

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA



ADICCIÓN DE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
ESTUDIANTES DE 15 A 17 AÑOS DE UNA UNIDAD
EDUCATIVA PARTICULAR DE LA CIUDAD DE LA PAZ

TESIS DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIATURA

POR: MAYRA BEDINA GUTIERREZ APALA
TUTOR: Mg. Sc. LUIS HUGO JIMENEZ CARRASCO

LA PAZ – BOLIVIA
2020

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de establecer la relación entre Adicción a las Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la Ciudad de La Paz.

La investigación es de tipo descriptiva Correlacional y diseño transaccional, la muestra es probabilística, constituida por 75 estudiantes entre varones y mujeres a quienes se les administró el inventario de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Escurra y Salas (2014). De acuerdo a nuestros resultados se encontró un nivel alto de autoestima y un nivel Moderado de adicción a Redes Sociales.

Consecuentemente, a partir de la obtención de los resultados, se establece un Coeficiente de Correlación de Pearson (-,380) que indica una relación negativa en el nivel Bajo, gracias a este resultado se da validez a nuestra hipótesis Nula y se puede afirmar que los estudiantes de 15 a 17 años de una Unidad Educativa Particular que presentan mayores niveles de Adicción a Redes Sociales no llegan a tener niveles Bajos de Autoestima.

Los resultados dan pie a acciones de promoción, prevención e intervención para frenar los niveles de adicción a redes sociales, y potenciar Autoestima en los adolescentes.

También responder de esta manera al compromiso social y a la producción Científica desde la ciencia de la Psicología.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mis padres Martha y Freddy quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

AGRADECIMIENTO:

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento al Mg. Sc. Luis Hugo Jiménez Carrasco, por ser mi guía durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

A la Universidad Mayor de San Andrés por ser la Sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPITULO I

1. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	3
1.1.AREA PROBLEMÁTICA.....	3
1.1.1. MARCO DE HECHOS	3
1.1.2. MARCO DE INVESTIGACIONES	5
1.2.PROBLEMA DE INVESTIGACIONES.....	6
1.2.0. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.2.1. FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	8
1.3.OBJETIVO	8
1.4.HIPOTESIS.....	8
1.5.JUSTIFICACION	9

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO.....	11
2.1.REDES SOCIALES.....	11
2.1.1. DEFINICION DE REDES SOCIALES	11
2.1.2. TIPOS DE REDES SOCIALES	12
2.1.2.1. FACEBOOK.....	12
2.1.2.2. TWITTER.....	12
2.1.2.3. WHATSAPP.....	12
2.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA REDES SOCIALES	13
2.1.4. SERVICIOS QUE OFRECEN EN LAS REDES SOCIALES	13
2.1.5. IMPLICACIONES SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES	14
2.1.5.1. IMPLICACIONES POSITIVAS	14
2.1.5.2. IMPLICACIONES NEGATIVAS	15
2.1.6. REDES SOCIALES EN BOLIVIA	16
2.1.7. CRITERIOS PARA ESTABLECER UNA ADICCIÓN	16
2.1.8. VARIABLES PSICOLÓGICAS ASOCIADAS AL USO DE REDES SOCIALES	17
2.2.AUTOESTIMA	18
2.2.1. BASES DE AUTOESTIMA.....	19
2.2.2. DIMENSIONES Y CONCEPTO ASOCIADOS A LA AUTOESTIMA.....	20
2.2.3. COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA.....	21
2.2.4. IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA.....	22
2.2.5. AUTOESTIMA Y ADOLESCENCIA	23
2.2.6. TEORÍA DE LA AUTOESTIMA HUMANÍSTICA DE COOPERSMITH	24
2.3.ADOLESCENCIA	25
2.3.1. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS EN LA ADOLESCENCIA	25
2.3.2. LA IDENTIDAD EN LA ADOLESCENCIA	26
2.3.3. AUTO CONCEPTO Y AUTOESTIMA.....	26
2.3.4. RELACIONES SOCIALES EN LA ADOLESCENCIA	27
2.3.5. INFLUENCIAS SOCIOCULTURALES EN LA ADOLESCENCIA	27

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA	29
3.1.TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	29
3.2.VARIABLES	29
3.2.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL	29
3.2.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL.....	30
3.3.POBLACIÓN Y MUESTRA	32
3.3.1. POBLACIÓN	32
3.3.2. MUESTRA	33
3.4.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	33
3.4.1. INSTRUMENTOS	35
3.4.1.1. MUESTRA	37
3.4.2. ANÁLISIS DE DATOS.....	38
3.4.2.1. CONTROL DE CALIDAD DE LOS DATOS.....	39
3.4.2.2. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	39
3.5.PROCEDIMIENTO	40

CAPITULO IV

4. P RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	42
4.1.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE DATOS GENERALES DE LA MUESTRA ...	43
4.1.1. ANÁLISIS EN RELACIÓN AL GÉNERO DE LA MUESTRA	43
4.1.2. ANÁLISIS EN RELACIÓN A LA EDAD DE LA MUESTRA.....	44
4.1.3. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE EDAD Y GÉNERO DE LA MUESTRA	45
4.2.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	46
4.2.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	46
4.2.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES EN RELACIÓN AL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES.....	48
4.2.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO AL GÉNERO	49
4.2.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO A LA EDAD.....	51
4.3.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES	52
4.3.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL SIN ADICCIÓN A REDES SOCIALES	52
4.3.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN LEVE A REDES SOCIALES	53
4.3.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN MODERADA A REDES SOCIALES	55
4.3.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN GRAVE A REDES SOCIALES	56
4.4.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE REDES SOCIALES	57
4.4.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES	58

4.4.2.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES	58
4.4.3.	ANÁLISIS Y RESULTADOS USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES ...	59
4.5.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE USO DE REDES SOCIALES	60
4.5.1.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL TIPO DE RED SOCIAL MÁS USUAL	60
4.5.2.	ANÁLISIS Y RESULTADOS EN RELACIÓN AL MODO DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES	61
4.5.3.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA FRECUENCIA DE CONEXIÓN A REDE SOCIALES	63
4.5.4.	ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A LA CANTIDAD DE CONOCER PERSONALMENTE EN REDES SOCIALES	64
4.5.5.	ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A SI SUS DATO EN REDES SOCIALES SON VERDADEROS.....	66
4.5.6.	ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN AL TIEMPO QUE ES USUARIO DE LAS REDES SOCIALES	67
4.5.7.	ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A LA CANTIDAD DE CONTACTOS QUE TIENE EN SUS REDES SOCIALES	69
4.5.8.	ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIONA LA ACTIVIDAD QUE MÁS REALIZA EN REDES SOCIALES.....	70
4.6.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	72
4.6.1.	ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	73
4.6.2.	ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	74
4.6.3.	ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACIÓN AL GÉNERO.....	75
4.6.4.	ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACIÓN A LA EDAD	76
4.6.5.	ESCALA DE MENTIRA DEL INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH	77
4.7.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	78
4.7.1.	AUTOESTIMA SOCIAL	79
4.7.1.1.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA SOCIAL	79
4.7.1.2.	TABULACIÓN CRUZADA DE NIVELES, EDAD, GENERO DE AUTOESTIMA SOCIAL.....	80
4.7.1.3.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN AL GENERO.....	80
4.7.1.4.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN A EDAD.....	82
4.7.2.	AUTOESTIMA FAMILIAR-HOGAR	83
4.7.2.1.	ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA FAMILIAR	83
4.7.2.2.	TABULACIÓN CRUZADA DE NIVELES, EDAD, GÉNERO DE AUTOESTIMA FAMILIAR.....	84

4.7.2.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN AL GÉNERO.....	85
4.7.2.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN A EDAD	86
4.7.3. AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR.....	88
4.7.3.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR	88
4.7.3.2. TABULACIÓN CRUZADA DE NIVELES, EDAD, GÉNERO DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR	88
4.7.3.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN AL GÉNERO.....	90
4.7.3.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN A EDAD	92
4.8.RESULTADOS DE LA RELACION ENTRE LA VARIABLE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA.....	93
4.8.1. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA	93
4.8.2. CORRELACIÓN ENTRE LOS VALORES DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA	95
4.8.3. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN	95
4.8.4. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	96

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
5.1.CONCLUSIONES	98
5.2.RECOMENDACIONES.....	107
6. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA	108
7. ANEXOS	111

TABLA DE CONTENIDO

TABLA 1 ANÁLISIS EN RELACIÓN AL GÉNERO DE LA MUESTRA	43
TABLA 2 ANÁLISIS EN RELACIÓN A LA EDAD DE LA MUESTRA.....	43
TABLA 3 TABULACIÓN CRUZADA ENTRE EDAD Y GÉNERO DE LA MUESTRA.....	45
TABLA 4 NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES	48
TABLA 5 NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO AL GENÉRO.....	49
TABLA 6 NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO A LA EDAD.....	51
TABLA 7 NIVEL SIN ADICCIÓN A REDES SOCIALES	52
TABLA 8 NIVEL ADICCIÓN LEVE A REDES SOCIALES	53
TABLA 9 NIVEL ADICCIÓN MODERADA A REDES SOCIALES	55
TABLA 10 NIVEL ADICCIÓN GRAVE A REDES SOCIALES	56
TABLA 11 OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES.....	58
TABLA 12 FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES.....	59
TABLA 13 USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES	59
TABLA 14 TIPO DE RED SOCIAL MAS USUSAL	60
TABLA 15 MODO DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES.....	61
TABLA 16 FRECUENCIA DE CONEXIÓN A REDES SOCIALES	63
TABLA 17 CANTIDAD DE CONOCE PERSONALMENTE EN REDES SOCIALES	64
TABLA 18 SUS DATOS EN REDES SOCIALES SON VERDADEROS.....	66
TABLA 19 TIEMPO QUE ES USUARIO DE LAS REDES SOCIALES	67
TABLA 20 CANTIDAD DE CONTACTOS QUE TIENE EN SUS REDES SOCIALES	69
TABLA 21 ACTIVIDAD QUE MÁS REALIZA EN REDES SOCIALES	70
TABLA 22 RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA	72
TABLA 23 VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACION AL GÉNERO	75
TABLA 24 VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACIÓN A LA EDAD	77
TABLA 25 RESULTADOS DE NIVEL DE AUTOESTIMA SOCIAL	79
TABLA 26 RESULTADOS DE AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN AL GÉNERO.....	80
TABLA 27 AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN A EDAD	82
TABLA 28 NIVELES DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR	83
TABLA 29 AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN AL GÉNERO	85
TABLA 30 AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN A EDAD.....	86

TABLA 31 NIVELES DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR	88
TABLA 32 AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN AL GÉNERO.....	89
TABLA 33 AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN A EDAD .	90
TABLA 34 TABULACIÓN CRUZADA ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA.....	92
CUADRO CORRELACIÓN DE PEARSON ENTRE LAS VARIABLES	95
DIAGRAMA DE DISPERSIÓN	95
CUADRO CHI CUADRADO	96

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) tienen un gran impacto en la sociedad, conocida como del “conocimiento” o de la “información”, debido a la gran fluidez que existe para la transmisión de datos desde los diferentes puntos de la urbe, convirtiéndose en la mayoría de los casos en parte del diario vivir, ya que es evidente el uso de una computadora, Tablet o dispositivo móvil como el celular, que es la herramienta más utilizada por las personas debido a su flexibilidad y la gran cantidad de contenidos que ahí se manifiestan.

Sin embargo, la interacción con el celular se convierte en un problema cuando existe una dependencia excesiva, a tal punto que muchas personas no pueden vivir sin él, o durante alguna conversación personal están más pendientes de su dispositivo que del tema tratado, llegando a ser catalogado más como un medio de distracción, que, de conocimiento, debido al mal uso que les dan las personas. Acorde a investigaciones realizadas, este tipo de comportamientos se nota con mayor intensidad en los jóvenes entre 13 a 17 años, debido a la gran interacción que tienen con sus celulares, en la transmisión de imágenes, videos, información, entre otros aspectos. (Moran, 2015).

Según menciona Echeburua Enrique. (2010) la influencia cognitiva al estar conectado a alguna red social es enorme ya que expone a sus usuarios de manera que son más vulnerables psicológicamente.

De acuerdo a la investigación realizada por Fernández N. (2013) sobre: trastornos de conducta y redes sociales de internet indica: que hoy en día los medios de comunicaciones virtuales como Facebook y otras redes sociales son utilizados de manera cada vez más frecuente por estudiantes, y su uso depende de la cultura y el país donde se encuentran, del acceso a internet y el número de horas de tiempo libre del que disponen entre otros factores. Dada esta situación la investigación concluye que los adictos a

Facebook y otras redes sociales son más propensos a sufrir depresión, a tener menos habilidades sociales y tener una autoestima baja.

Debido a esto es necesario resaltar que en esta época de nuevos avances tecnológicos lo virtual se mezcla con lo real y con solo tener conexión a internet, los jóvenes ingresan en un mundo virtual en el que no se puede tener mucho control de los sucesos en la red. Las redes sociales satisfacen en los adolescentes la necesidad de ver en la vida de los demás y ser visto, y esto a su vez influye de manera directa en su Autoestima y auto concepto. (Fernández, 2013).

La interacción virtual es una experiencia subjetiva que altera el estado emocional de sus usuarios. Las redes sociales son sobre todo para sus usuarios más asiduos, un espacio en el que se construyen identidades ideales. En muchos casos las redes sociales proveen una visión distorsionada de lo que en realidad está sucediendo, y esto promueve una atmósfera de competitividad social. (Echeburua, 2010).

Desde la aparición de redes sociales como Twitter o Facebook se han llevado a cabo muchos estudios sobre cómo afectan a nuestro comportamiento y Autoestima. Su uso se ha asociado a cosas tan negativas como la disminución de la felicidad, más estrés, menos autocontrol o a sentirnos más solos. Otros, sin embargo, tienen conclusiones completamente opuestas: mejoran nuestra autoestima y hacen que nos sintamos menos solos. (Sanoja, 2016).

Bajo este contexto, se ha diseñado el presente trabajo de investigación con la finalidad de determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años en una unidad educativa particular de la ciudad de la Paz.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.1. ÁREA PROBLEMÁTICA

Como mencionan Oliva, Moreno, Jiménez, Ramos, (2012) p.15, en las últimas décadas las nuevas tecnologías de la información han impactado en la vida de los seres humanos, desde niños hasta adultos, generando cambios en la vida de los mismos y en la forma como la sociedad funciona, es decir en la forma que trabaja, se conduce y se relaciona en el cotidiano vivir. Esto se puede observar en la forma en que se almacena, maneja y transmite la información, actualmente bajo la ayuda de diversos instrumentos y soportes existentes; siendo probablemente en el grupo de jóvenes, donde se puede incluir a los adolescentes, donde se observa mayor inversión de tiempo destinado a conectarse a internet bajo diversas formas, ya sea conectados al celular, a los juegos en línea o a las redes sociales. Es a partir de este hecho que ha comenzado a considerarse la influencia que estas tecnologías pudieran tener en el desarrollo personal de quienes la usan, especialmente en los grupos de desarrollo de mayor influencia, como son los niños, adolescentes y jóvenes

La adolescencia es una época de oportunidades y riesgos por lo cual es importante el tipo de relaciones que establezcan ya sea en las redes sociales o de manera personal. Esta etapa implica cambios que predisponen el desarrollo de problemas psicopatológicos. (Oliva, Moreno, Jiménez, Ramos, 2012).

De acuerdo con la OMS en 2017 los adolescentes (edades entre los 10 y los 19 años) representan aproximadamente una sexta parte de la población mundial (1200 millones de personas) como también la mitad de todos los trastornos de salud mental en la edad adulta empiezan a manifestarse a los 14 años, pero la mayoría de los casos no se detectan ni son tratados. Asimismo la OMS refiriéndose a la salud mental refiere que la violencia, la pobreza, la humillación y el sentimiento de desvalorización pueden

aumentar el riesgo de padecer problemas de salud mental. Y sugiere propiciar el desarrollo de aptitudes para la vida en los niños y adolescentes y ofrecerles apoyo psicosocial en la escuela y otros entornos de la comunidad son medidas que pueden ayudar a promover su salud mental. También desempeñan una función importante los programas que brindan apoyo para fortalecer los lazos entre los adolescentes y sus familiares. Si surgen problemas, deben ser detectados y manejados por trabajadores sanitarios competentes y con empatía. (Centro de prensa OMS 2017).

Durán, y Guerra, (2015) afirman que las redes sociales, como Facebook, MySpace, Bebo o Tuenti, permiten a sus usuarios desarrollar espacios compartidos, visibles para sus “amigos o contactos” en los que es posible crear perfiles públicos individuales, e interactuar tanto con amigos con los que se mantiene un contacto fuera de la red como con personas con las que no se mantiene una relación más allá de la propia red social. Así, como apunta Becoña (2006), las redes sociales pueden “atrapar” a las personas, sobre todo adolescentes y jóvenes, ya que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad y a distanciarlas o a distorsionar su mundo real, generando de esta manera un entorno propicio para el desarrollo de una conducta adictiva. Por otra parte, como afirman Tejedor y Pulido (2012) el acoso entre iguales mediado por las interacciones on-line, genera un impacto muy negativo en su desarrollo emocional; depresiones, baja autoestima, y en el último extremo el suicidio, además señalan la importancia de promover una formación crítica y prevención no solo limitada a los y las menores, sino ampliada a toda la comunidad. Por otra parte, el estudio de las redes sociales utilizadas por jóvenes es especialmente relevante en tanto que ellos priorizan estas formas de comunicación respecto a las tradicionales, basadas en el contacto personal directo. Como señalan Colás, González & De Pablos (2013) algunas investigaciones recientes muestran que la comunicación social on-line de jóvenes está influida por la percepción de su identidad y autoestima, así como la compensación social y entorno social. (Revista fuentes, 2015)

Por otra parte, según estadísticas en Bolivia la red social más utilizada es Facebook que tiene 3.500.000 usuarios registrados en el país. Desde el 2012 hasta el año 2015 la red social Facebook ha tenido un crecimiento de 42% donde el segmento de edad con mayoría de usuarios es de 18 a 24 años con el 37% del total de usuarios. (Latameclick, 2015)

En 2014, Bolivia registró 4.981.685 conexiones a Internet desde móvil o terminal. Los departamentos que reportaron la mayor cantidad de conexiones en este servicio son: Santa Cruz con 1.630.189 y La Paz con 1.368.474, seguidos de Cochabamba con 855.213, informó el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2016).

1.1.1. MARCO DE INVESTIGACIONES

Las redes sociales son importantes para las/los adolescentes escolares porque los comentarios que reciben, en muchos casos, legitiman lo que publican en la red social, de esa manera estimulan aspectos afectivos de su comportamiento. Esto puede incurrir negativamente en la construcción de la identidad de los adolescentes debido a la orientación superficial que se dan en las comunicaciones visuales en Facebook. La intimidad cede ante el deseo de ser popular adicionados a la conducta narcisista y de aceptación de grupo presente en estas dinámicas en la red social Facebook (Paco, 2017).

Investigaciones similares en países cercanos resaltan los siguientes datos en Argentina solo un 3% de las adolescentes presentan una buena autoestima, y también representan el grupo más vulnerable las adolescentes entre 9 a 17 años. El impacto de las redes sociales en Argentina es tal que, tres de cada diez niñas aseguran sentirse más confiada cuando interactúa con otros de manera online.

Si bien podría considerarse positivo debido a que hoy las redes sociales son un lugar más en el mundo además del colegio, el barrio o el club. El 92% de las niñas argentinas se

declara activo en la red social, lo que convierte a la Argentina en uno de los países con mayor índice de uso de Facebook en el mundo. (Infobae, 2015)

Observando que el uso de las redes sociales va en crecimiento constante Echeburúa y Corral (2009) realizaron una distinción entre el uso frecuente a las nuevas tecnologías y la adicción a las mismas, considerado que no toda conducta adictiva tiene que estar relacionada con la frecuencia con que se realiza la conducta objeto, sino con el grado de dependencia que se genera entre el sujeto y el objeto. De allí, que la presente investigación centra su interés, en conocer cómo el uso de las redes sociales afecta el desarrollo y ajuste personal de los jóvenes y su relación con la autoestima. Sánchez, Castellana, Chamorro y Oberst (2008) hacen referencia a diversas investigaciones acerca del uso patológico del internet, ellos han encontrado evidencias de que algunos grupos pueden ser más propensos a desarrollar una adicción o trastorno psicológico relacionado con el uso de estas tecnologías, dentro de ello identifican a las personas que están atravesando situaciones de crisis evolutivas, como son la separación de algún pariente, la jubilación, entre otros; así como aquellas personas que posean limitaciones en el proceso de comunicación, y dificultades en conseguir soporte emocional. Otros investigadores han encontrado dentro de este grupo a personas que presentan “determinadas características de personalidad como baja autoestima, sentimiento de inadecuación, necesidad de sentirse querido y reconocido, infelicidad, carencias afectivas, inseguridad, soledad, búsqueda de sensaciones, propensión a la fantasía, timidez, falta de habilidades sociales y propensión a crearse una identidad ficticia” (Sánchez, 2008).

1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1. PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presente investigación trata de abordar la relación del uso de las redes sociales, encontrándose, según las bibliografías revisadas, que esta actividad puede llegar a alterar estados emocionales, perturbando a las personas cuando son interrumpidas realizando la visita a redes sociales, enfrentando problemas consigo mismo o con las personas que le

rodean, llegando incluso a dejar de atender responsabilidades asumidas. Asimismo, se observa que este tipo de dependencia va reduciendo la interacción social fuera de las redes sociales. Este tipo de comunicación influye, no solo en la forma de socialización, sino que va generando en el individuo limitaciones o alteraciones en su persona, especialmente en su autoestima, ya que hay que recordar que la autovaloración se construye sobre la base de la opinión que cada persona tiene sobre sí misma, a partir de sus atributos, opinión confirmada por cada individuo a partir de la percepción de los demás y de todo aquel que es relevante para él en su vida cotidiana (Peradotto, Vargas y Valdivia, 2005). En diferentes estudios se ha hallado que la baja autoestima está relacionada con comportamientos adictivos (Niemz, Griffiths y Banyard; 2005), encontrándose específicamente a esta variable relacionada con la adicción a Internet (Cornejo, M.2011). Es de recordar, que el uso excesivo de la web lleve a las personas a aislarse, desvinculándose del proceso de socialización directo, y que después de un determinado tiempo, ya no se tenga la misma capacidad para socializar de manera normal; y que aunado a una mala opinión de sí misma, a dificultades para socializar por su timidez o falta de autoestima, esto lleve a usar la Internet como una alternativa de socialización, pues en ella se pueden abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara (Navarro y Jaimes, 2007), es decir, llegando a considerar a este comportamiento como una escapatoria a diversos problemas o dificultades personales y de socialización. Es de allí la importancia de estudiar la relación entre uso excesivo de las redes sociales y la autoestima en la población joven, como sabemos, este grupo se encuentra más inmerso en este tipo de actividad. La mayoría de ellos se encuentra conectada con la era actual mediante un celular, Tablet o laptop con acceso a internet, donde se comunican con mucha facilidad a través de estas TIC, logrando adaptarse con facilidad a la era de comunicaciones e información mediante la tecnología. De acuerdo con la problemática descrita en el planteamiento del problema, y considerando las investigaciones antecedentes y el marco teórico expuesto, se ha propuesto la presente investigación buscando conocer no solo la relación que se plantea teóricamente, sino

conocer también las diferencias que podrían presentarse en las variables de estudio entre varones y mujeres, y en función a la edad de los mismos.

Por otro lado, los resultados de la presente investigación permitirán en caso de encontrar evidencia significativa, poder diseñar estrategias preventivas y de abordaje, que faciliten superar las dificultades asociadas a la adicción a redes sociales y a un desarrollo saludable de la autoestima.

1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Existe relación entre adicción a redes sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz, gestión 2019?

1.3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer la relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz, gestión 2019

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los niveles de Adicción a Redes Sociales aplicando el cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salasen estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa particular Miguel de Cervantes de la ciudad de La Paz, gestión 2019.
2. Identificar los niveles de Autoestima mediante el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa particular Miguel de Cervantes de la ciudad de La Paz, gestión 2019.

3. Describir las características del uso de Redes Sociales mediante el cuestionario de Adicción a redes sociales I PARTE en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad Educativa particular Miguel de Cervantes de la ciudad de La Paz, gestión 2019.
4. Analizar relación entre los niveles de Adicción a Redes Sociales y los niveles de Autoestima mediante una tabulación cruzada entre ambas variables.

1.4. HIPÓTESIS

Existe relación significativa Alta entre Adicción A Redes Sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular de la ciudad de La Paz.

1.5. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la presente investigación es debido a que se considera importante aportar a las investigaciones psicológicas estudios que brinden información acerca de los riesgos psicológicos que conlleva el uso excesivo de las redes sociales, ya que los usuarios adolescentes de las redes sociales se han masificado en los últimos tiempos.

Considerando un tema social actual que presenta cada año un crecimiento significativo de acuerdo a sus usos y conflictos es puesto a consideración el presente trabajo de investigación. Como promotores de la salud mental consideramos que las variables estudiadas pueden ser analizadas en un extremo como peligro a la salud mental de la población seleccionada, que a la vez es considerada una de las más vulnerables.

De igual manera cabe mencionar que según la OMS (2017) la mitad de todos los trastornos de salud mental en la edad adulta empiezan a manifestarse a partir los 14 años, pero la mayoría de los casos no se detectan ni son tratados, y así promueven desarrollar estrategias en promoción de la salud mental.

Se espera que con los resultados de esta investigación se pueda reconocer la importancia de esta problemática actual. Ya que es evidente que debido a la facilidad de acceso a las

redes sociales es necesario informar a los jóvenes acerca de los riesgos que implican el uso abusivo de las mismas, es por eso que se espera que esta investigación propicie que grupos y profesionales afines a la salud pública puedan instruir a la juventud y a sus padres acerca de los riesgos vinculados al uso excesivo de las redes sociales en nuestro ambiente.

Finalmente, la presente investigación aporta información que permitirá tomar medidas de prevención a adicciones a redes sociales y riesgos hacia la autoestima en una unidad educativa particular de la ciudad de la paz, y a su vez desarrollar estrategias de detección e intervención sobre esta problemática.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. REDES SOCIALES

2.1.1. DEFINICIÓN DE REDES SOCIALES

Una red social de internet es una plataforma virtual que permite a grupos heterogéneos de personas interactuar según un punto de interés común para compartir contenidos en diversos formatos de comunicación y establecer relaciones interpersonales. Las redes sociales posibilitan un intercambio dinámico de información entre personas y grupos en contextos de complejidad. Es un sistema abierto de construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas. Su peculiaridad es la posibilidad de comunicación inmediata mediante la red de redes. (Aruguete, G. 2001 citado en Casales, A., Real J., y Marcos B 2011).

Desde tiempos pasados los seres humanos han manifestado la necesidad de comunicación, y por lo tanto ha ido creando diversas maneras de posibilitar esta comunicación, es así como las redes sociales se han convertido en el medio de comunicación masivo de los últimos tiempos, las redes sociales han hecho posible reencuentro de amigos, familiares, compañeros de trabajo y estudio, etc., conformando una gran red virtual.

