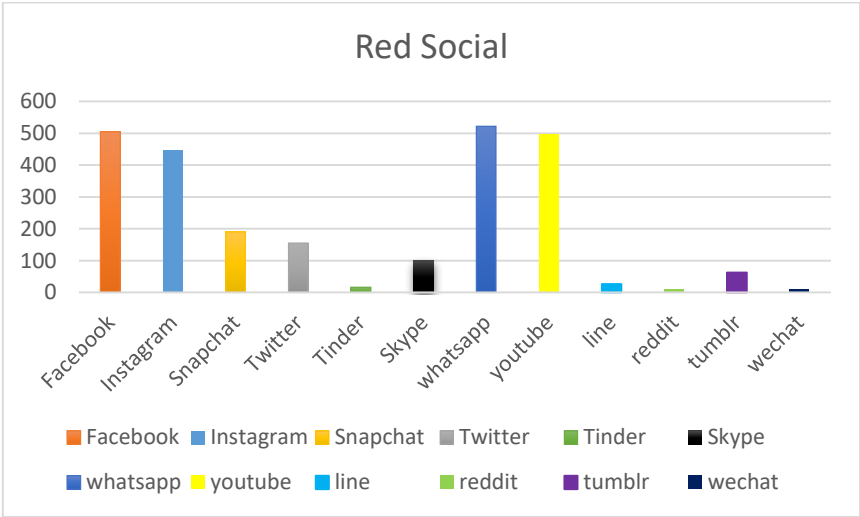
La gráfica anterior hace constar que al comparar la variable sexo, la categoría “normal” mujeres mantienen un puntaje de 34.3% del total de la muestra evaluada superadas por un 34.6% obtenida por los varones. En la categoría “muy alta” ellas obtienen un total de 30.5% y ellos 31.4% obteniendo así una diferencia del 0.9%.

En las categorías donde se encuentran mayores diferencias son en las categorías “alta” “baja” y “muy baja”; en la categoría alta un total del 18.3% de la población femenina se estableció en ésta, los hombres por su parte se percibe un total de 24.6% de su total haciendo una diferencia 6.3%.

Las dos categorías restantes en donde las personas pueden presentar dificultades en la autoestima quedaron distribuidas de la siguiente manera “baja” un total de 9.6% de la muestra se ubicó en esta categoría mientras que de los hombres un 5.8% haciendo una diferencia del 1.6%; y en la categoría “muy baja” un 7.3% de las mujeres se identificó en esta categoría y un 3.6% de hombres haciendo una diferencia del 3.7%.

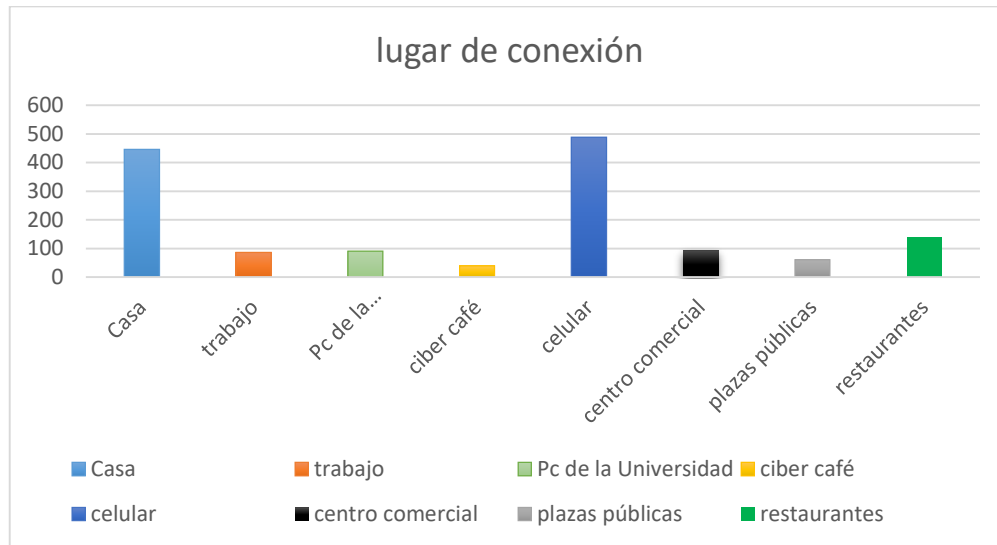
Datos extras que se encontraron con la investigación, refieren que las redes sociales más usadas son: WhatsApp (522), Facebook (505), YouTube (498) e Instagram (449); además se trató de establecer una media general de la población de la cantidad de redes sociales se usan por persona, la cual se obtuvo de la sumatoria de los votos de las redes sociales en este caso se utilizaron un total de 12 redes sociales en las que la persona podía elegir más de uno opción, se obtuvo entonces una sumatoria de 2547 usos, que luego fue dividida entre el total de participantes 534, que respondieron que si hacían uso de las redes sociales el resultado fue 4.77, lo cual se convierte en la media de redes sociales que se usan por persona, lo cual es consecuente con el estudios anteriores.

