

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

FACULTAD DE PSICOLOGIA



TESIS

**AUTOESTIMA Y USO DE FACEBOOK EN
ESTUDIANTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA**

PRESENTADO POR:

BACH. REISA AMALIA ROSSEL NOLE

Para optar el título de:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

Lima – Perú

2018

DEDICATORIA

A mis padres por la motivación
y apoyo perfectamente mantenido a
través del tiempo.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por ayudarme a ser cada día mejor y animarme a culminar todo lo empezado.

A mis profesores Edmundo Hervias y Vicente Mendoza, por las indicaciones y tiempo brindado para la realización del presente trabajo de investigación.

AUTOESTIMA Y USO DE FACEBOOK EN ESTUDIANTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA

BACH. REISA AMALIA ROSSEL NOLE

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
FACULTAD DE PSICOLOGIA**

RESUMEN

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

Palabras clave

Facebook, autoestima y adolescencia.

ESTEEM AND USE OF FACEBOOK IN FIFTH YEAR STUDENTS OF SECONDARY

BACH. REISA AMALIA ROSSEL NOLE

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

FACULTAD DE PSICOLOGIA

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain whether there is a relationship between self-esteem and psychological variable using Facebook, taking into account indicators such as number of hours, frequency of use, friends, photographic activity and rationale use. The information was gathered by the survey technique, the Self-Esteem Inventory for Children and Adolescents Stanley Coopersmith and a questionnaire to determine the use of Facebook, which was created for this research was used; then a correlational study using the Spearman correlation coefficient was performed. The results indicate that there is only a slight relationship between self-esteem and overall score using the Facebook for study, $r = .189, n = 172, p = .013$ with an effect size of .01, meaning it has little effect; the results found in this study are different from those found in previous research, these findings are relevant, it may be appropriate to conduct more investigations related to the issue to see if the difference found in the results is the product of cultural difference or by the difference in ages between participants of the various investigations.

Key words

Esteem, Facebook and adolescence.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN	iv
INDICE DE CONTENIDO.....	vi
LISTA DE TABLAS.....	ix
LISTA DE FIGURAS	xi
INTRODUCCION	13
CAPITULO I PROBLEMA	15
1.1 Planteamiento y formulación	15
1.1.1 Problema General	17
1.1.2 Problemas Específicos.....	17
1.2 Hipótesis.....	18
1.2.1 Hipótesis General.....	18
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo General	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Importancia y justificación	19
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes.....	21

2.1.1 Antecedentes Nacionales.....	21
2.1.2 Antecedentes Internacionales	23
2.2 Base teórica.....	28
2.2.1 Autoestima.....	28
2.2.1.1 Reseña Histórica	28
2.2.1.2 Enfoques	29
2.2.1.3 Características	30
2.2.1.4 Componentes de la autoestima.....	31
2.2.1.5 Dimensiones de la autoestima	31
2.2.1.6 Niveles de la autoestima	33
2.2.1.7 Importancia de la autoestima	33
2.2.1.8 Autoestima durante la adolescencia.....	35
2.2.2 Facebook.....	37
2.2.2.1 Reseña Histórica	37
2.2.2.2 Servicios que ofrece Facebook	37
2.2.2.3 Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook.....	39
2.2.3 Adolescencia.....	40
2.2.3.1 Desarrollo Físico	40
2.2.3.2 Desarrollo Cognitivo	41
2.2.3.3 Desarrollo Social	41

2.2.3.4 Etapas	42
2.2.3.2 Adolescencia y uso de redes sociales	44
CAPITULO III MÉTODO.....	46
3.1 Participantes.....	46
3.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50
3.2.1 Técnica.....	50
3.2.2 Instrumentos de recolección de datos.....	50
3.3 Procedimientos.....	52
CAPITULO IV RESULTADOS.....	54
CAPITULO V DISCUSIÓN	71
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES	79
REFERENCIA	80
ANEXOS	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Edad de las alumnas que participaron en la investigación	47
Tabla 2 Tipos de familia a la que pertenecen las alumnas que participaron en la investigación	48
Tabla 3 Servicio de internet de las alumnas que participaron en la investigación	49
Tabla 4 Frecuencia de los niveles de autoestima.....	54
Tabla 5 Frecuencia del número de horas semanal de uso de Facebook	55
Tabla 6 Frecuencia del número de veces semanal que usan Facebook.	57
Tabla 7 Frecuencia del número de amigos que tienen en Facebook	58
Tabla 8 Frecuencia del número de fotos que tienen en Facebook.....	59
Tabla 9 Frecuencia del uso de Facebook para chatear.....	60
Tabla 10 Frecuencia del uso de Facebook para jugar.....	61
Tabla 11 Frecuencia del uso de Facebook para realizar publicaciones ..	62
Tabla 12 Frecuencia del uso de Facebook para crear grupos	63
Tabla 13 Frecuencia del uso de Facebook por motivos de estudio.....	64
Tabla 14 Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para las distribuciones de autoestima y el número de horas semanal de uso de Facebook	65
Tabla 15 Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para las distribuciones de autoestima y el número de veces semanal que usan Facebook	67

Tabla 16 Correlación entre la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook	68
Tabla 17 Correlación entre la autoestima y el número de fotos que tienen en Facebook	69
Tabla 18 Correlación entre la autoestima y los motivos de usos de Facebook	70

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Diagrama de distribución de las alumnas según sus edades. . .	47
<i>Figura 2.</i> Diagrama de distribución de las alumnas según su tipo de familia.....	48
<i>Figura 3.</i> Diagrama de distribución de las alumnas según el servicio de internet.....	49
<i>Figura 4.</i> Diagrama de distribución de las puntuaciones de autoestima. .	54
<i>Figura 5.</i> Diagrama de distribución del número de horas semanal de uso de Facebook.	56
<i>Figura 6.</i> Diagrama de distribución del número de veces semanal que usan Facebook.	57
<i>Figura 7.</i> Diagrama de distribución del número de amigos que tienen en Facebook	58
<i>Figura 8.</i> Diagrama de distribución del número de fotos que tienen en Facebook.	59
<i>Figura 9.</i> Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para chatear	60
<i>Figura 10.</i> Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para jugar.	61
<i>Figura 11.</i> Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para realizar publicaciones.	62
<i>Figura 12.</i> Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para crear grupos.....	63
<i>Figura 13.</i> Diagrama de frecuencia de uso de Facebook por motivos de estudio..	64

<i>Figura 14.</i> Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de horas semanal de uso de Facebook.	66
<i>Figura 15.</i> Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de veces semanal que usan de Facebook.	67
<i>Figura 16.</i> Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook.	68
<i>Figura 17.</i> Diagrama de dispersión de autoestima y el número de fotos que tienen en Facebook.	69

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación busca conocer si existe una relación entre la variable psicológica autoestima y el uso de la red social Facebook. En este estudio se toma en cuenta diversos criterios del uso de Facebook, como: número de horas, frecuencia de uso, número de amigos, número de fotos y motivo de uso.

Actualmente, las redes sociales son de alta relevancia en la comunicación; particularmente Facebook es una de las más populares y utilizadas, millones de personas utilizan Facebook cada día para mantenerse en contacto con sus amigos, subir un número ilimitado de fotografías, enterarse de alguna actividad académica, compartir links y videos.

La red social Facebook es percibida por los adolescentes como algo entretenido, es común para ellos pasar una cantidad significativa de tiempo interactuando con los demás a través de esta red social. Para Echeburúa y Requesens, esto se debe a que Facebook tiene muchas cosas que hacen recordar al colegio; la importancia de ser aceptado por el grupo, la compulsión por airear los gustos musicales o cinematográficos y la necesidad de mostrarse gracioso u ocurrente, así como la exhibición constante de quien son los amigos de uno y, sobre todo, de cuantos tiene. La creación de perfiles en las redes sociales son modos de fortalecer su autoestima (2012, p.25).

Es interesante investigar sobre este tema ya que actualmente Facebook es una de las plataformas, en internet, más utilizadas y una de las redes sociales más populares; así mismo la autoestima es uno de los recursos más valioso de los que puede disponer un adolescente. Precisar el sentido e intensidad de dicha relación nos brindará ciertas pautas de intervención en grupos de adolescentes, para lograr ello es importante

conocer previamente si la variable psicológica autoestima se relaciona con el uso de la red social Facebook.

Existen diversas investigaciones realizadas en el extranjero y una en Perú que demuestran que hay una relación entre el uso de Facebook y la variable psicológica autoestima. La presente investigación tiene como objetivo general, conocer mediante un estudio correlacional si existe una relación entre la autoestima y el uso de Facebook en las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa estatal. Los objetivos secundarios del presente estudio es conocer los niveles de autoestima, el número de horas que usan Facebook, la frecuencia de uso, el número de amigos, el número de fotos, y el motivo de uso de Facebook de las alumnas de 5° año de secundaria de una institución educativa estatal.

En el capítulo I se presenta el planteamiento de la investigación, el problema, se establecen las hipótesis en base a la información recopilada, así como también se plantea un objetivo general y seis objetivos específicos.

Luego, en el capítulo II se presenta las investigaciones realizadas sobre el tema, dichas investigaciones se han llevado a cabo por lo general en el extranjero y solo hay una en Perú; en este capítulo también se aborda los aspectos teóricos de la autoestima, Facebook y adolescencia, así como la relación que existe entre ellos.

Posteriormente, el capítulo III explica la metodología, describe la técnica y los instrumentos utilizados, así como también las características de los participantes del estudio.

En el capítulo IV, se ofrece los resultados obtenidos en la investigación.

Para finalizar, en el capítulo V se presenta la discusión de los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación.

CAPITULO I

PROBLEMA

1.1 Planteamiento y formulación

Durante los últimos años las redes sociales han causado un fuerte impacto, debido que han ido adquiriendo gran importancia en el modo de relacionarse de un individuo con la sociedad, convirtiéndose actualmente en el vehículo de comunicación más rápido.

Existen diversas redes sociales como: Facebook, Twitter, Whatsapp, Qzone, Badoo, LinkedIn, Myspace, Tuenti, Hi5, Sonico, entre otros. La red social más usada en el mundo durante el año 2014 fue Facebook con 1400 millones de usuarios (Web Empresa 20, 2014). En el Perú CCR Bus (2014) afirma que en un estudio realizado en mayo último, donde se encuestó a 800 limeños, de 18 a 65 años, se halló que entre los usuarios actuales de redes sociales, Facebook es la más usada.

Facebook es el líder de las redes sociales que permite comunicarse, crear amistades, socializar, conocer personas con gustos afines y similares a los de uno, compartir imágenes y videos, es decir permite la interacción entre personas de diferentes lugares y culturas.

Subrahmanyam y Greenfield, aseguran que son precisamente los adolescentes, usuarios intensivos de las nuevas formas de comunicación (2008, citado por Badillo, 2012), quienes gastan más tiempo en línea que los adultos y lo utilizan para la interacción social, más a menudo que su generación mayor (Valkenburg y Peter, 2009, citado por Badillo, 2012), Vergilio y Barreiro, aseguran que los adolescentes dedican varias horas del día al uso de las redes sociales, donde crean un juego entre qué mostrar y qué no (2010, citado por Badillo, 2012).

La adolescencia es esencialmente una época de cambios. Trae consigo enormes variaciones físicas y emocionales, que son fascinantes porque

logran la transformación del niño en adulto (Unicef, 2006), una de las características de la adolescencia según Álvarez (2010) es que los espacios donde son posibles los intercambios e interacciones sociales se expanden de manera extraordinaria, mientras, por otra parte se debilita mucho los referentes a la familia.

Una de las características de Facebook es que permite la socialización. Almansa, Fonseca y Castillo (2013) afirman que los adolescentes tienen claro que la presentación que ellos hagan de sí mismos en la red social, depende algo muy importante en esta etapa de la vida: su socialización, tanto real como virtual.

Asimismo, las redes sociales se convierten en parte de su aprendizaje social, que si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, en muchos casos crea modelos alejados de la realidad generando comportamientos y actitudes que suscita problemas de autoestima y estrés, entre ellos están los relacionados con el cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital (Duarte, Gamboa y Arguello, 2013).

La autoestima según Coopersmith es la evaluación que efectúa y que generalmente mantiene el individuo con respecto a sí mismo. Expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica en qué medida el individuo se cree capaz, importante, digno y con éxito. En resumen la autoestima es el juicio personal de dignidad, que se expresa en las actitudes del individuo hacia sí mismo (Branden, 2011).

Según una investigación realizada por Navarro y Jiménez (2007, citado por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010) las personas que tienen una mala opinión de sí mismas ya sea por su timidez o falta de autoestima, pueden usar la internet como una alternativa de socialización pues en ella se pueden abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara. Mehdizadeh (2010) afirmó que los usuarios más activos de la red social Facebook suelen ser narcisistas y tener baja autoestima.

Si consideramos que en el Perú, Facebook es la red social más usada, que son los adolescentes quienes dedican varias horas de día al uso de esta red y que en ellos uno de los principales aspectos psicológicos que se vería afectado podría o sería la autoestima, es necesario investigar esta relación, por eso se plantea la siguiente interrogante de investigación:

1.1.1 Problema General

¿Existe una relación entre la autoestima y el uso de Facebook de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?

1.1.2 Problemas Específicos

1. ¿Cuáles son los niveles de autoestima de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?
2. ¿Cuántas horas semanales usan Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?
3. ¿Cuántas veces durante la semana usan Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?
4. ¿Cuántos amigos tienen en Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?
5. ¿Cuántas fotos tienen en Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?
6. ¿Cuál es el motivo de uso que correlaciona más alto con la autoestima de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública?

1.2 Hipótesis

1.2.1 *Hipótesis General*

Existe relación entre la autoestima y el uso de Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo General*

Determinar la relación entre la autoestima y el uso de Facebook de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa estatal.