Por lo tanto, una red social representa una estructura social donde hay individuos que se encuentran relacionados entre sí, las relaciones pueden ser de distintos tipos como se ha mencionado anteriormente, y que comparten interés, ideas, conocimientos mediante libre expresión. Este avance tecnológico ha permitido conectar al mundo fenómeno conocido como globalización, generando una nueva manera de vivir.

Según Norman (2005), las redes sociales son formas de interacción social entendidas como intercambio dinámico entre personas, grupos o instituciones en contextos de complejidad en tiempo real. Es decir, las comunidades virtuales permiten interacción

con personas de todo el mundo, funcionan como una plataforma de comunicaciones que conecta gente, centraliza recursos, como fotos videos entre otra información en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios de los mismos.

2.1.2. TIPOS DE REDES SOCIALES

2.1.2.1. FACEBOOK

Según Facebook (2013), esta red fue fundada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, con la misión de hacer al mundo más abierto y mantenerlo conectado. Las personas que utilizan este sitio web lo hacen para mantenerse conectados con su familia y amigos, así como descubrir que es lo que está sucediendo en el mundo y compartir o expresar lo que a ellos les interesa. En diciembre del 2012 tuvo más de un billón de usuarios activos al mes, de los cuales seiscientos ochenta millones lo tienen activo en un dispositivo móvil.

2.1.2.2. TWITTER

Según Twitter (2013) ésta es una red social en tiempo real. Permite a los usuarios estar en contacto con las últimas noticias, ideas y opiniones de lo que ellos encuentren interesante.

En esta página lo que es publicado por los usuarios se le conoce como "tweets", los cuales constan de ciento cuarenta caracteres. Se pueden expresar ideas o sentimientos; así mismo, se puede interactuar con los demás usuarios desde el perfil propio. También se pueden compartir fotografías o videos publicados en otras redes sociales.

Fue fundada en San Francisco y actualmente está disponible en veinte idiomas distintos; entre los cuales el usuario puede elegir el de su preferencia. Se pueden encontrar usuarios de las marcas más prestigiosas del mundo, noticias, partidos políticos, equipos de distintos deportes, celebridades, líderes religiosos y personas que desean abrir su cuenta para mantenerse en contacto con los anteriormente descritos y amigos o familiares. Alejandra Rayo Ascoli (2014).

2.1.2.3. WHATS APP

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico,

mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Además de utilizar la mensajería en modo texto, los usuarios de la libreta de contacto pueden crear grupos y enviarse mutuamente, imágenes, vídeos y grabaciones de audio. Según datos de 2016 supera los 1000 millones de usuarios superando en 100 millones a Facebook Messenger.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales están construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con su propio contenido por lo que sus principales características según (Norman, 2005 citado en Casales, A., Real J., & Marcos B. 2011) son:

- Interactividad, ya que poseen salas de chat y foros.
- Son múltiples ya que en un mismo instante todas las personas conectadas a la red pueden recibir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario.
- Cualidad de proliferación de contenido publicado por un usuario a través de una red de contactos y sub contactos.
- Acceso y publicación con total libertad y sin restricción alguna; que permite comentarios de las noticias que hayan publicado otros amigos.
- Actualización permanente a criterio del usuario.

2.1.4. SERVICIOS QUE OFRECEN EN LAS REDES SOCIALES

Facebook, Twitter y YouTube son las redes sociales más usadas en Latinoamérica, con los servicios que se detallan seguidamente:

- Facebook es gratuito y brinda la posibilidad de: revisar perfiles de los amigos potenciales y los aceptados; buscar, invitar, recibir o rechazar contactos, formar nuevas comunidades o grupos, sub grupos o combinaciones de ellos; colocar imágenes, clasificarlas, asignarlas al muro, calificar, tocar y etiquetar éstas;

enviar mensajes instantáneos (chat) o usar el correo electrónico con una bandeja para integrar o compartir mensajes recibidos; interactuar cara a cara por medio de videoconferencias; jugar en miles de espacios recreativos sociales; postear mensajes sindicados y usarlos como espacio de referencia para redirigirse a otros sitios Web, administrar eventos con calendario que alerta sobre las fechas registradas, así como localizar, compartir, ver y escuchar archivos de música o video.

- Twitter por su parte es una red social aplicación web gratuita de microblogging (140 caracteres en el mensaje) que como principal característica reúne las ventajas de los blogs, las otras redes sociales y la mensajería instantánea.

YouTube permite colgar en la web archivos de video y audio, video clips montajes, entre otros. Cada minuto se suben a YouTube unas ocho horas de vídeo, esta red almacena más de 50 millones de vídeos de cualquier género permite compartirlos en otros sitios web, y hacer comentarios. (Casales, A., Real J., & Marcos B.2011).

2.1.5. IMPLICACIONES SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en el fenómeno más mediático de estos últimos años, y bien utilizadas suponen una gran herramienta para socializar, difundir noticias entre otros aspectos positivos, por el contrario, las redes sociales suponen también implicaciones negativas en su uso.

2.1.5.1. IMPLICACIONES POSITIVAS

Las redes sociales son esencialmente grandes herramientas y para la mayoría de sus usuarios son un poderoso instrumento a la hora de construir redes profesionales o estar en contacto con amigos y familiares.

Su mayor ventaja y de ahí su nombre es la conexión instantánea con cualquier persona del mundo, y de manera gratuita. Además de sus contribuciones para la vida social las

redes sociales son usadas en el ámbito profesional y laboral con páginas de promoción para pequeños y grandes negocios, incluso son una vía para la venta directa a clientes.

Entre los aspectos positivos de las redes sociales también se encuentran las siguientes características:

- Ayudan a la afirmación del joven dentro de un grupo.
- Les permite conocer distintos puntos de vista alternos a los suyos.
- Pueden constituirse en un excelente medio para consultar tareas, realizar investigaciones, pedir asesorías.
- Ayudan a mantener un contacto permanente con el círculo íntimo.
- Son excelentes vitrinas para desarrollar la creatividad creando interfaces gráficas.

2.1.5.2. IMPLICACIONES NEGATIVAS

Las redes sociales de manera negativa pueden traducirse en una obsesión si se utilizan de sobremanera, o si se usan para fines banales y que aportan poco a la persona, su uso orientado a espiar la vida de los demás puede tener efectos negativos para la salud psicología de la persona. Otro aspecto negativo es que no se sabe hasta qué punto son controladas las redes sociales por sus corporaciones, la poca privacidad y la falta de control de los datos personales de los usuarios al momento de su inscripción hacen que las redes sociales sean negativas para la seguridad de la persona.

Otra de las desventajas del uso de redes sociales es la publicidad a la que son sometidos sus usuarios, el hecho de que sean gratuitas hace que las redes estén plagadas de publicidad indeseada.

Entre las implicaciones negativas para la persona producto del uso de las redes sociales podemos mencionar:

- Actos discriminatorios producto de las publicaciones en la red social.

- Alejamiento gradual de las relaciones con el mundo exterior.
- Uso adictivo de estas plataformas.
- Efectos físicos y psicológicos debido al continuo uso de las redes sociales.

2.1.6. REDES SOCIALES EN BOLIVIA

Según Latamclick de estadísticas de Facebook en Bolivia (2015), la red social más utilizada en Bolivia es Facebook que tiene 3.500.000 usuarios registrados en el país. Desde el 2012 hasta este año la red social Facebook ha tenido un crecimiento de 42% donde el segmento de edad con mayoría usuarios es de 18 a 24 años con el 37% del total de usuarios, seguidos de un 19% que corresponden a los usuarios de 13 a 17 años, además un 46% de usuarios se registraron con el sexo femenino, y un 54% con el sexo masculino.

De igual manera en los últimos tiempos ha habido mayor accesibilidad para ingresar a las redes sociales ya que a diciembre de 2014 se registraron 4.981.684 conexiones de internet en Bolivia, esto indica que la penetración del servicio llegó al 46,3% de la población que alcanza a 10,7 millones de personas esto debido a la introducción de las tecnologías 2G, 3G y 4G que permitió aumentar la cantidad de conexiones al servicio de internet. La razón (2015).

A ello se suma, el descenso de los precios de los teléfonos inteligentes (smartphones), lo que ha permitido que más personas adquieran los dispositivos para poder navegar y estar conectados a la red desde sus celulares, otro factor para este crecimiento se debe a la diversidad de paquetes, planes y bolsas que tienen las telefónicas para el uso de internet, así como la reducción paulatina de las tarifas del servicio. El director ejecutivo de la ATT, Luis Felipe Guzmán, destacó que Santa Cruz es el departamento con más conexiones de internet con 1.630.189 (32,72%), luego está La Paz con 1.368.474 (27,47%) y Cochabamba con 855.213 (17,16%). (La razón, 2015).

2.1.7. CRITERIOS PARA ESTABLECER UNA ADICCIÓN

Echeburúa y Corral (2009), mencionan los criterios que propone Young (1998), los cuales deben ser considerados para establecer el paso de una afición a una adicción y que denotan una dependencia a las nuevas tecnologías o a las redes sociales, son las siguientes:

- Privarse de sueño (menos de cinco horas) para estar conectado a la red, a la que se dedica unos tiempos de conexión anormalmente altos.
- Descuidar otras actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio o el cuidado de la salud.
- Recibir quejas en relación con el uso de la red de alguien cercano, como los padres o los hermanos.
- Pensar en la red constantemente, incluso cuando no se está conectado a ella, y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta.
- Intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo.
- Mentir sobre el tiempo real que se está conectado.
- Aislarse socialmente, mostrarse irritable y bajar el rendimiento en los estudios o sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del computador.
- De este modo, el perfil de un adicto al internet lo configuran el conectarse al llegar a casa o al levantarse y ser lo último que se hace antes de acostarse, así como el reducir el tiempo de las tareas cotidianas, como lo son comer, dormir, estudiar, convivir con la familia. Lo más determinante no es en sí el tiempo que dedica al estar conectado a Internet o a una red social, sino que es el grado de interferencia que tenga en la vida cotidiana del sujeto.

2.1.8. VARIABLES PSICOLÓGICAS ASOCIADAS AL USO DE REDES SOCIALES

De acuerdo a la investigación realizada por Fernández N. (2008) Indican que hoy en día los medios de comunicaciones virtuales como Facebook y otras redes sociales son utilizados de manera cada vez más frecuente por estudiantes, y su uso depende de la cultura y el país donde se encuentran, del acceso a internet y el número de horas de tiempo libre del que disponen entre otros factores.

Dado esto la investigación concluye que los adictos a Facebook y otras redes sociales son más propensos a sufrir depresión, a tener menos habilidades sociales y tener una autoestima baja.

De igual manera los usuarios que realicen un uso extensivo y prolongado de las redes sociales tienden a no sentirse identificados con su familia, por lo que la red les permite crear nuevos círculos, o modelos a seguir para la formación de su identidad.

2.2. AUTOESTIMA

La autoestima es la valoración, generalmente positiva, de uno mismo. Para la psicología, se trata de la opinión emocional que los individuos tienen de sí mismos y que supera en sus causas la racionalización y la lógica.

En otras palabras, la autoestima es un sentimiento valorativo de nuestro conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad. Dicho sentimiento puede cambiar con el tiempo: a partir de los cinco o seis años de edad, un niño comienza a formar el concepto sobre cómo es visto por el resto de la gente.

Para entender la autoestima, es útil separar el término en dos palabras. Analicemos primero la palabra estima, que significa que alguien o algo, es importante, especial o valioso y auto significa tú mismo. Por lo tanto, la unión de las dos palabras autoestima, es la valoración de uno mismo y lo tan importante que uno piensa que es. Es la forma en la que te ves y cómo te sientes respecto de las cosas que puedes hacer. Lo más importante que hay que saber sobre la autoestima es que significa verse a uno mismo de un modo positivo que sea realista, lo que implica que es la verdad.

Se hace imprescindible puntualizar el concepto de autoestima como tal. Con la acepción que se utiliza es relativamente reciente, y es uno de los grandes descubrimientos de las ciencias de la conducta en el siglo XX. Es propia del castellano, en otros idiomas podría sustituirse por “auto concepto” o “autoimagen positiva” pero sin duda reduciendo su connotación actual. Es preciso aclarar entonces qué cosa es la autoestima separándola de otros conceptos similares que pueden formar parte de ella, complementarla o simplemente confundir a quienes no están realmente claros sobre su significado (Aragon,1999).

La Autoestima es la función de evaluarse a uno mismo por lo que implica por un lado un juicio de valor y por otro un afecto que le acompaña. Según Coopersmith (1976) conceptualiza a la autoestima como la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso. En este caso la autoestima es igualmente subjetiva, agregando que el sujeto puede aprobar o no, el resultado de dicha percepción Coopersmith (1990) sostiene que la autoestima o evaluación que el individuo hace y habitualmente mantiene con respecto a si mismo.

Esta autoestima se expresa través de una actitud de aprobación o desaprobación que refleja el grado en el cual el individuo cree en sí mismo para ser capaz, productivo, importante y digno. Por lo tanto, la autoestima implica un juicio personal de la dignidad que es expresado en las actitudes que el individuo tiene hacia sí mismo.

2.2.1. BASES DE AUTOESTIMA

Siguiendo a Coopersmith (1990) las personas desarrollarían un auto concepto 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.

De esta forma, se desprende que la autoestima no sería un concepto estático, inmodificable, sino dinámico y cambiante, que puede disminuir, aumentar o mantener (Válek, 2007).

2.2.2. DIMENSIONES Y CONCEPTO ASOCIADOS A LA AUTOESTIMA

Haeussler y Milicic (1996) consideran cinco dimensiones o áreas asociadas a la autoestima: la física, afectiva, social, académica y ética.

- A. **Dimensión Física.** Hace referencia al hecho de sentirse atractivo(a) físicamente, en aceptar y sentir satisfacción por el propio cuerpo tal cual es, sin dejar de lado el interés por la propia apariencia y autocuidado.
- B. **Dimensión Afectiva.** El sentirse aceptado y querido por los demás, así como la auto aceptación, reconociendo las características personales tanto positivas como negativas. Estas características proporcionarían a las personas el establecimiento de relaciones afectivas significativas.

- C. **Dimensión Social.** Sentimiento de pertenencia hacia el grupo de referencia, comunidad, etc.; así como el poder establecer relaciones sociales con personas del sexo opuesto. Comprende también acciones que permiten sentir agrado y disfrute al momento de enfrentar diversas situaciones sociales.
- D. **Dimensión académica.** Hace referencia a la autovaloración de las capacidades cognitivas y los sentimientos que se generan al respecto, como el sentirse inteligente, creativo, etc. Así como a la percepción que se tiene al momento de enfrentar actividades en el entorno académico.
- E. **Dimensión ética.** En esta dimensión se hablaría del proceso de interiorización de valores y normas de conducción social esperadas, y los sentimientos que los mismos generarían, como, por ejemplo, sentirse una buena o mala persona, sentirse una persona responsable o no, entre otros.

2.2.3. 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, auto concepto, 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 el auto aceptación, autoevaluación, autovaloración y autoaprecio

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):

- A. Aceptación de sí mismo:** Implica afianzar la identidad de la persona, buscando que se valore y se acepte.
- B. Autonomía:** Orientada a saber sentirse y actuar con seguridad, a que la persona se valga por sí misma en diferentes circunstancias. Implica también dar y pedir apoyo, fijarse, cumplir y aceptar normas que vienen de afuera.
- C. Expresión afectiva:** Una persona que se autoestima será capaz de dar y recibir afecto. Reconocerá la importancia que tiene el contacto físico en las manifestaciones de tipo afectivo, el desarrollo socio- emocional y psicológico dentro del ambiente familiar y social.
- D. Consideración por el otro:** Relacionado a la aceptación y estima de otros, a participar con ellos, descubrir el sentido de la reciprocidad, superar dificultades, comunicación, entre otros.

2.2.4. IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA

La importancia de la Autoestima radica en que concierne a nuestro ser, a nuestra manera de ser, al sentido de nuestra manera de estar y actuar en el mundo y de relacionarnos con

los demás. Nada escapa al influjo de nuestra autoestima, es decir está presente en el pensar, sentir, decidir y actuar. Si no nos valoramos en lo que realmente valemos, si no reconocemos y apreciamos las cualidades y talentos que realmente poseemos, si no apreciamos con serenidad nuestras limitaciones, entonces seremos presa fácil de la inseguridad y la desconfianza en nosotros mismos; no nos será fácil afrontar y superar los problemas de nuestra vida cotidiana, nos resultará casi imposible emprender proyectos arriesgados, pero accesibles a nuestras posibilidades.

De ahí la importancia del autoconocimiento que es la base para conocer y reconocer los rasgos de nuestro carácter y de nuestras conductas, tanto positivas y negativas, base desde la que nos será posible modificar actitudes irreales, prejuicios y fortalecer nuestros recursos.

Es posible señalar, también, que la importancia de la autoestima es que nos permite dirigirnos hacia objetivos que podamos alcanzar, haciendo uso de nuestras potencialidades, previamente reconocidas y aceptadas dentro de sus limitaciones. La autoestima es importante en todos los estadios de la vida, de manera esencial en la infancia y adolescencia, ahí juega un papel fundamental en el conocimiento del niño como persona. Pero, lo nuclear de la autoestima es que va más allá de, la aceptación y el aprecio, es el respeto incondicional de la dignidad del ser humano. Coopersmith, (1976).

2.2.5. AUTOESTIMA Y ADOLESCENCIA

La Autoestima en la adolescencia forma parte del proceso de desarrollo del individuo, por lo que su conceptualización ha dependido de los contextos con los que ha interactuado la persona a lo largo de su vida, y en el momento del ciclo vital en el que se encuentre. En la adolescencia, por ejemplo, predominan los contextos familiares, escolar y de los compañeros. (Caso, Hernández, 2010).

De acuerdo con Frydenberg (1997), al momento de afrontar una situación determinada, el adolescente interpreta y evalúa las características del ambiente circundante, ya sea como una amenaza, un conflicto, un peligro o un desafío, o bien como inocuas o

inofensivas. La autoestima desempeña así un papel importante en la valoración inicial que hace el adolescente, en forma de cogniciones, de sí mismo ante las demandas situacionales, a esas cogniciones las acompañan emociones concomitantes que definen su desempeño. Como constructo que explica el funcionamiento adaptativo, la autoestima ha merecido atención por parte de teóricos e investigadores.

2.2.6. TEORÍA DE LA AUTOESTIMA HUMANÍSTICA DE COOPERSMITH

El concepto de la autoestima utilizado Coopersmith, (1976), se centra en las perspectivas de la autoestima nivel general, más que sobre cambios específicos o transitorios en la evaluación que realiza el individuo. Sin embargo, a pesar de no considerarlos en su estudio, acepta el hecho que individualmente hay cambios momentáneos, situaciones y limitados. Su investigación se centra en el estado general, dominante de autoestima referido por y para el individuo.

Coopersmith refiere que cuando el individuo se da cuenta que es una identidad separada, existiendo totalmente a parte de su medio ambiente se origina el establecimiento de sí mismo, el establecimiento de sí mismo da origen a la formulación del concepto de sí mismo. Este concepto está determinado por las interacciones sociales y las experiencias de éste.

A través de las relaciones con sus familias y coetáneos, el niño aprende lo que puede o no hacer. Estas relaciones proporcionan una idea de cómo el niño tiende a percibirse a sí mismo. Una vez que el individuo ha establecido el concepto de sí mismo, a través de las experiencias del proceso o abstracción estará listo para determinar si está o no satisfecho con lo que ve de sí mismo.

Coopersmith refiere que para realizar una abstracción sobre sí mismo se debe descubrir, explotar y desarrollar sobre sí mismo, de manera que cada persona se conozca y utilice sus capacidades. Se trata de una abstracción que establecemos referida a nuestros

atributos, capacidades y actividades Se representa por el símbolo de “mi mismo” y si es la idea que tiene la persona sobre sí mismo, por sí mismo, es la representación de uno mismo.

Para Coopersmith la abstracción se forma y elabora sobre la base de intercambios sociales, reacciones del individuo hacia sí mismo, su habilidad para resolver problemas relacionados a su desarrollo y en base a su capacidad para enfrentar situaciones de la vida diaria, cubriendo mayores atributos y experiencias tornándose al mismo tiempo más selectivo de tal manera que aspectos de estas experiencias son asumidos como referidos directamente a sí mismo

2.3. ADOLESCENCIA

La palabra adolescencia viene del verbo latino *adoleceré* que significa “crecer” o llegar a la madurez” (Golinko, 1984 citado por F. Philippe Rice 2002). La adolescencia es un periodo de crecimiento que comienza en la pubertad y termina en el inicio de la vida adulta. (F. Philip Rice 2002). Implica un proceso social y emocional que dura casi una década: Comienza alrededor de los 12 años y termina hacia los 20. Sin embargo, sus comienzos se inician mucho antes y sus consecuencias psicológicas continúan mucho después. (Diane E. Papalia y Olds, 2002)

La adolescencia, es el período de vida en que el individuo adquiere la madurez reproductiva, transita por los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y adquiere la independencia socioeconómica de su grupo de origen. La transición entre la niñez a la vida adulta es complicada y el tiempo que toma pasar por esta etapa es variable, pero al final la mayoría de los adolescentes completan la travesía. F. Philip Rice (2002).

2.3.1. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS EN LA ADOLESCENCIA

G. Stanley Hall (1904) describió la adolescencia como un periodo de “tormenta y estrés”, que correspondería a una etapa de turbulencia, y de transición vital.

Los adolescentes se caracterizan psicológicamente por la capacidad de reflexionar sobre sus propios pensamientos. Los adolescentes cobran una aguda conciencia de ellos mismos, lo que los hace egocéntricos, consientes de sí mismos e introspectivos. La adolescencia representa un tiempo de trastorno e incapacidad emocional en que el estado de ánimo del adolescente oscila entre la energía y el letargo, la alegría y la depresión o el egocentrismo y auto depreciación. La adolescencia marca el nacimiento de los rasgos adultos. La adolescencia como etapa evolutiva, es un periodo significativo de cambio biológicos, cognitivos y psicosociales que hacen a los adolescentes más vulnerables a las conductas problemáticas (F. Philip Rice 2002).

2.3.2. LA IDENTIDAD EN LA ADOLESCENCIA

De acuerdo con Erikson citado en Rice (2002) la principal tarea psicosocial de la adolescencia es el logro de la identidad.

La identidad tiene muchos componentes (Rogow, Marcia y Slugoski, 1983), características sexuales, sociales, físicas, psicológicas, morales, ideológicas y vocacionales, de esta manera los individuos pueden ser identificados por sus características físicas, apariencia y figura, sexo, habilidades de interacción, política, religión, moral, identidad étnica, características de personalidad, ajuste psicológico y salud mental. De esta manera los individuos pueden ser identificados por sus características físicas, apariencia y figura, por su sexo biológico y representación de los roles de género, por sus habilidades en la interacción social y la pertenencia a grupos, por su elección de carrera y logro académico, por su militancia política, afiliación religiosa, moral, valores y filosofía, por su identidad étnica. (F. Philip Rice 2002).

2.3.3. AUTO CONCEPTO Y AUTOESTIMA

El auto concepto es la opinión o impresión que la gente tiene de sí misma, la cual desarrolla a lo largo de muchos años. El auto concepto es el conjunto de percepciones

cognoscitivas y actitudes propias. Es la suma total de las descripciones y evaluaciones que hace la persona. (Chasing y Young citado por F. Philip Rice 2002).

Por otra parte, la autoestima es una necesidad humana vital (Greenberg et al; 1992 citado por F. Philip Rice 2002) es el valor que los individuos ponen en el yo que perciben. Los adolescentes hacen una evaluación cuidadosa de ellos mismos, comparando no solo las partes de su cuerpo, sino también sus habilidades motoras, sus capacidades intelectuales, talentos y habilidades sociales

2.3.4. RELACIONES SOCIALES EN LA ADOLESCENCIA

Durante la adolescencia la amistad tiene una función estratégica, funge como factor relevante en la socialización de los adolescentes. Puede ser un medio para aprender habilidades sociales y juega un papel central en búsqueda del conocimiento y auto concepto.

Obtener la aceptación de los grupos sociales se convierte en una poderosa motivación en la vida de los adolescentes. Una meta principal del adolescente es ser aceptado por los miembros de un grupo o camarilla por la que se siente atraída. En esta etapa los adolescentes son sensibles a las críticas o a la reacción negativa de los demás. Kail, Robert V. (2011).

Las relaciones con su grupo de pares posibilitan la relación íntimo- personal, las cuales son fuente importante para desarrollar sus vivencias y reflexiones, así como su camaradería, respeto mutuo y confianza entre ellos. Las amistades juegan un doble papel, tanto en el desarrollo del yo como en el proceso de socialización. Estas relaciones amicales hacen contribuciones específicas al desarrollo que no son aportadas por ningún otro tipo de relación, como por ejemplo el sentimiento de igualdad y el de pertenencia a un grupo.

Dado que las relaciones con amigos son igualitarias por naturaleza, además son íntimas. Las amistades permiten que el adolescente experimente dentro de ella su amplia gama de sentimientos y valores que pueden ser tanto positivos como negativos.

2.3.5. INFLUENCIAS SOCIOCULTURALES EN LA ADOLESCENCIA

Los Antropólogos mencionan que la tormenta y el estrés durante la adolescencia no son inevitables. Las tensiones y los estresores de los cambios físicos de la pubescencia pueden ser causados por enseñanzas negativas de la cultura y no por alguna tendencia biológica heredada. F. Philip Rice (2002).

Considerando que los años adolescentes son un período en el que se busca la propia identidad, los adolescentes de una cultura que no sea masiva pueden encontrar más difícil identificarse. Por otro lado, los adolescentes se identifican con sus familias, que pueden no pertenecer a la cultura mayoritaria; pero también se identifican con sus pares, que son parte de ella. En esta etapa de la vida, las diferencias individuales son aparentes, especialmente en lo que respecta a las diferencias culturales. Podríamos definir la socialización en la adolescencia como el proceso por el cual la persona aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir.

Mediante el aprendizaje socializador, los adolescentes van captando los valores y normas de su sociedad, descubriendo y aprendiendo los comportamientos de los demás y a la vez, identificándose como miembro de su sociedad. Podríamos decir que es un proceso de interiorización de normas que, si bien por un lado es positivo e incluso imprescindible para una buena convivencia, por otro lado, tienen el inconveniente de inculcarnos valores sin que de ellos nos hallamos planteado en multitud de ocasiones, si

son o no correctos, adecuados o sencillamente, si son valores asumidos por nuestra sociedad, que no tienen por qué ser igualmente asumidos por otras sociedades.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación no experimental, de tipo descriptivo – correlacional. No experimental porque el investigador no tiene un control directo de las variables. Descriptiva porque, a través de los procedimientos sistematizados busca enunciar o describir las características externas de un determinado fenómeno tal como se presenta en la realidad. Correlacional, porque busca identificar probables relaciones entre variables medidas, con la finalidad de observar la dirección o grado en que se relacionan (Sánchez y Reyes, 2006). El estudio tiene como objetivo principal determinar la relación entre uso excesivo a redes sociales y el nivel de autoestima.

El diseño es el transversal, pues los datos fueron recolectados en un solo momento o tiempo único, buscando describir las variables de estudio y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

V1 – V2

3.2. VARIABLES

- REDES SOCIALES V1
- AUTOESTIMA V2

3.2.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL

- **REDES SOCIALES**

Las redes sociales son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a tomar contacto a través

de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales. (Equipo de redacción de concepto.2017).

