



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
(UTN)**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(FECYT)**

**CARRERA: PSICOLOGÍA**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,  
MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**“IMPACTO DEL USO DE REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA DE  
ADOLESCENTES DE 14 Y 15 AÑOS DE LA UNIDAD EDUCATIVA  
MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO EN EL  
AÑO LECTIVO 2024-2025.”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en Psicología.**

**Línea de investigación:** Desarrollo Social y del Comportamiento Humano

**Autores:** Acosta Mesias Shirley Mishell y Macias Montenegro Jeniffer Marlene

**Director:** Msc. Julio César Guzmán Bravo

Ibarra -Octubre – 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	2300233174/ 2350238693	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	ACOSTA MESIAS SHIRLEY MISHHELL MACIAS MONTENEGRO JENIFFER MARLENE	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Santo Domingo de los Tsáchilas, Santo Domingo, Coop. Juan Eulogio, Avenida Patricio Romero y Calle 5. Santo Domingo de los Tsáchilas, Santo Domingo, Avenida Patricio Romero Barberis y Pasaje Jirón.	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:shirleyacostamesias@gmail.com">shirleyacostamesias@gmail.com</a> <a href="mailto:jennymaciasmontenegro@gmail.com">jennymaciasmontenegro@gmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	095 862 6020 099 023 7616

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“Impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre de la ciudad de Santo Domingo en el año lectivo 2024-2025.”
<b>AUTOR (ES):</b>	Acosta Mesias Shirley Mishell y Macias Montenegro Jeniffer Marlene
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	15/10/2025
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Psicología
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Julio Cesar Guzmán Bravo / Msc. Erika Carolina del Pozo Ramos

## CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días, del mes de octubre de 2025.

### LOS AUTORES:

Firma.....

Nombre: Acosta Mesias Shirley Mishell

Firma.....

Nombre: Macias Montenegro Jeniffer Marlene

# **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Ibarra, 15 de octubre de 2025

Msc. Julio César Guzmán Bravo

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

*f)*

Msc. Guzmán Bravo Julio César

*C.C.: 1002438602*

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Vicente y Patricia, por su apoyo incondicional, a mis hermanos Karen, Helen, John, Kenner y Dereck, por estar acompañándome durante este proceso.

A Borys, mi compañero de vida, por ser mi pilar emocional durante este proceso. Gracias por tu amor, tu apoyo inquebrantable y por demostrarme en cada paso lo orgulloso que estás de mí.

Con gratitud y amor, Shirley Acosta.

A la memoria de mi madre Marlene. Quién con su amor, fortaleza y ejemplo moldeó a la persona que soy ahora. Aunque hoy no esté a mi lado, su apoyo incondicional continúa guiándome en mi trayectoria personal, profesional y académica. Cada meta alcanzada está dedicada a ella con todo mi amor y agradecimiento. Espero que, donde quiera que esté, se sienta orgullosa de mí.

Con todo mi amor y gratitud, Jeniffer Macias.

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestro estimado tutor y a nuestro asesor Msc. Julio Guzmán y Msc. Carolina del Pozo, expresamos nuestro más sincero agradecimiento por la invaluable guía, paciencia y dedicación durante este proceso de investigación. Su compromiso con nuestra formación académica y profesional será siempre recordado con gratitud.

A Cinthya y Cristian, por su apoyo brindado en cada viaje a Ibarra, Su compañía, apoyo y hospitalidad son recordadas con aprecio y gratitud.

A los amigos que la Universidad me dejó, por su amistad brindada, cada tarea realizada juntos fue enriquecedora y estoy feliz de haber compartido este camino con ustedes.

- Shirley Acosta

A mi familia, especialmente a mi hermana Katherin, por su apoyo incondicional, su tiempo y ánimo constante durante toda mi carrera. Su respaldo fue clave para afrontar los desafíos de acoplar mis estudios con las responsabilidades laborales.

A mis amigas, compañeras de trabajo y demás compañeros de carrera, gracias por su apoyo, colaboración y por compartir conmigo esta valiosa etapa que siempre recordaré con gratitud.

-Jeniffer Macias

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de la investigación fue analizar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre de la ciudad de Santo Domingo, durante el año lectivo 2024-2025. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo y transversal, utilizando el Inventario de Autoestima de Coopersmith y un cuestionario estructurado para evaluar el uso de redes sociales en una muestra de 84 estudiantes. Los resultados revelaron que el 71,4% de los adolescentes presentaron un nivel promedio de autoestima, mientras que un 23,8% manifestaron baja autoestima. Asimismo, el 40,5% usa redes sociales, y se identificó una correlación negativa significativa ( $r = -0,263$ ,  $p < 0,05$ ) entre el uso de estas plataformas y los niveles de autoestima. Se concluye que el uso frecuente de redes sociales representa un factor de riesgo para la autoestima de los adolescentes, siendo fundamental implementar estrategias psicoeducativas que fortalezcan la autoestima y promuevan un uso responsable y crítico de dichas plataformas.

Palabras clave: Autoestima, redes sociales, adolescentes, intervención psicoeducativa.

## ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the impact of social media use on the self-esteem of 14- and 15-year-old adolescents at the Mariscal Sucre Educational Unit in the city of Santo Domingo during the 2024-2025 school year. The methodology applied was quantitative and cross-sectional, using Coopersmith's Self-Esteem Inventory and a structured questionnaire to assess social media use in a sample of 84 students. The results revealed that 71.4% of adolescents had an average level of self-esteem, while 23.8% reported low self-esteem. Likewise, 40.5% use social media, and a significant negative correlation ( $r = -0.263$ ,  $p < 0.05$ ) was identified between the use of these platforms and levels of self-esteem. It was concluded that frequent use of social media represents a risk factor for adolescents' self-esteem, making it essential to implement psychoeducational strategies that strengthen self-esteem and promote responsible and critical use of these platforms.

Keywords: Self-esteem, social media, adolescents, psychoeducational intervention.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## Contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
Motivación para la Investigación .....	1
Problema de Investigación.....	2
Justificación .....	3
Impactos en la Investigación .....	4
Problemas en la investigación .....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos .....	6
<b>CAPITULO I: MARCO TEÓRICO</b> .....	7
1.1 Autoestima.....	7
1.1.1 Definición de autoestima.....	7
1.1.2 Componentes de la autoestima .....	8
1.1.3 Desarrollo de la autoestima en la adolescencia.....	10
1.1.4 Factores que influyen en la autoestima de los adolescentes.....	11
1.2 Redes Sociales .....	12
1.2.1 Definición de redes sociales .....	12
1.2.2 Principales redes sociales utilizadas por adolescentes .....	14
1.2.3 Características de uso de redes sociales .....	15
1.3 Relación entre autoestima y redes sociales.....	16
1.3.1 Efectos de las redes sociales en la percepción personal.....	16
1.3.2 Influencia de las redes sociales en la autoestima. ....	17
1.3.3 Consecuencias emocionales del uso de redes sociales.....	18
1.3.4 Dimensiones del Impacto de las Redes Sociales en la Autoestima.....	19
<b>CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	21
2.1 Tipo de Investigación .....	21
2.2 Técnicas e instrumentos de investigación .....	21
2.3 Pregunta de investigación.....	22
2.4 Matriz de operacionalización de variables .....	23
2.5 Participantes .....	24

2.6 Procedimiento y análisis de datos.....	25
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Niveles de Autoestima.....	27
3.2 Niveles de Frecuencia de Uso de Redes Sociales.....	28
3.3 Correlación entre Autoestima y Frecuencia de uso de Redes Sociales .....	29
3.4 Discusión .....	30
<b>CAPÍTULO IV: PROPUESTA .....</b>	<b>32</b>
4.1 Nombre de la propuesta.....	32
4.2 Introducción de la Propuesta .....	32
4.3 Objetivos.....	33
4.4 Contenido de la Propuesta .....	34
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>37</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>39</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>44</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de Operacionalización de Variables -----	23
<b>Tabla 2</b> Niveles de Autoestima-----	27
<b>Tabla 3</b> Niveles de Frecuencia del Uso de Redes Sociales-----	28
<b>Tabla 4</b> Correlación entre Autoestima y Frecuencia de uso de Redes Sociales -----	29
<b>Tabla 5</b> Estrategias autoestima Dimensión "Si mismo" -----	34
<b>Tabla 6</b> Estrategias autoestima dimensión "Social" -----	34
<b>Tabla 7</b> Estrategias autoestima dimensión "Padres" -----	35
<b>Tabla 8</b> Estrategias autoestima dimensión "Escuela" -----	35
<b>Tabla 9</b> Estrategias "Redes sociales" -----	36

# INTRODUCCIÓN

## **Motivación para la Investigación**

En el contexto actual, las redes sociales han adquirido un papel central en la vida de los adolescentes, afectando diversos aspectos dentro de su desarrollo emocional y social. En la investigación se analizó el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa “Mariscal Sucre” de la ciudad de Santo Domingo durante el año lectivo 2024-2025.