1.3.2 *Objetivos específicos*

1. Identificar los niveles de autoestima de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.
2. Conocer el número de horas que usan Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.
3. Identificar el número de veces que usan Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución pública. .
4. Determinar el número de amigos que tienen en Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.
5. Conocer el número de fotos que tienen Facebook las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.
6. Determinar el motivo de uso de Facebook que correlaciona más alto con la autoestima de las alumnas de 5to de secundaria de una institución educativa pública.

1.4 Importancia y justificación

Debido a que la autoestima es un factor crítico que afecta al ajuste psicológico, así como social y siendo actualmente Facebook la red social con mayor número de usuarios en el mundo y la más usada en el Perú; la presente investigación busca presentar datos obtenidos desde el ámbito psicológico con respecto a la autoestima y su relación con el uso de la red social Facebook; ya se han realizado investigaciones relacionando ambas variables, pero la mayoría de estas investigaciones se han llevado a cabo en el extranjero, y la investigación realizada en nuestro país se hizo con una población universitaria, en cambio la presente investigación se llevó a cabo con una población de mujeres adolescentes quienes estaban cursando quinto grado de secundaria. Conocer si existe una relación entre ambas variables, así como precisar el sentido e intensidad de dicha relación contribuye al entendimiento de la construcción de la autoestima en adolescentes ante estas nuevas formas de estimulación, así como también brinda ciertas pautas de intervención en grupos de adolescentes.

A su vez, esta investigación también permite la creación de una encuesta para recolectar información sobre el uso de Facebook, teniendo en cuenta: el número de horas, frecuencia de uso, número de amigos, número de fotos y motivo de uso; dicho instrumento también podría servir para investigaciones posteriores sobre la misma variable.

Con esta investigación se beneficiaría a la población adolescente, sus familias y a la sociedad en general, debido que de existir una relación entre ambas variables, el uso de esta red social podría ser un indicador del nivel de autoestima que presenta un adolescente, y si el uso indicara una baja autoestima, esto ayudaría a tomar las medidas necesarias para revertir esta situación y evitar las consecuencias que trae consigo un nivel bajo de autoestima. Desde el aspecto clínico, el aumentar los estudios sobre Facebook debe alentar a los psicólogos a considerar al uso de

Facebook como una fuente importante de conocimiento de una persona al evaluar su perfil y su salud mental.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Nacionales

En el Perú, Badillo (2012) hizo una investigación referente a los motivos sociales que impulsan el uso del sitio de red social Facebook. En esta investigación participaron 9 escolares entre hombres y mujeres, con edades entre 14 y 17 años, quienes cursaban cuarto o quinto de secundaria, donde algunos de ellos pertenecían a un colegio estatal y otros a un colegio particular; estos estudiantes se caracterizaban por tener un alto uso de Facebook, pasar un tiempo prolongado en juego online y tener una alta cantidad de fotos. Esta investigación fue de tipo cualitativa, para llevarse a cabo se hizo un total 9 entrevistas y se creó un cuestionario de asociación de palabras y completamiento de frases, en base a términos relacionados al Facebook. Posteriormente se hizo un análisis relacional, donde se encontró que el uso social de Facebook por los adolescentes respondía a los motivos de pertenencia, información, control, potenciación personal y confianza. La categoría “motivo de pertenencia” se escogió como la categoría central, en torno a la cual se explican y se enlazan las demás categorías principales, conocidas como motivos sociales.

En el 2013, Tarazona realizó una investigación sobre el uso de Facebook, autoestima y narcisismo. Esta investigación se realizó con 146 jóvenes universitarios provenientes de distintas universidades, de los cuales 88 eran mujeres y 58 eran hombres, cuyas edades eran de 17 y 25 años. Para la medición de las variables se usó el inventario de Coopersmith, el inventario de Personalidad Narcisista y se creó un cuestionario para conocer el uso de Facebook. Posteriormente se realizó un análisis de correlación entre el total de indicadores de uso de Facebook y las áreas de autoestima. Se encontró que los jóvenes universitarios

tienen un alto uso de Facebook, donde la gran mayoría utiliza Facebook de cuatro días a más en la semana y por un rango de 3 a 5 horas diarias. En relación con la variable autoestima se halló: a mayor cantidad de tiempo en Facebook el individuo se sentiría menos identificado con su familia (Ego Hogar Padres) y a mayor cantidad de fotos subidas tendía a sentirse más confiado en sus habilidades académicas y laborales (Ego Académico Laboral). En relación con la variable narcisismo, se obtuvo que: a mayor frecuencia de uso de Facebook, mayor es el puntaje en el NPI; y a menor cantidad de fotos, mayor es el puntaje en el NPI.

Un año después, Deza (2014) llevo a cabo una investigación sobre el uso y soporte social percibido en Facebook. La muestra estuvo conformada por 167 estudiantes universitarios de primer año, con edades entre 16 y 24 años. En esta investigación se diseñó un instrumento para medir el uso del Facebook, el cual estaba formado por las siguientes categorías: número de amigos, tiempo invertido, revisión de otros perfiles y actualización del perfil; también se creó la escala de soporte social percibido en Facebook, esta escala tenía las siguientes categorías: feedback, atención y consideración, conversación privada e interacción social y ayuda. Luego se realizó un análisis de correlación bivariado entre ambas variables, los resultados encontrados fueron: una correlación positiva entre feedback y número de amigos, tiempo invertido en Facebook, revisión de otros perfiles y actualización del perfil; correlación positiva entre conversaciones privadas y tiempo invertido en Facebook, así como también actualización del perfil; correlación positiva entre atención y consideración con revisión de otros perfiles y actualización del perfil. También se encontró que son las mujeres quienes tienen mayor cantidad de amigos; permanecen mayor tiempo en su cuenta por día, revisaban más seguido su perfil y lo actualizan más seguido.

Gutiérrez (2015), realizó un trabajo de investigación referente a la claridad del autoconcepto, autoestima y bienestar psicológico. Este trabajo de investigación se llevó a cabo con una muestra conformada por 128

adolescentes, entre hombres y mujeres con edades entre 12 y 18 años, quienes estaban cursando entre segundo y quinto de secundaria, todos ellos provenientes de un colegio público del distrito de Ventanilla. Los instrumentos que se usaron fueron: la escala de claridad de autoconcepto, la escala de autoestima de Rosemberg y la escala de bienestar psicológica para jóvenes adolescentes. Los resultados encontrados en el estudio realizado fueron: una correlación significativa y positiva entre claridad de autoconcepto y autoestima; entre las escalas de autoestima y bienestar psicológico se halló una correlación significativa y positiva; entre la variable claridad de autoconcepto y bienestar psicológico también se encontró una correlación significativa y positiva. En ninguna de las tres escalas hubo diferencias significativas entre los puntajes de los hombres y las mujeres, es decir, el sexo no representa un factor decisivo en el desarrollo de una autoestima global diferenciada durante la adolescencia. Sin embargo, sí se observaron diferencias significativas entre sexos para la dimensión de Proyectos Personales del Bienestar Psicológico, la cual mostró puntajes más altos en el grupo de mujeres que en el de los hombres.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

A nivel internacional, se han generado investigaciones con respecto a la manera en que las personas usan Facebook. En Canadá, Mehdizadeh (2010) investigó la relación entre uso de Facebook, narcisismo y autoestima; la muestra fue elegida de forma aleatoria y sobre la base de si tenían o no una cuenta de Facebook, estuvo compuesta de 100 estudiantes de la universidad de York, 50 hombres y 50 mujeres, cuyas edades eran de 18 a 25 años. Los participantes fueron añadidos a Facebook, luego se les dio un cuestionario conformado de 4 partes: información demográfica, actividad de Facebook, Escala de Autoestima de Rosenberg y el Inventario de Personalidad Narcisista (NPI). Los resultados obtenidos fueron: a puntajes más altos de narcisismo mayor es el número de veces que abren su cuenta de Facebook, tiempo empleado en cada sesión, número de veces que cambian su foto de perfil y actualizan su

estado; en cambio a mayor puntaje de autoestima es menor el número de veces que abre su cuenta de Facebook, el tiempo empleado en cada sesión y la frecuencia que cambia su foto de perfil.

Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, (2010) en México, investigaron sobre adicción al Facebook relacionada con la baja autoestima, depresión y falta de habilidades sociales; en esta investigación participaron 60 estudiantes de licenciatura, quienes fueron escogidos de forma aleatoria y voluntaria; se les evaluó con el Cuestionario de adicción a Facebook, Cuestionario de Evaluación de Autoestima, Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en la Adolescencia (CEDIA) y Escala de Depresión Geriátrica (GDS); posteriormente fueron divididos en dos grupos: adictos a Facebook (30) y no adictos a Facebook (30), los estudiantes que reportaron que invertían más de 4 horas diarias conectados fueron clasificados como adictos. Los resultados encontrados fueron: es significativo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, tener menos habilidades sociales y una mayor tendencia a la baja autoestima; es decir en este trabajo se comprobó una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook, la baja autoestima, la depresión y falta de habilidades sociales.

En relación con el tema, Gonzales y Hancock, (2011) en Estado Unidos; investigaron el uso de Facebook y la autoestima; participaron 63 estudiantes de la Universidad de Cornell, quienes fueron divididos en 3 grupos, con 21 estudiantes cada uno. Un grupo fue sentado frente a computadoras que tenían sus perfiles de Facebook, otro grupo sentado frente a computadoras que estaban apagadas, y el último grupo se sentó frente a computadoras apagadas y tenían espejos apoyados junto a ellos. A los estudiantes que tenían las computadoras encendidas, se les permitió, utilizar 3 minutos para explorar y editar sus perfiles, posteriormente se les entregó a todos los participantes la escala de autoestima de Rosenberg. Al comparar los resultados se encontró que no existía diferencia entre el grupo con espejos y sin acceso a Facebook, y el grupo sin espejos y sin acceso

a Facebook, pero el grupo que pasó 3 minutos en Facebook presento altos puntajes de autoestima y aquellos que editaron sus perfiles tuvieron los puntajes más altos de autoestima. Esta investigación demuestra que el uso de Facebook influye en nuestro bienestar psicológico.

También en México, López (2012) investigó sobre como Facebook favorece el diseño de una autoestima ideal en los jóvenes, la muestra estuvo conformada por 10 jóvenes de preparatoria entre hombres y mujeres quienes fueron seleccionados de manera aleatoria y con edades entre los 17 y 20 años. Esta investigación fue estructurada en cuatro fases. En la primera fase se incluyeron preguntas del Inventario de la Personalidad de Gordon para evaluar autoestima y estabilidad emocional, En la segunda fase se diseñó y aplicó una encuesta para conocer cómo se estiman a sí mismos, se relacionan con el Facebook y la importancia que le otorgan en su vida social. En la tercera fase se realizó un focus group. En la cuarta fase se abrió un Grupo en Facebook para observar las interacciones online. Se encontró como resultado que la autoestima de los jóvenes se mantiene sin cambios o en menor porcentaje mejora en Facebook. Se identificó que existe una relación entre la baja autoestima y la baja estabilidad emocional y para personas con estas características, es contraproducente las interacciones sociales online.

Así mismo, Forest y Wood (2012) en Canadá investigaron sobre la autoestima y la percepción que tiene sobre el uso de Facebook; para realizar esta investigación se contó con una muestra de 80 estudiantes de pregrado; se usó la Escala de Rosenberg para medir los niveles de autoestima, y la percepción que tienen de Facebook se evaluó mediante un cuestionario en el cual los participantes informaron: sobre el grado en que Facebook les permite expresarse y conectarse con otras personas, la seguridad y la ventajas que siente al hacer revelaciones en Facebook en lugar de hacerlas personalmente. Se obtuvo como resultado que las personas con menores niveles de autoestima perciben el Facebook como un lugar más seguro, así mismo también consideran que Facebook ofrece

más oportunidades para conectarse con otras personas y piensan que una de las ventajas que ofrecen es que permite conseguir el apoyo y la atención sin sobrecargar a otras personas a revelar sus pensamientos y sentimientos, en comparación con los participantes que presentaron mayores niveles de autoestima.

En Estados Unidos, Meier y Gray (2013) realizaron una investigación sobre la actividad asociada al Facebook y la imagen corporal; participaron 103 adolescentes de sexo femenino de una escuela secundaria en Nueva York con edades entre 12 y 18 años. Los instrumentos utilizados fueron: un cuestionario demográfico donde informaban respecto a su edad, grado escolar, altura, peso y etnia para poder calcular su índice de masa corporal de las participantes; el Cuestionario de Internalización de Comparecencia para Adolescentes (SIAQ-A), la Escala de Comparación de la Apariencia Física (PACS); la sub escala de Satisfacción de la Escala de Body-estima para Adolescentes y Adultos (BES), la sub escala de Delgadez del Inventario de Trastorno Alimentario; el Cuestionario de Auto-objetivación y se creó el FBI para evaluar el uso de internet y de Facebook. Se encontró como resultado: que a mayor exposición al Facebook es mayor la internalización del ideal de delgadez, auto-objetivación, búsqueda de la delgadez, y menor la satisfacción que se siente con el peso; también se halló que no eran las horas empleadas en Facebook y en Internet las que afectaba la autopercepción de las niñas, sino el tiempo invertido en la actividad fotográfica.

Pulido, Berrenchea, Hugues, Quiroz, Velazquez y Yunes (2013) en México, investigaron sobre cómo se relaciona el uso de internet, teléfono celular y Facebook con la autoestima, depresión y ansiedad; participaron 294 estudiantes de licenciatura de una universidad particular, quienes fueron seleccionados por un muestreo no probabilístico por cuotas. Los instrumentos empleados fueron: el Inventario de Depresión y Ansiedad de Beck, cuestionario de Evaluación de Autoestima para alumnos de Enseñanza Secundaria, cuestionario de uso Problemático de Internet y se

diseñó un cuestionario para evaluar el uso problemático de Facebook y del teléfono celular. Los resultados fueron: una correlación negativa entre la autoestima y el uso de internet, Facebook y celular; una correlación positiva entre depresión y el uso de internet, Facebook y celular; una correlación positiva entre ansiedad y el uso de internet, Facebook y celular. Al correlacionar el uso de internet, Facebook y celular se encontró correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre uso de internet con Facebook. Al evaluar las diferencias según sexo se encontró que son las mujeres quienes hacen un mayor uso del internet, Facebook y celular.