- **AUTOESTIMA**

La Autoestima es la función de evaluarse a uno mismo por lo que implica por un lado un juicio de valor y por otro un afecto que le acompaña. De esta manera se entiende a la autoestima como la evaluación que el individuo hace de sí mismo expresando una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso. En este caso la autoestima es igualmente subjetiva, agregando que el sujeto puede aprobar o no, el resultado de dicha percepción. Coopersmith 1976.

3.2.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

VARIABLE: REDES SOCIALES

Dimensión	Indicadores	Medidor	Escala	instrumento
Obsesión por las redes sociales	Puntaje Obtenido de los ítems 6,7,8,11,13,15,16,18,23 del Cuestionario de adicción a Redes Sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces • Rara vez • nunca 	Escala tipo Likert de 0 a 4 puntos	Cuestionario de adicción a redessociales (ARS)
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Puntaje Obtenido de los ítems 2, 4, 5, 9, 12, 14, 21,24 del Cuestionario de adicción a Redes Sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces • Rara vez nunca 	Escala tipo Likert de 0 a 4 puntos	

Uso Excesivo de Redes Sociales	Puntaje Obtenido de los ítems 1,3, 10, 17, 19, 20,22Cuestionario de adicción a Redes Sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces • Rara vez <p>nunca</p>	Escala tipo Likert de 0 a 4 puntos	
--------------------------------	--	---	------------------------------------	--

VARIABLE AUTOESTIMA

Dimensión	Indicador	Medidor	Escala	instrumento
General	Pensamientos y actitudes y conductas	Muy Baja Baja Media Alta Muy Alta	Preguntas o Ítems 1, 2, 3, 8,9,10,15,16, 17,22, 23, 24,29,30,31,36, 37,38,43,44,45, 50,51,52,57,58	Inventario de autoestima de Stanley Cooperrmith
Social	Pensamientos y actitudes y conductas	Muy Baja Baja Media Alta Muy Alta	Preguntas o Ítems 4,11,18, 25,32,39, 46,53	
Hogar y padres	Pensamientos y actitudes y conductas	Muy Baja Baja Media Alta Muy Alta	Preguntas o Ítems 5,12,19, 26,33,47,54,	

Escolar o académico	Pensamientos actitudes y conductas	Muy Baja Baja Media Alta Muy Alta	Preguntas o Ítems 7,14,21, 28,35,42, 49,56	
---------------------	------------------------------------	---	--	--

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

El Marco muestral de la investigación la constituyen 5 Unidades Educativas particulares de la Ciudad de La Paz, conformada por estudiantes de 15 a 17 años de los cursos Cuarto, Quinto y Sexto de secundaria, de ambos sexos, de Estado civil solteros.

Las Unidades Educativas consideradas fueron:

Unidad Educativa Andina

Unidad Educativa Nuestra Sra. De Fátima

Unidad Educativa Miguel De Cervantes Saavedra

Unidad Educativa Oscar Alfaro

Unidad Educativa Don Bosco

De éstas 5 Unidades Educativas seleccionadas con las mismas características, se realizó un sorteo y se eligió la Unidad Educativa Miguel de Cervantes Saavedra, lo que representa una muestra por Conglomerados, esta técnica utilizada cuando hay agrupamientos "naturales" relativamente homogéneos en una población estadística.

La Unidad Educativa Miguel de Cervantes Saavedra es una Unidad Particular que anteriormente funcionaba como Instituto, fue conocida con ese nombre, Actualmente y ante el Ministerio de Educación se reconoce como Unidad Educativa. Este

establecimiento se encuentra en Alto Miraflores Entre la Calle Guatemala y E.E.U.U. a una cuadra de la Av. Buch.

Se ha hecho una recopilación de información en las cinco Unidades Educativas y se ha establecido que tienen en total 1.071 estudiantes tomados los mismos como Universo de investigación de los cuales mediante la aplicación de la fórmula con 95% de Nivel de significación, se determinó que el Tamaño mínimo de la muestra sería de 75 estudiantes.

En los tres paralelos de la Unidad Educativa Miguel de Cervantes Saavedra elegida, hay 297 estudiantes de los cuales se han sorteado 75 lo que constituye la muestra de acuerdo al siguiente detalle:

EIDADES	GENERO		SUBTOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	
15 AÑOS	18	10	28
16 AÑOS	14	15	29
17 AÑOS	9	9	18
TOTAL			75

La Unidad Educativa cuenta con dos paralelos por nivel o grado de estudio, Todo el establecimiento está caracterizado porque cuenta con cámaras de seguridad en cada ambiente, y el medio de comunicación por los docentes es por medio de radios.

Los estudiantes no están restringidos a llevar sus dispositivos móviles a la Unidad Educativa, otra característica es que no existe restricción en el aspecto personal refiriéndonos en el arreglo personal.

3.3.1. INSTRUMENTOS

3.3.1.1. CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

Para medir la variable adicción de redes sociales se utilizó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra M. y Salas (2014), dicho instrumento mide el grado de adicción a las redes sociales, con 21 preguntas de tipo Likert, los ítems se diseñaron de acuerdo a los indicadores del DSM-IV para adicción a sustancias, adaptados al constructo estudiado. La valoración de los ítems es de 0 a 4 puntos, tomando en cuenta la frecuencia desde «nunca» hasta «siempre». El cuestionario ARS mide tres factores:

- Obsesión por las redes sociales.
- Falta de control personal en el uso de las redes sociales.
- Uso excesivo de las Redes Sociales.

Estos factores corresponden conceptualmente al compromiso mental con las redes sociales, la ansiedad y la preocupación por la falta de acceso a las redes, la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso y la dificultad para controlar el uso de las redes sociales.

VALIDEZ: La validez de este instrumento se estableció mediante validez de constructo y la confiabilidad por consistencia interna, alcanzándose resultados que corroboran que se cumple con los requerimientos psicométricos básicos para este tipo de instrumentos.

Su **CONFIABILIDAD** se ha medido mediante coeficiente de alfa de Cronbach y fluctúa entre .88 y .92. El coeficiente de consistencia interna es de .85, la estimación general de la confiabilidad posee valores aceptables y este instrumento cumple con los requerimientos psicométricos básicos de la teoría clásica de los test. Ecurra M. y Salas (2014). La validación y adaptación a nuestro contexto cultural se realizó mediante “Juicio de expertos” por docentes de la carrera de psicología de la UMSA, para la investigación de Adicción a redes sociales y depresión (Paredes, 2017).

El alcance de este instrumento utilizado en tesis de Adicción a redes sociales y depresión en adolescentes del colegio “San Simón de Ayacucho” Paredes Alejandra, 2017. Como también en la investigación Auto concepto y adicción a las redes sociales en los estudiantes de 16-18 años del colegio la merced” por Mamani Ximena, 2018.

ESCALA DE VALORES DEL INSTRUMENTO:

Para valorar el nivel de autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años se utilizó una escala de valores con amplitud de un rango de cuatro niveles:

Sin Adicción: Si el puntaje total comprende entre 16 o menos

Adicción Leve: Si el puntaje total comprende entre 17 - 29.

Adicción Moderada: Si el puntaje total comprende entre 30 – 52.

Adicción Grave: Si el puntaje total comprende entre 53 o más

3.3.1.2. INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE STANLEY COOPERSMITH

El inventario está referido a la percepción del estudiante en cuatro áreas: autoestima general, social, hogar y padres, escolar académica y una escala de mentira de ocho ítems".

Autoestima General: Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas.

G = Autoestima General

Los puntajes altos indican valoración de sí mismo y altos niveles de aspiración, estabilidad, confianza, adecuadas habilidades sociales y atributos personales. Los alumnos que poseen niveles altos de autoestima poseen valoración de sí mismos, mayores aspiraciones, estabilidad cuando se enfrentan a desafíos y problemas responden

con confianza y generalmente alcanzan un alto grado de éxito, reconocen sus habilidades, así como las habilidades especiales de otros, se sienten seguros de sí mismos y se responsabilizan de sus propias acciones. Los estudiantes que poseen niveles bajos de Autoestima reflejan sentimientos adversos hacia sí mismos, se comparan y no se sienten importantes, tienen inestabilidad y contradicciones. Mantienen constantemente actitudes negativas hacia sí mismos, se preocupan de lo que los demás piensan de ellos o de sus actos.

Autoestima Social: Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas en relación con sus pares.

S = Autoestima Social

Una puntuación alta indica que el sujeto posee mayores dotes y habilidades en las relaciones con amigos y colaboradores, así como con extraños. Sus relaciones son positivas expresando en todo momento su empatía y asertividad, evidencia un sentido de pertenencia y vínculo con los demás. La aceptación social y de sí mismos están muy combinados.

Autoestima Familiar: Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas, en la relación con sus familiares directos.

H = Autoestima Familiar (En relación al hogar).

Un nivel alto revela buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se siente respetado, tiene independencia y una concepción moral propia, comparten ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones con la familia, tienen concepciones propias acerca de lo que está bien y de lo que está mal en el marco familiar. Los niveles bajos reflejan cualidades y habilidades negativas hacia las relaciones íntimas con la familia, se consideran incomprendidos y existe mayor dependencia. Expresan actitud de Auto desprecio y arrepentimiento.

Autoestima Escolar Académica: Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas, en la relación con sus condiscípulos y profesores.

$E = \text{Autoestima Escolar} - \text{Académica.}$

Los niveles altos indican que el individuo afronta adecuadamente las principales tareas académicas, posee buena capacidad para aprender. Trabaja a satisfacción tanto a nivel individual como a nivel grupal. Son más realistas en la evaluación de sus propios resultados de logros y no se dan por vencidos fácilmente si algo les sale mal, son competitivos, se trazan metas superiores que se sientan desafiados por los obstáculos.

Los niveles bajos presentan bajo interés hacia las tareas académicas, alcanzan rendimientos académicos muy por debajo de lo esperado, se dan por vencidos fácilmente cuando algo les sale mal, son temerosos y no se arriesgan por temor al fracaso, no son capaces de enfrentar las demandas que les ponen. No son competitivos, no trabajan a gusto tanto a nivel individual como a nivel grupal

Escala de Mentira: Está estructurada de 8 ítems, si el puntaje obtenido en dicha escala resulta superior al promedio, las respuestas del sujeto no son confiables.

$M = \text{Escala De Mentira}$

Es decir, indica falta de consistencia en los resultados por lo que el inventario queda invalidado. La aplicación del Inventario de Stanley Coopersmith entrega información relevante en relación al grado de autoestima que tienen los jóvenes, lo que permitiría tener una primera aproximación al tema.

Es un instrumento que permitirá ver cómo los datos cuantitativos del Instrumento Stanley Coopersmith ofrecen un nivel de conocimiento de la realidad de los jóvenes que lo responderán. Cada ítem respondido en sentido positivo es computado con dos puntos, de acuerdo a una pauta que se adjunta. Se suman los puntajes correspondientes a cada

una de las escalas del Instrumento. Si el puntaje total obtenido resulta superior al promedio ($T=67$ o más), significaría que las respuestas del sujeto son poco confiables e invalidan la aplicación del inventario.

Por último, se pueden sumar todos los puntajes (menos la escala M) para obtener un indicador de la apreciación global que el sujeto tiene de sí mismo.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

La confiabilidad del inventario de Stanley Coopersmith (1967) informa que la confiabilidad test-retes en un grupo de quinto y sexto básico fue de 0,88. Prewitt-Díaz (1979) informa de un coeficiente de confiabilidad de 0,84 para la versión en español utilizada en Puerto Rico. La aplicación del inventario a la muestra de estudiantes de Concepción, la confiabilidad medida, de los coeficientes KR-20 de las cinco escalas, fue de 0,8744.

El alcance de este instrumento para nuestro medio fue realizado en investigaciones de Estructura familiar y Autoestima en adolescentes del instituto de capacitación de la mujer yungueña (Sánchez, 2016). También fue utilizado en la investigación de “Autoestima en mujeres adolescentes institucionalizadas” de 14 -18 años elaborado por Bertha Saavedra Belmonte en la U.C.B. De la misma manera en la investigación de la UMSA “La autoestima en adolescentes institucionalizados en el centro de promoción humana y espiritual ciudad del niño Jesús” elaborado por Joaquín Humberto Cortez Hualca.

Uno de los requisitos que debe cumplir un instrumento es para su aplicación es que las mediciones obtenidas mediante su administración posean consistencia y estabilidad.

ESCALA DE VALORES DEL INSTRUMENTO:

Para valorar el nivel de autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años se utilizó una escala de valores con amplitud de un rango de cuatro niveles:

Autoestima Baja: Si el puntaje total comprende entre 24 o menos

Autoestima Media: Si el puntaje total comprende entre 25 - 49.

Autoestima Alta: Si el puntaje total comprende entre 50 – 74.

Autoestima Muy Alta: Si el puntaje total comprende entre 75 o más

VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

Para evaluar la variable Adicción a Redes Sociales se midió con el cuestionario de Adicción a redes sociales (ARS) de Ecurra M. y Salas 2014 (Anexo 1). Dicho instrumento mide el nivel de adicción a las redes sociales, y cuenta con 24 ítems, puede aplicarse a adolescentes y adultos. El instrumento mediante la aplicación de la prueba Alpha de Cronbach obtuvimos una fiabilidad y validez ($\alpha = .82$). Asimismo, para evaluar la variable Autoestima se empleó el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (Anexo 2), Mide el nivel de autoestima y cuenta con 58 ítems, El instrumento mediante la aplicación de la prueba Alpha de Cronbach tiene una fiabilidad y validez ($\alpha = .86$).

Siguiendo los criterios de validación podemos definir que los instrumentos cuentan con una adecuada fiabilidad y validez, lo que hace de ello un instrumento adecuado para medir nuestras variables de estudio

3.3.2. ANÁLISIS DE DATOS**3.3.2.1. PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se aplicaron los instrumentos a la muestra descrita. Antes de iniciar con la aplicación, se explicó a los sujetos el objetivo de estudio y las actividades a realizar. Durante la aplicación se aclararon dudas y consultas sobre el desarrollo de los instrumentos

3.3.2.2. CONTROL DE CALIDAD DE LOS DATOS

Seconsideraron únicamente los protocolos u hojas de respuestas debidamente completadas, es decir que contenía todos datos consignados y que presentaban una sola clave marcada.

En el caso del cuestionario de Autoestima se excluso a las pruebas que cumplían con los protocolos de la escala de mentira.

3.3.2.3. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Después de recoger la información, se llevó a cabo la elaboración de una base de datos para su posterior análisis. Para el análisis de los datos se utilizó el Programa Estadístico IBM SPSS Statistics 23.0. Es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado. El nombre originario correspondía al acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences(SPSS), reflejando la orientación a su mercado original (ciencias sociales), aunque este programa es también muy utilizado en otros campos como la mercadotecnia. Sin embargo, en la actualidad la parte SPSS del nombre completo del software (IBM SPSS) no es acrónimo de nada.

Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y una sencilla interfaz para la mayoría de los análisis

En un primer momento se realizó un análisis descriptivo de la muestra y de los resultados de los dos instrumentos aplicados.

3.4. PROCEDIMIENTO

Las fases que se siguieron para realizar la presente investigación fueron:

Fase I

- Revisión de fuentes bibliográficas.
- Búsqueda de instrumentos de evaluación.

- Elaboración de perfil de investigación.
- Aprobación de perfil.

Fase II

Los instrumentos que se aplicaron cuentan con validez y confiabilidad, se los aplicó de forma colectiva a los estudiantes, en las aulas donde pasan clases.

Se veló porque exista un ambiente apropiado, explicándoles ¿para qué se hace la aplicación? y ¿cuál era su objetivo?, y se logró una buena recepción de parte de los sujetos.

- Solicitar permiso a la dirección de la institución.
- Coordinación con la secretaria del establecimiento para aplicar las pruebas en sus horarios libres de los estudiantes.
- Informar del proceso al director y sub directora.
- Presentar y aplicar el cuestionario de Adicción a Redes Sociales a los estudiantes, aplicación colectiva.
- Presentar y aplicar la prueba de Autoestima: Inventario de Autoestima Coopersmith, aplicación colectiva.

Fase III

- Evaluación del cuestionario de adicción a Redes Sociales.
- Evaluación del inventario de autoestima Coopersmith.
- Elaboración de los resultados y cruce de datos de correlación.
- Elaboración del informe final.
- Revisión del informe final.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan los datos generales de la muestra, de la misma manera se da a conocer el análisis correlacionar de ambas variables de estudio de manera cuantitativa y descriptiva, desarrollando análisis y discusión, así como los resultados del análisis estadístico de nivel correlación, seguido de los resultados obtenidos acerca del nivel de adicción a redes sociales y nivel de autoestima.

Los resultados del análisis estadístico se presentan a continuación, fue realizado con el paquete IBM SPSS Statistics 23.0. De acuerdo con la investigación se tomó en cuenta a los estudiantes de una unidad educativa Particular que en este estudio fue seleccionado Unidad Educativa Miguel de Cervantes Saavedra con una muestra de 75 estudiantes.

El análisis estadístico está dividido en ocho partes.

En la primera parte se desarrolla los resultados generales de las dos variables, encontramos datos demográficos de la muestra como ser edad, género, y la tabulación cruzada entre edad y género.

En la segunda parte se realizó el análisis y resultados de la variable redes sociales que se obtuvo gracias a la realización del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) con resultados generales y la relación con la edad y el género de la muestra.

En la tercera parte se muestra los resultados y análisis de los niveles de adicción a redes sociales, la cual se dividió en 4 puntos cada uno exponiendo los resultados de cada nivel: Sin Adicción a Redes Sociales, Adicción Leve, Adicción Moderada y Adicción Grave,

En la cuarta parte se realizó el análisis y resultados de las dimensiones de la variable Redes Sociales: Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales.

En la quinta parte se desarrolla las preguntas complementarias de la primera parte del cuestionario de adicción a redes sociales esta parte esta subdividida en 8 puntos desarrollando en cada una de ellas las características de uso de Redes Sociales de la muestra de estudio.

En la sexta parte se realizó la muestra de los resultados y el análisis de la variable autoestima que se obtuvo gracias al Inventario de Autoestima de Coopersmith donde tenemos el análisis descriptivo de los datos obtenidos por la muestra de la variable autoestima. Así también el análisis y resultados de los niveles de Autoestima en general, como su relación con edad y género.

En la séptima parte se desarrolla el análisis y resultado de las dimensiones del Inventario de Autoestima de Coopersmith donde podremos observar que se divide en tres puntos: el número uno desarrollará los resultados obtenidos de Autoestima Social, la número dos desarrollará los resultados obtenidos de Autoestima Hogar y la número tres desarrolla los datos obtenidos de Autoestima Escolar.

En la octava parte se realizará un análisis y discusión de la relación entre la variable redes sociales y autoestima donde desarrollaremos la relación entre ambas variables gracias a una tabulación cruzada, como también los datos que arroja la correlación entre los valores del cuestionario adicción a redes sociales de Escurra M. y Salas (2014) y el Inventario de Autoestima (Coopersmith), según el coeficiente de correlación de Pearson, que es una medida de la relación lineal entre dos variables aleatorias y nos ayuda a medir el grado de relación de las variables cuantitativas, y como último punto se realizará la verificación de hipótesis gracias a χ^2 cuadrado que es una distribución de probabilidad continua con un parámetro que representa los grados de libertad de la variable aleatoria, y no permite aprobar o rechazar nuestras hipótesis de trabajo.

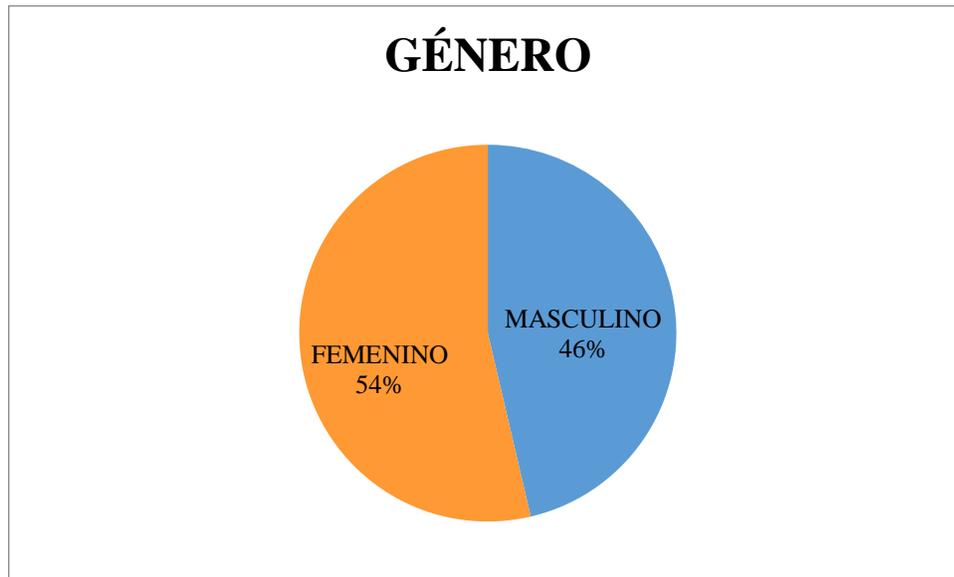
4.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE DATOS GENERALES DE LA MUESTRA

4.1.1. ANÁLISIS EN RELACIÓN AL GÉNERO DE LA MUESTRA

TABLA 1.-

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	34	45.7	46	46
FEMENINO	41	54.3	54	100%

total	75	100.0	100	
-------	----	-------	-----	--

GRÁFICO 1.-

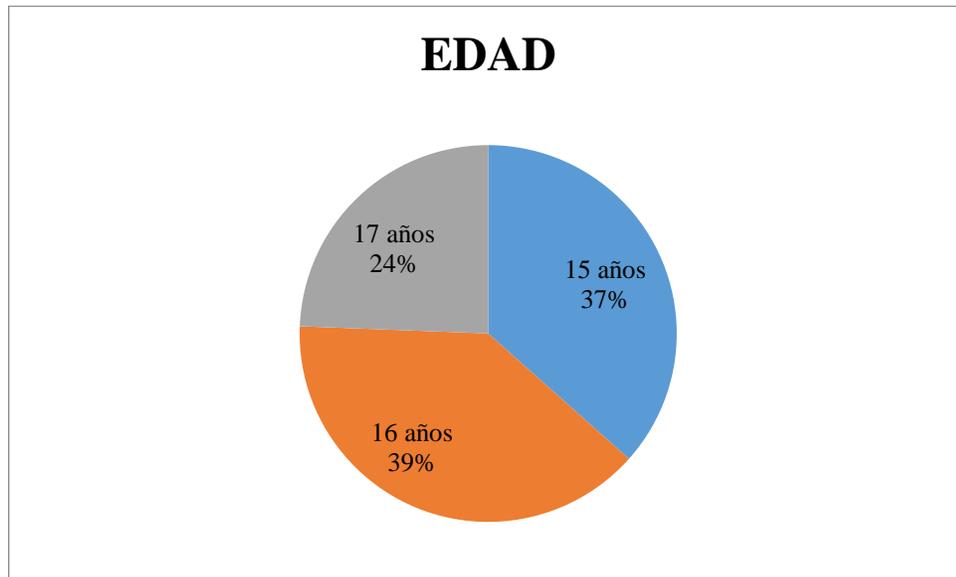
En la tabla y gráfico 1 que muestra los resultados obtenidos de la investigación de los datos generales de la población de estudio se observa que el 46 % de la muestra pertenece al género masculino con una frecuencia de 34 estudiantes y el 54 % de la muestra pertenece al género femenino con una frecuencia de 41 estudiantes, se observa claramente que existe un mayor porcentaje de estudiantes del género femenino, que difiere en un 8% con el género masculino. Como muestra total tenemos 75 estudiantes de ambos Géneros.

4.1.2. ANÁLISIS EN RELACIÓN A LA EDAD DE LA MUESTRA

TABLA 2.-

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
15 años	28	37.3	37	37
16 años	29	38.7	39	76
17 años	18	24	24	100%

Total	75	100.0	100	
-------	----	-------	-----	--

GRÁFICO 2.-

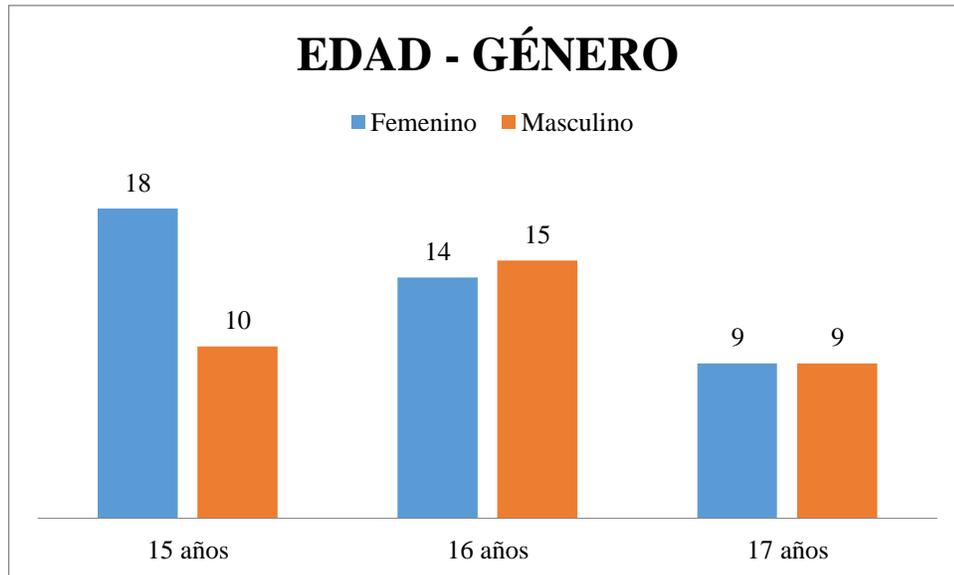
En la tabla y gráfico2 muestra los resultados obtenidos de la investigación en relación a la edad de la población de estudio, donde podemos apreciar que el 37 % corresponde a estudiantes de 15 años con una frecuencia de 28 estudiantes, el 39 % corresponde a estudiantes de 16 con una frecuencia de 29 estudiantes y el 24% de estudiantes tienen 17 años con una frecuencia de 18 estudiantes, podemos concluir que del grupo de estudio que son 75 estudiantes el mayor porcentaje que participo fue de 16 años y la menor población tenía los 17 años.

4.1.3. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE EDAD Y GÉNERO DE LA MUESTRA

TABLA 3.-

	GÉNERO		
	Femenino	Masculino	
15 años	18	10	28
16 años	14	15	29
17 años	9	9	18
Total	41	34	75

GRÁFICO 3.-



En la tabla y gráfico 3 muestra los resultados obtenidos mediante una tabulación cruzada entre género y edad de los estudiantes que fueron parte del trabajo de estudio, se observa que de estudiantes del género femenino tenemos 18 de 15 años, 14 estudiantes de 16 años y 9 estudiantes de 17 años, predominando en el género femenino las estudiantes de 15 años.

Del género masculino tenemos 10 estudiantes de 15 años que fueron parte de la investigación, 15 estudiantes de 16 años y 9 estudiantes de 17 años, predominando dentro el grupo del género masculino los estudiantes de 16 años.

4.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS E LA VARIABLE REDES SOCIALES

4.2.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE REDES SOCIALES

Según los resultados obtenidos con respecto a la variable redes sociales, basados en el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales podemos concluir que:

En relación a los resultados totales sobre el nivel de adicción a redes sociales cabe destacar que un porcentaje significativo pasando la media de la muestra con un 58% se

encuentra en la categoría de adicción moderada, seguido por adicción leve y moderada y por último está el nivel sin adicción con un porcentaje mínimo.