En la actualidad, los adolescentes se encuentran expuestos de forma continua plataformas digitales, lo que ha despertado un interés particular por analizar cómo las redes sociales influyen en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, a partir de experiencias observadas en el ámbito escolar y familiar, se evidenció una preocupación creciente por los cambios emocionales asociados al uso de estas plataformas. Esta motivación nace del compromiso por comprender los desafíos que enfrentan los adolescentes en una etapa crucial de su desarrollo, así como de la necesidad de contribuir desde la psicología al bienestar integral de los estudiantes. Por tanto, se optó por investigar esta problemática desde una perspectiva que permita generar conciencia y promover prácticas saludables para el uso de redes sociales.

Los resultados de esta investigación aportan información valiosa y podrán utilizar estas conclusiones para fomentar el uso consciente y beneficioso de las redes sociales, además, el estudio permitirá identificar factores específicos asociados con el impacto positivo o negativo de estas plataformas en la autoestima adolescente.

Este análisis será fundamental para diseñar un plan de estrategias psicoeducativas que promuevan el desarrollo de una autoestima saludable en los adolescentes, contribuyendo así al bienestar emocional de esta población, la comprensión del impacto de las redes sociales en la autoestima no solo beneficiará a los estudiantes, sino que también ayudará a la comunidad educativa a enfrentar los desafíos que plantea la era digital.

### **Problema de Investigación**

Durante los últimos años, las plataformas digitales han adquirido un papel importante en la vida de los adolescentes, y en algunos casos generando una dependencia emocional que afecta significativamente a su autoestima y bienestar, esta situación se ha logrado evidenciar por medio de comportamientos como la constante comparación social, la necesidad de aprobación en plataformas digitales y el tiempo excesivo invertido en las mismas. Estas actividades pueden afectar el rendimiento académico y relaciones sociales.

Las redes sociales brindan protagonismo a los usuarios y comunidades que las conforman, esto hace que la comunicación sea mucho más fácil entre las personas, quienes comparten e intercambian información lo que les posibilita conocer a más personas y así ir creando nuevas conexiones sociales o simplemente manteniendo las existentes.

La digitalización social ha generado una dependencia considerable entre los adolescentes y las redes sociales, aquellas personas que no tienen acceso a la red se encuentran en desventaja con una limitada participación en la sociedad moderna. Este problema se intensifica debido a la falta de educación digital y el escaso acompañamiento parental sobre el uso responsable de la tecnología, por lo que esta situación compromete de manera significativa su bienestar general, debido al tiempo excesivo dedicado a las plataformas digitales y las preocupaciones relacionadas

con su imagen en línea lo que puede interferir con su concentración, rendimiento académico y equilibrio emocional (Macías, 2025).

Esta situación se manifiesta principalmente en los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre de la ciudad de Santo Domingo, quienes atraviesan una etapa clave en la construcción de su identidad personal.

A lo largo de esta investigación surge la pregunta. ¿Cómo afecta el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre?

## **Justificación**

La relevancia de esta investigación radica en la necesidad de abordar un problema presente que impacta significativamente en el crecimiento emocional y social de los jóvenes, la repercusión del uso de redes sociales en la autoestima de jóvenes de 14 y 15 años no solo es un asunto importante en el entorno local de la Unidad Educativa Mariscal Sucre, sino que también manifiesta una realidad que impacta a los adolescentes a escala regional y nacional.

En una época donde las tecnologías digitales se han integrado en la vida diaria, resulta crucial entender cómo estas herramientas impactan en las generaciones más jóvenes, en particular en su desarrollo personal y académico, además (Chirinos Vargas & Mozombite Pisco, 2024) señalan que la constante exposición a indicadores de aprobación o rechazo en varias plataformas digitales puede influir en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, exacerbando problemas de autoestima debido al uso de redes sociales.

También favorece directamente a los alumnos de la Unidad Educativa Mariscal Sucre, quienes, en su calidad de sujetos de estudio recibirán psicoeducación para manejar de forma más saludable su interacción con las redes sociales, además, los docentes se convierten en beneficiarios indirectos, dado que podrán obtener un plan de estrategias psicoeducativas para guiar a los adolescentes en este proceso, dentro del ámbito institucional, el estudio proporciona información relevante que podría emplearse para elaborar programas de enseñanza y políticas que fomenten un uso consciente de las redes sociales.

Del mismo modo tiene la capacidad de producir un efecto beneficioso en la sociedad a largo plazo, al fomentar el crecimiento de jóvenes emocionalmente más equilibrados y mejor capacitados para afrontar los retos de la era digital. En el contexto científico, el estudio ampliará el entendimiento acerca de la conexión entre las redes sociales y la autoestima en ciertos entornos educativos, funcionando como punto de partida para futuros estudios en campos vinculados con la psicología, la educación y las tecnologías de la información.

### **Impactos en la Investigación**

Esta investigación se proyecta como una herramienta de impacto en distintos niveles. En el ámbito académico, se aporta información actualizada sobre los efectos de las redes sociales en la autoestima adolescente, dentro del nivel educativo, los resultados podrán ser utilizados por docentes y directivos para diseñar estrategias que promuevan un uso responsable de las plataformas digitales. Finalmente, en el plano social, el estudio pretende contribuir a la formación de jóvenes emocionalmente equilibrados, capaces de desenvolverse con criterio en la era digital.

## **Problemas en la investigación**

Durante el desarrollo de la presente investigación, existieron algunas dificultades logísticas. La principal fue la obtención de los permisos requeridos por parte del Distrito de Educación, proceso que retrasó la aplicación de los instrumentos. También se presentó como dificultad la coordinación de horarios con los estudiantes, debido a las actividades escolares regulares. Estas situaciones fueron superadas mediante una planificación flexible, el establecimiento de una comunicación efectiva con las autoridades educativas y la entrega oportuna de consentimientos informados para garantizar la participación voluntaria y ética de los sujetos de estudio.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre de la ciudad de Santo Domingo en el año lectivo 2024-2025.

### **Objetivos Específicos**

Identificar la frecuencia de uso de redes sociales de los estudiantes de 14 y 15 años mediante un cuestionario estructurado.

Evaluar los niveles de autoestima reportados por los estudiantes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre utilizando la Escala de autoestima de Coopersmith.

Correlacionar los niveles de autoestima con la frecuencia de uso de redes sociales de los estudiantes de la Unidad Educativa.

Proponer una guía de intervención psicoeducativa dirigida al fortalecimiento de la autoestima y promover un uso responsable de redes sociales en la población estudiantil de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

# CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

## 1.1 Autoestima

### 1.1.1 Definición de autoestima

La autoestima presenta un papel fundamental en el desarrollo psicológico y social de las personas, siendo un constructo multidimensional que ha sido un extenso objeto de estudio en las últimas décadas, la autoestima se desarrolla desde la infancia y continúa evolucionando a lo largo de la vida, influenciada por experiencias personales, relaciones sociales y el entorno cultural. Este autoconcepto actúa como un filtro a través del cual las personas interpretan sus propias experiencias y se relacionan con su entorno, afectando significativamente la toma de decisiones, las relaciones interpersonales y el bienestar emocional. Según Villanueva (2019, como se cita en Perales Garza, 2021), la autoestima surge de cómo nos percibimos, sentimos y pensamos sobre nosotros mismos, nuestro carácter y nuestros recursos intelectuales y físicos. También afecta a nuestras relaciones con los demás, nuestra forma de pensar y nuestro comportamiento.