En Costa Rica, Gonzales y Quiroz (2014) investigaron sobre identidad social, uso de Facebook y su asociación con la autoestima y el disfrute del uso de esta red social; la muestra fue 250 estudiantes universitarios con edades entre los 18 y 23 años. En esta investigación se construyó un listado de categorías de grupos que se forman dentro de Facebook; para evaluar la identidad social se usó la Escala de Autoestima Colectiva General, a partir de esta se construyó una escala para medir la evaluación exogrupal; también se usó Escala de Autoestima de Rosemberg; la sub escala de disfrute del Inventario de Motivación Intrínseca; la intensidad de uso de Facebook se evaluó mediante la cantidad de horas al día que emplean durante una semana y para medir la autoapertura se utilizó la escala de Auto-apertura Intima en Línea. Los resultados obtenidos fueron: los participantes con mayor evaluación endogrupal tienen mayor autoestima y disfrute en el uso de Facebook, siendo las mujeres quienes tienen mayor evaluación endogrupal; también se encontró que a mayor evaluación exogrupal hay mayores niveles de autoapertura en Facebook y menores niveles de autoestima; así mismo se encontró que a mayor disfrute de la red social existe un mayor uso de la red y una mayor autoapertura.

Así mismo en Reino Unido, Eckler, Kalyango y Paasch (2014) realizaron una investigación sobre uso de Facebook, imagen corporal, hábitos

alimenticios y de ejercicios; en esta investigación participaron 881 mujeres universitarias. Se les preguntó sobre su uso de Facebook en el mes anterior, incluyendo la frecuencia con que visitaban el sitio, el tiempo que normalmente pasaban en el mismo y cuáles eran sus actividades favoritas; también se usaron los instrumentos Body Shape Questionnaire (BSQ) y el Eating Attitudes Test (EAT-26), además se les preguntó sobre su peso actual y peso ideal. Se encontró como resultado: que las actividades más populares eran leer el muro de noticias y ver fotografías; también se halló que las mujeres que pensaban que necesitaban perder peso pasaban más tiempo en Facebook con probabilidades más altas de sentirse mal sobre su propio cuerpo, así como de compararse con otras mujeres; en cambio las mujeres que deseaban aumentar o mantener el peso no se sentían mal sobre sí mismas tras entrar en la red social. El estudio halló una asociación entre el uso de Facebook y una mala imagen corporal, pero no de causalidad porque no se diseñó con ese objetivo.

2.2 Base teórica

2.2.1 Autoestima

2.2.1.1 Reseña Histórica

La historia de la autoestima como constructo psicológico se remonta a Willian James con su obra Principios de la Psicología, afirma Pareja (2004). James escribió su libro en 1890, donde describe a la autoestima como el resultado de la proporción entre éxito alcanzado y las pretensiones, este proceso se ve afectado por el éxito y el fracaso del individuo, afirma Tiscar (2010).

Según Tiscar, hubo un notable crecimiento de investigaciones sobre la autoestima desde los años cincuenta hasta mediados de los setenta. Después de un pequeño descenso en esa época, la producción científica no ha cesado, con más de siete mil artículos y seiscientos libros publicados sobre uno de los aspectos más atractivos y a la vez complicados. (2010)

Actualmente se ha tomado a la autoestima como una variable independiente, en el sentido que influye sobre la conducta orientándola a una dirección, o como variable dependiente porque responde a la influencia de factores externos.

2.2.1.2 Enfoques

El concepto de autoestima ha sido definido y utilizado por numerosos psicólogos desde prácticamente todas las corrientes de psicología.

Rober White, 1963, desde un enfoque psicodinámico, ve a la autoestima como un fenómeno que se ve afectado por la experiencia y a su vez efectúa y genera el comportamiento. Consideró que la autoestima tenía dos fuentes: una interna (logros propios) y una externa (las afirmaciones de los demás) (Tiscar 2010).

Tiscar (2010), afirma que desde una aproximación sociocultural, Morris Rosenberg, en 1965, define a la autoestima como una actitud, tanto positiva como negativa, que la gente tiene sobre sí misma. Es producto de las influencias de la cultura, sociedad, familia y las relaciones interpersonales. Rosenberg relacionó autoestima con ansiedad y depresión.

Así mismo tenemos la perspectiva humanista de Nathaniel Branden, quien asegura que la autoestima es la confianza en nuestra capacidad de pensar, en nuestra capacidad de enfrentarnos a los desafíos básicos de la vida. La confianza en nuestro derecho a triunfar y a ser felices; el sentimiento de ser respetables, de ser dignos, y de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y carencias, a alcanzar nuestros principios morales y a gozar del fruto de nuestros esfuerzos (Branden, 1995, p.4). El sentido de competencia, valor propio, autoconfianza y respeto propio son fundamentales en esta teoría, afirma Tiscar (2010).

El enfoque cognitivo conductual, asegura Tiscar (2010), se encuentra representado por Seymour Epstein, quien considera a la

autoestima como una necesidad humana basada en la dignidad y que esta constituye una fuente de motivación para el individuo. La autoestima es vista como consecuencia de una comprensión individual del mundo, de los otros y quien somos nosotros en relación a ellos.

El presente trabajo estudiara a la autoestima desde una perspectiva conductual, teniendo como representante a Coopersmith (1981), quien afirma que la autoestima es la actitud hacia sí mismo y considera que está relacionada con la satisfacción personal y funcionamiento efectivo. Coopersmith afirma que la autoestima es la evaluación que mantiene una persona respecto a sí misma, esto significa una actitud de aprobación o desaprobación, y muestra que la persona se siente capaz, digna y con éxito (citado por Pareja, 2004).

Según Tiscar, fue Coopersmith, quien introdujo el éxito y la autovalía como indicadores de la autoestima, también lo vínculo con la ansiedad y depresión. Este enfoque considera que la autoestima es un constructor o rasgo adquirido. Una persona aprende cuán valiosa es inicialmente de sus padres y esto es reforzado por otros. Los niños adoptan e imitan el modelo de respeto y autoestima que ven en sus progenitores (2010).

2.2.1.3 Características

La autoestima según Coopersmith (1996, citado por Bermúdez, 2014) se caracteriza por:

- Ser estable en el tiempo, la autoestima puede variar, pero esta variación no es fácil, dado que la misma es el resultado de la experiencia, por lo cual solo otras experiencias pueden lograr variar la autoestima. Esta puede variar de acuerdo al sexo o edad.
- Ser individual, dado que la autoestima está vinculada a factores subjetivos ésta es el resultado de las expectativas individuales de cada individuo, el cual es diferente a otros en toda su magnitud y expresión. (Bermúdez Castañeda, 2014).

2.2.1.4 Componentes de la autoestima

Existen tres componentes de la autoestima, los cuales se tomaron en cuenta para el presente trabajo a pesar de tener un enfoque cognitivo conductual, con la finalidad de comprender mejor la variable autoestima. Estos tres componentes están íntimamente correlacionados, de manera que una alteración en uno de ellos genera una alteración en los otros, según Alcántara (2004 citado por Bermúdez, 2014) los componentes de la autoestima son:

- **Componente cognitivo:** Se refiere a las ideas, opiniones, creencias y percepciones. No referimos al autoconcepto definido como opinión que se tienen de la propia personalidad y sobre su conducta.
- **Componente afectivo:** Es un elemento que conlleva a la valoración de lo que en nosotros hay de positivo y de negativo, implica un sentimiento de favorable o desfavorable, de lo agradable o desagradable que vemos en nosotros. Es sentirse a gusto o disgusto consigo mismo; es un juicio de valor sobre nuestras cualidades personales.
- **Componente conductual:** Es el deseo y la decisión de realizar un comportamiento congruente y sensato. Es el esfuerzo por alcanzar fama, honor y respeto ante los demás y con nosotros mismos.

2.2.1.5. Dimensiones de la autoestima

Coopersmith en 1990, considera que la autoestima posee cuatro dimensiones o autoestimas específicas que la persona va evaluando y asimilando de acuerdo a sus debilidades y fortalezas (Piera, 2012). Estas son:

- **Sí mismo:** es la evaluación que la persona hace y con frecuencia mantiene de si mismo, está relacionada con la imagen corporal y cualidades, teniendo en cuenta su capacidad, productividad,

importancia y dignidad, esto incluye un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo.

- Social – pares: hace referencia a las habilidades para relacionarse con los amigos, compañeros y personas desconocidas en diferentes situaciones sociales. Esto incluye un sentimiento de aceptación o rechazo por los pares y el sentimiento de pertenencia. También se relaciona con el sentimiento de capacidad para enfrentar con éxito diferentes episodios sociales; por ejemplo, tener la capacidad de tomar la iniciativa, capacidad de relacionarse con personas del sexo opuesto y resolver problemas interpersonales con facilidad.
- Hogar – padres: son las buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, la independencia y consideración, compartir ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones y la concepción acerca de lo que está bien o mal dentro del marco familiar. Es la dimensión más importante y la que constituye prácticamente la autoestima inicial.
- Escuela: es la evaluación que una persona hace y con frecuencia sostiene respecto a sí mismo en relación con su desempeño en el ámbito escolar, es el sentimiento de capacidad para solucionar problemas de manera eficaz, rescatando no sólo el concepto de inteligencia global, sino también el de inteligencias múltiples, debido a que cada persona tiene capacidades y competencias en determinadas áreas y es importante que sienta esa competencia.

Esto significa que una persona con frecuencia realiza estimaciones de sus interacciones consigo mismo y con el ambiente que le rodea, logrando monitorear frecuentemente como influye dentro de él, posteriormente y en base a la satisfacción que esto le genere, va adoptar una actitud hacia sí mismo.

2.2.1.6. Niveles de la autoestima

Según como se encuentre la autoestima, esta será responsable de muchos fracasos o éxitos, ya que ambos están ligados.

La autoestima, asegura Coopersmith (1990, citado por Piera, 2012) presenta niveles, los cuales son:

- Nivel alto: Son personas que tienen una sensación permanente de valía y de capacidad positiva que les conduce a enfrentarse mejor a las pruebas y retos de la vida, en vez de tener una postura defensiva. No significa un estado de éxito total y constante, sino la conciencia de las propias debilidades y limitaciones, sentirse bien por las capacidades y habilidades.
- Nivel medio: Suele ser la más frecuente, las personas con nivel de autoestima media tienen una buena confianza en sí mismas, pero en ocasiones esta puede llegar a ceder, intentan mantenerse fuertes con respecto a los demás, pero en el interior sufren.
- Nivel bajo: La persona tiende a hacerse la víctima ante sí mismo y los demás. Se siente no merecedor, esto puede llevar a la persona a mantener relaciones perjudiciales, que además de reforzarlo negativamente dificultan la búsqueda de fuentes de merecimiento, tales como el hecho de ser valorado por los demás o saber defender sus derechos.

2.2.1.7 Importancia de la autoestima

La autoestima tiene gran importancia en las diversas interacciones que realiza el hombre. El nivel de nuestra autoestima, afirma Rodríguez, Coopersmith y Alcántara, está relacionado con muchos fracasos y éxitos en nuestra vida, puesto que una autoestima adecuada, da mayor capacidad, confianza y seguridad; por el contrario una autoestima baja

llevara a la persona hacia la derrota y el fracaso, motivada por su inseguridad (citado por Grajeda, Tito y Florez, 2002, p.12).

Diversos autores concuerdan que la autoestima se relaciona con el rendimiento personal en las distintas esferas de la vida, debido a que afecta nuestra manera de actuar y de relacionarnos con los demás.

Así, Montgomery, Coopersmith, Alcántara, Torres y Luma (citado por Grajeda, Tito y Florez, 2002, p.14-16) relacionan la autoestima con las siguientes variables personales:

- Se interrelaciona con el aprendizaje: la autoestima condiciona el aprendizaje, como el aprendizaje condiciona la autoestima. Una vez establecido un nivel de autoestima en la persona este sistema de repertorios condicionará el aprendizaje. Pero a su vez los procesos de aprendizaje y los productos comportamentales reciben reforzamiento primario y sobretodo social que irán formando y cambiando nuestros niveles de autoestima.
- Permite superar y tolerar las frustraciones: una persona con un buen nivel de autoestima es capaz de superar sus fracasos, ya que dispone de pensamientos positivos acerca de su capacidad, las cuales junto a su inteligencia la ayudan a superar los obstáculos. En cambio cuando posee una autoestima pobre no es capaz de recibir golpes en la vida, así que estos lo quiebran, paralizan y deprimen o por el contrario lo ponen ansioso y agresivo.
- Fundamenta la responsabilidad: las personas responsables son aquellas capaces de aceptar y cumplir con las responsabilidades que adquieren. Las personas con baja autoestima no creen en sí mismos y temen cometer errores o fracasar en el intento, por ellos no se sienten capaces de asumir responsabilidades.
- Es determinante en la independencia o autonomía personal: las personas con bajo nivel de autoestima son dependientes, es difícil

que ellos tomen decisiones, por el contrario esperan recibir determinaciones de los demás. La autoestima positiva hace que las personas se sientan seguras en sí y por ende pueden tomar sus propias decisiones sin tener en cuenta las influencias del medio.

- Incrementa la posibilidad de relaciones sociales adecuadas: Si tenemos una idea pobre de nosotros mismos es muy probable que nos alejemos de las demás personas por temor al rechazo o burla. Una alta autoestima permite que confiadamente establezcamos nuevas amistades, mantengamos las saludables y busquemos un mejoramiento de nuestro entorno social.
- Garantiza la proyección futura de la persona: un buen nivel de autoestima le permite a la persona planificar metas a corto, mediano y largo plazo, además el individuo hará lo posible para lograr esas metas.
- Permite la expresión emocional espontánea: las personas con buen nivel de autoestima no sienten vergüenza de expresar sus emociones, en cambio las personas con baja autoestima reprimen sus emociones.