Podemos observar que en adicción moderada y grave existe mayor porcentaje del género femenino y en adicción leve y sin adicción el género masculino tiene mayor porcentaje. En relación a la edad el grupo que mayor frecuencia se observó son estudiantes de 16 años, de los cuales se encuentran en mayor nivel en adicción moderada.

Entre las redes sociales más usuales se encuentra el WhatsApp y Messenger, seguido de otras redes como el Facebook, Twitter e Instagram, cabe destacar que una parte de la muestra encuestada menciona utilizar de manera simultánea las redes Facebook y WhatsApp.

Por otra parte, y con relación al lugar de conexión los resultados indican que una mayoría de la muestra se conecta desde sus teléfonos móviles, seguidos del grupo de estudiantes que se conectan desde sus casas, un porcentaje bajo menciona conectarse desde cabinas de internet.

En cuanto a la frecuencia de conexión a redes sociales una mayoría de la muestra menciona estar conectado de siete a doce veces por día, seguidos del grupo que se conecta todo el tiempo y como de tres a seis veces por día, existe poco índice de estudiantes que menciona estar conectado una o dos veces por día y dos a tres veces por semana, así también ninguno de los estudiantes mencionó conectarse una vez a la semana.

En lo que respecta a la veracidad de los datos que figuran en la red social de los adolescentes estudiantes un grupo elevado menciona que sus datos en red son verdaderos, sin embargo, existe un porcentaje significativo de estudiantes que no tienen datos reales en sus redes sociales.

De la misma manera se analizaron los resultados en cuanto al tiempo de antigüedad que son usuarios en las redes sociales, donde cabe destacar que una mayoría tiene una antigüedad de uso entre 5 a 7 años, una población mínima manifiesta ser miembro de una red social durante el presente año, así como un porcentaje también reconoce no conocer o recordar su antigüedad como miembro activo de una red social.

En cuanto a la cantidad de contactos en redes sociales los porcentajes elevados mencionan que tienen entre 200 a 500 contactos, así como otro porcentaje mencionan no conocer la cantidad de contactos que tienen.

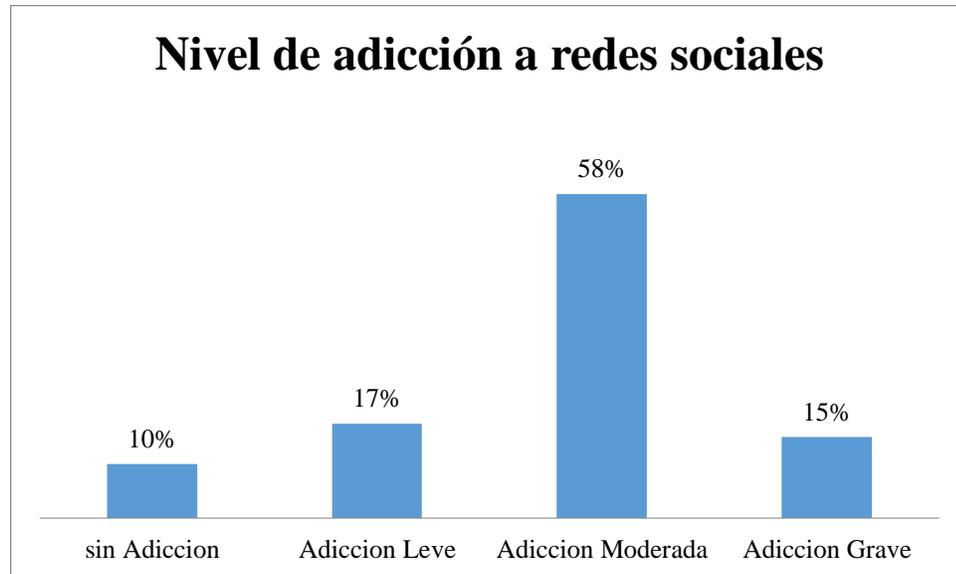
Otro aspecto importante son los resultados en cuanto a la actividad que más realizan los estudiantes en red social mencionando que es comunicarse “Chatear” con sus contactos como también ver publicaciones, ver memes, videos, fotos, chistes, mensajes, etc. Así también existe un grupo no minoritario pero significativo que mencionan usar las redes sociales para informarse, como ser noticias, accidentes, temas actuales, enfrentamientos, personas desaparecidas, problemas de tránsito, eventos y otros temas. Y un grupo minoritario que se dedica a otras actividades ya sea juegos, tener grupos especiales, comprar y otras acciones.

En lo que respecta a los factores del cuestionario de adicción a redes sociales es importante mencionar que se obtuvieron altos índices en los ítems relacionados con el factor de obsesión por las redes sociales, seguido de los ítem que miden el factor de falta de control en el uso de redes sociales, y por el contrario en los ítems que miden el factor uso excesivo de redes sociales las respuestas tienen puntajes mínimos, por lo que pocos estudiantes reconocen hacer un uso excesivo de las redes sociales pese a que mencionan estar la mayoría del tiempo conectados a ellas.

4.2.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES EN RELACIÓN AL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

TABLA 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Sin Adicción	8	10.3	10	10
Adicción Leve	13	17.2	17	27
Adicción Moderada	44	58	58	85
Adicción Grave	10	14.5	15	100
Total	75	100.0	100	

GRÁFICO 4

En la tabla y gráfico 4 tenemos los resultados totales con respecto al nivel de adicción a redes sociales, del total de la muestra conformada por 75 estudiantes, donde en el nivel “Sin adicción” tenemos a 8 estudiantes que representa un 10% de la muestra. En el nivel “Adicción leve” tenemos 13 estudiantes y esto corresponde a un 17% del total de la muestra, en el nivel “Adicción moderada” tenemos a 44 estudiantes que representan un 58% de la muestra, y por último en el nivel “Adicción grave” tenemos 10 estudiantes, esto representa un 15% del total de la muestra.

Podemos concluir que el nivel elevado de adicción es la Moderada con una 58%.

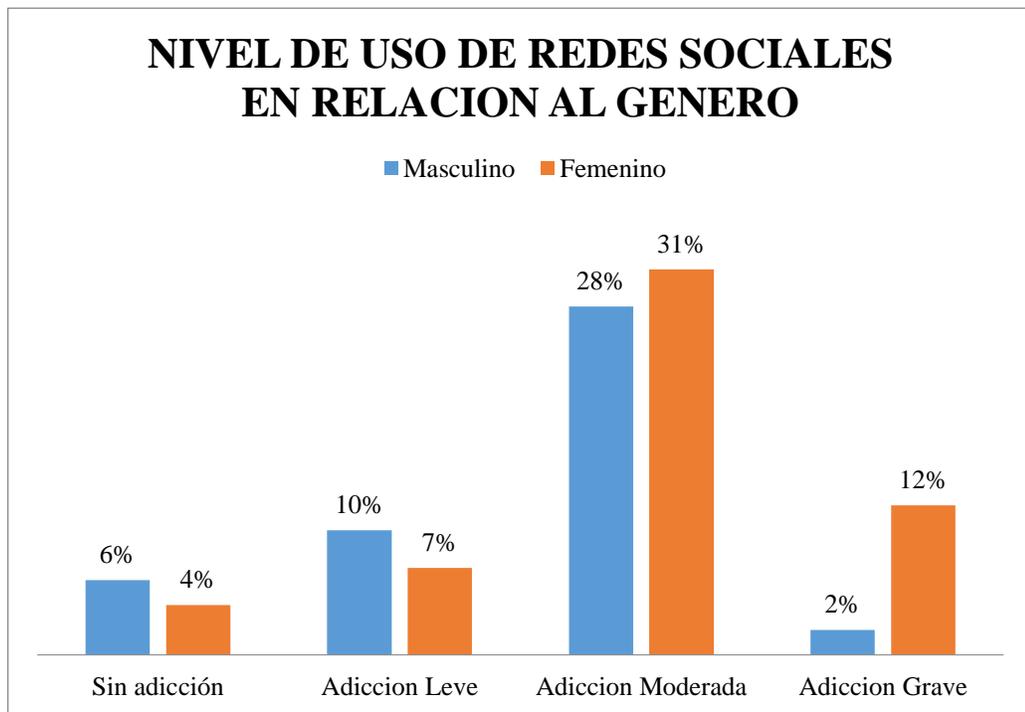
4.2.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO AL GÉNERO

TABLA 5

Nivel de adicción a Redes Sociales						
Género	Escala				Frecuencia	Porcentaje
	Sin adicción	Adicción Leve	Adicción Moderada	Adicción Grave		
Masculino	5	7	21	1	34	46%

Femenino	3	6	23	9	41	54%
Total					75	100%

GRÁFICO 5



En la tabla y el gráfico 5 tenemos los resultados obtenidos de la investigación con respecto al nivel de uso de redes Sociales categorizados según el género de los participantes. En el nivel sin adicción el 6% corresponde a los participantes de género masculino con una frecuencia de 5 estudiantes y el 4% al género femenino que corresponde a 3 estudiantes.

En el nivel adicción leve un 10% corresponde al género masculino que son 7 estudiantes y un 7% pertenece al género femenino que corresponde a 6 estudiantes.

En el nivel adicción moderada tenemos un 28% que corresponde al género masculino con una frecuencia de 24 estudiantes y un 31% que corresponde al género femenino con 23 estudiantes. Y por último en el nivel adicción grave un 2% corresponde al género masculino que corresponde a 1 estudiante y un 12% corresponde al género femenino que son 9 estudiantes parte de la muestra.

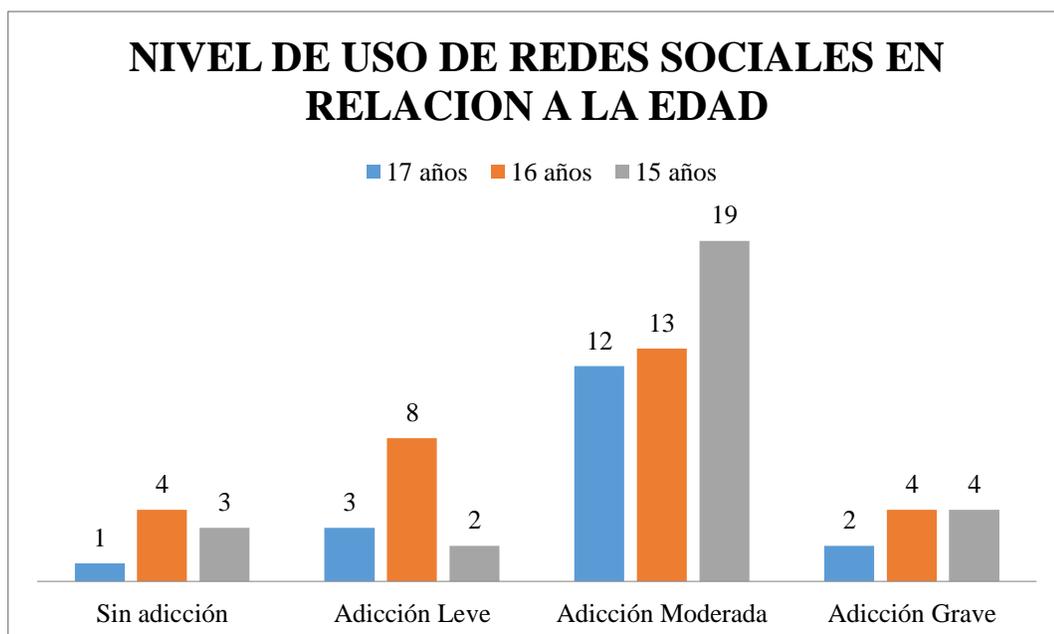
Podemos observar que en adicción moderada y grave existe mayor porcentaje del género femenino y en adicción leve y sin adicción el género masculino tiene mayor porcentaje.

4.2.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES DE ACUERDO A LA EDAD

TABLA 6

Nivel de adicción a Redes Sociales						
Edad	Escala				Frecuencia	Porcentaje
	Sin adicción	Adicción Leve	Adicción Moderada	Adicción Grave		
17 años	1	3	12	2	18	24%
16 años	4	8	13	4	29	39%
15 años	3	2	19	4	28	37%
Total					75	100%

GRÁFICO 6



En la tabla y gráfico 6 se presentan los resultados totales obtenidos del nivel de Adicción a Redes Sociales categorizados según la edad de los participantes, donde se puede

observar que en el nivel “sin adicción” que muestra un total de 8 estudiantes, donde tenemos 1 estudiante de 17 años que es la población con menor prevalencia tenemos así también 4 estudiantes de 16 años que es la población con prevalencia más alta y 3 estudiantes de 15 años, dentro este nivel sin adicción.

En el nivel “adicción Leve” que muestra un total de 13 estudiantes, donde tenemos 3 estudiantes de 17 años que es la población con menor prevalencia, tenemos así también 8 estudiantes de 16 años que es la población con prevalencia más alta y 2 estudiantes de 15 años, dentro este nivel sin adicción.

En el nivel “Adicción Moderada” que muestra un total de 44 estudiantes, donde tenemos 12 estudiantes de 17 años que es la población con menor prevalencia, tenemos así también 13 estudiantes de 16 años y 19 estudiantes de 15 años que es la población con prevalencia más alta dentro este nivel sin adicción.

en el nivel “Adicción Grave que muestra un total de 10 estudiantes, donde tenemos 2 estudiantes de 17 años, así también 4 estudiantes de 16 años y 4 estudiantes de 15 años,

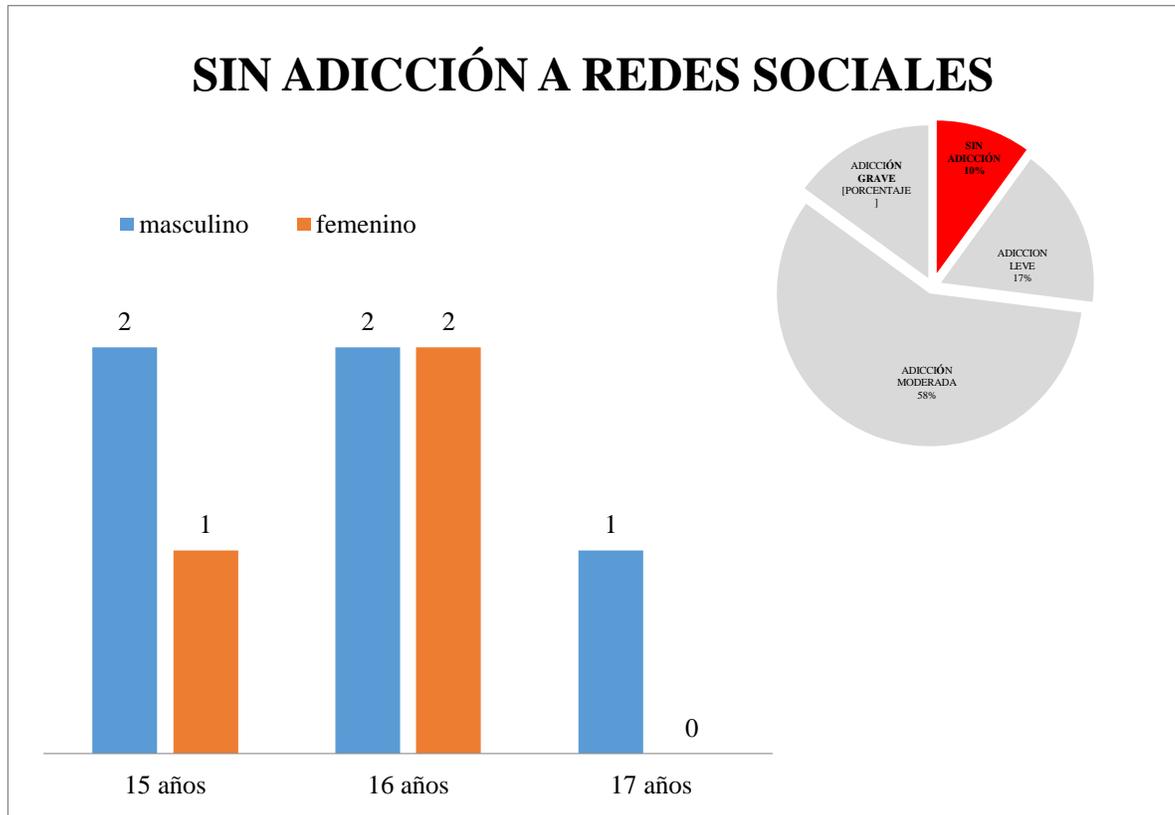
4.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

4.3.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL SIN ADICCIÓN A REDES SOCIALES

TABLA 7

Género	SIN ADICCIÓN			Frecuencia	Porcentaje
	15 años	16 años	17 años		
Masculino	2	2	1	5	62,5
Femenino	1	2	0	3	37,5
Total				8	100%

GRAFICO 7



En la tabla y gráfico 7 se puede observar los resultados obtenidos del Nivel Sin adicción a redes sociales, el cual representa a un 10 % de la población total, podemos apreciar que dentro de esta muestra tenemos un 37% del género femenino y 62,5% del género masculino.

Dentro el grupo del género femenino tenemos 1 estudiante de 15 años y dos estudiantes de 16 años y ni un estudiante de 17 años.

Dentro el grupo del género masculino tenemos 2 estudiantes de 15 años, 2 de 16 años y 1 estudiante de 17 años.

Podemos concluir que existe mayor prevalencia del género masculino en el nivel Sin adicción y la edad que sobre sale es de 16 años.

4.3.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN LEVE A REDES SOCIALES

TABLA 8

Género	ADICCIÓN LEVE			Frecuencia	Porcentaje
	15 años	16 años	17 años		
Masculino	0	5	2	7	54
Femenino	2	3	1	6	46
Total				13	100%

GRAFICO 8



En tabla y gráfico 8 se puede observar los resultados obtenidos del Nivel Adicción Leve a redes sociales, el cual representa a un 17 % de la población total, podemos apreciar que dentro de esta muestra tenemos un 46% del género femenino y 54% del género masculino.

Dentro el grupo del género femenino tenemos 2 estudiantes de 15 años, 3 estudiantes de 16 años y 1 estudiante de 17 años.

Dentro el grupo del género masculino tenemos 5 estudiantes de 16 años y 2 estudiantes de 17 años más aun no tenemos estudiantes del género masculino de 15 años en este nivel.

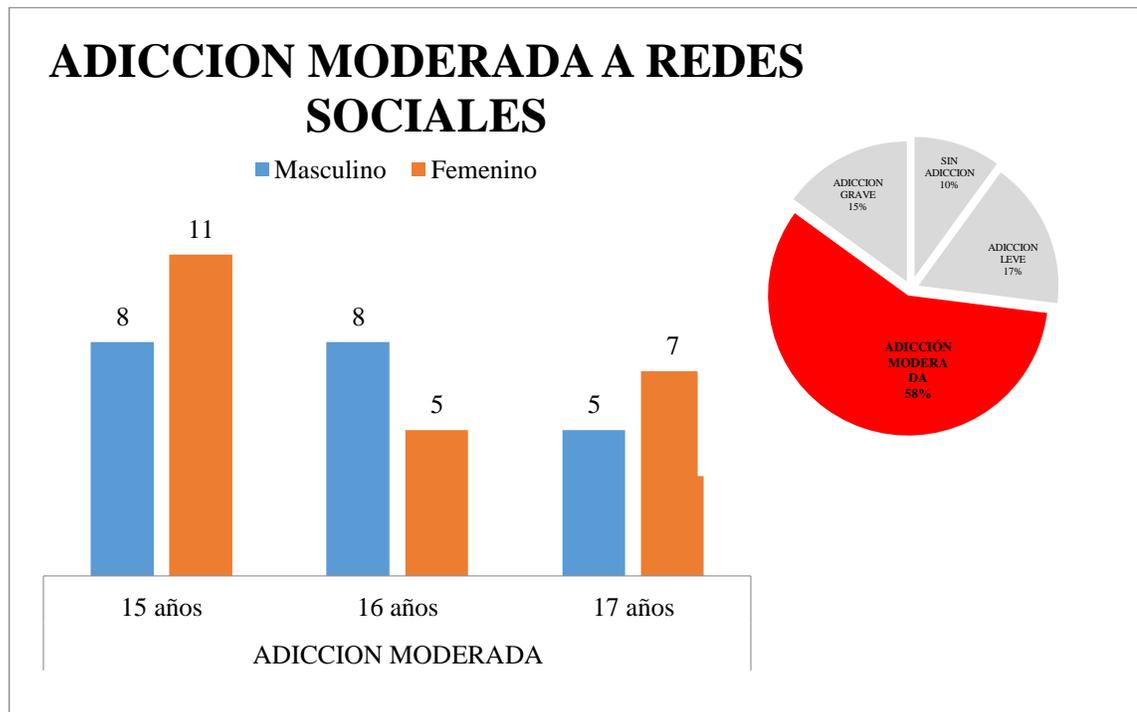
Podemos concluir que existe mayor prevalencia del género masculino en el nivel Adicción Leve y la edad que sobre sale es de 16 años en ambos géneros.

4.3.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN MODERADA A REDES SOCIALES

TABLA 9

Género	ADICCIÓN MODERADA			Frecuencia	Porcentaje
	15 años	16 años	17 años		
Masculino	8	8	5	21	48
Femenino	11	5	7	23	52
Total				44	100%

GRAFICO 9



En la tabla y grafico 9 se puede observar los resultados obtenidos del Nivel Adicción Moderada a redes sociales, el cual representa a un 58 % de la población total el cual es el grupo más grande, podemos apreciar que dentro de esta muestra tenemos un 52% del género femenino y 48% del género masculino.

Dentro el grupo del género femenino tenemos 11 estudiantes de 15 años, 6 estudiantes de 16 años y 7 estudiantes de 17 años.

Dentro el grupo del género masculino tenemos 8 estudiantes de 15 años y también 8 de 16 años y 5 estudiantes de 17 años.

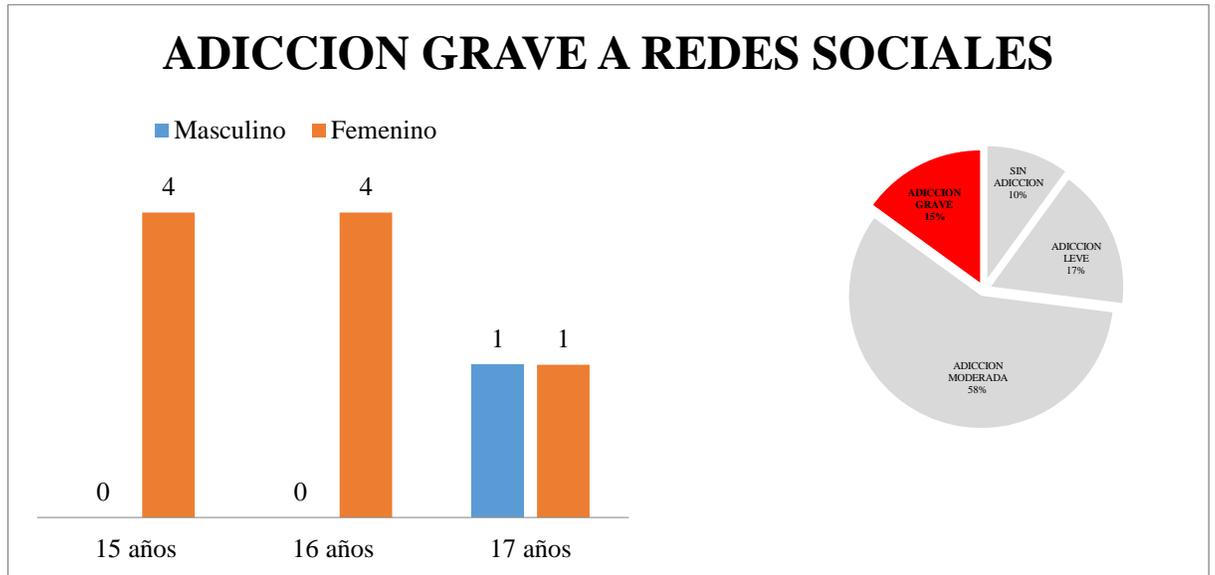
Podemos concluir que existe mayor prevalencia del género femenino en el nivel Adicción Moderada y la edad que sobre sale es de 15 años en ambos géneros.

4.3.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL NIVEL ADICCIÓN GRAVE A REDES SOCIALES

TABLA 10

Género	ADICCIÓN GRAVE			Frecuencia	Porcentaje
	15 años	16 años	17 años		
Masculino	0	0	1	1	10
Femenino	4	4	1	9	90
Total				10	100%

GRÁFICO 10



En la tabla y gráfico 10 se puede observar los resultados obtenidos del Nivel Adicción Leve a redes sociales, el cual representa a un 15 % de la población total, podemos apreciar que dentro de esta muestra tenemos un 90% del género femenino y 10% del género masculino.

Dentro el grupo del género femenino tenemos 4 estudiantes de 15 años, 4 estudiantes de 16 años y 1 estudiante de 17 años.

Dentro el grupo del género masculino tenemos 1 estudiante de 17, más aún no tenemos estudiantes del género masculino de 15 y 16 años en este nivel.

Podemos concluir que existe mayor prevalencia del género femenino en el nivel Adicción Grave.