Redes sociales más utilizadas



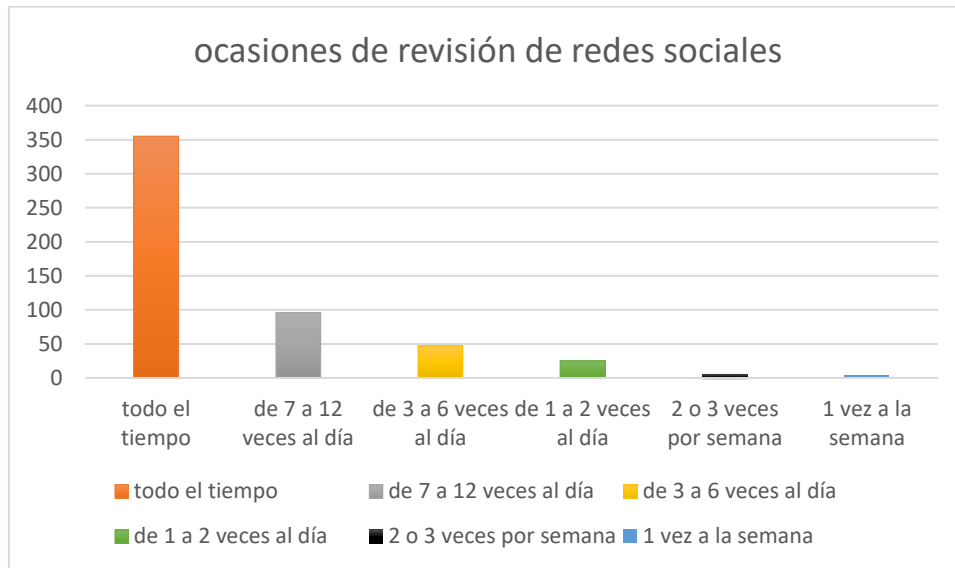
En referencia a la pregunta 2 del cuestionario abierto de uso de redes sociales se obtuvo que los lugares de preferencia para conexión son: celular (488), casa (446) y restaurantes (139); en este caso se realizó el mismo procedimiento para establecer una media de lugares obteniendo una media de 2.7 de un total de ocho opciones que tenían para elegir.

Lugares de mayor conexión



En la pregunta tres referida a la frecuencia de conexión un total de 355 personas dijeron que se conectaban todo el tiempo, 96 personas que, de 7 a 12 veces al día, 47 respondieron que, de 3 a 6 veces al día, al realizar un poco de análisis se podría decir que estas respuestas concuerdan con los resultados del test sobre el factor de uso excesivo de las redes sociales en donde el 78% de la población se estableció en nivel alto y muy alto.

Frecuencia de revisión



En la pregunta cuatro hay una inconsistencia en cuanto a la percepción del tiempo de los participantes ya que cuando se les pregunto el tiempo de uso aproximado de conexión 189 personas dijeron confirmaron un rango de 4 horas a más el cual es representativo del 35.4% de los evaluados, seguido de 135 personas (25.3%) se estableció en el rango de 1 hora o menos, un total de 128 participantes (24%) en rango de 1 a 2 horas y 85 (15.9%) se ubicaron en un rango de 2 a 4 horas. Si entonces se trata de establecer una relación entre los tiempos de uso y el factor uso excesivo, se obtiene que: el 78% de participantes se ubica en categoría alta, sin embargo en la percepción del tiempo solo un total del 51.3% tiene una percepción del tiempo coherente, eso sí se estableciera que a partir de las 2 horas en adelante hay un uso excesivo, por tanto es probable que la mayoría de los participantes sean afectados en un fenómeno de distorsión del tiempo en el cual no perciben realmente las horas que transcurren mientras están conectados.

Tiempo estimado de uso