2.2.1.8 Autoestima durante la adolescencia

La autoestima es uno de los recursos más valioso de los que puede disponer un adolescente, afirma Matthew, porque aprenderá de manera más eficaz, desarrollará relaciones mucho más gratas, estará más capacitado para aprovechar las oportunidades que se le presenten, para trabajar productivamente y ser autosuficiente (citado por Grajeda, Tito y Florez, 2002, p.53).

Un factor importante a la contribución de la autoestima es la opinión de personas importantes para el adolescente, Harter asegura que para los niños, las percepciones de los padres desempeñan un papel más importante que ninguna otra variable en la determinación de la autoestima.

Sin embargo, con el comienzo de la adolescencia, los iguales ocupan un lugar cada vez más destacado. Es interesante señalar que los compañeros de clases parecen tener más importancia que los amigos íntimos al influir en la autoestima, puesto que estos últimos por definición proporcionan apoyo, debido a esto los adolescentes recurren a fuentes más objetivas de apoyo, un espejo social, como vendrían a ser los compañeros de clases (citado por Coleman y Hendry, 2003, p.65).

La adolescencia temprana es un periodo relevante para la formación de la autoestima, en la cual los individuos se muestran vulnerables a experimentar una disminución en la misma (Twenge y Campbell, 2001, citado por Rodriguez y Caño, 2012). Así, los jóvenes de estas edades manifiestan, con frecuencia, no sólo una disminución sino también fuertes fluctuaciones en sus niveles de autoestima, las cuáles tienden a disminuir conforme avanza la adolescencia y se alcanza la edad adulta (Block y Robins, 1993, citado por Rodriguez y Caño, 2012).

Cuando un adolescente presenta un bajo nivel de autoestima, su conducta se caracteriza, afirman Grajeda, Tito y Florez (2002, p.57), por: dificultad para comunicarse, timidez, hablar negativamente de la familia, rara vez o nunca ofrece ayudar, suele relacionarse más con cosas y animales que con gente, dificultad para expresar sus ideas, habla negativamente de sí mismo, demuestra poca imaginación y se siente incómodo cuando se le destaca o pregunta en clases.

Los adolescentes con un buen nivel de autoestima, según (Grajeda, Tito y Florez (2002, p.60), se caracterizan por: establecer varias relaciones interpersonales, ser creativo, valorizar los logros de las demás personas, aceptar las normas sociales, expresar sus puntos de vista y emociones, preocuparse por su aspecto personal, tolerar la frustración, hablar positivamente de sí mismo, adaptarse a los grupos, alegrarse, reforzar y autoreforzar los desempeños propios y ajenos.

2.2.2. Facebook

2.2.2.1. Reseña Histórica

Facebook es una red social en internet, que en sus inicios, según Mejía (2012) fue denominado The Facebook, y se originó como una versión en línea de los "facebook" de las universidades americanas. Los "facebook" son boletines que dan las universidades al inicio del año académico, tienen fotos y nombres de todos los alumnos, el objetivo es ayudar a los estudiantes a conocerse.

Esta red social se creó a inicios del 2004, el creador fue Mark Zuckerberg, con ayuda de Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Eduardo Saverin, quienes tenían el objetivo de comunicar a los alumnos dentro de la Universidad de Harvard (Diario la Nación, 2012, citado por Carrizo, 2012). A solo semanas de su lanzamiento, el cincuenta por ciento de los alumnos de la universidad ya utilizaban el sitio para interactuar. En pocos meses, se expandió a tres universidades y así comenzó a expandirse entre las más prestigiosas universidades de los Estados Unidos. Se abrió masivamente en el 2006, permitiendo que todas las personas que contaran con correo electrónico puedan ser parte de esa comunidad (Carrizo, 2012). Diez años después de su creación, en el 2014 según la (Web Empresa 20) Facebook era la red social más usada en el mundo, con 1400 millones de usuarios.

La consultora CCR Bus, realizó una investigación en la cual se encuestó a 800 limeños de 18 a 65 años y encontró que en nuestro país Facebook es la red social más conocida entre los usuarios actuales de redes sociales (2014).

2.2.2.2. Servicios que ofrece Facebook

a) Lista de amigos: El usuario tiene según Mejia (2012) la opción de agregar a cualquier persona que conozca y tenga cuenta de Facebook, siempre y cuando, esta acepte su invitación. Facebook

posee herramientas que permiten buscar y de sugerir amigos. También permite encontrar a personas con quienes se había perdido contacto y añadir a otras que quieres conocer (Tarazona, 2013).

b) Grupos y páginas: Tiene como objetivo reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden subir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están orientadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia un tipo de convocatoria (Mejia, 2012).

c) Muro: Hay contenidos que son publicados por los contactos, como los publicados por el usuario. El usuario puede expresarse mediante un espacio llamado “estado” y colocar sus pensamientos, sentimientos o cualquier idea que desee que sea pública (Deza, 2014). También puedes subir fotos, videos, música, documentos, para que los demás integrantes de Facebook los puedan ver (Tarazona, 2013).

d) Fotos: Se puede subir fotos, así como también crear álbumes, compartirlos con amigos, etiquetar personas y editar fotos almacenadas, afirma Mejia (2012).

e) Regalos: Mejia (2012) son pequeños íconos con un mensaje. Algunos regalos son gratuitos y el resto cuestan un dólar.

f) Aplicaciones: Son programas desarrollados por terceros que dotan a Facebook de funcionalidades añadidas que lo hacen más atractivo Mejia (2012).

g) Juegos: Son actividades lúdicas tales como juegos de rol, de mesa y pruebas de habilidades que generan competencia entre los “amigos de Facebook” (Tarazona, 2014).

2.2.2.3. Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook

Debido a la gran cantidad de usuarios que tiene Facebook, muchos investigadores han tratado de comprender quiénes son las personas que participan de esta red social y por qué lo hacen.

Mehdizadeh en el 2010, descubrió que los participantes con mayor narcisismo y menor autoestima tenían una mayor actividad en Facebook y más publicaciones con contenidos de auto-promoción. Del mismo modo, en Perú, Tarazona (2013) encontró que los participantes con mayor narcisismo, pasaban más horas al día en la red social y aquellos con mayor autoestima, en relación a logros académicos, colgaban más fotos.

También se ha encontrado una relación significativa entre los adictos a Facebook y una mayor tendencia a la baja autoestima, afirma Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010). Esto podría deberse a que las personas con menores niveles de autoestima perciben el Facebook como un lugar más seguro y consideran que Facebook les ofrece más oportunidades para conectarse con otras personas (Forest y Wood, 2012).

No solo la baja autoestima y el narcisismo están asociados al uso intenso de Facebook, también se encuentra una relación con los celos. Muise, Christofide y Desmarais (2007 citado por Tarazona 2013), encontraron que en una población online de jóvenes universitarios, el tiempo de uso de Facebook es un predictor significativo de celos. Facebook puede promover los celos y las sospechas en una relación romántica afirmó Fersh (2007, citado por Tarazona 2013).

Otra variable que también se encuentra asociada es la timidez; Orr, Sisic, Ross, Simmering y Arseneault (2009 citado por Tarazona 2012), realizaron una investigación y hallaron que en una población de estudiantes universitarios canadienses, la timidez se relaciona de manera positiva con la cantidad de tiempo que pasa una persona en Facebook.

Así mismo, la depresión y falta de habilidades sociales están relacionadas con el uso de esta red social; Herrera, Pacheco, Palomar, & Zavala; encontraron que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión y a tener menos habilidades sociales (2010).

Según Schiffrin (2010, citado por Gonzales y Quiroz, 2014), la autoapertura es una variable que también puede afectar el uso de Facebook. Esto sucede, afirma Christofides, debido a que revelar información es parte importante en la construcción de relaciones, ya que se encuentra vinculado con la confianza (2009, citado por Gonzales y Quiroz, 2014).

Meier y Gray en el 2013, encontraron que la autopercepción también se relaciona con el uso del Facebook, específicamente es el tiempo dedicado a la actividad fotográfica lo que afecta la autopercepción de las adolescentes.

Otra variable que también tendría relación con el uso de Facebook es la ansiedad; Pulido, Berrenchea, Hugues, Quiroz, Velazquez y Yunes (2013) encontraron una correlación positiva entre ansiedad y uso de Facebook.

2.2.3. Adolescencia

Papalia, Wendkos y Duskin (2009) definió a la adolescencia como “la transición de la infancia a la adultez, que implica cambios físicos, cognitivos y psicosociales, dura cerca de una década, desde los 11 a 20 años” (p.461), comienza, afirma Iglesia, con la aparición de los primeros signos de la pubertad y termina cuando cesa el crecimiento (2013).

2.2.3.1. Desarrollo Físico

El desarrollo físico de los adolescentes inicia con la pubertad. Se considera que la pubertad comienza con el inicio de la menstruación en las chicas y con la aparición del vello púbico en los chicos, estos dos cambios

fácilmente observables son solo una pequeña parte, este estadio se acompaña no solo de cambios en el sistema reproductivo y en las características sexuales secundarias del individuo, sino en el funcionamiento del corazón, y así del sistema cardiovascular, los pulmones, que a su vez afectan al sistema respiratorio, en el tamaño y la fuerza de muchos de los músculos, etc. Por lo tanto la pubertad es un acontecimiento en la vida física del cuerpo con implicaciones de gran amplitud. (Colmena y Hendry, 2003, p.31).

2.2.3.2. Desarrollo Cognitivo

No existen cambios visiblemente observables como sucede con el desarrollo físico, sin embargo, constantemente se están produciendo cambios en esta área.

Los adolescentes asegura Papalia, Wendkos y Duskin (2003) entran en lo que Piaget denomina operaciones formales, y el cual es considerado como el más alto nivel del desarrollo cognitivo, debido a que desarrollan la capacidad de pensamiento abstracto (p.489).

La etapa de operaciones formales se caracteriza por no estar limitado en el aquí y el ahora, utilizar símbolos para representar símbolos, apreciar mejor las metáforas y tener un pensamiento hipotético deductivo (Papalia, Wendkos y Duskin, 2003, p. 491).

Sin bien es cierto que los adolescentes están en la etapa de operaciones formales y siendo esta la etapa más alta del desarrollo cognitivo, ellos aun experimenta inmadurez en el pensamiento afirma Papalia, Wendkos y Duskin (2003) esto se debe según David Elkind a “los intentos inexpertos de los adolescente por utilizar el pensamiento de las operaciones formales” (p.492).

2.2.3.3. Desarrollo Social

Durante la adolescencia afirma Papalia, Wendkos y Duskin (2003, p. 537) “El grupo de pares es una fuente importante de apoyo emocional

durante la compleja transición de la adolescencia, así como también es una fuente de presión para conductas que los padres rechazarían. Los pares durante la adolescencia son una fuente de afecto, simpatía, comprensión y guía moral; un lugar donde experimentar, y un entorno para lograr la autonomía e independencia de los padres”.

La intensidad e importancia de las amistades y la cantidad de tiempo que se pasa con los amigos probablemente es mayor durante la adolescencia que en cualquier otro momento.

Las relaciones románticas son parte central del mundo social de la mayoría de los adolescentes, esto contribuye al desarrollo de la identidad, con el advenimiento de la pubertad, la mayoría de los muchachos y muchachas empiezan a pensar acerca de los miembros del sexo opuesto y a interactuar más con ellos. De manera típica, pasan de grupos mixtos o citas grupales a relaciones románticas uno a uno que incluyen pasión y un sentimiento de compromiso. Las relaciones románticas se vuelven más intensas y más íntimas a lo largo de la adolescencia. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2003, p. 539).

2.2.3.4. Etapas

Adolescencia temprana (11 a 13 años):

Se caracteriza según Iglesias (2013) por:

- Los cambios físicos y psicológicos que acompañan la aparición de la pubertad generan una gran preocupación en los adolescentes, con extrañamiento y rechazo del propio cuerpo, inseguridad respecto a su atractivo.
- La relación con los padres se hace más difícil, existe mayor recelo y confrontación; el humor es variable.

- La amistad es lo más importante y desplaza el apego que se sentía hasta entonces por los padres. Las relaciones son fuertemente emocionales y aparecen las relaciones con el sexo opuesto.
- Su razonamiento es abstracto, tienen una visión utópica del mundo, con objetivos vocacionales irreales, y dificultad en el control de impulsos.

Adolescencia media (14 a 16 años):

Iglesias (2013) afirma que esta etapa tiene las siguientes características:

- Se produce una mejor aceptación del cuerpo pero sigue preocupándoles mucho la apariencia externa.
- Intensa relación con el grupo de pares, salida con amigos, surgen las pandillas, los clubs, el deporte; se destacan los gustos por la música, se adoptan signos comunes de identidad (piercing, tatuajes, moda, conductas de riesgo).
- Aparece una mayor empatía, creatividad y un progreso cognitivo con un pensamiento abstracto más acentuado y, aunque la vocación se vuelve más realista, se sienten “omnipotentes” y asumen, en ocasiones, conductas de riesgo.

Adolescencia tardía (17 a 21 años):

Sus características según Iglesias (2013) son:

- El aspecto externo tiene ya una menor importancia, con mayor aceptación de la propia corporalidad.
- La relación con los amigos se vuelve más débil, centrándose en pocas personas o en relaciones más o menos estables de pareja.

- Suelen ser más realistas, racionales y comprometidos, con objetivos vocacionales prácticos, consolidándose sus valores morales, religiosos y sexuales.

2.2.3.5. Adolescencia y uso de redes sociales

Los menores de hoy en día afirma Echeburúa y Requesens, son llamados nativos digitales porque han nacido y crecido con las nuevas tecnologías, cuentan con ellas en sus vidas desde muy pequeños y, de algún modo, llegan a constituirse en su seña de identidad (2012, p.22).

A partir de los 10 u 11 años los menores se conectan a la red de forma regular. A medida que el niño se hace adolescente, los tiempos de conexión aumentan (Echeburúa y Requesens, 2012, p.22).