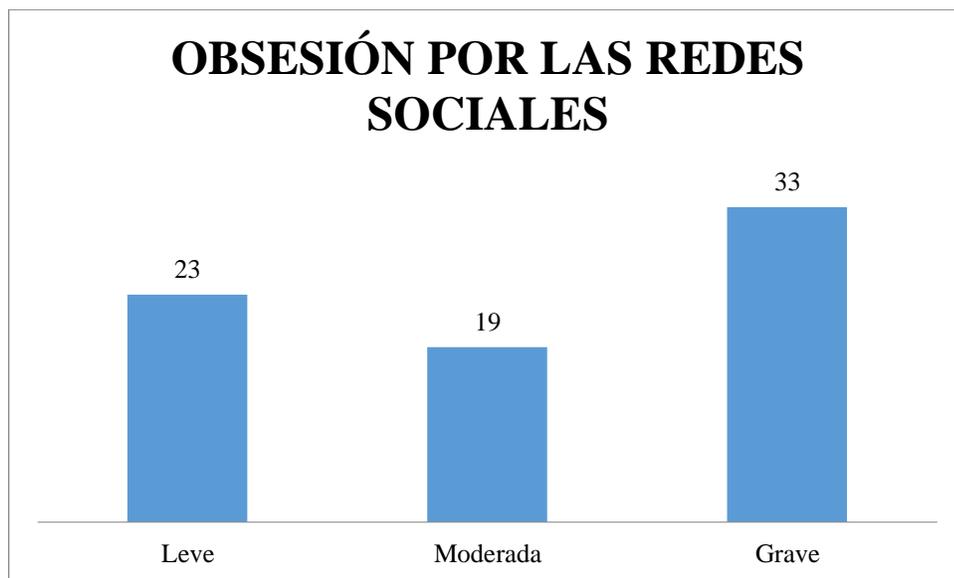
4.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE REDES SOCIALES

4.4.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE OBSESIÓN POR LAS REDES SOCIALES

TABLA 11

Nivel de adicción a redes sociales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado

Leve	23	30.4	30	30
Moderada	19	25	25	55
Grave	33	44.6	45	100%
Total	75	100.0	100	

GRAFICO 11

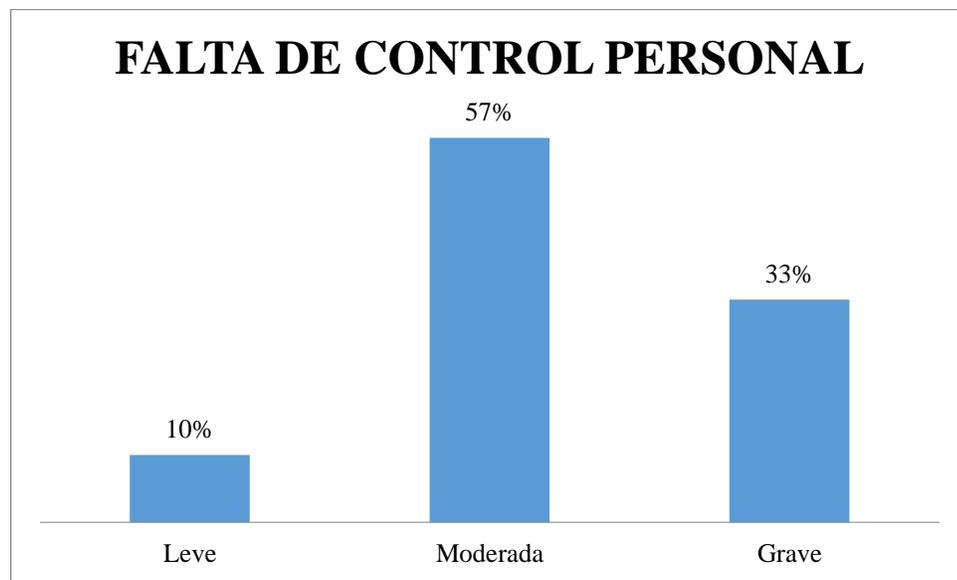
En la tabla y gráfico 11 se tiene los resultados con respecto a los factores de adicción de las redes sociales como primer factor tenemos obsesión por las redes sociales del total de la muestra, conformada por 75 estudiantes podemos notar que en el nivel “leve” tenemos a 23 estudiantes que representa un 30% de la muestra. En el nivel “moderada” tenemos 19 estudiantes y esto corresponde a un 25% del total de la muestra, y en el nivel “grave” tenemos a 33 estudiantes que representan un 45% de la muestra.

4.4.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE FALTA DE CONTROL PERSONAL EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES

TABLA 12

Nivel de adicción a redes sociales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado

Leve	7	10	10	10
Moderada	43	57.4	57	67
Grave	25	32.6	33	100%
Total	75	100.0	100	

GRÁFICO 12

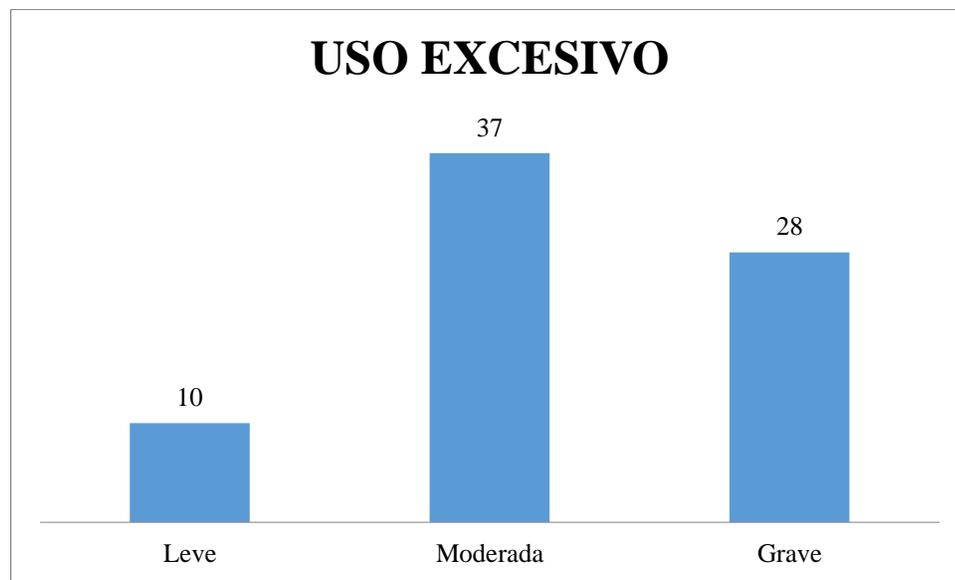
En la tabla y gráfico 12 se tiene los resultados con respecto a los factores de adicción de las redes sociales como segundo factor tenemos “falta de control personal en el uso de las redes sociales” del total de la muestra, conformada por 75 estudiantes podemos notar que en el nivel “leve” tenemos a 7 estudiantes que representa un 10% de la muestra. En el nivel “moderada” tenemos 43 estudiantes y esto corresponde a un 57% del total de la muestra, y en el nivel “grave” tenemos a 25 estudiantes que representan un 33% de la muestra.

4.4.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES

TABLA 13

Nivel de adicción a redes sociales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Leve	10	13.2	13	13
Moderada	37	49.7	50	63
Grave	28	37.1	37	100%
Total	75	100.0	100	

GRÁFICO13



En la tabla y gráfico 13 se tiene los resultados con respecto a los factores de adicción de las redes sociales como tercer factor tenemos “uso excesivo de las redes sociales” del total de la muestra, conformada por 75 estudiantes podemos notar que en el nivel “leve” tenemos a 10 estudiantes que representa un 11% de la muestra. En el nivel “moderada” tenemos 41 estudiantes y esto corresponde a un 50% del total de la muestra, y en el nivel “grave” tenemos a 28 estudiantes que representan un 37% de la muestra

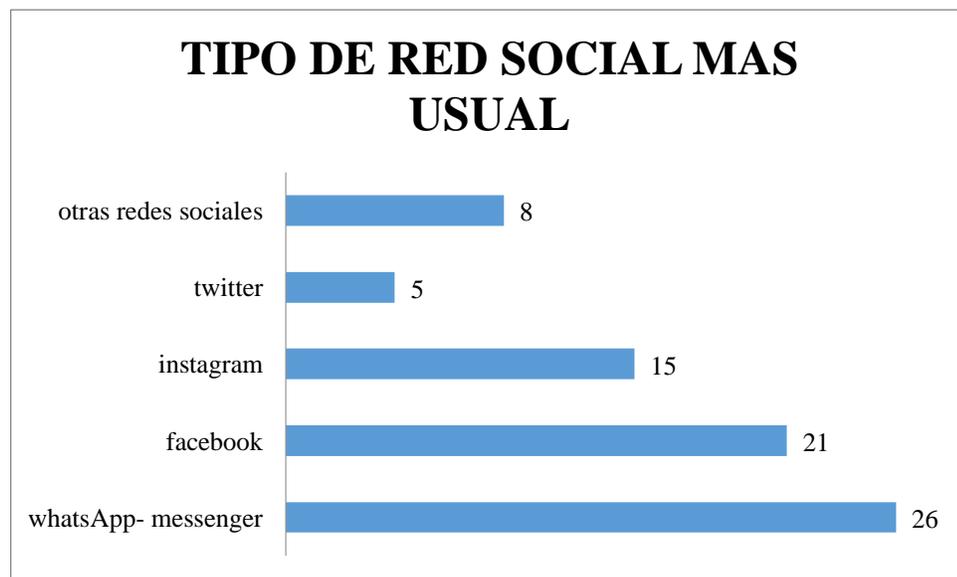
4.5. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE USO DE REDES SOCIALES

4.5.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL TIPO DE RED SOCIAL MAS USUAL

TABLA 14

TIPO DE RED SOCIAL MAS USUAL		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
WHATSAPP- MESSENGER	26	34%
FACEBOOK	21	28%
INSTAGRAM	15	20%
TWITTER	5	6%
OTRAS REDES SOCIALES	8	12%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 14



En la tabla y gráfico 14 muestra los resultados obtenidos en relación al tipo de red social más usual donde indica la muestra que la red social más usada es simultáneamente “WhatsApp - Messenger”, ya que el 34% del total de la muestra que son 26 estudiantes indican que ésta es su red social predeterminada, consecutivamente

podemos observar que un 28% de la muestra usa la red social “Facebook” con una frecuencia de 21 estudiantes, un 20% de la muestra usa únicamente Instagram que son 15 estudiantes así como un 6% usa únicamente Twitter con una frecuencia de 8 estudiantes y por ultimo un 12 % de la muestra con una frecuencia de 8 estudiantes usa otras redes sociales como ser: Pinterest, Snapchat, YouTube y otros.

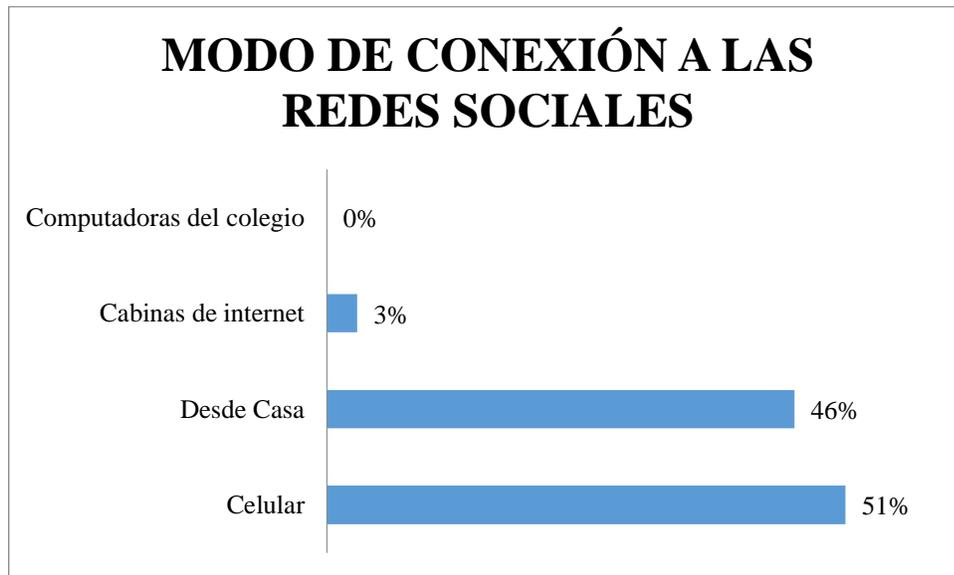
Podemos concluir que en estudiantes de 15 a 17 años de la unidad educativa particular Miguel de Cervantes Saavedra la red social más usada es WhatsApp- Messenger y la menos usada es Twitter.

4.5.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS EN RELACIÓN AL MODO DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES

TABLA 15

MODO DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CELULAR	38	51%
DESDE CASA	35	46%
CABINAS DE INTERNET	2	3%
COMPUTADORAS DEL COLEGIO	0	0%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 15



En la tabla y gráfico 15 muestra los resultados obtenidos en la pregunta ¿DONDE SE CONECTA A LAS REDES SOCIALES? explica la preferencia en relación al lugar o modo de conexión de los estudiantes, donde un 46% de la muestra indica conectarse a las Redes Sociales desde computadoras en casa con una frecuencia de 35 estudiantes, así también con una frecuencia de 38 estudiantes y 51% de la población indica conectarse desde celulares o teléfonos móviles, de la misma manera un porcentaje mínimo del 3% que son 2 estudiantes indica conectarse desde cabinas de internet, y ninguno de los estudiantes menciona acceder a redes sociales por computadoras de la unidad educativa. Podemos concluir que en estudiantes de 15 a 17 años de la unidad educativa particular Miguel de Cervantes Saavedra el modo de conexión más usual es desde los dispositivos móviles.

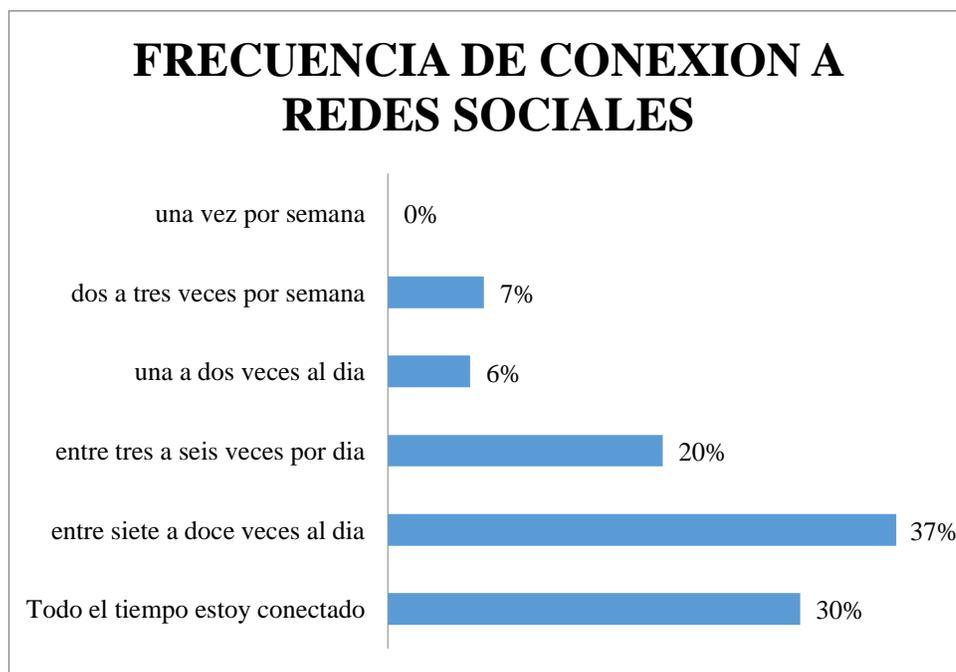
4.5.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA FRECUENCIA DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES

TABLA 16

FRECUENCIA DE CONEXIÓN A LAS REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todo el tiempo estoy conectado	23	30%
Entre siete a doce veces por día	28	37%

Entre tres a seis veces por día	15	20%
Una o dos veces por semana	4	6%
Dos a tres veces por semana	5	7%
Una vez por semana	0	0%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 16



En la tabla y gráfico 16 tenemos los resultados de la pregunta ¿CON QUE FRECUENCIA SE CONECTA A LAS REDES SOCIALES? Donde nos muestra los datos de la frecuencia de conexión de los estudiantes. Tenemos un 30% con una frecuencia de 23 estudiantes que refieren que todo el tiempo permanecen conectados a las redes sociales, un 37% menciona conectarse a las redes sociales de siete a doce veces al día que son 28 estudiantes, un 20% con una frecuencia de 15 estudiantes refiere que se conecta de tres a seis veces al día, mientras que un 6% con una frecuencia de 5 estudiantes de la muestra se conecta a las redes sociales una o dos veces al día, un 7% se conecta a las redes sociales dos o tres veces por semana con una frecuencia de 6

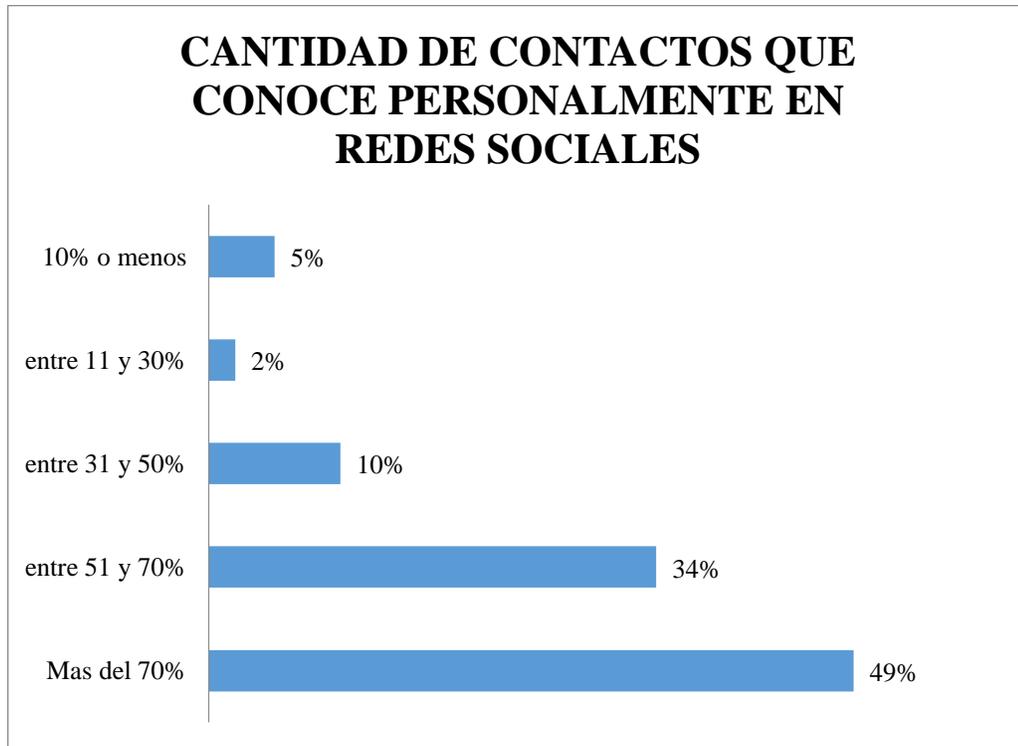
estudiantes y no hubo respuestas que mencionen conectarse una vez por semana a redes sociales.

Podemos concluir que de los 75 estudiantes de 15 a 17 años de la unidad educativa particular Miguel de Cervantes Saavedra existe mayor porcentaje de estudiantes que su frecuencia de conexión es de siete a doce veces por día.

4.5.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A LA CANTIDAD DE CONOCE PERSONALMENTE EN REDES SOCIALES

TABLA 17

CANTIDAD DE CONTACTOS EN REDES SOCIALES QUE CONOCE PERSONALMENTE		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10% o menos	4	5%
Entre 11% y 30%	2	2%
Entre 31% y el 50%	7	10%
Entre 51% y el 70%	25	34%
Más del 70%	37	49%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 17

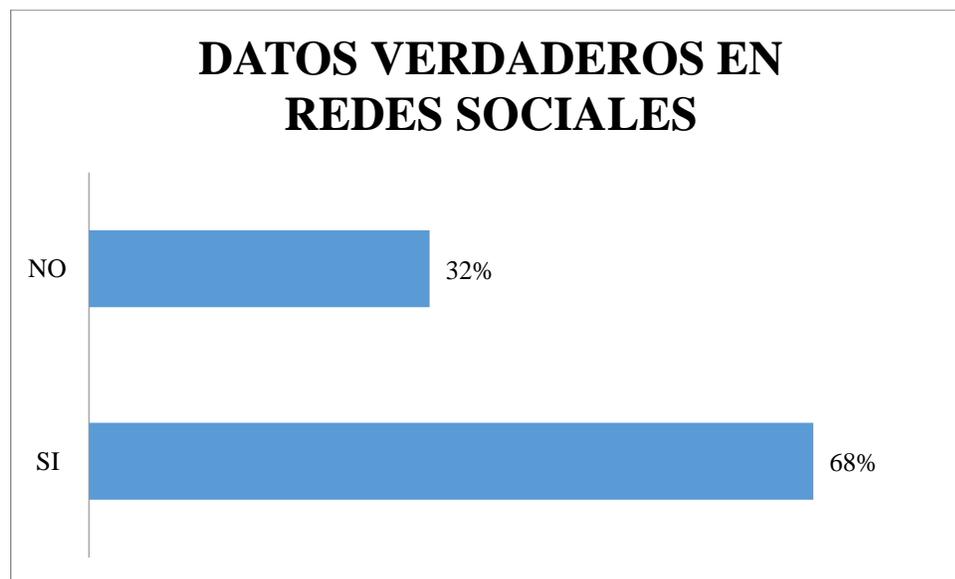
En la tabla y gráfico 17 tenemos los resultados de la pregunta DE TODAS LAS PERSONAS QUE CONOCE A TRAVES DE LA RED SOCIAL ¿Cuántos CONOCE PERSONALMENTE?, donde podemos evidenciar del porcentaje de personas que tiene en redes sociales a cuan conoce personalmente. Tenemos un 49% de estudiantes que menciona conocer a más del 70% de sus contactos en este grupo tenemos a 37 estudiantes, seguido tenemos con un porcentaje de 34% y una frecuencia de 25 estudiantes que indican que conocen entre 51 y 70% personalmente del total de sus contactos, otro grupo del 10% mencionan conocer entre 31 y 50% de sus contactos personalmente, un 2% con una frecuencia de dos estudiantes indica que conoce entre 11 y 30 % del total de sus contactos personalmente, y un último grupo con una frecuencia de 4 estudiantes que es el 5% menciona que conoce a un 10% o menos del total de sus contactos personalmente.

4.5.5. ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A SI SUS DATOS EN REDES SOCIALES SON VERDADEROS

TABLA 18

DATOS VERDADEROS EN REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI, los datos en redes sociales son verdaderos	51	68%
NO, los datos en redes sociales no son verdaderos	24	32%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 18



En la tabla y gráfico 18 tenemos los resultados de la pregunta ¿SUS CUENTAS EN LA RED CONTIENEN SUS DATOS VERDADEROS? donde podemos observar la veracidad de los datos de los estudiantes en sus cuentas de redes sociales, esto implica datos como nombre, edad, género, dirección, entre otros, donde 51 estudiantes que es un grupo del 68% de la muestra responde que “SI”, si existen sus datos verdaderos en su red social, por el contrario un 32% que es una frecuencia de 24 estudiantes de la muestra indica que “NO”, no existen sus datos verdaderos en sus cuentas de redes sociales.

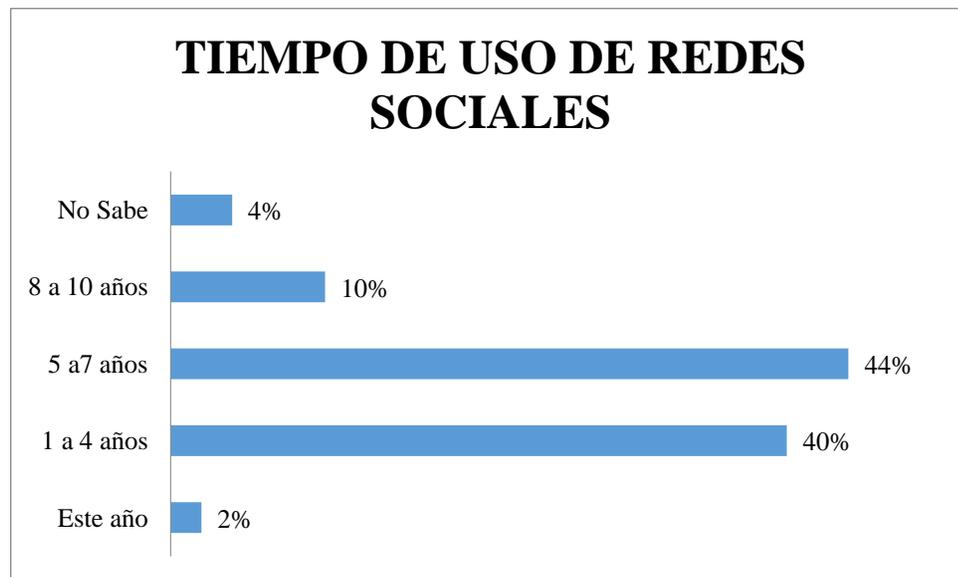
Podemos concluir que en el grupo de trabajo de 75 estudiantes de la unidad educativa Miguel de Cervantes la mayor población un grupo del 68% si expone sus datos verdaderos en su cuenta de redes sociales como ser Nombre, edad género, dirección, familiaridad, etc.

4.5.6. ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN AL TIEMPO QUE ES USUARIO DE LAS REDES SOCIALES

TABLA 19

TIEMPO DE USO DE LAS REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Este año	2	2%
1 a 4 años	30	40%
5 a 7 años	33	44%
8 a 10 años	7	10%
No sabe	3	4%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 19



En la tabla y gráfico 19 tenemos los resultados con respecto a la pregunta ¿HACE CUANTO TIEMPO ES USUARIO DE LA RED SOCIAL? Donde podemos observar la antigüedad de uso de redes sociales, tenemos un grupo de 2 estudiantes que abarca un 2% de la muestra que menciona que se ha registrado a la red social durante este año, un 40% de estudiantes con una frecuencia de 30 estudiantes refiere que se registró a su cuenta en red social hace 1 a 4 años, el 44% de la muestra que son 32 estudiantes refiere registrarse a una cuenta en red social entre 5 a 7 años, el 10% de la muestra con una frecuencia de 7 estudiantes menciona registrarse a una cuenta de red social hace 8 a 10 años, mientras que un 4% del total de la muestra no sabe o recuerda la antigüedad de ser usuario de una red social.

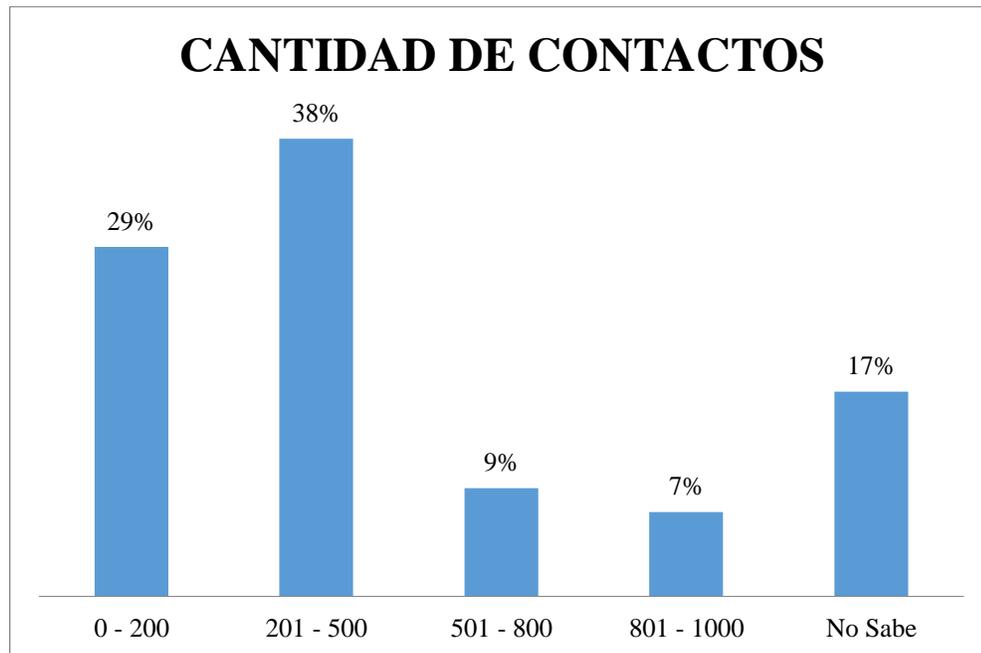
Podemos concluir que del grupo de 75 estudiantes de una unidad educativa particular en esta investigación de la Unidad Educativa Miguel de Cervantes existe una población de 33 y 36 % que son próximos que mencionan que son miembros u usuarios de una red social entre 1 a 4 años y 5 a 7 años, dentro este parámetro se puede observar que los estudiantes que están en un grupo de 15 a 17 años fueron registrados a una red social a partir de sus 10 años en adelante.