Desde una perspectiva psicológica, la autoestima es fundamental para el desarrollo saludable de la personalidad y el bienestar emocional, actuando como un factor protector frente a las diversas problemáticas de salud mental y como un facilitador para el logro de metas personales y profesionales. Una autoestima saludable permite a los individuos mantener una actitud positiva sobre sí mismo, aceptar sus limitaciones sin que estas afecten su valía personal, y le permite desarrollar la capacidad de afrontar las adversidades con una mayor resiliencia y determinación constituyendo así un pilar fundamental en el desarrollo de una personalidad equilibrada y adaptativa. Según Rojas (2001, citado en Villalobos, 2019), el objetivo más

deseable para un individuo es convertirse en sí mismo, cada individuo tiene una naturaleza interior que se basa en principios biológicos y hasta cierto punto en algo natural, innato e inmutable, será mucho más fácil revelar esta naturaleza que suprimirla. Si este principio rige la vida, se producirá un desarrollo saludable.

### **1.1.2 Componentes de la autoestima**

La autoestima se compone de tres grupos, el primero es el componente cognitivo (autoconocimiento) que se define como las opiniones que tienen los individuos de su propia personalidad y comportamiento incluyendo los conceptos que pueden formar en su mente incluyendo creencias y conocimientos sobre un entorno particular, el componente afectivo (autovaloración) incluyendo emociones y sentimientos y el componente conductual (autoafirmación) manifestado en acciones y comportamientos que reflejan autoconciencia. Estos componentes interactúan entre sí, creando patrones adaptativos o desadaptativos de pensamiento y comportamiento (León García, 2024).

#### Componente Cognitivo

Son estándares y sensaciones creadas por la información, la percepción y procesamiento de información sobre nosotros mismos que recibimos a través de nuestros sentidos. Este factor está relacionado con la autoimagen y el autoconcepto que una persona se forma sobre sí misma (Valadez-Figueroa et al., 2019a). Este componente representa el fundamento básico sobre el que se construye la autoestima e incluye la totalidad de percepciones, creencias e ideas que una persona tiene sobre sí. Incluye el autoconcepto, la imagen mental de sus propias capacidades,

limitaciones y características personales. Estas creencias sobre uno mismo están formadas por la experiencia propia, la retroalimentación del entorno y la interpretación personal de todas estas interacciones. Los procesos cognitivos implican la evaluación continua de nuestras propias capacidades, la comparación de los estándares sociales y la integración de nueva información sobre uno mismo. La precisión de estas autoevaluaciones es indispensable para el desarrollo saludable de la autoestima porque proporcionan una base en la cual se construirán otros componentes.

### Componente Afectivo

Este componente mide las valoraciones de todo, tanto positivas como negativas, con referencias a las emociones y sentimientos a partir de las observaciones reflexivas de uno mismo (Alcántara, 2021), lo que conlleva a una evaluación emocional de nuestras características, habilidades y limitaciones, e incluye sentimientos de satisfacción, aceptación y respeto propio. Los aspectos emocionales se desarrollan a través de experiencias que viven las personas a lo largo de la vida y que están profundamente influenciadas por los vínculos que se construyen en este camino, desde la primera infancia, aquí surgen emociones como la seguridad, la confianza que son fundamentales y actúan como un filtro emocional por el cual se interpretan nuestras experiencias y relaciones que se establecen con los demás. Construir conexiones emocionales positivas tienen un gran impacto en la capacidad de formar relaciones saludables y la capacidad de enfrentar los desafíos personales y sociales.

## Componente Conductual

Son las acciones y comportamientos de una persona relacionados con la autoimagen y la confianza en sí mismo. Este elemento es evidente en las decisiones que toman las personas, como se comportan y como su comportamiento está influenciado por sus pensamientos y sentimientos sobre sí mismos. Esto incluye la capacidad de expresar emociones, el respeto a uno mismo y a los demás, y la búsqueda de reconocimiento y autoestima (Valadez-Figueroa et al., 2019b). Las conductas de autocuidado, la búsqueda de metas personales y la superación de desafíos son manifestaciones directas de este componente, donde se incluye también la capacidad de establecer límites saludables en las relaciones, expresar las propias opiniones y mantener la integridad personal en las situaciones sociales.

### **1.1.3 Desarrollo de la autoestima en la adolescencia**

La adolescencia es una etapa importante en el desarrollo de la autoestima, debido a que los jóvenes atraviesan cambios físicos, emocionales y sociales que afectan e influyen en cómo perciben su propio valor. Según (Sigüenza Campoverde et al., 2019), “la autoestima es un indicador importante del bienestar personal y de la salud mental de los adolescentes”. Este concepto se refleja en su capacidad para enfrentar los retos cotidianos y mantener una percepción positiva de sí mismos. Durante esta etapa, los adolescentes suelen experimentar variaciones significativas en su autoestima, lo que subraya la necesidad de crear estrategias que promuevan su desarrollo saludable. Este estudio destaca la importancia de evaluar y fortalecer la autoestima como un elemento clave en la transición hacia la adultez.

El desarrollo de la autoestima está directamente relacionado con la percepción de éxito en diferentes áreas, como el ámbito académico, las relaciones interpersonales y la imagen personal. Según (Sigüenza Campoverde et al., 2019), “los adolescentes con una autoestima elevada suelen demostrar mayor seguridad en sus habilidades y competencias”, asimismo, los jóvenes que disponen de un entorno de apoyo tanto familiar como escolar tienden a desarrollar una percepción más positiva de sí mismos. Por otro lado, una baja autoestima puede generar dificultades emocionales y sociales que limitan su capacidad para enfrentar los retos cotidianos.

La autoestima en la etapa de adolescencia también debe considerarse una prioridad en el ámbito familiar y sobre todo en el ámbito educativo. Aunque estudios como el de (Sigüenza Campoverde et al., 2019) subrayan la importancia de la autoestima para la salud mental, es necesario ir más allá de la evaluación cuantitativa, un enfoque cualitativo puede proporcionar una comprensión más profunda de los factores emocionales y sociales que afectan a los adolescentes, este conocimiento permitiría diseñar programas específicos para abordar las necesidades particulares de cada grupo, asegurando así un desarrollo emocional más equilibrado y resiliente.

#### **1.1.4 Factores que influyen en la autoestima de los adolescentes**

La autoestima de los adolescentes está influenciada por diversos factores sociales y emocionales. El entorno familiar desempeña un papel crucial, ya que proporciona la base emocional para el desarrollo de una percepción equilibrada del valor personal. Según (Sigüenza Campoverde et al., 2019), los adolescentes que perciben un apoyo constante en casa tienen más probabilidades de desarrollar una autoestima elevada. Además, el estilo de crianza y la calidad de

las relaciones familiares pueden determinar cómo los jóvenes enfrentan los desafíos de la adolescencia. Un ambiente crítico o indiferente puede generar inseguridades, mientras que el apoyo emocional fortalece la resiliencia.

Las redes sociales también han surgido como determinante en la autoestima de los adolescentes. Según (Sigüenza Campoverde et al., 2019), “la autoestima se ve influenciada por la percepción que los adolescentes tienen sobre cómo valoramos a las personas” (p. 19). En el contexto digital, los jóvenes suelen buscar aprobación por medio de ‘me gusta’ y comentarios, lo que puede causar dependencia emocional y ansiedad, aunque estas plataformas ofrecen oportunidades para la autoexpresión, también pueden promover comparaciones sociales poco realistas que afectan negativamente la percepción de valor personal. Por ello, es de suma importancia enseñar a los adolescentes a usar las redes sociales de manera consciente, poniendo como prioridad su bienestar emocional.

## **1.2 Redes Sociales**

### **1.2.1 Definición de redes sociales**

Las redes sociales son un servicio la línea que permite a los usuarios crear y mantener conexiones sociales virtuales, su información y semejanza con las comunidades en torno a sus intereses. Se han convertido en parte de la relación social de los individuos (Gómez-Barrera, 2021), esto se debe, sobre todo, a los cambios que se han producido en la forma de recibir información, la manera de hacer negocios o incluso en la forma de vivir. Las estructuras sociales digitales hacen posible la creación de un perfil personal y profesional, generar conexiones con otras personas y

producir distintos tipos de formas de comunicación y de intercambio de contenido, en especial de contenido multimedia (textos, fotografías, videos y enlaces).