Las redes sociales según Echeburúa y Requesens, cubren necesidades psicológicas básicas de los adolescentes; hacerse visibles, reafirmar la identidad ante el grupo, divertirse o estar conectados a los amigos (2012, p.23).

Asimismo, el hecho de publicar fotos en su perfil on-line o compartirlas con sus amistades habituales es una actividad de socialización que contribuye a la formación de la identidad de los adolescentes. La creación de perfiles en las redes sociales y el establecimiento de relaciones afectivas son modos de manifestar su propia identidad y de fortalecer su autoestima. Uno puede creerse popular porque cuenta con muchas listas de amigos en las redes sociales, sin percatarse de que frecuentemente se trata de vínculos débiles. (Echeburúa y Requesens, 2012, p.24).

Para Echeburúa y Requesens, las motivaciones para recurrir a las redes sociales en jóvenes y adolescentes son más amplias que en el caso de los adultos. Asimismo, Facebook tiene muchas cosas que recuerda al colegio; la importancia de ser aceptado por el grupo, la compulsión por airear los gustos musicales o cinematográficos y la necesidad de mostrarse

gracioso u ocurrente, así como la exhibición constante de quien son los amigos de uno y, sobre todo, de cuantos tiene (2012, p.25).

Las redes sociales son escenarios con un componente emocional que estimula la comunicación y el dialogo. El uso positivo, siempre que no se deje de lado el resto de las actividades propias de la vida normal de un adolescente. El abuso de las tecnologías provoca aislamiento, induce ansiedad, afecta negativamente a la autoestima y le hace perder a la persona su capacidad de control (Echeburúa y Requesens, 2012, p.42).

CAPITULO III

MÉTODO

3.1 Participantes

La población considerada para el trabajo de investigación estuvo conformada por las estudiantes de quinto año de secundaria de una institución educativa estatal de mujeres, el cual es dirigido por monjas, quienes pertenecen a la congregación de las Hijas de la Caridad de San Vicente de Paul.

El muestreo fue no probabilístico es decir la extracción de la muestra se efectuó siguiendo criterios diferentes de la aleatorización, como la conveniencia (Cea, 1996, p.179), de tipo estratégico, esto significa según Cea, que la selección de las unidades muestrales responde a criterios subjetivos, acordes con los objetivos de la investigación (1996, p. 200). La muestra estuvo constituida por todas las alumnas de quinto año de secundaria de la institución educativa estatal que asistieron los días que se aplicaron los instrumentos, ellas formaron un total de 172 estudiantes, quienes tienen clases de lunes a viernes desde las 7:00 de la mañana hasta la 1:30 de la tarde, dichas alumnas estaban divididas en 6 secciones de la A hasta la F, cada sección conformada por 30 alumnas, ellas tienen edades entre los 15 y 16 años, el 80% de las estudiantes tenían 15 años y el 20% tenían 16 años; el 44% de las alumnas provinieron de una familia nuclear, el 28% de una familia extensa, el 19% de una familia monoparental y un 9% de una familia ensamblada; del total de estudiantes que participaron el 83% afirmó tener internet en casa y el 17% aseguro ir a cabinas de internet; las alumnas que participaron en el estudio provinieron de los diferentes distritos de Lima Metropolitana.

Tabla 1

Edad de las alumnas que participaron en la investigación.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 años	138	80%
16 años	34	20%
TOTAL	172	100%

Figura 1, muestra la distribución de las alumnas que participaron en la investigación según sus edades.

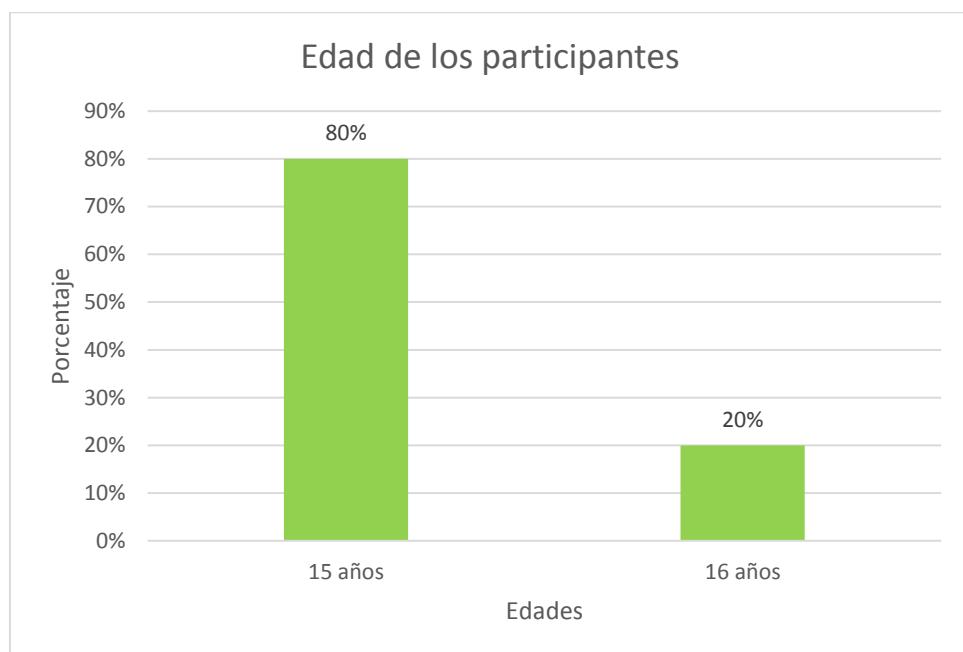


Figura 1. Diagrama de distribución de las alumnas según sus edades.

Tabla 2

Tipos de familia a la que pertenecen las alumnas que participaron en la investigación.

Tipos de familia	Frecuencia	Porcentaje
Nuclear	76	44%
Extensa	48	28%
Monoparental	33	19%
Ensamblada	15	9%
TOTAL	172	100%

La Figura 2, muestra la distribución de las alumnas que participaron en la investigación según el tipo de familia a la que pertenecen.

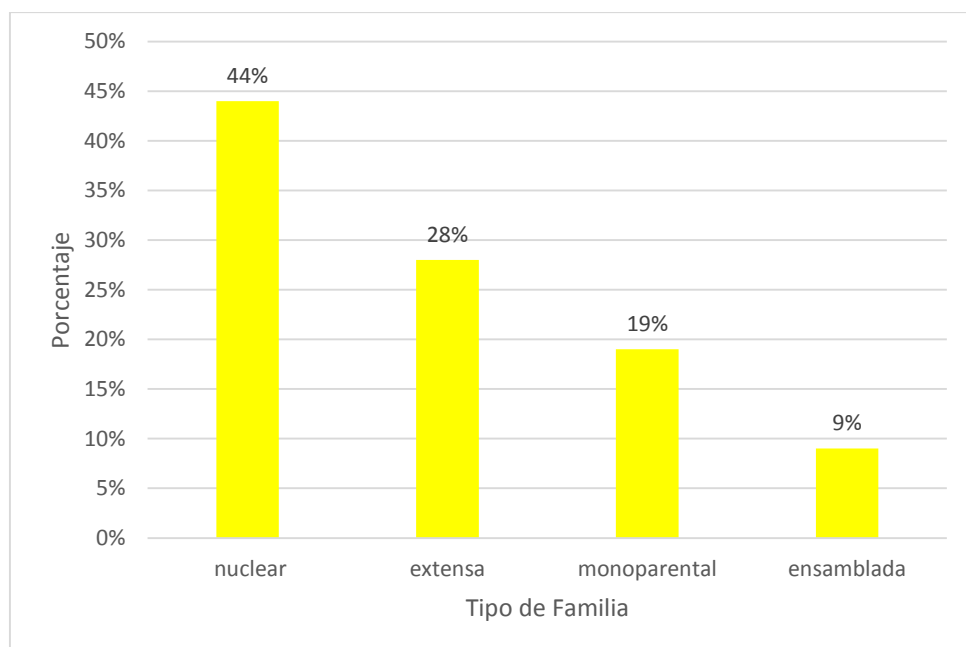


Figura 2. Diagrama de distribución de las alumnas según su tipo de familia.

Tabla 3

Servicio de internet de las alumnas que participaron en la investigación.

Servicio de Internet	Frecuencia	Porcentaje
En casa	143	83%
Cabina	29	17%
TOTAL	172	100%

La Figura 3, muestra la distribución de los participantes según el servicio de internet

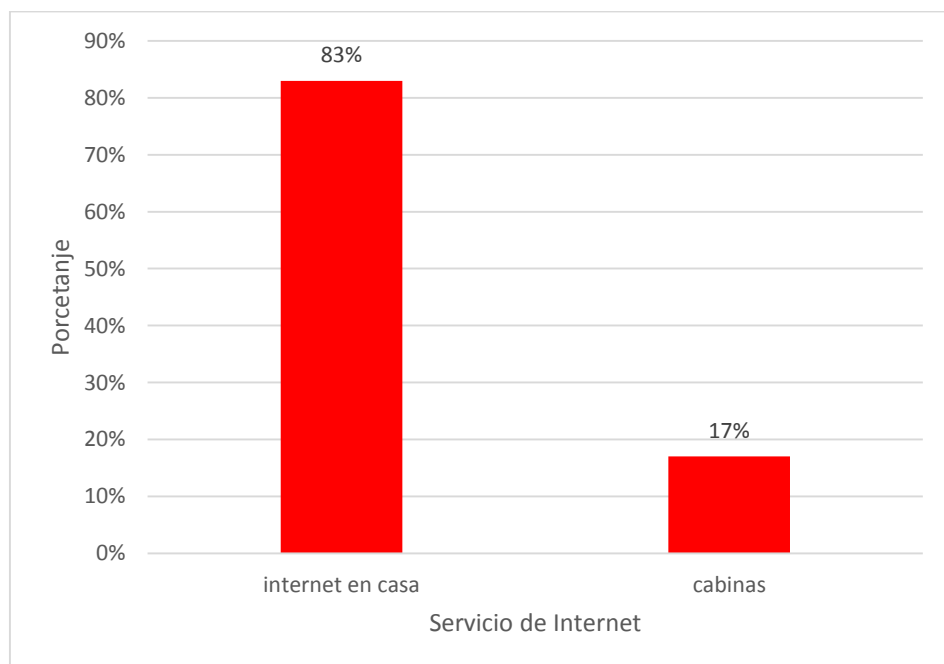


Figura 3. Diagrama de distribución de las alumnas según el servicio de internet.

3.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.2.1 Técnica

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta. Según Alvira (2011) la encuesta es la técnica de recogida de información, la cual es útil ante todo para describir algo y para contrastar hipótesis o modelos (citado por Bermúdez, 2014).

3.2.2. Instrumentos de recolección de datos

a. Inventario de Autoestima para Niños y Adolescentes de Stanley Coopersmith

El inventario fue desarrollado por Stanley Coopersmith en Palo Alto California el año 1967 y fue traducido y validado en nuestro medio por Isabel Panizo el año 1989 (Bermúdez, 2014)

El inventario afirma Bermúdez, está destinado a utilizarse con niños y adolescentes entre los 8 y 15 años de edad para medir las actitudes valorativas hacia sí mismo en cuatro áreas: áreas de interés personal, área social, área familiar y área académica (2014):

- Área de interés personal (Si mismo), se refiere a la autopercepción y propia experiencia valorativa del individuo sobre sus características físicas y psicológicas.
- Área social (Pares), referida a los compañeros de juego y estudio de la misma edad.
- Área Familia (Hogar), referida a las experiencias en el seno familiar, centrada en la relación con los padres.
- Área académica (Escuela), referida a la vida en la escuela y el grado en que el sujeto se siente satisfecho o no con su desempeño académico.

Calificación:

El inventario de autoestima asegura Bermúdez, consta de 58 ítems de los cuales 50 se orientan a evaluar el nivel de autoestima en las áreas mencionadas y los 8 ítems restantes conforman la escala de mentiras diseñadas para medir el grado de defensa o estereotipa en las respuestas de la persona evaluada (2014).

Los ítems se presentan en forma de afirmaciones que expresan sentimientos respecto a diversas situaciones o actitudes de la vida diaria, frente a las cuales la persona debe responder verdadero (V) o falso (F), según sienta lo que expresa el ítem correspondiente o no a sus sentimientos. Se puede obtener puntajes totales así como de las sub áreas, los cuales darán las categorías correspondientes: muy alto, moderadamente alto, promedio, moderadamente bajo y muy bajo (Bermúdez, 2014).

La aplicación del inventario dura aproximadamente 20 minutos y puede ser individual y colectivo.

Validez y confiabilidad:

En nuestro medio Panizo (1989) llevó a cabo la validación de contenido y de constructo del inventario de autoestima. La validación de constructo mediante la correlación ítem sub-test, encontrándose una correlación significativa al ($p < 0.001$) para todos los ítems. La confiabilidad fue comprobada por el método de las mitades. El coeficiente de correlación obtenido fue de 0.78 (citado por Bermúdez, 2014).

Para fines de la presente investigación se halló la confiabilidad por consistencia interna, la cual fue de 0.8 en la escala general, en las subescalas se obtuvo: escala si mismo 0.8, escala hogar 0.7, escala escuela y escala social tuvieron un alpha de crombachs de 0.5.

b. Encuesta de Facebook

Se creó una encuesta donde se solicitaban datos acerca del uso de Facebook, para ello se consideraron los siguientes aspectos:

- Usuario de Facebook: se buscó conocer si el participante contaba con un perfil creado en Facebook o no.
- Número de horas que usan Facebook: se quiso saber, de acuerdo a lo reportado, el número de horas semanales que se dedicaba a usar la red social Facebook.
- Número de veces que usan Facebook: se buscó determinar la frecuencia con la cual usan Facebook, durante una semana.
- Número de amigos: Este indicador quiso conocer cantidad de amigos que tenía en la cuenta de Facebook.
- Número de fotos: se buscó conocer, de modo aproximado, el número de fotos que tienen en su cuenta de Facebook.
- Motivo de uso: se quiso conocer el motivo por el cual usan el Facebook; aquí se consideraron las siguientes actividades: hacer publicaciones, jugar, chatear, crear grupos y por razones de estudios.