4.5.7. ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A LA CANTIDAD DE CONTACTOS QUE TIENE EN SUS REDES SOCIALES

TABLA 20

CANTIDAD DE CONTACTOS EN REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-200	22	29%
201-500	28	38%
501-800	7	9%
801-1000	5	7%
NO SABE	13	17%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 20



En la tabla y gráfico 20 tenemos los resultados obtenidos con relación a la pregunta **¿CUANTOS CONTACTOS TIENE EN SU RED SOCIAL?** Mostrándonos la cantidad de agregados, amigos, contactos son parte de sus redes sociales, de acuerdo a ello tenemos un 29% que es un grupo de 22 estudiantes tienen de 0 a 200 contactos, un 38% con una frecuencia de 28 estudiantes menciona tener de 201 a 500 contactos en sus redes sociales, un grupo de 7 estudiantes que es un 9% de la muestra menciona tener de 501 a 800 contactos, el 7% de la muestra con una frecuencia de 5 estudiantes tiene de 801 a 1000 contactos, mientras que un 17% que es un grupo de 13 estudiantes menciona no saber de cuantos contactos tiene en sus redes sociales.

Podemos concluir que dentro el grupo de trabajo de 75 estudiantes de 15 a 17 años de una unidad educativa particular el grupo más elevado o grande es de 38% que refieren tener entre 200 a 500 contactos en sus redes sociales, lo que nos llama la atención es que existe un grupo no tan pequeño que menciona no conocer la cantidad de contactos que tienen en redes sociales.

4.5.8. ANÁLISIS Y RESULTADOS CON RELACIÓN A LA ACTIVIDAD QUE MÁS REALIZA EN REDES SOCIALES

TABLA 21

ACTIVIDAD MAS REALIZADA EN REDES SOCIALES		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicarse chatear	26	34%
Ver publicaciones	24	32%
Realizar publicaciones	14	18%
Informarse	8	11%
Otras actividades	3	5%
TOTAL	75	100 %

GRÁFICO 21



En tabla y gráfico 21 tenemos los resultados obtenidos de la pregunta ¿Cuál ES LA ACTIVIDAD QUE MAS REALIZA EN LAS REDES SOCIALES? podremos observar cual es la actividad más concurrente entre los estudiantes de 15 a 17 años. Un grupo de 26 estudiantes que son un 34 % de la población refiere que usa las redes sociales para

conversaciones, comunicarse, chatear, el 32% de la muestra una frecuencia de 24 estudiantes menciona como actividad preferida ver publicaciones, fotos, memes, videos, etc. El 18% que es un grupo de 14 estudiantes usa las redes sociales para realizar publicaciones subir, subir videos, subir fotos, imágenes, etc. un 11% de la muestra que tiene una frecuencia de 8 estudiantes usa las redes sociales para informarse, como ser noticias, accidentes, temas actuales, enfrentamientos, personas desaparecidas, problemas de tránsito, eventos y otros temas. Y un 5% con una frecuencia de 3 estudiantes mencionan usarla en otras actividades ya sea juegos, tener grupos especiales, comprar y otras actividades.

Podemos evidenciar que la actividad preferida entre estudiantes de 15 a 17 años de la unidad educativa particular Miguel de Cervantes es comunicarse “Chatear” con sus contactos como también ver publicaciones como mencionan, ver memes, videos, fotos, chistes, mensajes, etc.

4.6. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA

4.6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE AUTOESTIMA

Según los resultados obtenidos con respecto a la variable Autoestima, gracias al inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith podemos concluir que:

El grupo con porcentaje predominante se encuentran dentro el nivel de Autoestima Alta, simultáneamente con porcentaje similares se encuentra el nivel de autoestima Medio y muy Alto, y con un grupo minoritario se encuentra el nivel de autoestima Bajo.

La edad con mayor frecuencia dentro nuestra muestra y en relación a nuestra variable fue de 16 años que se encuentran dentro el nivel de Autoestima alto, asimismo podemos observar que en Autoestima Alta existe mayor porcentaje del género femenino.

Estos puntajes nos indican valoración de sí mismos y altos niveles de aspiración, estabilidad, confianza, adecuadas habilidades sociales y atributos personales.

Dentro del inventario de autoestima tenemos también la valoración de dimensiones de autoestima las cuales son la social, familiar u hogar y escolar o académica.

Dentro el Autoestima Social podemos evidenciar que predomina Autoestima Alta lo que nos da a entender que los estudiantes poseen mayores dotes y habilidades en las relaciones con amigos y colaboradores, así como con extraños, sus relaciones son positivas expresando en todo momento su empatía y asertividad, evidencia un sentido de pertenencia y vínculo con los demás, la aceptación social y de sí mismos están muy combinados. La edad que sobresale dentro esta dimensión es de 16 años y el género es simultáneo entre femenino y masculino.

Dentro el Ámbito Familiar Autoestima Hogar evidenciamos un elevado nivel de Autoestima alta lo que nos da a entender que existe buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se sienten respetados, tienen independencia y una concepción moral propia, comparten ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones con la familia, tienen concepciones propias acerca de lo que está bien y de lo que está mal en el marco familiar. Dentro este nivel Alto de Autoestima Familiar tenemos un grupo mayor masculino y la edad más concurrente es de 16 años.

Dentro el ámbito Académico o escolar existe un nivel de Autoestima Medio lo que nos indican que los estudiantes afrontan de manera relativa las principales tareas académicas, poseen un término medio de la capacidad interiorizarse en el proceso enseñanza-aprendizaje de su satisfacción académica tanto a nivel individual como grupal, dentro este nivel tenemos mayor porcentaje del género femenino.

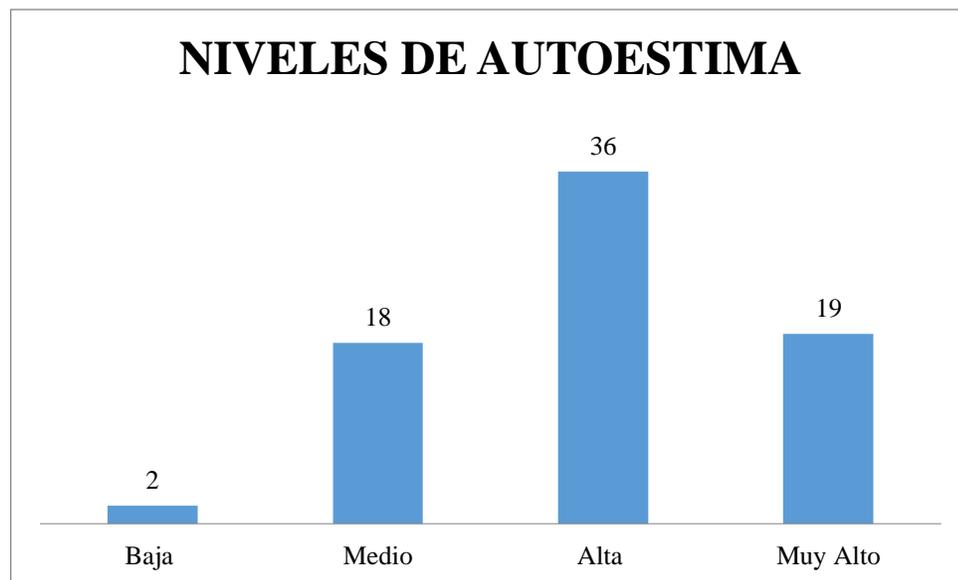
El instrumento del inventario de autoestima de Stanley Cooperrmith presenta 8 ítems de los cuales si en dicha escala resulta superior al promedio las respuestas del sujeto no son confiables, bajo esa instrucción es que se tuvo que anular 3 inventarios de los estudiantes.

4.6.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA

TABLA 22

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	2.2	2	2
Medio	18	24	24	26
Alto	36	47.8	48	74
Muy Alto	19	26	26	100%
total	75	100.0	100	

GRÁFICO 22



En la tabla y gráfico 22 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a los niveles de autoestima general gracias al inventario de Autoestima de Coopersmith. En la población de estudiantes de 15 a 17 años. Es así que podemos evidenciar que se divide en 4 grupos de los cuales tenemos los siguientes resultados:

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 2 estudiantes que representa un porcentaje del 2%.

En el nivel Autoestima Media tenemos un 24% que representa a 18 estudiantes parte de la muestra.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 36 estudiantes que representa un 48% del grupo de investigación.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 19 estudiantes que representa un 26% de la población de estudio.

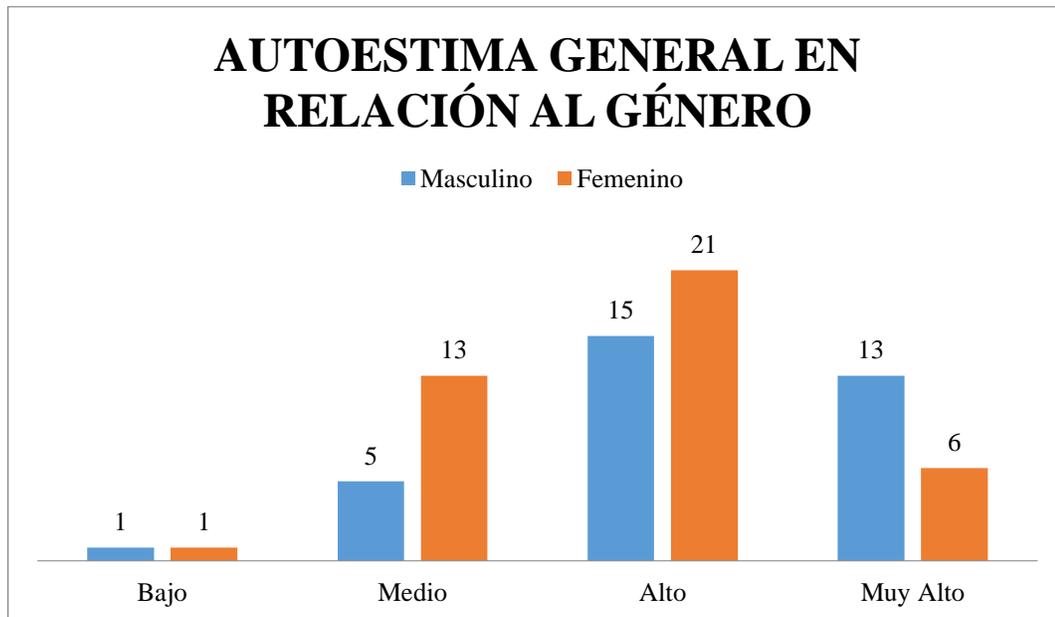
Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el nivel de Autoestima es Alta representando un 48% del total del grupo, por el contrario, se observa autoestima Baja en un mínimo de la población.

4.6.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACION AL GÉNERO

TABLA 23

Autoestima General						
Género	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
Masculino	1	5	15	13	34	46%
Femenino	1	13	21	6	41	54%
Total	2	18	36	19	75	100%

GRÁFICO 23



En la tabla y gráfico 23 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación al género de los niveles de autoestima general gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 46% de estudiantes del género masculino con una frecuencia de 34 y un 54% del género femenino que representa a 41 estudiantes.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 2 estudiantes, de los cuales un estudiante es del género femenino y otro del género masculino.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 18 de los cuales 5 son del género masculino y 13 estudiantes son del género femenino.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 36 estudiantes dentro este grupo 15 son del género masculino y 21 son del género femenino.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 19 estudiantes dentro este grupo 13 son del género masculino y 6 son del género femenino.

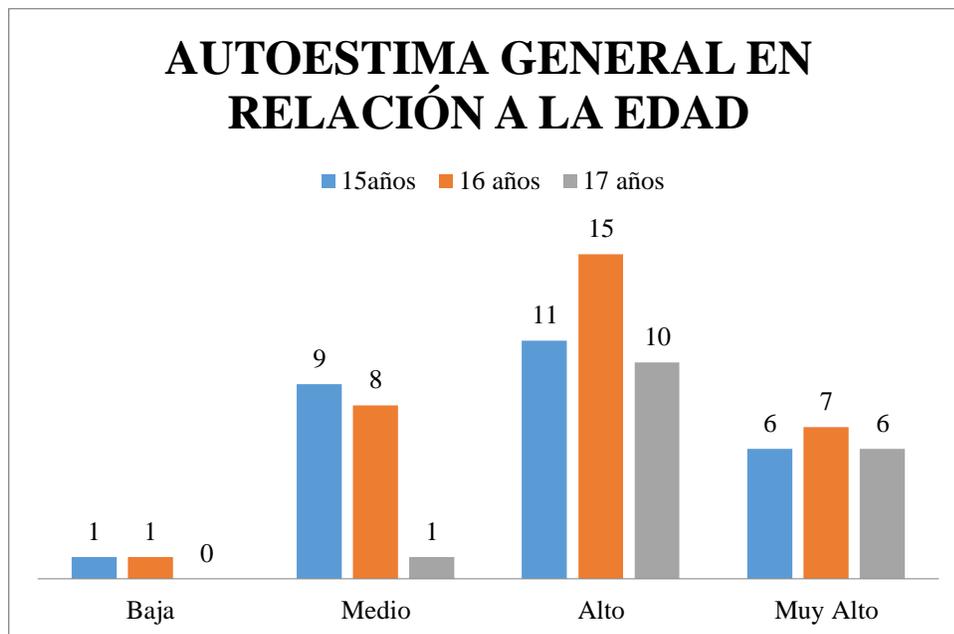
Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el género que predomina es el femenino, y el nivel de autoestima distinguido es Autoestima Alto con 36 estudiantes dentro nuestra muestra de estudio.

4.6.4. ANÁLISIS Y RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA EN RELACIÓN A LA EDAD

TABLA 24

Autoestima General						
Edad	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
15 años	1	9	11	6	28	36%
16 años	1	8	15	7	29	40%
17 años	0	1	10	6	18	24%
Total	2	18	36	19	75	100

GRÁFICO 24



En la tabla y gráfico 24 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a la edad de los niveles de autoestima general gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 36% de estudiantes de 15 años con una frecuencia de 28, un 40% de estudiantes de 16 años que representa a 29 estudiantes y un 24% con una frecuencia de 18 estudiantes de 17 años.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 2 estudiantes, de los cuales un estudiante tiene 15 años y otros 16 años.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 18 estudiantes, de los cuales 9 estudiantes tienen 15 años, 8 tiene 16 años y 1 estudiante tiene 17 años.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 36 estudiantes dentro este grupo 11 tienen 15 años, 15 estudiantes tienen 16 años y 10 estudiantes tienen 17 años

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 19 estudiantes dentro este grupo existe la misma frecuencia en edades, es decir tenemos 6 estudiantes de 15 años, 7 estudiantes de 16 años y 6 estudiantes de 17 años.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años existe mayor porcentaje de estudiantes de 16 años.

4.6.5. ESCALA DE MENTIRA DEL INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

15 AÑOS		16 AÑOS		17 AÑOS		TOTAL
FEM.	MAS	FEM.	MAS.	FEM.	MAS.	
0	1	1	1	0	0	3
1		2		0		

La escala de mentira del cuestionario de Stanley Coopersmith está estructurada de 8 ítems, si el puntaje obtenido de dicha escala resulta superior al promedio, las respuestas

no son confiables, indica falta de consistencia en los resultados por lo que el inventario queda invalidado, de acuerdo a este instructivo de invalido a 3 cuestionarios de Autoestima por no cumplir con los términos de aprobación del inventario, de los cuales se anularon 4 inventarios de estudiantes de 15 años, 1 del género masculino, de la misma manera se anularon 2 inventarios de estudiantes de 16 años, del género femenino 1 y 1 del género masculino, en total 3 pruebas fueron excluidas por no cumplir con los parámetros de valides del instrumento.

4.7.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE AUTOESTIMA

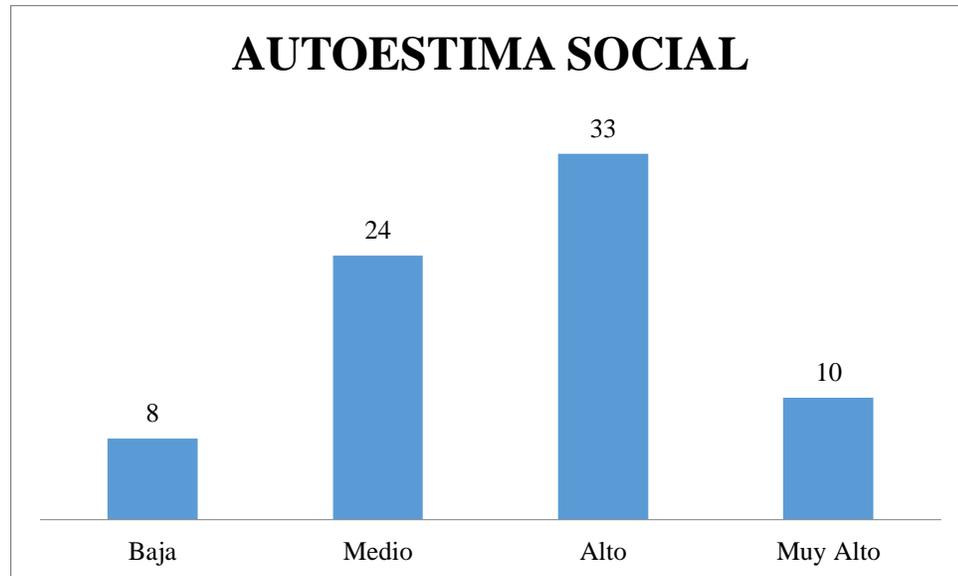
4.7.1. AUTOESTIMA SOCIAL

Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas en relación a sus pares.

4.7.1.1.ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA SOCIAL

TABLA 25

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Baja	8	9.6	10	10
Medio	24	32.3	32	42
Alto	33	44	44	86
Muy Alto	10	14.1	14	100%
total	75	100.0	100	

GRÁFICO 25

En la tabla y gráfico 25 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a los niveles de autoestima social gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith. En la población de estudiantes de 15 a 17 años. Es así que podemos evidenciar que se divide en 4 grupos de los cuales tenemos los siguientes resultados:

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 8 estudiantes que representa un porcentaje del 10%.

En el nivel Autoestima Media tenemos un 32% que representa a 24 estudiantes parte de la muestra.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 33 estudiantes que representa un 44% del grupo de investigación.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 10 estudiantes que representa un 14% de la población de estudio.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el nivel de autoestima es Alta en el ámbito social representando un 44% del total del grupo, dándonos a entender los estudiantes poseer

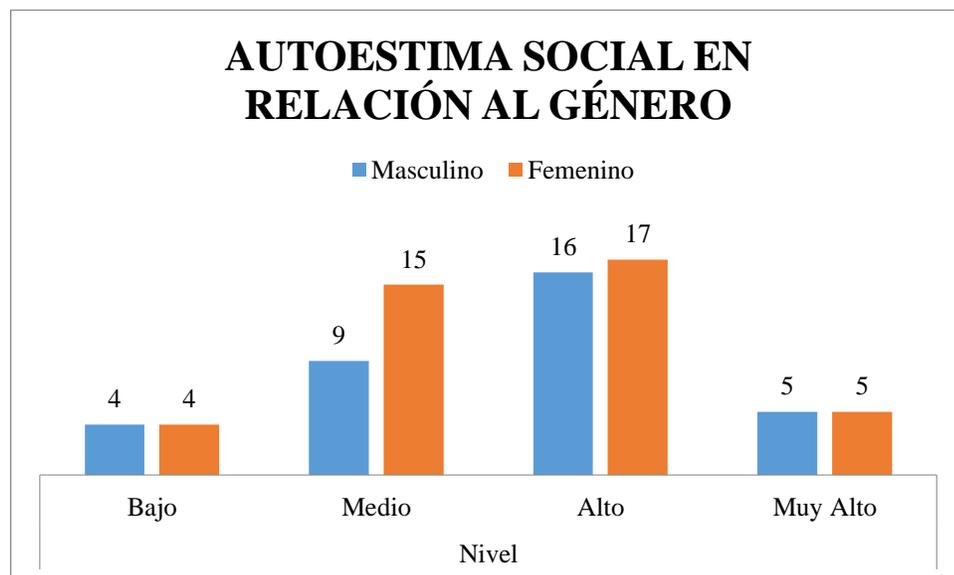
mayores dotes y habilidades en las relaciones con amigos y colaboradores, así como con extraños.

4.7.1.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN AL GÉNERO

TABLA 26

Autoestima Social						
Género	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
Masculino	4	9	16	5	34	46%
Femenino	4	15	17	5	41	54%
Total	8	24	33	10	75	100%

GRÁFICO 26



En la tabla y gráfico 26 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación al género de los niveles de autoestima social gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 46% de estudiantes del género masculino con una frecuencia de 34 y un 41% del género femenino que representa a 44 estudiantes.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 8 estudiantes, de los cuales 4 estudiantes son del género femenino y 4 del género masculino.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 24 de los cuales 9 son del género masculino y 15 estudiantes son del género femenino.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 33 estudiantes dentro este grupo 16 son del género masculino y 17 son del género femenino.

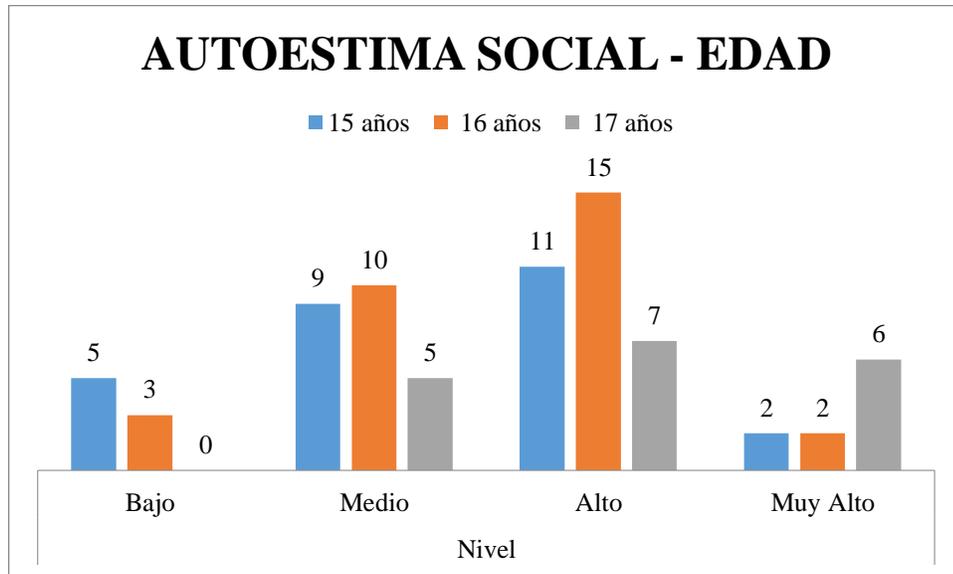
En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 10 estudiantes dentro este grupo 5 son del género masculino y 5 son del género femenino.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el género que predomina es el femenino, y el nivel de autoestima resaltante es Autoestima Alto en el área Social con 33 estudiantes dentro el grupo de estudio.

4.7.1.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA SOCIAL EN RELACIÓN A EDAD

TABLA 27

Autoestima Social						
Edad	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
15 años	5	9	11	2	28	36%
16 años	3	10	15	2	29	40%
17 años	0	5	7	6	18	24%
Total	8	24	33	10	75	100%

GRÁFICO 27

En la tabla y gráfico 27 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a la edad de los niveles de autoestima social gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 36% de estudiantes de 15 años con una frecuencia de 28, un 40% de estudiantes de 16 años que representa a 29 estudiantes y un 24% con una frecuencia de 18 estudiantes de 17 años.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 8 estudiantes, de los cuales 5 estudiantes tienen 15 años y 3 estudiantes tienen 16 años.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 24 estudiantes, de los cuales 9 estudiantes tienen 15 años, 10 tienen 16 años y 5 estudiantes tienen 17 años.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 33 estudiantes dentro este grupo 11 tienen 15 años, 15 estudiantes tienen 16 años y 7 estudiantes tienen 17 años

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 10 estudiantes dentro este grupo tenemos 2 estudiantes de 15 años, 2 estudiantes de 16 años y 6 estudiantes de 17 años.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años existe mayor porcentaje de estudiantes de 16 años y predomina dentro el nivel de autoestima Alta en relación a lo Social.

4.7.2. AUTOESTIMA FAMILIAR-HOGAR

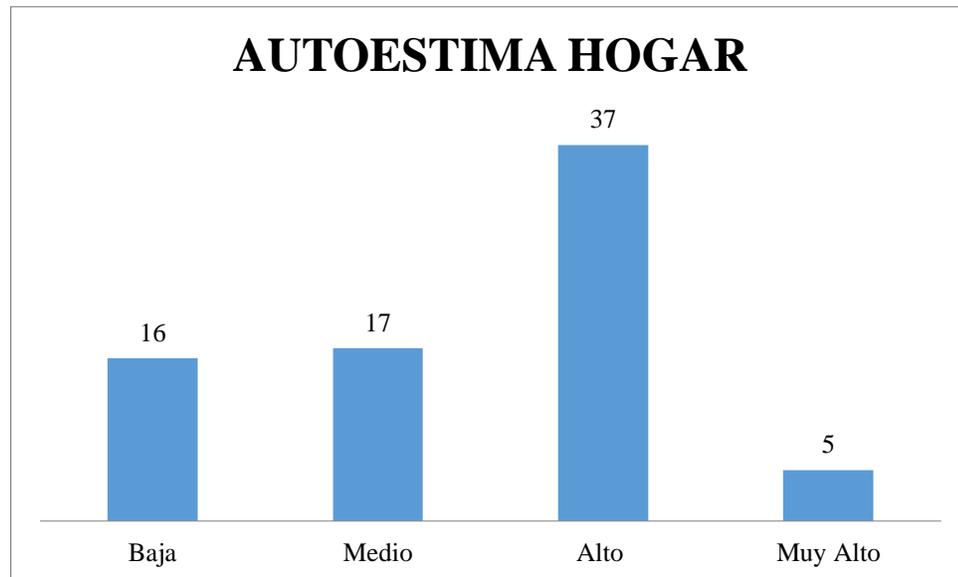
Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas, en relación a sus familiares directos.

4.7.2.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR

TABLA 28

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Baja	16	22	22	22
Medio	17	23	23	44
Alto	37	47.8	48	93
Muy Alto	5	7.2	7	100%
total	75	100.0	100	

GRÁFICO 28



En la tabla y gráfico 28 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a los niveles de autoestima Familiar u Hogar gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith. En la población de estudiantes de 15 a 17 años. Es así que podemos evidenciar que se divide en 4 grupos de los cuales tenemos los siguientes resultados:

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 16 estudiantes que representa un porcentaje del 22%.

En el nivel Autoestima Media tenemos un 23% que representa a 17 estudiantes parte de la muestra.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 37 estudiantes que representa un 49% del grupo de investigación.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 5 estudiantes que representa un 7% de la población de estudio.