Desde el punto de vista sociológico, las redes sociales son auténticas versiones digitalizadas de la interacción humana tradicional y se pueden definir como espacios de socialización exentos de límites temporales o geográficos (Contreras Pulido & Pérez-Escoda, 2018). Las redes sociales han cambiado la manera de comunicarse, de compartir información y de tejer relaciones humanas, las redes sociales han abierto la puerta a nuevas formas de construir relaciones sociales, pero han generado nuevas fórmulas de sociabilidad donde se han introducido elementos de la comunicación como la que establece la práctica social o la de los espacios digitales que poseen características propias.

Para los adolescentes, las plataformas digitales son mucho más que solo herramientas de comunicación, los jóvenes perciben estos espacios digitales como extensiones de su vida social, donde se logran las interacciones dentro y fuera de línea, a diferencia de las generaciones anteriores, los adolescentes actuales navegan entre múltiples plataformas con facilidad, adaptando su presencia digital al contexto y la audiencia de cada plataforma de medios sociales. Las plataformas digitales han cambiado hasta convertirse en importantes espacios de aprendizaje informal, donde los adolescentes adquieren nuevas habilidades digitales y crean comunidades que comparten intereses, más allá del entretenimiento, estas plataformas también sirven para la expresión creativa, el activismo social y el crecimiento personal, permitiendo a los jóvenes conectar con otros que comparten sus mismos intereses y preocupaciones (La Generación et al., 2022).

### 1.2.2 Principales redes sociales utilizadas por adolescentes

Actualmente, los adolescentes usan redes sociales principalmente para comunicarse y socializar, YouTube es el sitio dominante, con un 90% de jóvenes entre sus visitantes. TikTok, Instagram y Snapchat son las aplicaciones más populares, con más del 60% de usuarios que utilizan esas plataformas, el panorama de las redes sociales varía en función de los factores demográficos, de género y edad. Siendo las mujeres usuarias más frecuentes de Instagram, los jóvenes de 15 a 17 años más propensos a usar Instagram (72%) y Snapchat (63%) que los adolescentes de 13 y 14 años. Además, la raza, la etnia y el nivel socioeconómico también influyen en los hábitos de consumo, especialmente en las plataformas como Facebook, Instagram y Whatsapp. (Faverio & Sidoti, 2024).

En la última década, las redes sociales han evolucionado, provocando un descenso en algunas plataformas y aumentando la interacción en otras. Facebook ha experimentado un descenso significativo en el uso y apertura de nuevos perfiles de usuario, mientras que la popular red social China TikTok, ha experimentado una rápida popularidad debido a su interfaz que proporciona contenido entretenido mediante videos de corta duración, característica que ha sido favorablemente aceptada por la población adolescente, acrecentando la preocupación pública sobre el uso basado en el tiempo y el consumo digital de este sector etario en dicha plataforma.

TikTok ha transformado la forma en la que los adolescentes interactúan con los medios digitales, creando una comunidad en línea pionera entre los servicios de redes sociales, a diferencia de Instagram, donde destacan los perfiles con rigurosos cánones de belleza, TikTok ofrece un espacio activo e inclusivo para la autoexpresión diversa. Siendo accesible para los nuevos creadores de contenido, permitiendo que cualquier usuario gane un número significativo de

seguidores, este sistema fomenta la creación continua de material, recomendando clips diarios para aumentar la visibilidad lo que permite la participación constante de usuarios jóvenes que buscan un lugar donde expresarse y conectar con las demás personas a través de tendencias y publicaciones innovadoras (Quiroz, 2020).

### **1.2.3 Características de uso de redes sociales en adolescentes**

Las redes sociales se han convertido en un componente esencial en la vida cotidiana de los adolescentes, alterando significativamente su manera de comunicarse, socializar y expresarse en el medio social. Este fenómeno hace necesaria una revisión exhaustiva para determinar en qué medida los adolescentes interactúan con estas plataformas y la influencia que ejercen en su desarrollo personal, social y emocional, las características más notables son la frecuencia y la duración de uso de los medios sociales por los jóvenes, según datos del Pew Research Center, aproximadamente un tercio de los adolescentes afirman estar conectados de manera constante en las redes sociales, con patrones de uso que varían según la plataforma (Faverio & Sidoti, 2024).

La principal motivación para utilizar las redes es la necesidad de socialización y autoexpresión, los adolescentes han modificado sus pautas de comunicación, transformando la conectividad digital, esta estructura se fundamenta a través de los me gusta, comentarios y contenidos compartidos que los algoritmos traducen en datos cuantificables para personalizar la experiencia del usuario. Según Van Dijk (2016 citado en Đorđević, 2020), existe una relación trilateral entre el discurso, la cognición y la sociedad, estas se encuentran conectadas a través de las representaciones perceptuales de los usuarios, los adolescentes como miembros de la sociedad actual, interpretan y construyen significados a partir de sus interacciones digitales, formando ideas y actitudes que influyen en su comportamiento comunicativo.

La tendencia al uso a las multiplataformas forma parte de las dinámicas de conexión de los adolescentes, ya que no se limitan a una sola plataforma, sino que mantienen presencia en múltiples aplicaciones sociales de manera simultánea, ya que todas cumplen con distintas funciones sociales y expresivas, esta diversidad les permite ajustar su presencia digital dependiendo la audiencia y el contexto deseado, el uso está influido por sus preferencias estéticas y de autopresentación. Van Dijk (2016 citado en (Đorđević, 2020) menciona que la continua “estetización del segundo” en la que los adolescentes muestran su imagen digital, se adapta según el contenido y normas estéticas de cada plataforma, esto es notablemente evidente en plataformas como Instagram donde las publicaciones con patrones marcados de belleza son la norma.

### **1.3 Relación entre autoestima y redes sociales.**

#### **1.3.1 Efectos de las redes sociales en la percepción personal**

Las consecuencias de las redes sociales en la apreciación individual se basan en la correlación entre la utilización de las plataformas digitales y la autopercepción que los adolescentes, un aspecto que ha cobrado mucha importancia dentro de las investigaciones en el campo de la psicología (Jiménez García, 2021), las plataformas de redes sociales han transformado fundamentalmente la manera en que los jóvenes construyen y evalúan su autoimagen, estableciendo nuevos parámetros de comparación social y autoevaluación (Cobos Velasco, 2024), esta transformación se ve particularmente acentuada durante la adolescencia, la cual es una etapa crítica en la que se presenta una búsqueda y consolidación de la identidad personal, haciendo a los jóvenes especialmente vulnerables a las influencias de los medios digitales, los estereotipos y estándares que cada uno muestra como real (Bellido Quicaño, 2022).

La exposición frecuente a contenido digital editado y representaciones idealizadas en las redes sociales ha confirmado tener un impacto significativo en la forma en que los adolescentes se perciben a sí mismos (Cobos Velasco, 2024) reconocido que los jóvenes que dedican más tiempo a plataformas como Instagram y TikTok suelen desarrollar una autoimagen poco positiva, especialmente debido a la comparación constante con estándares de belleza y éxito que predomina en ellas, esta dinámica de comparación social aumenta por los algoritmos de cada plataforma, porque se les presenta solo videos o imágenes relacionadas a sus búsquedas y el solo visualizar esto durante todo el día puede distorsionar la percepción de la realidad.

Según la Organización Mundial de la Salud (2021 citado en López & Ruiz, 2023), la adolescencia representa una etapa especialmente vulnerable para el desarrollo de la identidad, donde la influencia de las plataformas digitales puede actuar como un catalizador en la construcción del autoconcepto, este fenómeno se ve aumentado por la naturaleza de las redes sociales modernas, que no solo funcionan como espacios de interacción social, sino también como espejos digitales donde los adolescentes constantemente evalúan y redefinen su imagen personal en relación con los estándares y normas sociales sobresalientes en estas plataformas (Jiménez, 2021).

### **1.3.2 Influencia de las redes sociales en la autoestima.**

El impacto que causan las redes sociales en la autoestima adolescente constituye un fenómeno multifacético que ha sido objeto de numerosos estudios en el campo de la psicología social, se han conceptualizado las plataformas digitales como espejos sociales que no solo reflejan la imagen propia, sino que también facilitan una comparación constante con los demás, generando efectos tanto positivos como negativos en la construcción de la autoestima.