Con el objetivo de saber si la encuesta evaluaba el uso de Facebook, se realizó la validación por criterio de jueces, en la cual se evaluó el dominio del constructo, congruencia, tendenciosidad y claridad de las preguntas.

3.3 Procedimientos

Para llevar a cabo esta investigación, primero se realizó las coordinaciones respectivas con el sub director encargado de la institución educativa estatal de mujeres, donde se dio a conocer los objetivos de la investigación y la técnica mediante la cual se recogió los datos, así como también se coordinó las fechas de la aplicación de los instrumentos.

Adicionalmente, se realizó un estudio piloto, aplicando la totalidad de instrumentos a 5 alumnas. El objetivo central era determinar la comprensión de los ítems y precisar otros aspectos relevantes para la aplicación posterior, por ejemplo, tiempo utilizado para responder los cuestionarios. Las participantes no reportaron ninguna observación que modificara el contenido o redacción de los ítems. El tiempo promedio utilizado para responder a la batería de pruebas fue de treinta minutos.

Posteriormente se realizó la aplicación de los instrumentos en cada uno de los salones de 5° año de secundaria de la institución educativa, la cual está conformada por 6 secciones, se evaluó de forma colectiva y en días diferentes a las alumnas de cada salón, siguiendo el cronograma establecido por el sub director, este proceso duró una semana.

Los datos obtenidos se pasaron al software estadístico SPSS versión 20.00 a través del cual se realizó la interpretación de los resultados, basado en tablas construidas de acuerdo a las dimensiones, indicadores e ítems de cada variable.

Para contrastar la hipótesis y conocer si existía o no una relación entre el puntaje general de la autoestima y el uso de Facebook en las estudiantes de 5° año de secundaria, se utilizó el análisis de correlación de Spearman.

CAPITULO IV

RESULTADOS

En la Tabla 4, se observa que 78 alumnas tienen un nivel promedio de autoestima, 50 estudiantes presentan un nivel moderadamente alto, 23 alumnas alcanzan un nivel muy alto, 12 adolescentes obtienen un nivel moderadamente bajo y solo 9 alumnas tienen muy baja autoestima.

Tabla 4

Frecuencia de los niveles de autoestima

Niveles de Autoestima	Frecuencia	Porcentaje
Muy Baja	9	5.2
Moderadamente Baja	12	7.0
Promedio	78	45.3
Moderadamente Alta	50	29.1
Muy Alta	23	13.4
Total	172	100.0

La Figura 4, muestra la distribución de los niveles de autoestima de las alumnas de quinto año de secundaria de una institución educativa pública.

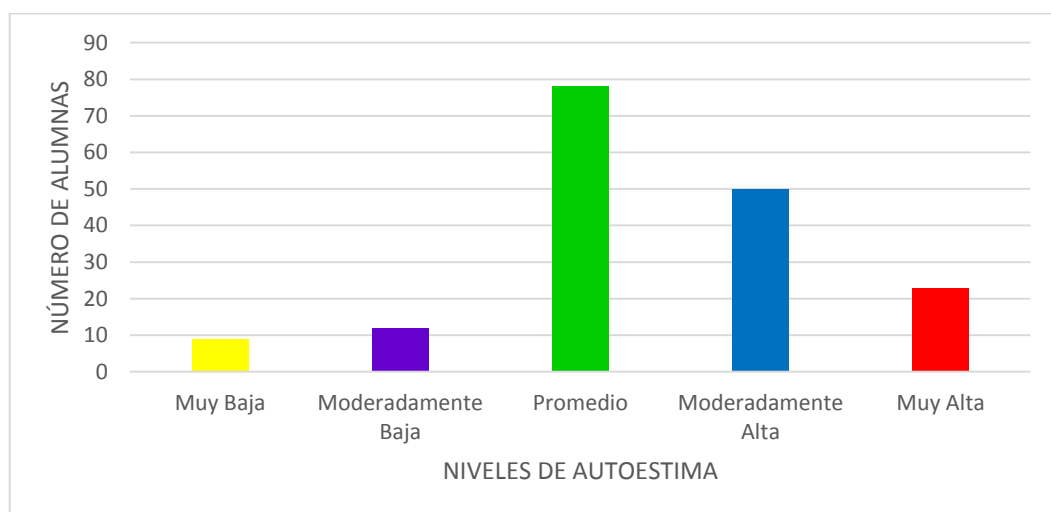


Figura 4. Diagrama de distribución de las puntuaciones de autoestima.

En la Tabla 5, se observa que 33 alumnas usan su cuenta Facebook de 7 horas con 1 minuto a 15 horas semanales, 29 estudiantes utilizan su cuenta de 0 horas a 7 horas por semana, 24 alumnas lo utilizan de 15 horas con 1 minuto a 23 horas semanales, 22 estudiantes usan su Facebook de 23 horas con 1 minuto a 31 horas durante la semana, 17 alumnas usan su cuenta de 31 horas con 1 minuto a 39 horas semanales, 13 estudiantes utilizan su red social de 39 horas con 1 minuto a 47 horas por semana, 12 alumnas hacen uso de Facebook de 47 horas con 1 minuto a 55 horas durante la semana, 8 estudiantes usan de 55 horas con 1 minuto a 63 horas semanales y otras 8 alumnas lo usan de 63 horas semanales con 1 minuto a 71 horas durante la semana, 5 estudiantes hacen uso de cuenta de 71 horas con 1 minuto a 79 horas y solo 1 alumna lo usa de 79 horas con 1 minutos a 87 horas semanales.

Tabla 5

Frecuencia del número de horas semanal de uso de Facebook

Número de Horas	Frecuencia	Porcentaje
0 - 7,00	29	16.9
7,01 - 15,00	33	19.2
15,01 - 23,00	24	14.0
23,01 - 31,00	22	12.8
31,01 - 39,00	13	7.6
39,01 - 47,00	17	9.9
47,01 - 55,00	12	7.0
55,01 - 63,00	8	4.7
63,01 - 71,00	8	4.7
71,01 - 79,00	5	2.9
79,01 - 87,00	1	.6
Total	172	100.0

La Figura 5, muestra la distribución del número de horas semanales que usan Facebook las alumnas de quinto año de secundaria de una institución educativa pública.

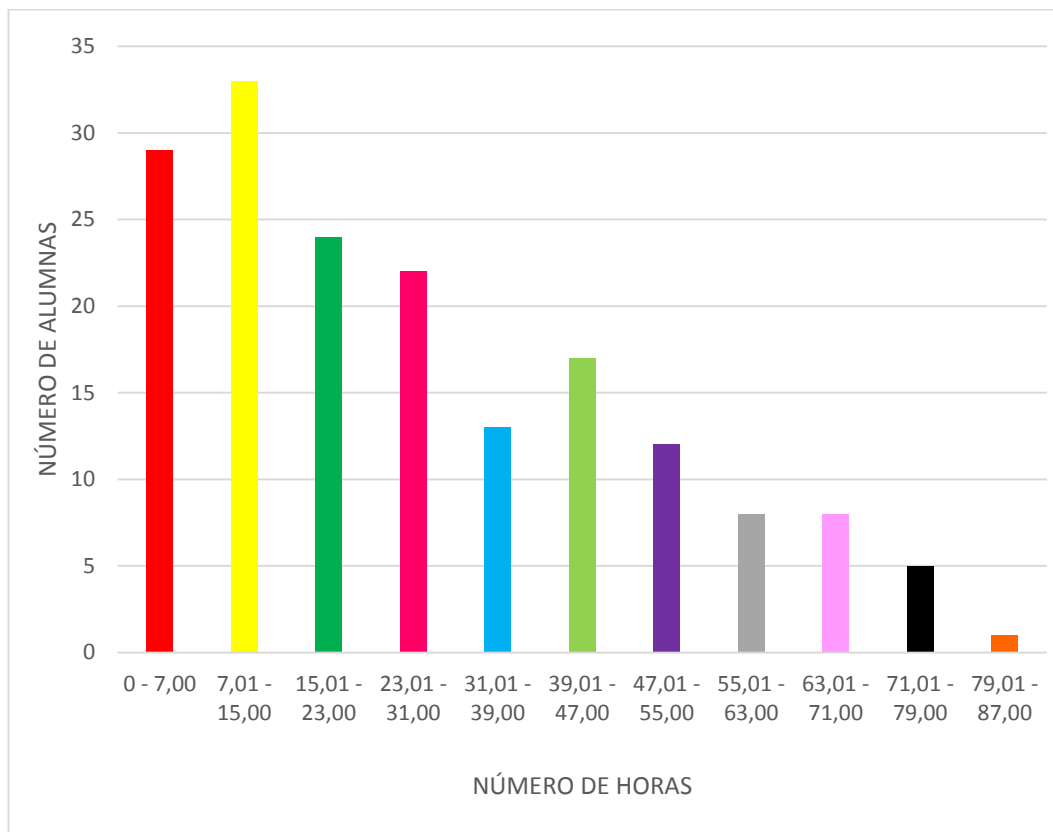


Figura 5. Diagrama de distribución del número de horas semanal de uso de Facebook.

En la tabla 6, se aprecia que 67 alumnas usan su cuenta de Facebook de 8 a 15 veces por semana, 63 estudiantes utilizan su Facebook de 0 a 7 veces semanales, 32 alumnas usan su red social de 16 a 23 veces durante la semana, 8 estudiantes utilizan su Facebook de 24 a 31 veces por semana, 1 alumna usa su cuenta de 72 a 79 veces y también solo 1 estudiante revisa su Facebook de 104 y 111 veces semanales.

Tabla 6

Frecuencia del número de veces semanal que usan Facebook.

Número de veces que usan Facebook	Frecuencia	Porcentaje
0 - 7	63	36.6
8 - 15	67	39.0
16 - 23	32	18.6
24 - 31	8	4.7
72 - 79	1	.6
104 - 111	1	.6
Total	172	100.0

La Figura 6, muestra la distribución del número de veces que usan su cuenta de Facebook las alumnas de quinto año de secundaria de una institución educativa pública.

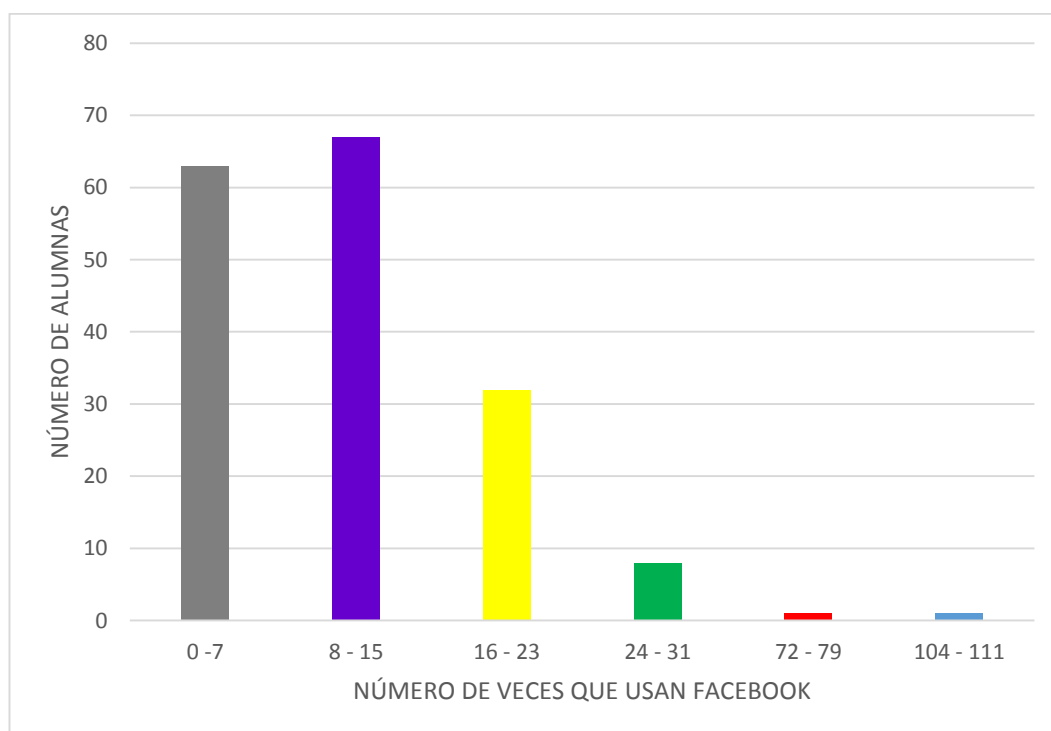


Figura 6. Diagrama de distribución del número de veces semanal que usan Facebook.

En la tabla 7, se observa que 42 alumnas tienen de 801 a más amigos en su cuenta de Facebook, 40 estudiantes tienen de 201 a 400 amigos, 38 alumnas tienen de 401 a 600 amigos, 27 adolescentes tienen de 1 a 200 amigos y 25 alumnas tienen de 601 a 800 amigos en su red social Facebook.

Tabla 7

Frecuencia del número de amigos que tienen en Facebook.

Número de amigos	Frecuencia	Porcentaje
1 A 200	27	15.7
201 A 400	40	23.3
401 A 600	38	22.1
601 A 800	25	14.5
801 A MÁS	42	24.4
Total	172	100.0

La Figura 7, muestra la distribución del número de amigos que tienen en su cuenta de Facebook las alumnas de quinto año de secundaria de una institución pública.