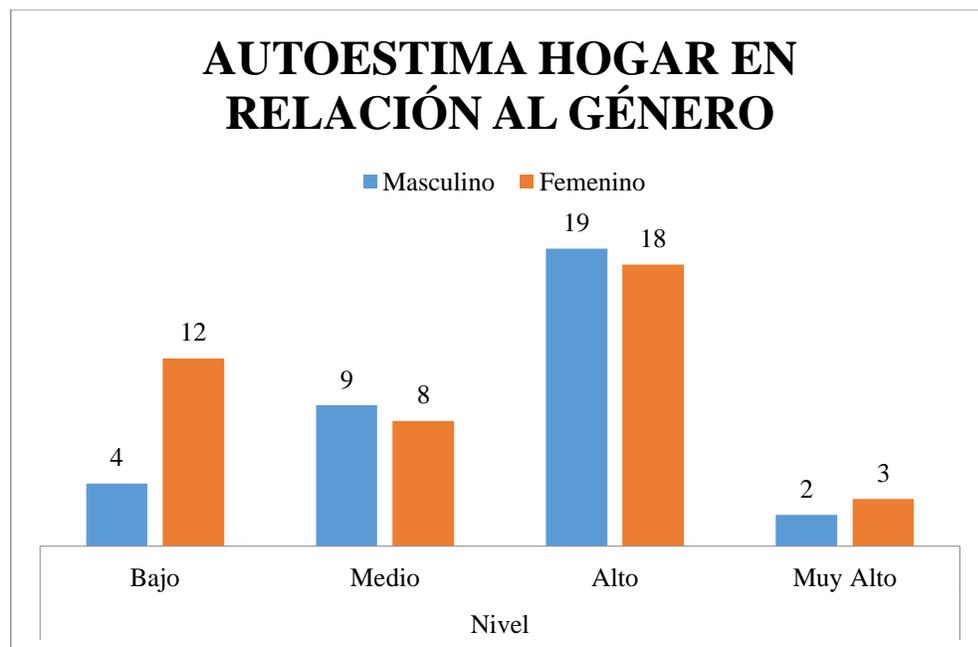
Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el nivel de autoestima es Alta en el área familiar u hogar representando un 48% del total del grupo, lo que nos da a entender que están presentes buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, los estudiantes se sienten respetados, tienen independencia una concepción moral propia.

4.7.2.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN AL GÉNERO

TABLA 29

Autoestima Hogar						
Género	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
Masculino	4	9	19	2	34	46%
Femenino	12	8	18	3	41	54%
Total	16	17	37	5	75	100%

GRÁFICO 29



En la tabla y gráfico 29 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación al género de los niveles de autoestima Familiar u hogar gracias al inventario de Autoestima de Coopermith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 46% de estudiantes del género masculino con una frecuencia de 34 y un 54% del género femenino que representa a 41 estudiantes.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 16 estudiantes, de los cuales 12 estudiantes son del género femenino y 4 del género masculino.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 17 de los cuales 9 son del género masculino y 8 estudiantes son del género femenino.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 37 estudiantes dentro este grupo 19 son del género masculino y 18 son del género femenino.

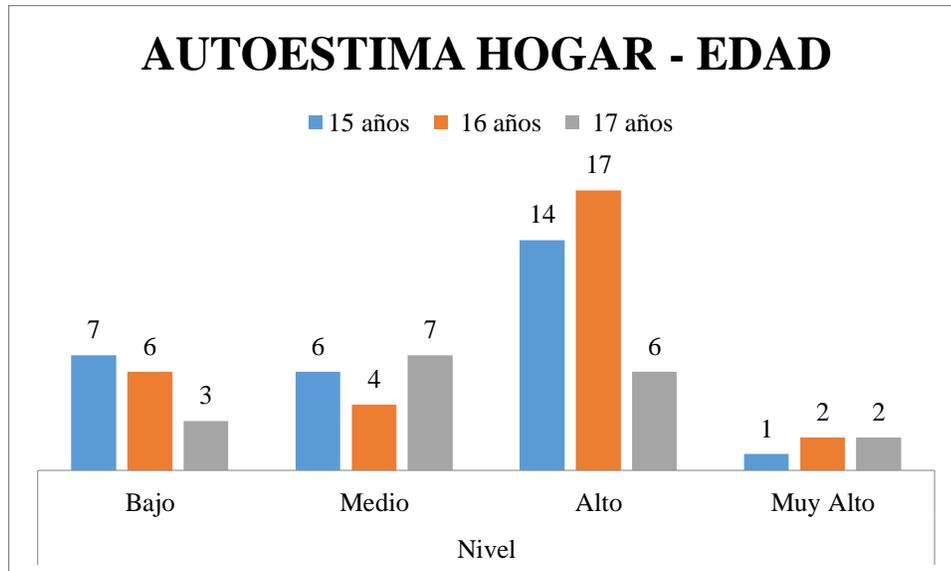
En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 5 estudiantes dentro este grupo 2 son del género masculino y 3 son del género femenino.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el género que predomina es el femenino, y el nivel de autoestima distinguido es Autoestima Alto en relación al Hogar y la familia con 37 estudiantes dentro el grupo de estudio.

4.7.2.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA FAMILIAR- HOGAR EN RELACIÓN A EDAD

TABLA 30

Autoestima Hogar						
Edad	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
15 años	7	6	14	1	28	36%
16 años	6	4	17	2	29	40%
17 años	3	7	6	2	18	24%
Total	16	17	37	5	75	100%

GRÁFICO 30

En la tabla y gráfico 30 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a la edad de los niveles de autoestima Familiar u hogar gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 36% de estudiantes de 15 años con una frecuencia de 28, un 40% de estudiantes de 16 años que representa a 29 estudiantes y un 24% con una frecuencia de 18 estudiantes de 17 años.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 16 estudiantes, de los cuales 7 estudiantes tienen 15 años, 6 estudiantes tienen 16 años y 3 estudiantes tienen 17 años.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 17 estudiantes, de los cuales 4 estudiantes tienen 15 años, 5 tiene 16 años y 7 estudiantes tienen 17 años.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 37 estudiantes dentro este grupo 14 tienen 17 años, 18 estudiantes tienen 16 años y 6 estudiantes tienen 17 años

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 5 estudiantes dentro este 1 estudiante tiene 15 años, 2 estudiantes tienen 16 años y 2 estudiantes tienen 17 años.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años existe mayor porcentaje de estudiantes de 16 años, y el nivel de autoestima es alto dentro el ámbito familiar u hogar.

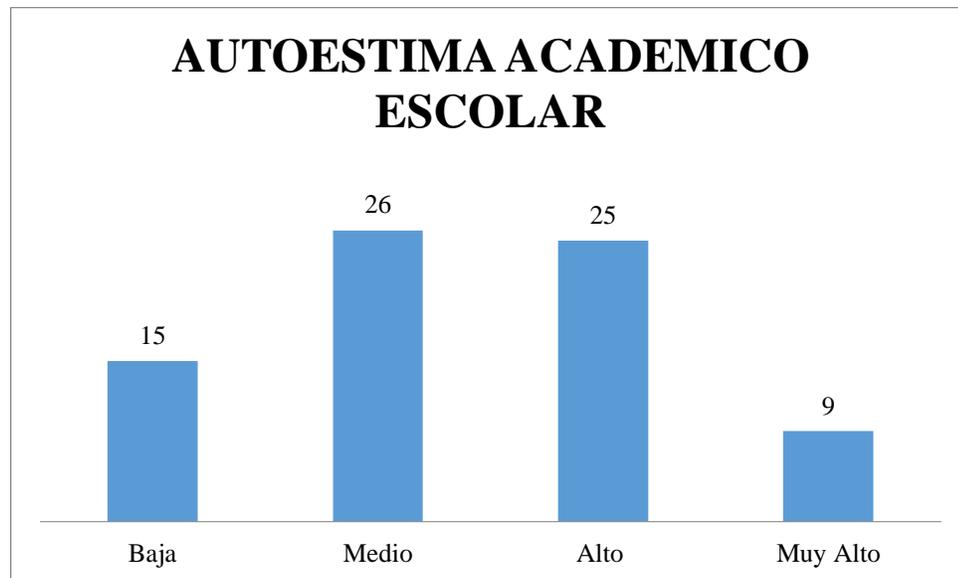
4.7.3. AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR

Corresponde al nivel de aceptación con que la persona valora sus conductas auto descriptivas, en relación con sus condiscípulos y profesores.

4.7.3.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LOS NIVELES DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR

TABLA 31

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Baja	15	20.2	20	20
Medio	26	35.1	35	55
Alto	25	33.7	34	89
Muy Alto	9	11	11	100%
total	75	100.0	100	

GRAFICO 31

En la tabla y gráfico 31 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a los niveles de autoestima Escolar gracias al inventario de Autoestima de Coopermith. En la población de estudiantes de 15 a 17 años. Es así que podemos evidenciar que se divide en 4 grupos de los cuales tenemos los siguientes resultados:

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 15 estudiantes que representa un porcentaje del 20%.

En el nivel Autoestima Media tenemos un 35% que representa a 26 estudiantes parte de la muestra.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 25 estudiantes que representa un 34% del grupo de investigación.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 9 estudiantes que representa un 11% de la población de estudio.

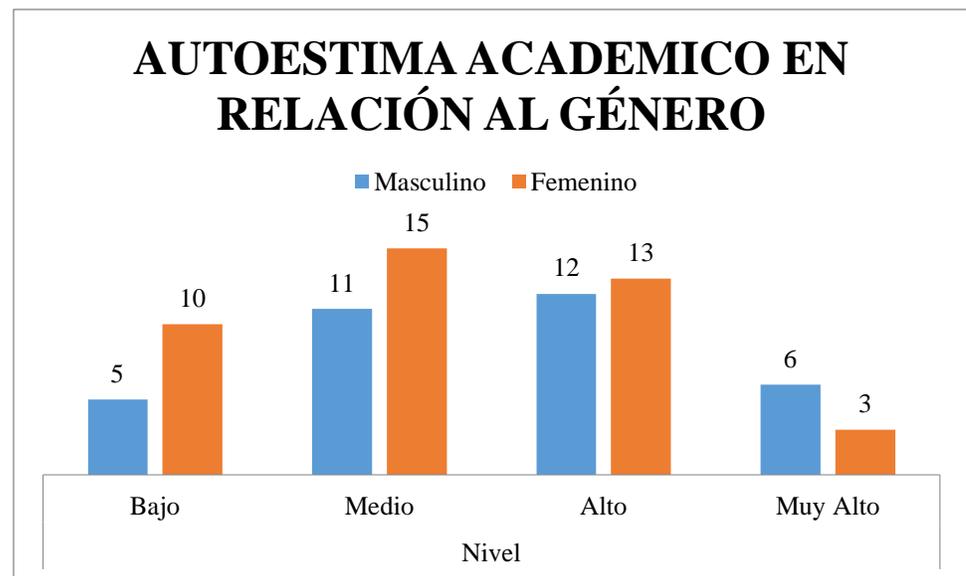
Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el nivel de autoestima es Medio representando un 35% del total del grupo, lo que nos da a entender que el individuo afronta adecuadamente las principales tareas académica, posee una capacidad relativa de trabajar a satisfacción tanto a nivel individual como a nivel grupal.

4.7.3.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN AL GÉNERO

TABLA 32

Autoestima Escolar						
Género	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
Masculino	5	11	12	6	34	46%
Femenino	10	15	13	3	41	54%
Total	15	26	25	9	75	100%

GRÁFICO 32



En la tabla y gráfico 32 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación al género de los niveles de autoestima general gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 46% de estudiantes del género masculino con una frecuencia de 34 y un 54% del género femenino que representa a 41 estudiantes.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 15 estudiantes, de los cuales 10 estudiantes son del género femenino y 5 del género masculino.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 26 de los cuales 11 son del género masculino y 15 estudiantes son del género femenino.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 25 estudiantes dentro este grupo 14 son del género masculino y 13 son del género femenino.

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 9 estudiantes dentro este grupo 6 son del género masculino y 3 son del género femenino.

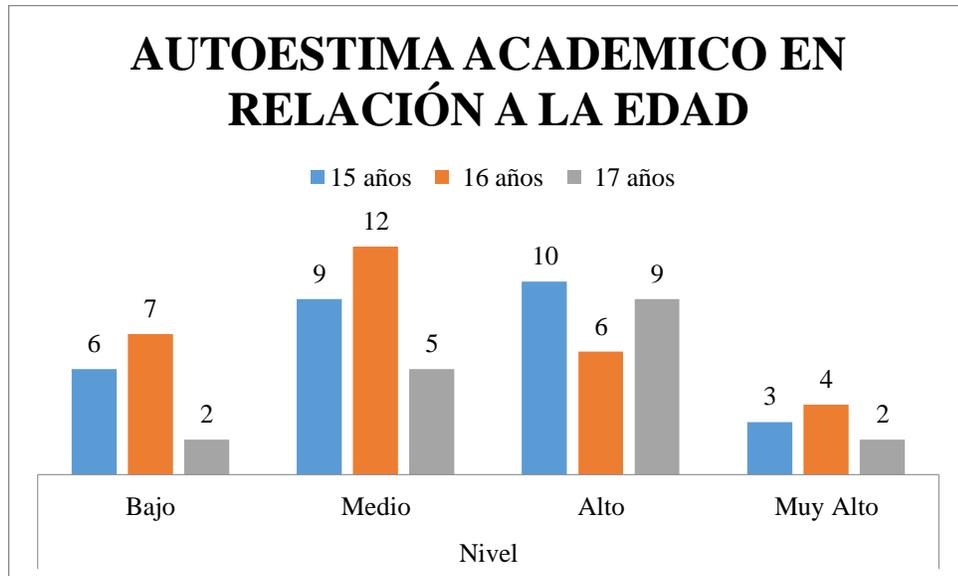
Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años el género que predomina es el femenino, y el nivel de autoestima distinguido es Autoestima Medio en relación al ámbito escolar o académico con 29 estudiantes dentro el grupo de estudio.

4.7.3.3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE AUTOESTIMA ACADÉMICO – ESCOLAR EN RELACIÓN A EDAD

TABLA 33

Autoestima Escolar						
Edad	Nivel				Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
15 años	6	9	10	3	28	36%
16 años	7	12	6	4	29	40%
17 años	2	5	9	2	18	24%
Total	15	26	25	9	75	100%

GRÁFICO 33



En la tabla y gráfico 33 tenemos los resultados obtenidos de la investigación en relación a la edad de los niveles de autoestima Escolar académico gracias al inventario de Autoestima de Cooperrmith, y los resultados obtenidos son:

Existe un 36% de estudiantes de 15 años con una frecuencia de 28, un 40% de estudiantes de 16 años que representa a 29 estudiantes y un 24% con una frecuencia de 18 estudiantes de 17 años.

En el nivel Autoestima Baja tenemos un grupo de 15 estudiantes, de los cuales 6 estudiantes tienen 15 años, 7 estudiantes tienen 16 años y 2 estudiantes tienen 17 años.

En el nivel Autoestima Media tenemos un grupo de 26 estudiantes, de los cuales 9 estudiantes tienen 15 años, 12 tiene 16 años y 5 estudiantes tienen 17 años.

En el nivel Autoestima Alta tenemos una frecuencia de 25 estudiantes dentro este grupo 10 tienen 15 años, 6 estudiantes tienen 16 años y 9 estudiantes tienen 17 años

En el nivel Autoestima Muy Alto tenemos un grupo de 9 estudiantes dentro este grupo tenemos 3 estudiantes de 15 años, 4 estudiantes tienen 16 años y 2 estudiantes tienen 17 años.

Podemos concluir que entre los estudiantes de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes de edades entre 15 a 17 años existe mayor porcentaje de estudiantes de 16 años, dentro el nivel Medio de autoestima escolar o académico.

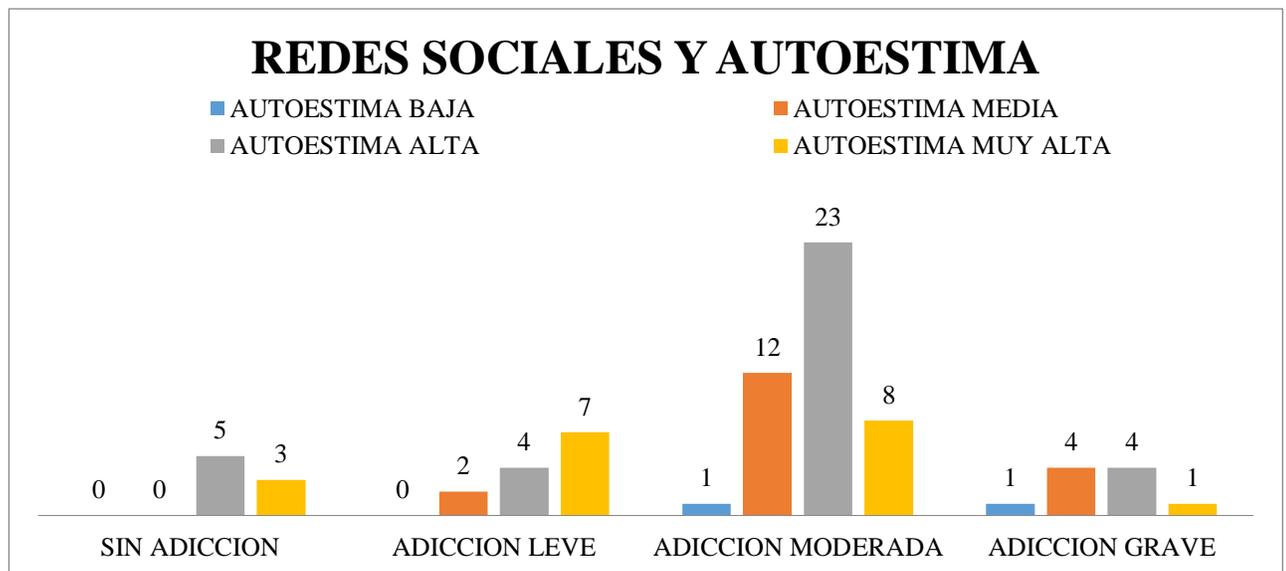
4.8.RESULTADOS DE LA RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA

4.8.1. TABULACIÓN CRUZADA ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA

TABLA 34

	REDES SOCIALES				TOTAL	
	NIVELES	SIN ADICCIÓN	ADICCIÓN LEVE	ADICCIÓN MODERADA		ADICCIÓN GRAVE
AUTOESTIMA BAJA		0	0	1	1	2
AUTOESTIMA MEDIA		0	2	12	4	18
AUTOESTIMA ALTA		5	4	23	4	36
AUTOESTIMA MUY ALTA		3	7	8	1	19
TOTAL		8	13	44	10	75

GRÁFICO 34



La tabla y gráfico 34 muestran una tabulación cruzada entre las variables de estudio Redes Sociales y autoestima, los resultados obtenidos de la investigación de un grupo de 75 estudiantes de 15 a 17 años de la unidad educativa Particular igual de Cervantes Saavedra.

Podemos observar que en el nivel sin adicción tenemos 8 estudiantes de los cuales 5 tienen autoestima Alta y 3 tiene autoestima muy Alta, por lo contrario, no tenemos frecuencia en autoestima Baja y Autoestima Media.

En el Nivel Adicción Leve tenemos 13 estudiantes dentro este grupo 2 estudiantes con autoestima Media, 4 estudiantes con autoestima Alta y 7 estudiantes con autoestima Muy Alta.

En el nivel Adicción Moderada tenemos a 44 estudiantes de los cuales 14 tiene Autoestima Baja, 12 tienen Autoestima Media, 23 estudiantes tienen autoestima Alta y 8 tiene autoestima Muy Alta.

En el nivel Adicción Grave tenemos un grupo de 10 estudiantes de los cuales 1 estudiante tiene autoestima Baja, 4 estudiantes tienen Autoestima Media al igual que 4 tienen autoestima Alta y por último tenemos 1 estudiante que tiene autoestima Muy Alta.

4.8.2. CORRELACIÓN ÉNTRELOS VALORES DEL CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA

Para realizar la correlación entre las variables de estudio de la presente investigación se utilizó el coeficiente de correlación simple de Pearson esta nos proyecta una medida de asociación entre dos variables y se simboliza con la letra r .

Se utilizó el Programa Estadístico IBM SPSS Statistics 23.0. Gracias a este programa estadísticoinformático que es usado en las ciencias sociales, de cual obtuvimos datos de correlación como un diagrama de dispersión que nos grafica los resultados de correlación.

		REDESSOCIALES	AUTOESTIMA
REDESSOCIALES	Correlación de Pearson	1	-,380**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	75	75
AUTOESTIMA	Correlación de Pearson	-,380**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	75	75

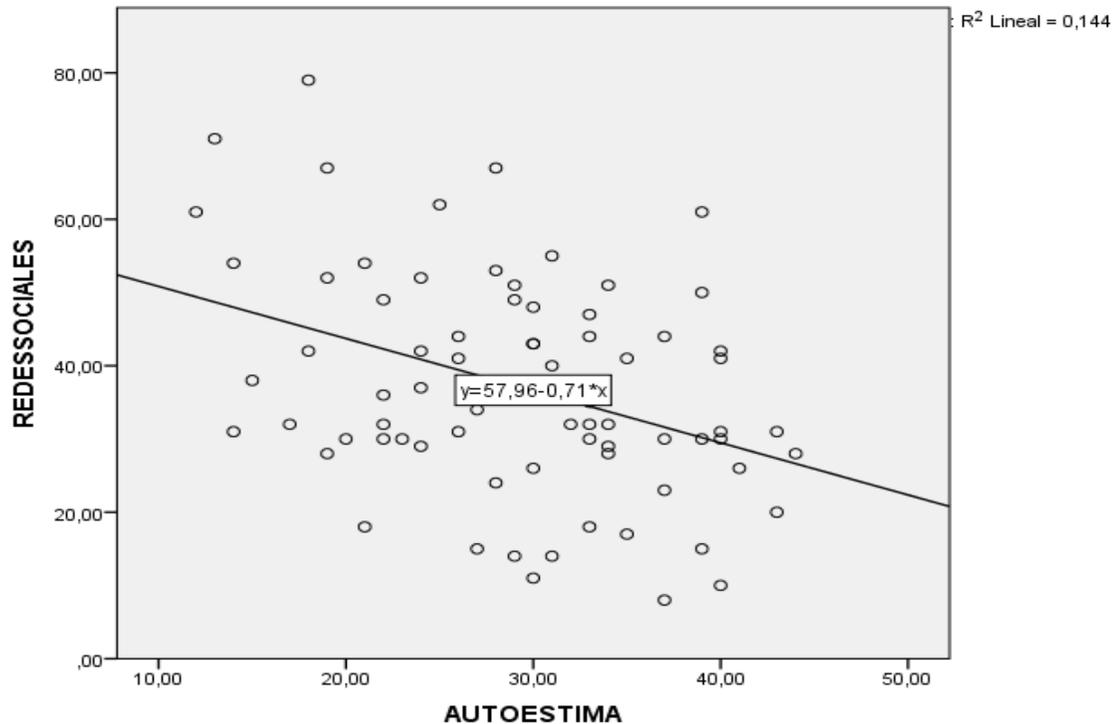
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Podemos concluir gracias al coeficiente de correlación de Pearson que Existe correlación significativa entre las variables Autoestima y Adicción a redes sociales ya que la significación es de 0.01y por lo tanto menor de 0.05. La correlación de Pearson (r : -0.380) señala que se trata de una relación **Negativa Baja** al estar próxima a 0.

Por consiguiente, estos datos nos dan a entender que no existe correlación entre nuestras Variables, es decir que estudiantes que presentan mayores niveles de Autoestima no llegan a tener niveles moderados o graves de adicción a redes sociales en una Unidad Educativa Particular, que en nuestro caso de estudio fue la Unidad Educativa Miguel de Cervantes Saavedra.

4.8.3. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN

El diagrama de dispersión es una manera gráfica de demostrar la correlación que se da entre dos variables, el diagrama debe ser lineal para indicar y percibir la correlación que se tiene:



4.8.4. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

CHI CUADRADO

Para validar los resultados obtenidos de la presente investigación se aplicó la prueba de significancia de CHI cuadrada (x2) por lo cual se lanzó las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación significativa entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz.

Ha: Si existe relación significativa entre Adicción A Redes Sociales y Autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz

FORMULA DE LA CHI CUADRADA	FÓRMULA DE GRADOS DE LIBERTAD
$X^2 = \sum (Fo - Fe)^2 / Fe$	$G (1) = (f - 1) (c-1)$

RESULTADOS			
CHI CUADRADA	GRADOS DE LIBERTAD	NNIVEL DE CONFIANZA	TABLA
$X^2 = 0.12$	9	0.05	$X^2T = 16.92$

Obteniendo los resultados se encuentra que $x^2c < x^2t$ por lo tanto se acepta la Hipótesis Nula y se rechaza la Hipótesis Alterna.

De acuerdo a estos resultados pudo comprobarse que el chi-cuadrado calculado es menor que el chi – cuadrado de tablas, por lo cual se rechaza nuestra hipótesis alterna y se acepta nuestra hipótesis Nula. Es decir, “El grado de relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima no es significativa en estudiantes de 15 a 17 años de la Unidad educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra”.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.7. CONCLUSIONES

Debido a que el uso habitual de las nuevas tecnologías de información y comunicación han traído cambios en las prácticas cotidianas de interacción social, relacionándose con el desarrollo y el ajuste personal, especialmente en las etapas de la adolescencia y la juventud; han generado en la sociedad actual una creciente preocupación, llegando incluso a ser catalogadas como adicción. Adicción que se ha caracterizado por la pérdida de control, dependencia, alteración de estados emocionales, entre otros. Alzando a estar relacionadas con las alteraciones en el proceso de socialización y de la autoestima (Echeburúa, Labrador y Becoña 2009).

De este modo en este capítulo se detalla las conclusiones de esta investigación, tomando en cuenta los resultados alcanzados y los hallazgos más representativos obtenidos del análisis de los datos. Considerando que la muestra está conformada por 75 estudiantes de ambos géneros en edades de 15 a 17 años de la unidad educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra.

CONCLUSIÓN A LA HIPOTÉSIS

Gracias a la aplicación de la prueba del chi cuadrado podemos aceptar una de nuestras hipótesis con las que trabajamos, teniendo presente que:

Ho: No existe relación significativa entre Adicción a redes sociales y Autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz.

Ha: Si existe relación significativa entre Adicción a redes sociales y Autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz

De acuerdo a nuestros resultados pudimos comprobar que ya que el chi-cuadrado calculado es menor que el chi – cuadrado de tablas, por lo cual se rechazamos nuestra hipótesis alterna y se acepta la hipótesis Nula. Es decir, *“No existe relación significativa entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en los estudiantes de 15 a 17 años de la unidad Educativa Particular Miguel de Cervantes Saavedra de la ciudad de La Paz”*

CONCLUSIÓN AL OBJETIVO GENERAL

Ya que el propósito central de la presente investigación fue:

“Establecer la relación entre Adicción a redes sociales y Autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una unidad educativa particular de la ciudad de la Paz”

Para llegar a concretar el objetivo general del presente trabajo de investigación, se realizó un proceso tanto teórico como estadístico pasos para llegar a alcanzar dicho objetivo. De tal forma, una vez logrado los objetivos propuestos se concluye de manera general que existe relación significativa baja entre las variables adicción a redes sociales y Autoestima, siendo esta de tipo negativa o inversa. Los resultados indican una relación negativa entre las variables adicción a redes sociales y autoestima.

Ya que el grado de relación se encuentra en un nivel medio negativa de correlación, al obtener $-0,380$.

Debemos considerar como señala Echeburúa (2010) que la adicción a Internet y a las redes sociales es un fenómeno preocupante, además que el abuso de Internet puede ser una manifestación secundaria a otros problemas en relación a la personalidad, pero lo característico de la adicción o el uso intensivo a Internet, es que ocupa una parte central de la vida del joven, que utiliza la pantalla del computador o del teléfono celular para escapar de la vida real y mejorar su estado de ánimo.