Los hallazgos presentados por (Troya Fernández et al., 2023) han demostrado una correlación significativa entre la retroalimentación social digital y las fluctuaciones en la autoestima de los adolescentes, sus investigaciones revelan que la recepción de interacciones positivas, como "me gusta" y comentarios favorables, puede contribuir a un fortalecimiento temporal de la autoestima, mientras que la ausencia de esta validación o la exposición a comentarios negativos puede desencadenar una disminución considerable en la autovaloración personal.

La influencia de las redes sociales en la autoestima adolescente requiere una comprensión profunda y equilibrada de sus efectos, diversos estudios realizados han evidenciado que la autoestima puede verse reforzada o debilitada por las interacciones en redes sociales, destacando la importancia de considerar el contexto y la calidad de estas interacciones en el desarrollo psicológico durante la adolescencia.

### **1.3.3 Consecuencias emocionales del uso de redes sociales**

Las implicaciones emocionales derivadas del uso intensivo de redes sociales han emergido como una preocupación significativa en el ámbito de la salud mental adolescente. Las investigaciones realizadas por (Baños-Chaparro, 2019) han establecido una correlación directa entre el uso excesivo de plataformas digitales y el incremento en los niveles de ansiedad y depresión entre los jóvenes, señalando la necesidad de abordar esta problemática desde una perspectiva integral de salud pública.

La presión frecuente por mantener una imagen idealizada en las redes sociales ha demostrado tener repercusiones importantes en el bienestar emocional de los adolescentes,

diversos estudios han documentado cómo la necesidad percibida de cumplir con estándares poco realistas de apariencia y éxito puede generar sentimientos de insuficiencia, ansiedad e insatisfacción corporal, particularmente en plataformas centradas en contenido visual como Instagram y TikTok (Casanova-Garrigós et al., 2025a).

La identificación y el abordaje de las repercusiones emocionales por el uso de redes sociales se ha convertido en una prioridad para las organizaciones de salud a nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud (2021) ha subrayado la importancia de promover un uso saludable de las plataformas digitales entre los adolescentes, enfatizando la necesidad de desarrollar estrategias eficaces que permitan a los jóvenes interactuar en el entorno digital de manera más adaptativa y menos perjudicial para su bienestar emocional.

#### **1.3.4 Dimensiones del Impacto de las Redes Sociales en la Autoestima.**

El impacto que causan las redes sociales en la autoestima de los adolescentes puede abordarse desde distintas dimensiones, siendo la dimensión social una de las más relevantes, que se refiere a cómo los jóvenes perciben su valor en función de la interacción que tienen en estas plataformas. De acuerdo con el estudio de (Cobos Velasco, 2024) la búsqueda de aprobación a través de "me gusta" y comentarios puede llevar a una dependencia emocional en la que la autoestima se ve afectada por la cantidad de interacciones que reciben, esto puede resultar en una autoevaluación negativa, especialmente si las expectativas no son satisfechas.

Otra dimensión importante es la dimensión emocional, que se relaciona con cómo las redes sociales influyen en el estado de ánimo de los adolescentes, la investigación de (Baños-Chaparro, 2019) sugiere que el uso excesivo de redes sociales puede provocar sentimientos de tristeza y

ansiedad, lo que a su vez afecta la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, la presión por mantener una imagen idealizada en línea puede llevar a una insatisfacción corporal y a un impulso hacia la delgadez, exacerbando problemas de autoestima (Bajaña Marí & García, 2023).

La dimensión cognitiva también juega un papel importante en el impacto de las redes sociales en la autoestima, según el análisis de (De Psicología et al., 2024), la exposición repetitiva a contenido que promueve ideales de belleza poco realistas puede distorsionar la autopercepción de los adolescentes, esto se ve reflejado en una disminución de la autoconfianza y en una mayor vulnerabilidad a desarrollar trastornos, por lo tanto, es fundamental abordar estas dimensiones para entender de mejor manera cómo las redes sociales afectan la autoestima de los jóvenes y desarrollar estrategias que promuevan un uso saludable y responsable de las mismas.

## **CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS**

### **2.1 Tipo de Investigación**

Esta investigación adopta un enfoque metodológico cuantitativo que permite la recolección sistemática de datos numéricos referente al uso de redes sociales y los niveles de autoestima a través de la implementación de instrumentos validados como el Inventario de Autoestima de Coopersmith (Coopersmith, 1967) y la aplicación de un cuestionario estructurado. Como señala (Huamán Rojas et al., 2022), esta metodología es un enfoque investigativo basado en la recolección de datos numéricos mediante la estadística, caracterizándose por su objetividad y sistematización.

Esta investigación aplicara en conjunto el método transversal para recopilar los datos en un único momento, lo que permite analizar la relación entre ambas variables. Al no requerir seguimiento constante, proporcionará resultados rápidos y accesibles (Cvetkovic-Vega et al., 2021). Los datos obtenidos se analizan estadísticamente para identificar estos patrones y correlacionar las dos variables, lo que permitirá comprender mejor las tendencias actuales. De esta manera obtendremos conclusiones sobre el impacto de las redes sociales en la vida diaria de los adolescentes y en su desarrollo social (Guillen Valle et al., 2020).

### **2.2 Técnicas e instrumentos de investigación**

Se utilizó la técnica de evaluación psicométrica a través de la aplicación de instrumentos psicológicos estandarizados y validados, con el objetivo de cuantificar y analizar las variables contempladas en la investigación.

Se empleó como instrumento el Inventario de Autoestima de Coopersmith (Coopersmith, 1967), una herramienta validada que evalúa la autoestima en diferentes dimensiones, tanto a nivel general, social, familiar y escolar mediante 58 ítems con dos opciones de respuesta. El formato de respuesta permite una aplicación sencilla para la población adolescente, que ofrecerá una visión integral sobre como los adolescentes se perciben a sí mismos en los distintos contextos de su vida (Beatriz Díaz-Rábago et al., 2022).

En la investigación se utilizó un cuestionario estructurado que evalúa el uso de redes sociales a través de 10 ítems los cuales contiene dimensiones como frecuencia de uso, y tipo de contenido consumido, el cuestionario se realizó usando una escala de Likert, lo que ayudo a obtener datos confiables relacionados con la población adolescente estudiada.

### **2.3 Pregunta de investigación**

La presente investigación busca dar respuesta a la pregunta de

¿Como afecta la frecuencia del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad educativa Mariscal Sucre?

## 2.4 Matriz de operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Matriz de Operacionalización de Variables*

Objetivos diagnósticos	Variable	Indicadores	Dimensión	Técnicas	Fuentes de Información
Evaluar los niveles de autoestima de los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre mediante el Test de Autoestima de Coopersmith, considerando sus diferentes dimensiones: sí mismo, social, padres y escolar.	Autoestima: Es la valoración que una persona tiene de sí misma.	-0-45 Nivel Baja Autoestima -46-74 Nivel Promedio -75-100 Nivel Alta Autoestima	- Si Mismo. (SG) - Social (SOC) - Padres (H) - Escuela (SCH)	Test de Autoestima de Coopersmith	Estudiantes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

<i>Objetivos diagnósticos</i>	<i>Variable</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Técnicas</i>	<i>Fuentes de Información</i>
Identificar la frecuencia de uso de redes sociales por los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre a través de un cuestionario estructurado, con el fin de comprender sus hábitos de interacción en redes sociales.	Uso de redes sociales: Creación e intercambio de contenido diverso basado en intereses comunes.	0-45 Nivel Bajo Impacto 46-74 Nivel Promedio 75-100 Nivel Alto Impacto	Patrones de uso de redes sociales.	Cuestionario estructural sobre el uso de redes sociales.	Estudiantes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

Fuente: Elaboración Propia.

## 2.5 Participantes

La población objetivo de la investigación estará conformada por adolescentes de 14 y 15 años que cursan sus estudios en la Unidad Educativa Fiscal Mariscal Sucre, ubicada en la ciudad de Santo Domingo, la muestra estuvo compuesta por 84 estudiantes de entre 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

Se utilizó un muestreo no probabilístico intencional bajo criterios de inclusión y exclusión, debido al acceso directo a los participantes por medio de la institución educativa. Bajo los criterios

de inclusión se aplicó los instrumentos a los 84 estudiantes que fueron seleccionados con base a su edad, tener entre 14 y 15 años, estar matriculados en la institución, contar con el consentimiento informado firmado por su representante legal y estar disponibles durante el proceso de recolección de datos. Bajo los criterios de exclusión, estudiantes que no cumplan con los primeros criterios y estudiantes con necesidades educativas específicas debido a la complejidad lectoescritora de los instrumentos aplicados durante el proceso de recolección de datos.