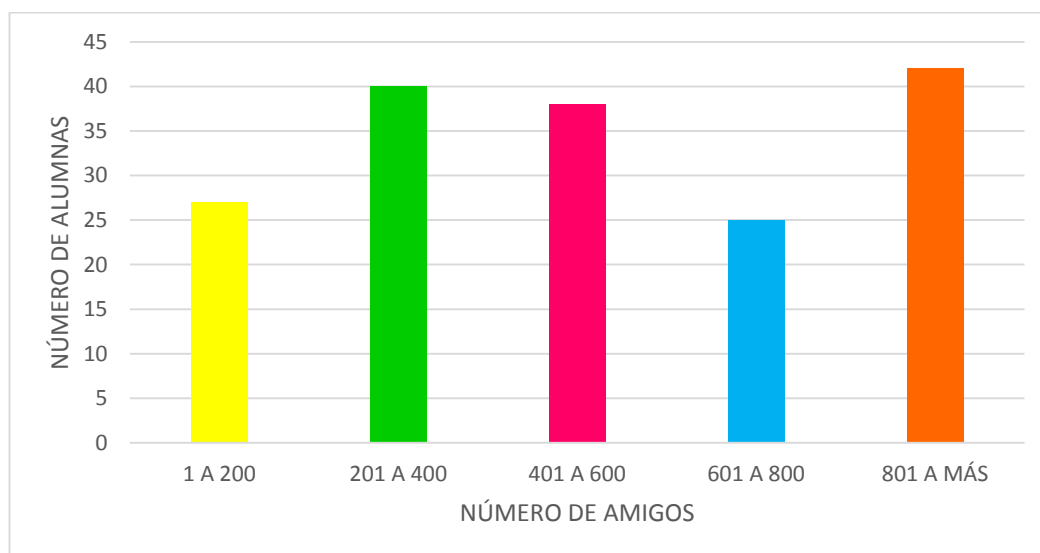


Figura 7. Diagrama de distribución del número de amigos que tienen en Facebook

En la tabla 8, se observa que 112 alumnas tienen de 1 a 100 fotos en Facebook, 28 estudiantes tienen de 101 a 200 fotos, 18 adolescentes tienen de 201 a 300, 11 alumnas tienen de 301 a 400 fotos y solo 3 estudiantes tienen más de 401 fotos en su cuenta de Facebook.

Tabla 8

Frecuencia del número de fotos que tienen en Facebook

Número de fotos	Frecuencia	Porcentaje
1 A 100	112	65.1
101 A 200	28	16.3
201 A 300	18	10.5
301 A 400	11	6.4
401 A MÁS	3	1.7
Total	172	100.0

Figura 8, muestra la distribución del número de fotos que tienen en su cuenta de Facebook las alumnas de quinto años de secundaria de una institución pública.

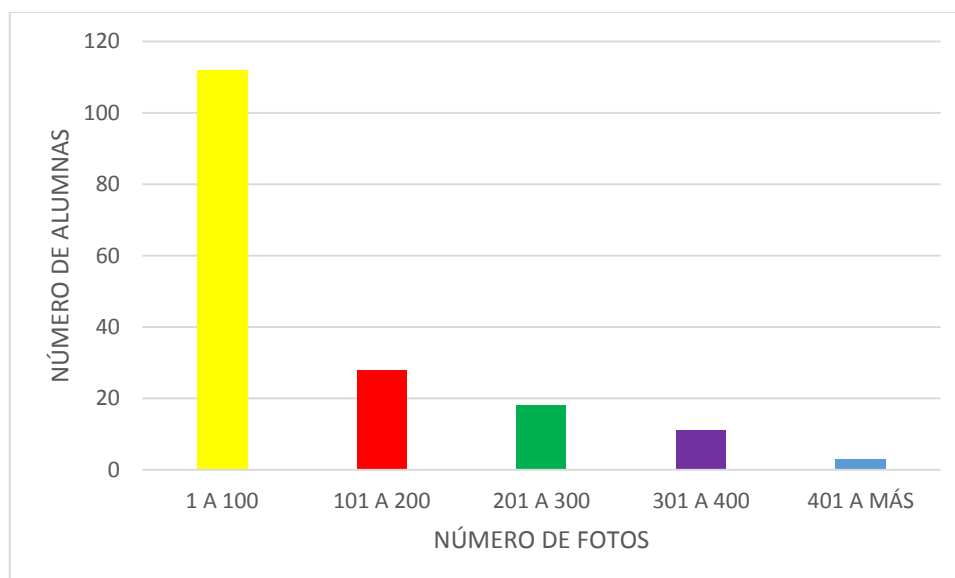


Figura 8. Diagrama de distribución del número de fotos que tienen en Facebook.

En la Tabla 9, se observa que 86 alumnas afirman usar siempre su cuenta de Facebook para chatear con sus amigos, 43 estudiantes solo a veces usan el Facebook para chatear, 40 alumnas aseguran usar su Facebook casi siempre para chatear y solo 3 afirman que casi nunca usan Facebook para chatear con amigos.

Tabla 9

Frecuencia de uso de Facebook para chatear

	Frecuencia	Porcentaje
CASI NUNCA	3	1.7
A VECES	43	25.0
CASI SIEMPRE	40	23.3
SIEMPRE	86	50.0
Total	172	100.0

La Figura 9, muestra la distribución de la frecuencia con la cual las alumnas de una institución educativa estatal usan su cuenta de Facebook para conversar con sus amigos.

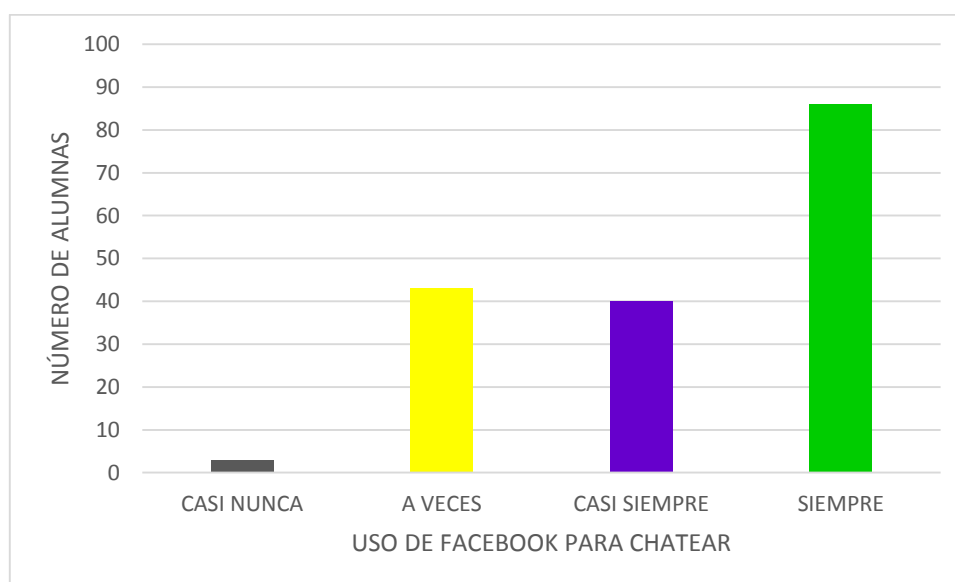


Figura 9. Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para chatear

En la tabla 10, se aprecia que 92 alumnas afirman que nunca usan Facebook para jugar, 35 estudiantes aseguran que a veces utilizan su cuenta de Facebook para jugar, 33 alumnas manifiestan que casi nunca juegan en su cuenta de Facebook, 10 estudiantes aseguran que siempre abre su cuenta de Facebook para jugar y 2 alumnas manifiestan que casi siempre usan su cuenta de Facebook para jugar.

Tabla 10

Frecuencia de uso de Facebook para jugar

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	92	53.5
CASI NUNCA	33	19.2
A VECES	35	20.3
CASI SIEMPRE	2	1.2
SIEMPRE	10	5.8
Total	172	100.0

La Figura 10, muestra la distribución de la frecuencia con la cual las alumnas de una institución educativa estatal usan su cuenta de Facebook para jugar.

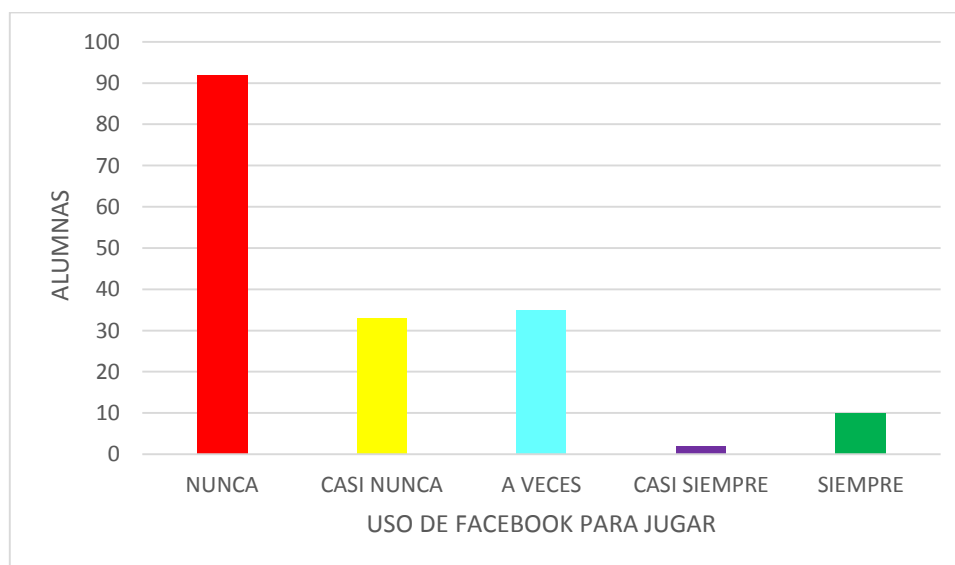


Figura 10. Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para jugar.

En la tabla 11, se muestra que 72 alumnas afirman que a veces usan Facebook para realizar publicaciones, 48 estudiantes manifiestan que casi nunca utilizan su cuenta de Facebook para hacer publicaciones, 25 alumnas aseguran que casi siempre hacen publicaciones en Facebook, 14 estudiantes declaran que nunca hacen publicaciones y 13 alumnas manifiestan que siempre usan su cuenta de Facebook para realizar publicaciones.

Tabla 11

Frecuencia de uso de Facebook para realizar publicaciones

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	14	8.1
CASI NUNCA	48	27.9
A VECES	72	41.9
CASI SIEMPRE	25	14.5
SIEMPRE	13	7.6
Total	172	100.0

La Figura 11, muestra la distribución de la frecuencia con la cual las estudiantes de una institución educativa estatal usan su cuenta de Facebook para realizar publicaciones.

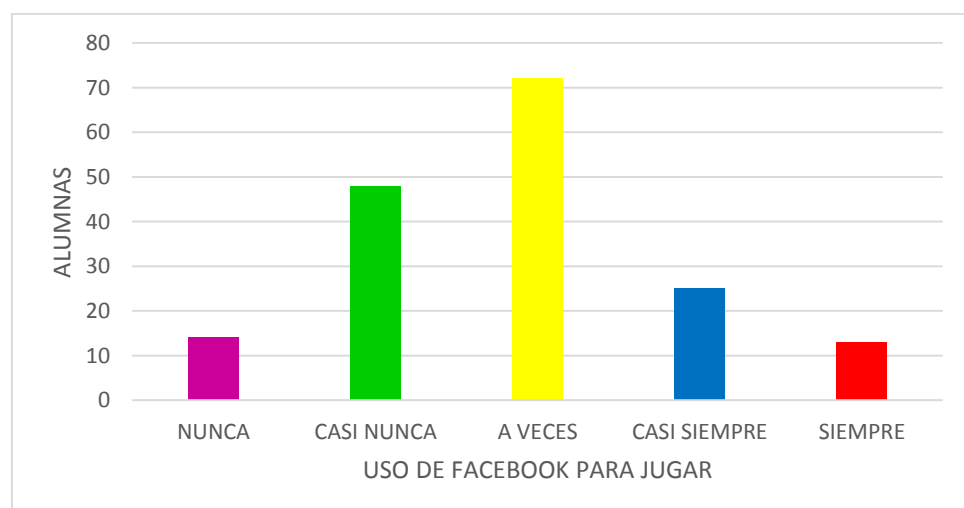


Figura 11. Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para realizar publicaciones.

En la tabla 12, se observa que 60 alumnas aseguran que a veces usan Facebook para crear grupos, 41 estudiantes manifiestan que casi nunca utilizan su cuenta para crear grupos y otras 41 alumnas afirman que nunca usan Facebook para crear grupos, 15 estudiantes aseguran que casi siempre crean grupos en Facebook y otras 15 alumnas manifiestan que siempre usan el Facebook para crear grupos.

Tabla 12

Frecuencia de uso de Facebook para crear grupos.

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	41	23.8
CASI NUNCA	41	23.8
A VECES	60	34.9
CASI SIEMPRE	15	8.7
SIEMPRE	15	8.7
Total	172	100.0

La Figura 12, muestra la distribución de la frecuencia con la cual las alumnas de una institución educativa pública usan su cuenta de Facebook para crear grupos.

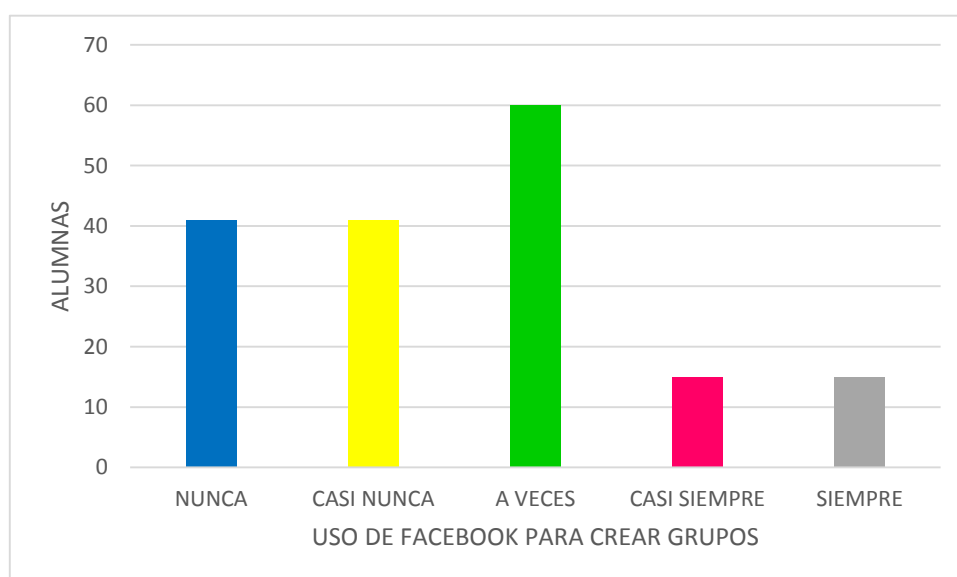


Figura 12. Diagrama de frecuencia de uso de Facebook para crear grupos.