Este resultado abre las puertas a futuras investigación, quizá con grupo de trabajo de unidades educativas fiscales ya que como se mencionó en nuestro objetivo el estudio fue realizado en una unidad educativa particular, el enfoque hacia este establecimiento fue gracias a que el manejo académico dentro el colegio es más flexible en el punto que

pueden hacer uso de dispositivos móviles dentro la unidad educativa y no es tan estricto en la forma de imponer en los reglamentos el uniforme, vestimenta, arreglo personal.

Así mismo abordando la investigación se encontró una investigación realizada dentro de un establecimiento fiscal que analiza la relación entre Adicción a redes sociales y Auto concepto (Mamani. 2018), que encuentra una relación significativa entre Auto concepto y adicción a redes sociales en estudiantes de 14 a 16 años del Colegio La Merced.

Cabe resaltar que estos datos nos dan un plus para abordar más en esta área de investigación para encontrar nuevos datos y analizar más Variables en torno a estas Variables, como menciona Jiménez M. (2015) en sus investigaciones refiriendo que los adolescentes mantienen una preocupación constante por las redes sociales y en especial por publicaciones en la red social que afecten a su persona, de la misma forma los usuarios que se encuentran incomunicados o desconectados de la red social pueden experimentar estados de ansiedad e irritabilidad.

CONCLUSIONES A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- En cuanto al análisis del nivel de Adicción a redes sociales podemos distinguir que dentro el grupo de estudiantes de 15 a 17 años de una unidad educativa particular, tenemos un porcentaje elevado representado por el 58% de Adicción moderada a las reds sociales seguido por adicción leve y grave y por último esta sin adicción con un porcentaje mínimo, por lo que en futuras investigaciones es importante considerar que adolescentes mayores a 16 años presentan menos interés por estar permanentemente conectados a redes sociales. Según estudios para Latinoamérica realizados por la empresa Comscore el segmento de usuarios activos en todos los servicios de entretenimiento que ofrecen las redes sociales son los usuarios entre 15 y 25 años. Comscore (2015).No obstante, el mayor riesgo que se puede esperar, como lo cita (Olivia,2012), es el generar un comportamiento adictivo, no solo relacionado la dedicaron descontrolada, sino a la dependencia que se podría originar y la falta de control sobre las conductas generadas por la exposición a la información procesada; como menciona el

mismo autor “esta adicción es más probable que se genere en el adolescente que en el adulto, debido a que su corteza pre frontal se encuentra inmadura y su autocontrol no ha alcanzado aún el nivel adulto”

- Entre las redes sociales más usuales se encuentra el Whats App y Messenger, seguido de otras redes como el Facebook, twitter e Instagram, cabe destacar que una parte de la muestra encuestada menciona utilizar de manera simultánea las redes Facebook y WhatsApp. Según estadísticas en Bolivia la red social más utilizada es Facebook que tiene 3.500.00 usuarios registrados en el país (Latameclick,2015), desde el 2012 hasta el año 2015 la red social Facebook ha tenido un crecimiento de 42% donde el segmento de edad con mayoría de usuarios es de 18 a 24 años con el 37% del total de usuarios.
- Por otra parte, y con relación al lugar de conexión los resultados indican que una mayoría de la muestra se conecta desde sus teléfonos móviles, seguidos del grupo de estudiantes que se conectan desde sus casas, un porcentaje bajo menciona conectarse desde cabinas de internet.

En cuanto a la frecuencia de conexión a redes sociales una mayoría de la muestra menciona estar conectado de siete a doce veces por día, seguidos del grupo que se conecta todo el tiempo. Estas conductas pueden afectar su grado de concentración para los estudios secundarios, ya que el tiempo dedicado al uso de las redes sociales merma el desempeño en actividades académicas, relaciones familiares y la calidad de sueño, entre otras consecuencias negativas. El estudio realizado por Jiménez M. (2015) para la empresa tendencias digitales, puede explicar porque los jóvenes se encuentran permanentemente conectados a las redes sociales, ya que su investigación revela que los jóvenes se sienten aislados de su grupo de pares cuando no usan la tecnología e internet, y si bien las tecnologías facilitan los nuevos vínculos sociales, los jóvenes temen sentirse aislados, de manera que las redes sociales pueden convertir a sus usuarios en personas dependientes de la red social. Para la juventud actual el uso continuo y prolongado de redes sociales podría considerarse como normal.

- En cuanto a la antigüedad de uso de redes sociales mencionan tener un aproximado de 5 a 7 años de la creación de su cuenta en redes sociales, de acuerdo a la actividad que más realizan los estudiantes en red social, es comunicarse “Chatear” con sus contactos como también ver publicaciones, ver memes, videos, fotos, chistes, mensajes, etc. Así también existe un grupo no minoritario pero significativo que mencionan usar las redes sociales para informarse, como ser noticias, accidentes, temas actuales, enfrentamientos, personas desaparecidas, problemas de tránsito, eventos y otros temas. Y un grupo minoritario que se dedica a otras actividades ya sea juegos, tener grupos especiales, comprar y otras acciones.

Esta forma de comunicación popular mencionada como “chat” se antepone en casos a la comunicación directa. Se debe tomar en cuenta que las redes sociales brindan al adolescente la seguridad de que en algún lugar recóndito alguien lo escucha, le presta atención y representan un espacio de ideales. Echeburua E. (2010). Mencionando lo referido por (Olivia, 2012) que nos indica que una de las consecuencias del uso frecuente de redes sociales es la disminución de tiempo dedicado actividades antes consideradas como habituales, como el leer, estudiar, jugar, pasear, etc.

- En lo que respecta a los factores del cuestionario de adicción a redes sociales es importante mencionar que se obtuvieron altos índices en los ítems relacionados con el factor de obsesión por las redes sociales, seguido de los ítem que miden el factor de falta de control en el uso de redes sociales, y por el contrario en los ítems que miden el factor uso excesivo de redes sociales las respuestas tienen puntajes mínimos, por lo que pocos estudiantes reconocen hacer un uso excesivo de las redes sociales pese a que mencionan estar la mayoría del tiempo conectados a ellas. Observando que el uso de redes sociales va en crecimiento constante Echeburua y Corral (2009) realizaron una distinción entre uso frecuente a las nuevas tecnologías y la adicción a las mismas, considerando que no toda conducta adictiva tiene que estar relacionada con la frecuencia con que

realiza la conducta objeto, sino con el grado de dependencia que se genera entre el sujeto y el objeto.

- Los resultados obtenidos de la variable Autoestima nos dieron los siguientes datos gracias al inventario de autoestima de Coopersmith: Se encuentran dentro el nivel de Autoestima Alta, simultáneamente con porcentaje similares se encuentra el nivel de autoestima Medio y muy Alto, y con un grupo minoritario se encuentra el nivel de autoestima Bajo. La adolescencia es una época de oportunidades y riesgos por lo cual es importante el tipo de relaciones que se establezcan, ya sea en las redes sociales o de manera personal. Esta etapa implica cambios que predisponen el desarrollo de problemas psicopatológicos. (Rice, Philip 2002)

Según Coopermith (1990) El nivel alcanzado por los estudiantes de Autoestima Alta a nivel general nos indican que está presente la valoración de sí mismos y altos niveles de aspiración, estabilidad, confianza, adecuadas habilidades sociales y atributos personales. Por otra parte, la autoestima es una necesidad humana vital (Philip Rice 2002) es el valor que los individuos ponen en el yo que perciben, los adolescentes hacen una evaluación cuidadosa de ellos mismos, comparando no solo las partes de su cuerpo, sino también sus habilidades motoras, sus capacidades intelectuales, talentos y habilidades sociales.

- Uno de los factores que mide el inventario de autoestima de Coopermith es Autoestima Social y esta dimensión nos arrojó datos significativos donde podemos evidenciar que existe Autoestima Alta lo que nos da a entender que los estudiantes poseen mayores dotes y habilidades en las relaciones con amigos y colaboradores, así como con extraños, sus relaciones son positivas expresando en todo momento su empatía y asertividad, evidencia un sentido de pertenencia y vínculo con los demás, la aceptación social y de sí mismos están muy combinados.(Coopermith, 1990)

Durante la adolescencia la amistad el círculo social tiene una función estratégica, funge como factor relevante a la socialización de los adolescentes. Puede ser un

medio para aprender habilidades sociales y juega un papel central en la búsqueda del conocimiento y auto concepto. Obtener la aceptación de los grupos sociales se convierte en una poderosa motivación en la vida de los adolescentes, una meta principal del adolescente es ser aceptado por los miembros de un grupo o camarilla por la que se siente atraída. En esta etapa los adolescentes son sensibles a las críticas o a la reacción negativa de los demás. Kail,RobertV. (2011)

- Dentro el Ámbito Familiar Autoestima Hogar evidenciamos un alto nivel de Autoestima alta lo que nos da a entender que existe buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se sienten respetados, tienen independencia y una concepción moral propia, comparten ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones con la familia, tienen concepciones propias acerca de lo que está bien y de lo que está mal en el marco familia.

La familia es la primera fuente de socialización desde la edad temprana y es un eslabon en la larga cadena de influencias que el individuo recibirá a lo largo de su vida (Polaino, 2004)

- Dentro el ámbito Académico o escolar existe un nivel de autoestima Medio lo que nos indican que los estudiantes afrontan de manera relativa las principales tareas académicas, poseen un término medio de la capacidad interiorizarse en el proceso enseñanza-aprendizaje de su satisfacción académica tanto a nivel individual como grupal. Haeussler y Milicic (1996) considera una de las cinco dimensiones la académica que hace referencia a la autovaloración de las capacidades cognitivas y los sentimientos que se generan respecto, como el sentirse inteligente, creativo, etc. Así como la percepción que tiene al momento de enfrentar actividades en el entorno académico.

La importancia del Autoestima es que nos permite dirigirnos hacia objetivos que podamos alcanzar, haciendo uso de nuestras potencialidades, previamente reconocida y aceptadas dentro de sus limitaciones.

- Lo que respecta a la relación de estas dos variables Redes sociales y autoestima gracias al cuestionario de adición a redes sociales (ARS) de Ecurra y Salas

(2014) y el inventario de autoestima de Coopersmith podemos decir que de nuestro grupo muestra de 75 estudiantes el nivel que sobre sale tiene mayor porcentaje entre el grupo muestra son autoestima alta y Adicción moderada. Los datos que nos llaman la atención no son en el nivel de Autoestima sino el de Adicción moderada a redes sociales, ya que se está trabajando con estudiantes de 15 a 17 años que son los niveles superiores de la etapa escolar en una unidad educativa, y según datos de Latamclick que arrojan datos estadísticos en Bolivia menciona que hubo un crecimiento de 42% desde 2012 de excesos a redes sociales y la mayoría de usuarios es de 18 a 24 años seguido a usuarios que corresponden a las edades de 13 a 17 años.

Las redes sociales son importantes para las/los adolescentes escolares porque los comentarios que reciben, en muchos casos, legitiman lo que publican en la red social, de esa manera estimulan aspectos afectivos de su comportamiento. Esto puede incurrir negativamente en la construcción de la identidad de los adolescentes debido a la orientación superficial que se dan en las comunicaciones visuales en Facebook. La intimidad cede ante el deseo de ser popular adicionados a la conducta narcisista y de aceptación de grupo presente en estas dinámicas en la red social Facebook (Paco, 2017)

Durán, y Guerra, (2015) afirman que las redes sociales, como Facebook, Instagram, MySpace, Bebo o Tuenti, permiten a sus usuarios desarrollar espacios compartidos, visibles para sus “amigos o contactos” en los que es posible crear perfiles públicos individuales, e interactuar tanto con amigos con los que se mantiene un contacto fuera de la red como con personas con las que no se mantiene una relación más allá de la propia red social. Así, como apunta Becoña (2006), las redes sociales pueden “atrapar” a las personas, sobre todo adolescentes y jóvenes, ya que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad y a distanciarlas o a distorsionar su mundo real, generando de esta manera un entorno propicio para el desarrollo de una conducta adictiva.

Asimismo, se observa que este tipo de dependencia va reduciendo la interacción social fuera de las redes sociales. Este tipo de comunicación influye, no solo en la forma de socialización, sino que va generando en el individuo limitaciones o alteraciones en su persona, especialmente en su autoestima, ya que hay que recordar que la autovaloración se construye sobre la base de la opinión que cada persona tiene sobre sí misma, a partir de sus atributos, opinión confirmada por cada individuo a partir de la percepción de los demás y de todo aquel que es relevante para él en su vida cotidiana (Peradotto, Vargas y Valdivia, 2005).

Esto atribuye que no solo se debe abordar esta muestra de 15 a 17 años sino abarcar a estudiantes de edad inferior como también a estudiantes de edades superiores a los 17 años que ya cursan niveles académicos universitarios, una de nuestra intención principal al momento de identificar la muestra fueron estudiantes dentro una unidad educativa particular y observando el manejo administrativo dentro la unidad que se manifestaba en un ambiente flexible en el sentido de facilitar el uso de sus dispositivos móviles, también dentro de cada aula se tiene cámaras de seguridad y toda la unidad educativa se encontraba monitoreada, al igual que con el uniforme no son tan rígidos al momento de exigir algún tipo especial estricto de prenda, o en los cortes de cabello o arreglo personal.

Como se mencionó una de las investigaciones realizadas que hacen estudio de adicción a redes sociales y auto concepto podemos evidenciar que en un grupo de estudiantes de 16 a 18 años se encontró Auto concepto Bajo y Adicción moderada a redes sociales. Lo que nos da un hincapié a realizar futuras investigaciones dentro este ámbito para abordar más sobre el tema y preocupación por el uso de redes sociales.

Estos hallazgos son fundamentales, planteando la importancia del uso de las TIC y de las redes sociales, que impone a los jóvenes una responsabilidad para su uso adecuado, que permita un dominio de las nuevas tecnologías, de su lenguaje y sus posibilidades; pero que en ese proceso no se disminuya la habilidad de la

comunicación personal, lo que podría ser necesario: Fomentar la relación con otras personas, potenciar aficiones tales como la lectura, el cine y otras actividades culturales, estimular el deporte y las actividades en equipo, desarrollar actividades grupales, como las vinculadas al voluntariado y estimulando la comunicación y el diálogo al interior de las unidades educativas. Por tanto, los resultados encontrados en la presente investigación pueden traducirse, en un claro beneficio para el diseño de estrategias preventivas y de abordaje, que permitan superar las dificultades asociadas a la adicción a las redes sociales y que permitan un desarrollo saludable de la autoestima.

4.8. RECOMENDACIONES

A base de los resultados obtenidos y conclusiones planteadas proponemos las siguientes recomendaciones:

- Realizar futuras investigaciones abordando un estudio comparativo entre autoestima y adicción redes sociales en unidades educativas Particulares y fiscales. Así como en edades inferiores a los quince años como en jóvenes universitarios
- Desarrollar nuevas investigaciones en torno a adicción a redes sociales y relaciones interpersonales
- Se recomienda a la población dar prioridad a la seguridad y privacidad en redes sociales, ya que son importantes las restricciones en estos sitios virtuales, tomando en cuenta que el conocimiento es la mejor manera de prevenir a la población sobre los riesgos de adicción a Redes sociales.
- Se recomienda la prevención en el ámbito escolar para el uso adecuado de las redes sociales de Internet, fomentando el uso de herramientas para la restricción de información no deseada y páginas con contenidos inapropiados, de la misma manera la promoción del respeto a la intimidad en las redes

sociales mediante el establecimiento de normas de uso de redes sociales, orientadas al autocontrol en el uso de las mismas.

- Se sugiere a los profesionales que están a cargo de los estudiantes establecer programas y talleres hacia la prevención y disminución del uso excesivo de las redes sociales en los adolescentes.
- Elaborar programas basados en los daños psicológicos que pueden acarrear el mal uso de las redes sociales.
- Por último y pese a sus riesgos para jóvenes usuarios es innegable que las redes sociales, son una gran herramienta de comunicación con amigos y familiares que son difíciles de contactar a causa de la distancia o el tiempo libre, por lo que es preciso recomendar a los usuarios establecer adecuados hábitos y actitudes en el uso de Facebook y otras redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- Albarran. (2004). *Autoestima y motivaciones*, citado en Monica Valek Bracho.
- Becoña, E. (2006). *Adiccion a nuevas tecnologias*.Vigo:Nova Galicia Edicions.
- Casales, A., Real J., Marcos B (2011). Las redes sociales de internet. Revista electrónica de tecnología educativa N° 38
- Cocarico,Fabiola(2017) *La Red Social Facecook y su incidencia con la trata y trafico* (Tesis de grado) Universidad Mayor de San Andres
- Colas,M.Gonzales,T.De Palos,J. (2013). *Juventud y redes sociales:motivaciones y usos preferentes*.Comunicar.
- Comsore.com, (2015). *Futuro Digital America Latina*.
- COOPERSMITH,S.(1970)*antecedentes de la consultapsicologica de l analisis del Se-Eteem*.
- Coopersmith, S. (1976). *Bases Teoricas De La Investigacion*.Libro971
- Coopersmith, S. (1976). *Escala De Autoestima Niños Y Adultos*.Acp
- Coopersmith, S. (1976). *Estudio sobre la propia*.
- Coopersmith, S. (1990). *Inventario de Autoestima*. Palo Alto. California: Consulting Psychologists
- Cornejo, Marqueza. (2011). *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet*.
- Duran, M. Guerra, J. (2015)*usos y tendencias adictivas de una muestra de estudiantes universitarios españoles a la red social tuenti*.
- Echeburua, E. Corral, P. (2009). *Las adicciones con o sin droga: una patología de la libertad*.
- Echeburua, Enrique. (2010). *Adiccion a las nuevas tecnologias y a las redes sociales en jovenes:un nuevo reto*.
- Fernandez, N. (2013) *Trastornos de conducta y redes sociales en internet*. Revista Latinoamericana, vol. 36 num.6

- Haessler, Milicic (1996) *Autoestima y dimensiones*.
- INE,(2016). *Bolivia reporta 4,9 millones de conexiones a internet*.
- INE,(2017). *La Poblacion de Bolivia se mantiene Joven*
- INFOBAE. (2015). *Autoestima baja: solo el 3% de las jóvenes se considera “hermosa” Argentina*
- Jimenez, M. (2015) *la educación popular del siglo XXI: una resistencia intercultural*. Praxis & saber 6.
- Kail, Robert.(2011.) *Desarrollo humano*.5ta edicion.Mexico.
- La Razon. (2015). *Cerca de la mitad de la poblacion en Bolivia tiene acceso a internet*.
- La Razon. (2015). *Detectan baja autoestima en 7 de cada 10 adolescentes*.
- Latamclick. (2015). *Estadísticas de facebook en Bolivia*, Abad Daniela.
- Martinez,Maria. (2017). *Niveles de autoestima en adolescentees homosexuales y heterosexuales*. (Tesis). Universidad Mayor de San Andres
- Moran Susana. (2015). *Analisis del uso del celular y su impacto en el aprendizaje en estudiantes*.Ecuador
- Navarro, A. Jaimes, G.(2007). *Adiccion a internet,revision critica de la literatura*.Colombia.
- Niemz. Griffiths. Banyard(2005)*Prevalencia de uso patologico de internet entre universitarios y correlaciones con la autoestima*.
- OLIVIA,A(2007)*desarrollo cerebral y asuncion de riesgos durante la adolescencia*.
- Olivia, Alfredo. Moreno, Carmen. Jimenez, Antonia. Ramos, Pilar. (2012)*Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologias entre adolescentes y jovenes andaluces*.
- OMS. (2017) *Adolescentes:riesgos para la salud y soluciones*
- Papalia, D, Wemdkos, S. Duskin, R.(2001). *Desarrollo humano*(Octava Edicion)
- Peradotto, P. Vargas ,J. y Valdivia, R.(2005). *Autoestima y refuerzo en estudiantes de quinto basico de una escuela de alto riesgo*.

Philippe,Rice(2002). *Adolescencia,desarrollo,relacionesy cultura*.

Polaino, (2004). *Familia y Autoestima* (Segunda Edicion).

Revista Fuentes. (2015). *internet, redes sociales y adolescencia:un estudio en centros de educacion secundaria de la region de murcia*.

Rice,Fhilip. (2002). *Desarrollo humano estudio del ciclo vital*.

Sanchez Y Reyes (2006) *Metodologia y diseño de la investigacion cientifica*.

Sanchez, X. Castellana, M. Chamarro, A. Oberst, U.(2008). *La adiccion a internet y al movil ¿mod o trastorno?*.

Sanoja, Manuela (2016). *Asi afectan las redes sociales a tu autoestima segun tu edad*.revista La Vanguardia,Marzo

Tejedor ,S. Pulido, C.(2012). *Retos y riesgos del uso de internet por parte de los menores ¿Cómo empoderarlos?, Comunicar*.

ANEXOS

- 1. Cuestionario de adición a redes sociales**
- 2. Inventario de autoestima de Coopersmith**
- 3. Coeficiente de correlación de Pearson**

1.

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES (ARS)

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

Nombre:.....

Edad.....Unidad

Educativo:.....Curso:.....Sexo (F) (M)

PARTE I

Cual o cuales son las redes sociales que más utiliza

.....

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de narespuesta)

Enmicasa ()

En las cabinas de internet ()

En mi celular ()

En las computadoras del colegio ()

¿Con que frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo estoy conectado () Entre siete a doce veces al día

() Entre tres a seis veces

De todas las personas que conoce a través de la red social ¿Cuántos conoce personalmente?

- 10% o menos
- Entre el 11% y 30%
- Entre el 31% y el 50%
- Entre el 51% y el 70%
- Más del 70 %

¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos? (nombre, edad, género, dirección, etc.)

SI NO

Hace cuánto tiempo es usuario de la red social

.....

..... Cuantos contactos tiene en su red social

.....

¿Cuál es la actividad que más realiza en las redes sociales?

.....

ARS

PARTE II

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste todos ellos con sinceridad, no existe respuestas buenas o malas. Marque un aspa (x) en el espacio que corresponda a lo que Ud. Siente piensa y hace:

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

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Ciento 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.	Nosé 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, amigos, familiares; me han llamado a atención por el tiempo que dedico a 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.					

2.

COOPERSMITH'S SELF-ESTEEM INVENTORY IAE DE COOPERSMITH

Versión en español del Dr. Joseph O. Prewitt-Díaz
Pennsylvania State niversity, 1984
Adaptación para Chile (1989): Hellmut Brinkmann Teresa Ségure M. Inés Solar

INSTRUCCIONES

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

Si la declaración describe como te sientes usualmente, pon 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 como te sientes usualmente pon una "X" en el paréntesis correspondiente en la columna debajo de la frase "distinto a mí" (columna B) en la hoja de repuestas.

No hay respuestas buenas ni malas, correctas o incorrectas. Lo que interesa es solamente conocer que es lo que habitualmente sientes o piensas.

Ejemplo: Me gustaría comer helados todos los días.

Si te gustaría comer helados todos los días, pon una "X" en el paréntesis debajo de la frase "igual que yo", frente a la palabra "ejemplo", en la hoja de respuestas.

Si no te gustaría comer helados todos los días, pon una "X" en el paréntesis debajo de la frase "distinto a mí", frente a la palabra "ejemplo", en la hoja de respuesta.

Marca todas tus respuestas en la hoja de repuestas, no escribas nada en este cuadernillo.

No olvides anotar tu nombre, fecha de nacimiento, y la fecha de hoy en la hoja de respuestas.

Preguntas Inventario

1. Paso mucho tiempo soñando despierto.
2. Estoy seguro de mi mismo.
3. Deseo frecuentemente ser otra persona.
4. Soy simpático.
5. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.
6. Nunca me preocupo por nada.
7. Me abochorno (me da plancha) pararme frente al curso para hablar.
8. Desearía ser más joven.
9. Hay muchas cosas acerca de mi mismo que me gustaría cambiar si pudiera.
10. Puedo tomar decisiones fácilmente.
11. Mis amigos gozan cuando están conmigo.
12. Me incomodo en casa fácilmente.
13. Siempre hago lo correcto.

14. Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela)
15. Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer.
16. Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas.
17. Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago.
18. Soy popular entre compañeros de mi edad.
19. Usualmente mis padres consideran mis sentimientos.
20. Nunca estoy triste.
21. Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo.
22. Me doy por vencido fácilmente.
23. Usualmente puedo cuidarme a mí mismo.
24. Me siento suficientemente feliz.
25. Preferiría jugar con niños menores que yo.
26. Mis padres esperan demasiado de mí.
27. Me gustan todas las personas que conozco.
28. Me gusta que el profesor me interrogue en clase.
29. Me entiendo a mí mismo
30. Me cuesta comportarme como en realidad soy.
31. Las cosas en mi vida están muy complicadas.
32. Los demás compañeros casi siempre siguen mis ideas.
33. Nadie me presta mucha atención en casa.
34. Nunca me regañan.
35. No estoy progresando en la escuela como me gustaría.
36. Puedo tomar decisiones y cumplirlas.
37. Realmente no me gusta ser muchacho (muchacha)
38. Tengo una mala opinión de mí mismo.
39. No me gusta estar con otra gente.
40. Muchas veces me gustaría irme de casa.
41. Nunca soy tímido.
42. Frecuentemente me incomoda la escuela.

43. Frecuentemente me avergüenzo de mí mismo.
44. No soy tan bien parecido como otra gente.
45. Si tengo algo que decir, usualmente lo digo.
46. A los demás “les da” conmigo.
47. Mis padres me entienden.
48. Siempre digo la verdad.
49. Mi profesor me hace sentir que no soy gran cosa.
50. A mi no me importa lo que pasa.
51. Soy un fracaso.
52. Me incomodo fácilmente cuando me regañan.
53. Las otras personas son más agradables que yo.
54. Usualmente siento que mis padres esperan más de mí.
55. Siempre sé que decir a otras personas.
56. Frecuentemente me siento desilusionado en la escuela.
57. Generalmente las cosas no me importan.
58. No soy una persona confiable para que otros dependan de mi

PAUTA DE CORRECCIÓN

Pregunta	Igual que Yo (A)	Distinto a Mi (B)	Pregunta	Igual que Yo (A)	Distinto a Mi (B)
1	G		30		G
2	G		31		G
3		G	32	S	
4	S		33		H
5	H		34	M	
6	M		35		E
7		E	36	G	
8		G	37		G
9		G	38		G
10	G		39		S
11	S		40		H
12		H	41	M	
13	M		42		E
14	E		43		G
15		G	44		G
16		G	45	G	
17		G	46		S
18	S		47	H	
19	H		48	M	
20	M		49		E
21	E		50		G
22		G	51		G
23	G		52		G
24	G		53		S
25		S	54		H
26		H	55	M	
27	M		56		E
28	E		57		G
29	G		58		G

Inventario de Autoestima – Coopersmith

HOJA DE RESPUESTAS

Nombre:.....
.....

Fecha de nacimiento:..... Edad:

.....

Centro o

Colegio:.....

.....

Curso:..... Fecha:

.....

Pregunta	Igual que Yo (A)	Distinto a Mi (B)		Pregunta	Igual que Yo (A)	Distinto a Mi (B)
1				30		
2				31		
3				32		
4				33		
5				34		
6				35		
7				36		
8				37		
9				38		
10				39		
11				40		
12				41		
13				42		
14				43		
15				44		
16				45		
17				46		
18				47		
19				48		
20				49		
21				50		
22				51		
23				52		
24				53		
25				54		
26				55		

27		
28		
29		

56		
57		
58		