## **2.6 Procedimiento y análisis de datos**

Se procedió a realizar el acercamiento formal a la Unidad Educativa “Mariscal Sucre”, donde las autoridades correspondientes indicaron que se debe presentar una solicitud oficial ante el Distrito de Educación para obtener la autorización previa para la ejecución del estudio de la población estudiantil.

Una vez obtenida la aprobación por parte del Distrito de Educación, se concertó una reunión con el rector de la institución educativa con el propósito de exponer detalladamente los objetivos y alcances de la investigación. En la reunión se presentaron los certificados de la capacitación de Rutas y Protocolos emitidos por el Distrito de Educación.

Una vez autorizado procedemos a la aplicación de los instrumentos de evaluación. El inventario de autoestima de Coopersmith (1967) y el cuestionario estructurado digitalizado en Google Forms.

La recolección de los datos se realizó en el plazo de dos semanas, una vez obtenida la información los datos se trasladaron al programa Microsoft Excel 2021, donde se clasificaron y automatizaron los puntajes de los inventarios, considerando las variables, factores y dimensiones

de cada participante. Luego se migro la información obtenida al software SPSS versión 25 para realizar un análisis estadístico.

En el proceso de investigación se siguieron los principios éticos fundamentales. Se realizó la solicitud de autorización a las autoridades del Distrito de Educación y el proyecto se presentó oficialmente ante la rectora de la institución. El anonimato, la confidencialidad de los datos y la voluntariedad de los participantes se garantizaron en todo momento. Los datos recopilados se usaron únicamente para fines académicos y protegidos de acuerdo con los estándares de investigación en población adolescente.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta los resultados a partir de la aplicación de dos instrumentos: el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) versión adolescentes (Coopersmith, 1967) y un cuestionario estructurado de elaboración propia. Estos instrumentos fueron aplicados en una muestra de 84 estudiantes de 14 y 15 años pertenecientes a la Unidad Educativa Mariscal Sucre, con el objetivo de analizar el nivel de autoestima y algunos factores asociados al uso de redes sociales en esta población adolescente.

### 3.1 Niveles de Autoestima

**Tabla 2**

*Niveles de Autoestima*

	Frecuencia N	Porcentaje %	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Baja Autoestima (0-45)	20	23.8	23.8	23.8
Promedio (46-74)	60	71.4	71.4	95.2
Alta Autoestima (75-100)	4	4.8	4.8	100.0
Total	84	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 2 se presentan los resultados generales de los niveles de autoestima reportados por los adolescentes encuestados. Para la clasificación de los niveles de autoestima, se utilizó el baremo establecido en el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (versión escolar), el cual comprende los siguientes rangos de puntuación: Baja autoestima: de 0 a 45 puntos, Autoestima promedio: de 46 a 74 puntos, Alta autoestima: de 75 a 100 puntos.

Estos resultados permiten interpretar el grado de valoración personal que cada estudiante, considerando las dimensiones como sí mismo, social, padres y escolar.

Los datos revelan que el 71,4% de los participantes presentan un nivel promedio de autoestima, el 23,8% un nivel bajo, y apenas el 4,8% un nivel alto, estos resultados sugieren que la mayoría de los estudiantes mantiene una autoestima moderada, sin embargo, una proporción significativa presenta niveles bajos, lo que podría representar un riesgo para su bienestar emocional y adaptación social en esta etapa del desarrollo.

### 3.2 Niveles de Frecuencia de Uso de Redes Sociales

**Tabla 3**

*Niveles de Frecuencia de Uso de Redes Sociales*

	Frecuencia N	Porcentaje %	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bajo Impacto (0-45)	3	3.6	3.6	3.6
Promedio (46-74)	47	56.0	56.0	59.6
Alta Impacto (75-100)	34	40.5	40.5	100.0
Total	84	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 3 se muestran los niveles de impacto de la frecuencia de uso de Redes Sociales con base en el cuestionario estructurado aplicado a los estudiantes, con el siguiente baremo para la interpretación cumpliendo con los siguientes rangos: Bajo Impacto: 0 – 45 puntos, Promedio: 46 – 74 puntos, Alto Impacto: 75 – 100 puntos.

El 56% de los estudiantes se ubican en un nivel de impacto promedio, mientras que un 40,5% manifiesta un alto impacto y solo un 3,6% un impacto bajo. Este resultado evidencia que un grupo considerable de adolescentes tiene un impacto significativo de las redes sociales en su

vida cotidiana, lo cual podría estar relacionado con aspectos emocionales y sociales que afectan su autoestima.

### 3.3 Correlación entre Autoestima y Frecuencia de uso de Redes Sociales

**Tabla 4**

*Correlación entre Autoestima y Frecuencia de uso de Redes Sociales*

		Niveles de Autoestima	Redes Sociales
Nivel de Autoestima	Correlación de Pearson	1	-,263*
	Sig. (bilateral)		0,15
	N	84	84
Redes Sociales	Correlación de Pearson	-,263*	1
	Sig. (bilateral)	0,15	
	N	84	84

Nota: \*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 4 presenta los resultados del análisis de correlación de Pearson entre las variables “Frecuencia de uso de redes sociales” y “nivel de autoestima” en los adolescentes encuestados. El coeficiente obtenido fue  $r = -0,263$ , con un nivel de significancia bilateral de  $p = 0,015$ . Este valor muestra la existencia de una correlación negativa y estadísticamente significativa entre las dos variables.

Desde el punto de vista estadístico, el coeficiente negativo revela que, a medida que aumenta el impacto por la frecuencia de uso de redes sociales en los adolescentes, los niveles de autoestima tienden a disminuir, su significancia ( $p < 0,05$ ) confirma que este vínculo no es producto del azar, sino que refleja una relación consistente dentro de la muestra estudiada. Es decir, cuanto mayor es la exposición y dependencia emocional hacia las redes sociales, más vulnerable

parece ser la percepción personal del propio valor, lo que puede traducirse en inseguridad, necesidad de validación externa y distorsión de la autoimagen.

### **3.4 Discusión**

Los resultados del presente estudio evidencian una correlación negativa entre la frecuencia del uso de redes sociales y los niveles de autoestima en adolescentes, lo cual está en conformidad con diversos hallazgos como el estudio de (Soria Pincha & Villegas Villacrés, 2023) quienes identificaron que los adolescentes con una obsesión por permanecer conectados a redes sociales presentaban niveles significativamente más bajos de autoestima, asociándose este patrón con comportamientos desadaptativos como frustración, dependencia y pérdida de control emocional. Del mismo modo (Cobos Velasco, 2024b), afirma que el uso problemático de las redes sociales se vincula con las percepciones negativas del cuerpo, síntomas de ansiedad y depresión, siendo estos más pronunciados en las mujeres jóvenes.

Además (Casanova-Garrigós et al., 2025b), identificaron que el uso frecuente de plataformas como Instagram y YouTube repercute negativamente en la imagen corporal y el autoconcepto adolescente, reforzando la idea de que estas redes, al favorecer comparaciones constantes, disminuyen la autoestima. En este sentido, también se ha evidenciado que la búsqueda de validación externa mediante "likes" o comentarios incrementa la insatisfacción personal, como lo señala (Lozano-Muñoz et al., 2022).

No obstante, cabe señalar que algunos autores como (Torres-Serrano, 2020) sugieren que el impacto de las redes no es necesariamente negativo, ya que su uso moderado y consciente puede favorecer la conexión social y la expresión emocional, este matiz destaca la necesidad de una intervención que no se base únicamente en la restricción del uso, sino en la promoción de competencias digitales críticas.

Finalmente, los resultados aquí obtenidos justifican la necesidad de implementar estrategias psicoeducativas contextualizadas que fortalezcan el autoconocimiento, la autoestima y el pensamiento crítico frente a los contenidos digitales, es fundamental que estas estrategias incluyan un enfoque diferencial por género y fomenten la participación de las familias y el entorno educativo.

## **CAPÍTULO IV: PROPUESTA**

### **4.1 Nombre de la propuesta**

“Estrategias psicoeducativas para reducir el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.”

### **4.2 Introducción de la Propuesta**

En la actualidad, el uso de redes sociales en adolescentes se ha convertido en un fenómeno social, con efectos significativos en el desarrollo psicosocial de esta población (Keles et al., 2020a), también es una herramienta que facilita la interacción y el acceso a la información, e influye directamente en la construcción del autoestima y percepción personal. Diversos estudios muestran que una exposición continua a estándares poco realistas de belleza, éxito y popularidad pueden causar comparaciones sociales adversas y sentimientos de inferioridad (Valkenburg & Peter, 2013). Por ello, la Unidad Educativa Mariscal Sucre, requiere una intervención integral que oriente a los estudiantes hacia un uso más consciente y responsable de estas plataformas, promoviendo el autoconocimiento, la valoración personal y la autorregulación emocional.

Esta propuesta tiene como objetivo responder a la necesidad de fortalecer la autoestima de los adolescentes de 14 y 15 años, etapa decisiva en la formación de la identidad y autoimagen (John Santrock, 2019), mediante esta guía de intervención psicoeducativa, se pretende garantizar la entrega de herramientas prácticas para reforzar las habilidades sociales y emocionales que les permitan hacer frente al impacto de las redes sociales de manera positiva, porque la educación emocional contribuye significativamente al bienestar psicológico y una autoestima saludable (Chacón-Cueva et al., 2023), esta propuesta ayudará a prevenir los riesgos psicosociales relacionados y fortificar los factores de protección.

### **4.3 Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Promover el uso responsable de redes sociales en estudiantes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre.

#### **Objetivos Específicos:**

- Proporcionar estrategias prácticas a la comunidad educativa para contribuir al desarrollo de una autoestima saludable entre los adolescentes de 14 y 15 años.
- Promover la aplicación de técnicas psicoeducativas que se enfoquen en la reflexión sobre el uso responsable de redes sociales.
- Fomentar el pensamiento crítico mediante la propuesta en los estudiantes de 14 y 15 años para que puedan identificar los riesgos y beneficios del uso de redes sociales.

#### 4.4 Contenido de la Propuesta

**Tabla 5**

*Estrategias autoestima Dimensión "Si mismo"*

<i>Nombre de la Actividad</i>	<i>Desarrollo de la Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Recursos</i>	<i>Evaluación</i>
Taller: "Mi imagen real"	Reflexión guiada con dinámicas para identificar fortalezas personales y desmitificar estereotipos de belleza en redes sociales.	1 hora	Pizarra, papelógrafos, marcadores, proyector.	Rueda de intervenciones y lista de fortalezas individuales.
Juego: "Tesoro interior"	Actividad lúdica en la que se identifican aspectos positivos de sí mismo.	40 minutos	Tarjetas con frases positivas escritas en ellas.	Lluvia de ideas escrita sobre la valoración personal.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 6**

*Estrategias autoestima dimensión "Social"*

<i>Nombre de la Actividad</i>	<i>Desarrollo de la Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Recursos</i>	<i>Evaluación</i>
Role-play: "¿Qué harías tú?"	Escenificación de situaciones sociales para la toma de decisiones.	45 minutos	Guión corto, disfraces y elementos decorativos.	Evaluación grupal.
Lectura crítica: "Historias de la amistad"	Lectura y análisis de cuentos sobre relaciones positivas.	45 minutos	Cuentos seleccionados y preguntas guía.	Resumen grupal en carteles para exposición.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 7***Estrategias autoestima dimensión “Padres”*

<i>Nombre de la Actividad</i>	<i>Desarrollo de la Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Recursos</i>	<i>Evaluación</i>
Juego: “Cosas que me enseñaron”	Actividad para compartir aprendizajes familiares relevantes.	40 minutos	Tarjetas con preguntas.	Bitácora con registro de respuestas.
Cartas: “Gracias por...”	Redacción de una carta a las familias resaltando los vínculos positivos.	1 hora	Papelería y sobres.	Carta entregada o leída.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 8***Estrategias autoestima dimensión “Escuela”*

<i>Nombre de la Actividad</i>	<i>Desarrollo de la Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Recursos</i>	<i>Evaluación</i>
Actividad grupal: “Mi huella en el aula”	Proyecto para mejorar el aspecto del entorno escolar.	45 minutos	Material reciclado y carteles.	Presentación del proyecto y reflexión.
Dinámica: “Mis talentos académicos”	Juego para identificar las fortalezas en materias escolares.	1 hora	Fichas y tarjetas.	Lista personalizada de las habilidades escolares.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 9***Estrategias “Redes sociales”*

<i>Nombre de la Actividad</i>	<i>Desarrollo de la Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Recursos</i>	<i>Evaluación</i>
Análisis de caso: “Influencers y valores”	Estudio de perfiles de influencers conocidos y análisis de los valores que promueven. Debate sobre su influencia positiva o negativa.	40 minutos	Perfiles elegidos mediante un resumen y guía de análisis.	Ficha individual de análisis y reflexión grupal.
Debate: “¿Las redes que unen o aíslan?”	Debate en grupos a favor y en contra sobre el impacto de las redes sociales mediante argumentos y evidencias.	1 hora	Hojas, plantillas o papelógrafos.	Exposición creativa y rúbrica de impacto positivo.

Fuente: Elaboración Propia

## CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, se concluye que existe una relación significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 14 y 15 años de la Unidad Educativa Mariscal Sucre. El análisis de correlación evidenció una relación negativa y estadísticamente significativa entre ambas variables, lo que indica que un mayor uso e impacto de las redes sociales se asocia con niveles más bajos de autoestima, este hallazgo confirma que las plataformas digitales pueden actuar como un factor de riesgo para la salud emocional en esta etapa del desarrollo.

En relación con el primer objetivo específico, se encontró que la autoestima predominante entre los estudiantes del estudio es promedio. Sin embargo, se observó una tasa significativa del (23,8%) de los estudiantes con autoestima baja. En las dimensiones fue notorio que el entorno escolar actúa como un factor protector, donde se muestra el porcentaje más elevado de alta autoestima (36,9%). Por otro lado, en la dimensión familiar especialmente en lo relacionado con los padres, se revela mayores debilidades dando como resultado que el 50% de estudiantes reportan una baja autoestima en este aspecto. Estos datos enfatizan la necesidad de fortalecer las relaciones familiares las cuales son base para la formación el autoestima en la etapa adolescente.

En relación con el segundo objetivo específico, se identificó que el 40,5% de los estudiantes presentan un alto impacto en la frecuencia del uso de redes sociales, mientras que el 56% se encuentra en un nivel medio, este resultado evidencia que la mayoría de los adolescentes se encuentran expuestos a dinámicas digitales que pueden influir en su percepción personal, su

comparación social y su necesidad de aprobación externa, lo cual puede afectar negativamente su autoestima si no cuentan con herramientas de autorregulación y pensamiento crítico digital.

Finalmente, en cuanto al tercer objetivo específico, se concluye que la relación negativa entre las variables investigadas respalda teóricamente lo planteado por autores como (Keles et al., 2020b) quienes sostienen que el uso intensivo de redes sociales puede generar consecuencias psicológicas como baja autoestima, ansiedad social y dependencia emocional.

## RECOMENDACIONES

Es fundamental que la Unidad Educativa Mariscal Sucre ponga en marcha programas psicoeducativos centrados en el fortalecimiento de la autoestima, prestando atención de manera especial al desarrollo del autoconocimiento y autorregulación emocional mediante la propuesta presentada en esta investigación, que demuestra ser viable y adaptada, con actividades ajustadas al nivel madurativo de los adolescentes. Dado que el 23,8% de los participantes mostraron niveles de autoestima bajos y hay una correlación negativa entre el uso intensivo de las redes sociales y la autoestima ( $r = -0,263$ ,  $p < 0,05$ ) es necesario reforzar estrategias para prevenir los efectos psicosociales adversos como la dependencia emocional y la búsqueda de validación digital (Troya Fernández et al., 2023).

Se sugiere fortalecer las conexiones familiares y escolares, a través de talleres para padres y/o cuidadores, donde se deberán explorar temas como la comunicación efectiva, la orientación digital y el desarrollo emocional de los jóvenes, entre otras. Los resultados en esta investigación demuestran que la dimensión familiar tuvo los índices más altos de baja autoestima (50%), subrayando la necesidad de la intervención debido a la importancia de este factor primordial (Sigüenza Campoverde et al., 2019). El compromiso familiar, desempeña un papel crucial al fortalecer el respaldo emocional que reciben los jóvenes en el hogar, y a su vez fomenta un empleo saludable de las redes sociales, atenuando la exposición a contenido perjudicial y optimiza la autopercepción del adolescente (Cobos Velasco, 2024b).

Finalmente, se sugiere realizar investigaciones complementarias de naturaleza cualitativa, que permitan profundizar en las experiencias emocionales que viven los adolescentes en su interacción en las redes sociales, si bien la investigación establece una correlación estadística entre

las variables, es necesario explorar las experiencias individuales que expliquen la construcción de la percepción de sí mismos en los medios digitales donde predominan estándares de belleza idealizados (Bellido Quicaño, 2022). Estas futuras investigaciones facilitarían el desarrollo de intervenciones individualizadas, ampliando el alcance de la propuesta inicial y ofreciendo soluciones más completas a esta problemática en evolución.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, J. A. (2021). *Educar la Autoestima*. Grupo Planeta.
- Bajaña Marí, S., & García, A. M. (2023). Social networks use and risk factors for the development of eating disorders: A systematic review. *Atención Primaria*, 55(11). <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2023.102708>
- Baños-Chaparro, J. (2019). *Uso de Redes Sociales y Sintomatología Depresiva en Estudiantes Universitarios* [Universidad Privada Norbert Wiener]. <https://hdl.handle.net/20.500.13053/3595>
- Beatriz Díaz-Rábago, A., Pérez-Montano, G., Puentes-Martínez, L., & Castillo-Morejón, M. (2022). Fiabilidad y validez de constructo del Inventario de Autoestima de Coopersmith en estudiantes de medicina Reliability and Construct Validity of the Coopersmith Self-esteem Inventory in Medical Students. *Rev Ciencias Médicas*, 26(3). [www.revcmpinar.sld.cu/http://revcmpinar.sld.cu/index.php/publicaciones/article/view/5371](http://www.revcmpinar.sld.cu/http://revcmpinar.sld.cu/index.php/publicaciones/article/view/5371)
- Bellido Quicaño, L. E. (2022). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho, 2022*. Escuela Académico Profesional de Psicología.
- Casanova-Garrigós, G., Torrubia-Pérez, E., Reverté, N. C., Fernández, J. C., Mora-López, G., & Albacar-Riobóo, N. (2025b). Influence of social networks on adolescent body image. An integrative review. *Enfermería Global*, 24(1), 1–16. <https://doi.org/10.6018/eglobal.622331>
- Chacón-Cueva, J. J., Duran-Llano, K. L., Chacón-Cueva, G. M., & Bustamante-Castrejón, D. C. (2023). Aprendizaje basado en problemas para desarrollar el pensamiento crítico en estudiantes de secundaria – 2023. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(2), 350–370. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i2.2880>
- Chirinos Vargas, C., & Mozombite Pisco, J. (2024). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA EN LOS*.
- Cobos Velasco, J. C. (2024a). Influencia de las redes sociales en la autoimagen de los adolescentes. *Impact Research Journal*, 2(1), 4–18. <https://doi.org/10.63380/irj.v2n1.2024.29>
- Contreras Pulido, P., & Pérez-Escoda, A. (2018). Smartphone and social networks as enablers of media and digital literacy in children and adolescent. *Aula Abierta*, 47(3), 281–290. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.281-290>

- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco, W. H. Freeman.  
<https://archive.org/details/antecedentsofself00coop/page/n303/mode/2up>
- Cvetkovic-Vega, A., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & Correa López, L. E. (2021). Cross-sectional studies. In *Revista de la Facultad de Medicina Humana* (Vol. 21, Issue 1, pp. 179–185). Universidad Ricardo Palma, Instituto de Investigaciones en Ciencias Biomédicas, Facultad de Medicina Humana. <https://doi.org/10.25176/RFMH.V21I1.3069>
- De Psicología, C., Espinosa, A., Karen, A., Tutora, N., Baquero, J., Jessica, A., & Quito-Ecuador, L. (2024). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO*.
- Dorđević, J. P. (2020). The sociocognitive dimension of hate speech in readers' comments on Serbian news websites. *Discourse, Context and Media*, 33.  
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100366>
- Faverio, M., & Sidoti, O. (2024). *Teens, Social Media and Technology 2024*.  
<https://www.pewresearch.org/internet/2024/12/12/teens-social-media-and-technology-2024/>
- Gómez-Barrera, J. C. (2021). Estudiar las redes sociales: perspectivas teóricas para un análisis. *Fundación Dialnet*. <https://doi.org/10.26620/uniminuto>
- Guillen Valle, A., Rafael, O., Camargo, S., Rodolfo, M., De Bedoya, B., & Hernando, L. (2020). *PASOS PARA ELABORAR UNA TESIS DE TIPO CORRELACIONAL Bajo el enfoque cuantitativo, variable categórico, escala ordinal y la estadística no paramétrica*.
- Huamán Rojas, J. A., Treviños Noa, L. L., & Medina Flores, W. A. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Horizonte de La Ciencia*, 12(23).  
<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.23.1462>
- Jiménez García, M. (2021). *La Influencia de las Redes Sociales en la Imagen Corporal de los Adolescentes*. Universidad Pontificia de Comillas.
- John Santrock. (2019). *Psicología de la educación* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020a). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93.  
<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- La Generación, E. N., Difusión, Y., & La, D. E. (2022). *EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES CÁTEDRA DE INVESTIGACIÓN "ISABEL MUÑOZ CARAVACA."*
- León García, D. C. (2024). LA AUTOESTIMA EN LOS ADOLESCENTES DE CENTROS EDUCATIVOS: REVISIÓN TEÓRICA. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11169222>

- Lozano-Muñoz, N., Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, M. D. (2022). Impact of social network use on anorexia and bulimia in female adolescents: a systematic review. *Anales Del Sistema Sanitario de Navarra*, 45(2). <https://doi.org/10.23938/ASSN.1009>
- Perales Garza, C. Y. (2021). Aportaciones sobre el autoconcepto y autoestima. Nunca es tarde para aceptarse. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
- Quiroz, N. T. (2020). TikTok. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 14, e044. <https://doi.org/10.24215/18524907e044>
- Sigüenza Campoverde, W. G., Reyes Toro, M. L., & Quezada Loaiza, E. (2019). *Autoestima en la adolescencia media y tardía Self-esteem in middle and late adolescents Contenido*.
- Soria Pincha, P. A., & Villegas Villacrés, N. D. J. (2023). ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. *REVISTA PSICOLOGÍA UNEMI*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2023pp19-29p>
- Torres-Serrano, M. (2020). *Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima*.
- Troya Fernández, J. C., Periñan Sotelo, N., & Sánchez-Movellan Pérez, P. (2023). El impacto de las redes sociales en la salud mental. Revisión bibliográfica. *SANUM Revista Científico-Sanitaria*.
- Valadez-Figueroa, I., Chávez-Hernández, A.-M., Vargas-Valadez, V., & Ochoa-Orendain, M.-C. (2019a). Componentes cognoscitivos, comportamentales y afectivos de la ideación suicida y su relación con situaciones cotidianas de la vida familiar en adolescentes mexicanos. *Acta Universitaria*, 29, 1–17. <https://doi.org/10.15174/au.2019.2489>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63(2), 221–243. <https://doi.org/10.1111/jcom.12024>
- Villalobos, H. P. (2019). *Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal*.

## ANEXOS

### Anexo 1. Enlace a la propuesta

[https://www.canva.com/design/DAGs0swjG-k/4Vb9sVhoimYt2uOY5j-Zbw/view?utm\\_content=DAGs0swjG-k&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=uniquelinks&utm\\_id=h44fa33dd9e](https://www.canva.com/design/DAGs0swjG-k/4Vb9sVhoimYt2uOY5j-Zbw/view?utm_content=DAGs0swjG-k&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_id=h44fa33dd9e)



Estrategias psicoeducativas para reducir

## **EL IMPACTO DEL USO DE REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA**

De los estudiantes de 14 y 15 años de la  
Unidad Educativa "Mariscal Sucre".