En la Tabla 13, muestra que 67 alumnas a veces usan su cuenta de Facebook por motivos de estudios, 59 estudiantes casi siempre utilizan su cuenta por motivos de estudios, 33 alumnas siempre utilizan Facebook por motivos de estudio, 7 estudiantes nunca han usado Facebook por motivos de estudio y 6 alumnas casi nunca han utilizado su cuenta por motivos académicos.

Tabla 13

Frecuencia de uso de Facebook por motivos de estudio.

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	7	4.1
CASI NUNCA	6	3.5
A VECES	67	39.0
CASI SIEMPRE	59	34.3
SIEMPRE	33	19.2
Total	172	100.0

La Figura 13, muestra la distribución de la frecuencia con la cual las alumnas de una institución educativa estatal usan su cuenta de Facebook por motivos de estudio.

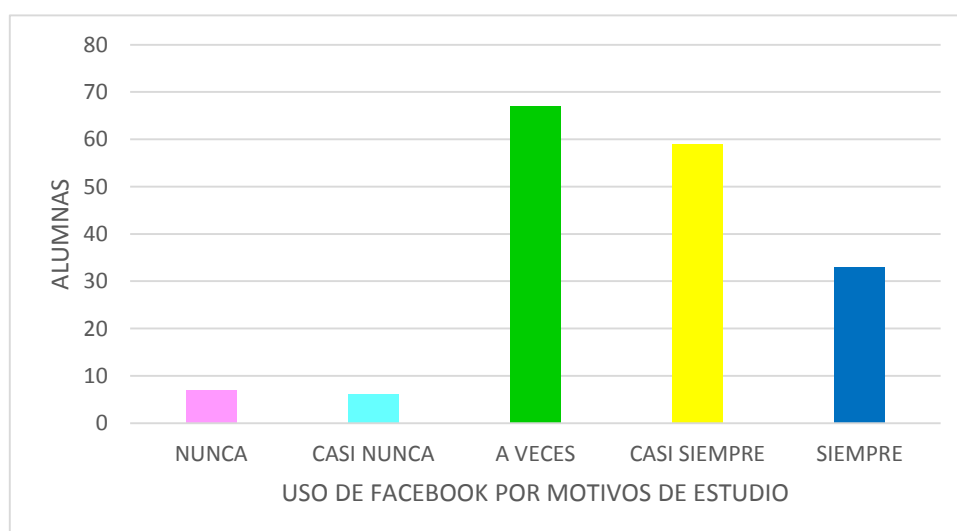


Figura 13. Diagrama de frecuencia de uso de Facebook por motivos de estudio.

En la tabla 14, se presenta la evaluación de normalidad con la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Las puntuaciones de autoestima no se ajustan a una distribución normal $D = .136, Z_{K-S} = 1.786, p = .003$. El número de horas semanales de uso Facebook sí se ajustan a la normalidad $D = .102, Z_{K-S} = 1.337, p = .056$. Esta evaluación indica que se debe utilizar el coeficiente de correlación de Spearman, ya que una de las variables no cumple con los requisitos de normalidad.

Tabla 14

Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para las distribuciones de la autoestima y el número de horas semanal de uso de Facebook.

		Autoestima	Número de Horas
	Media	63.91	28.0614
	Desviación típica	17.007	20.85645
Diferencias más extremas	Absoluta	.136	.102
	Positiva	.072	.102
	Negativa	-.136	-.089
Z de Kolmogorov-Smirnov		1.786	1.337
Sig. asintót. (bilateral)		.003	.056

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La Figura 14, presenta la relación entre las puntuaciones de autoestima y el número de horas semanal de uso de Facebook, donde la correlación es $r = -.056, n = 172, p = .467$, lo que significa que no existe una relación entre ambas variables.

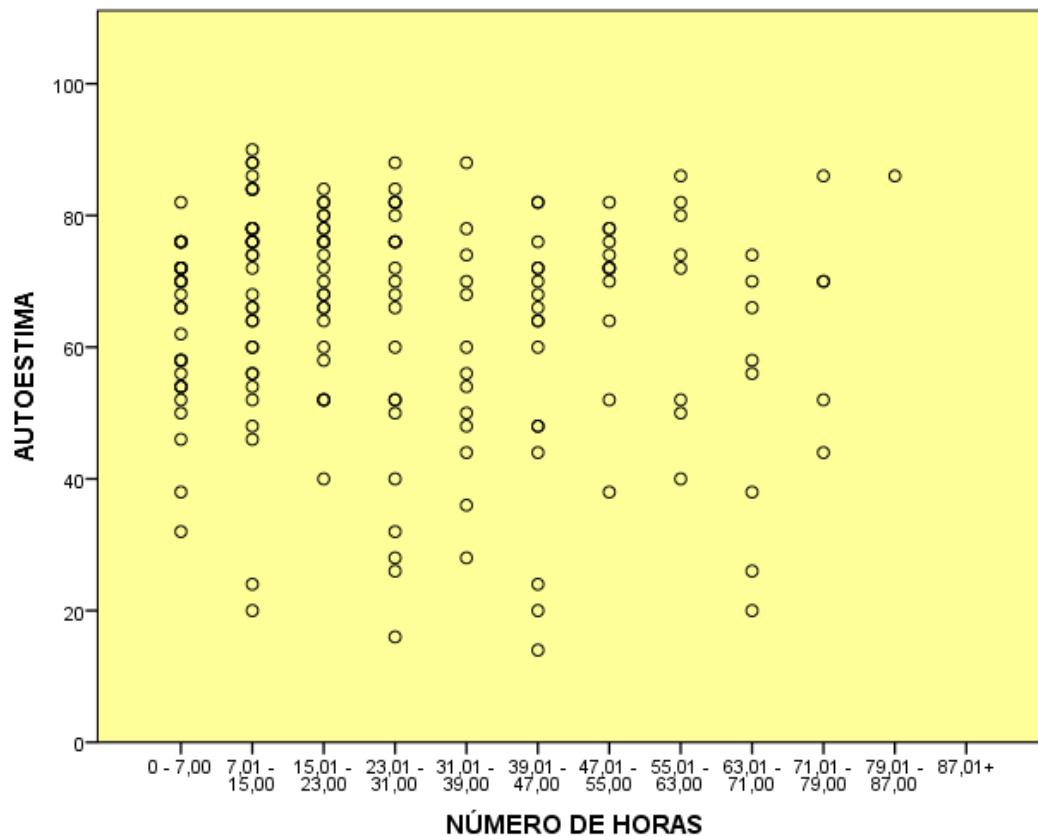


Figura 14. Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de horas semanal de uso de Facebook.

En tabla 15, se muestra la evaluación de normalidad con la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Las puntuaciones de autoestima no se ajustan a una distribución normal $D = .136, Z_{K-S} = 1.786, p = .003$. El número de veces de uso semanal de Facebook tampoco se ajusta a la normalidad $D = .167, Z_{K-S} = 2.191, p = .000$. Esto indica que se debe utilizar el coeficiente de correlación de Spearman, ya que no se cumplen los requisitos de normalidad.

Tabla 15

Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para las distribuciones de la autoestima y el número de veces semanal que usan Facebook.

		Autoestima	Número de veces que usan Facebook
Parámetros normales ^{a,b}	Media	63,91	11,98
	Desviación típica	17,007	10,761
Diferencias más extremas	Absoluta	,136	,167
	Positiva	,072	,152
	Negativa	-,136	-,167
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,786	2,191
Sig. asintót. (bilateral)		,003	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

La Figura 15, presenta la relación entre la Autoestima y el número de veces que usan Facebook, donde la correlación es $r = .037$, $n = 172$, $p = .630$, lo que significa que no existe una relación entre ambas variables.

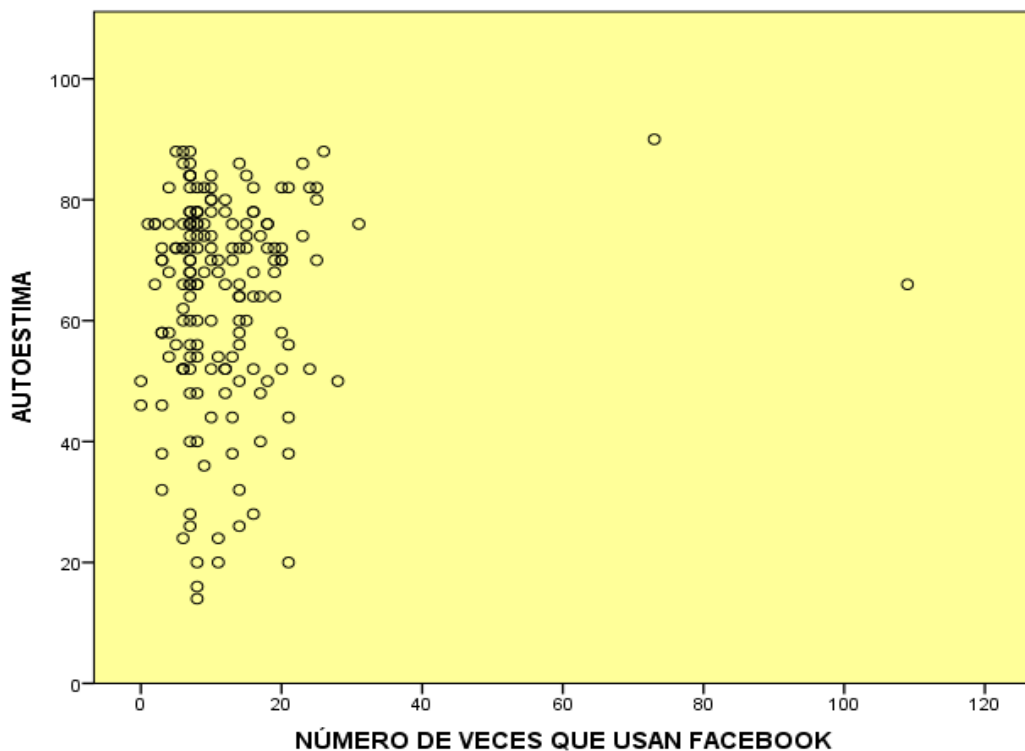


Figura 15. Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de veces semanal que usan de Facebook.

En la Tabla 16, se observa que no existe una correlación entre la autoestima y el número de amigos que tienen en su cuenta de Facebook las alumnas de quinto año de secundaria.

Tabla 16

Correlación entre la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook

	Autoestima	Número de amigos
Rho de Spearman	1.000	.044
	Coefficiente de correlación	
	Sig. (bilateral)	.568
	N	172

La Figura 16, presenta la relación entre la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook, donde la correlación $r = .044$, $n = 172$, $p = .568$, lo que significa que no existe una relación entre ambas variables

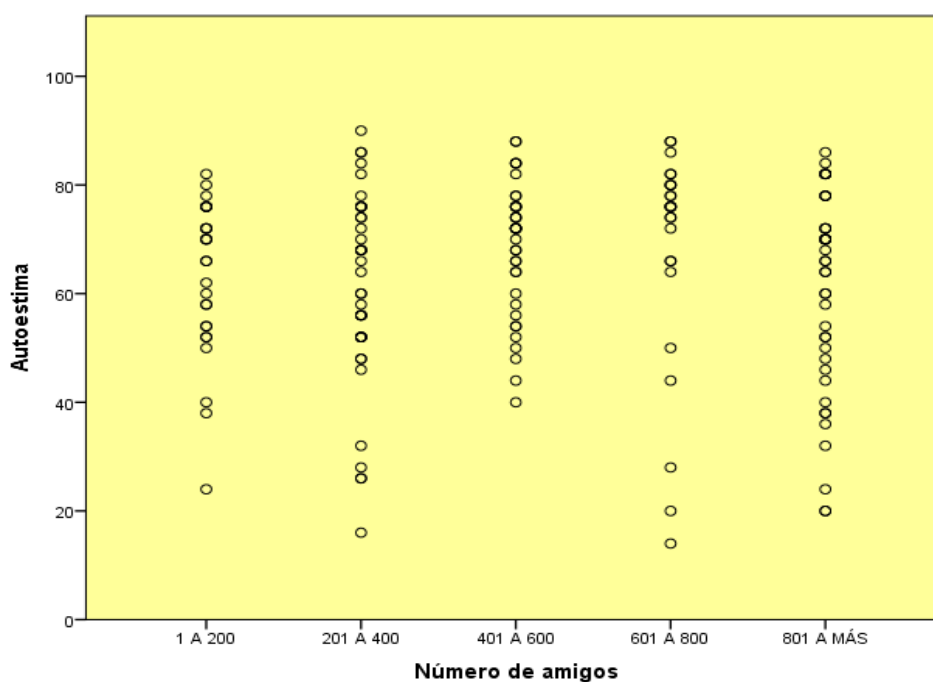


Figura 16. Diagrama de dispersión de la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook.

En la Tabla 17, se muestra que no existe una correlación entre la autoestima y el número de fotos que tienen en su cuenta de Facebook las alumnas de quinto año de secundaria.

Tabla 17

Correlación entre la autoestima y el número de fotos que tienen en Facebook

	Autoestima		Autoestima	Número de fotos
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1.000	-.134
		Sig. (bilateral)		.080
		N	172	172

La Figura 17, presenta la relación entre la autoestima y el número de fotos que tienen en su cuenta de Facebook, donde la correlación es $r = -.134$, $n = 172$, $p = .080$, lo que significa que no existe una relación entre ambas variables.

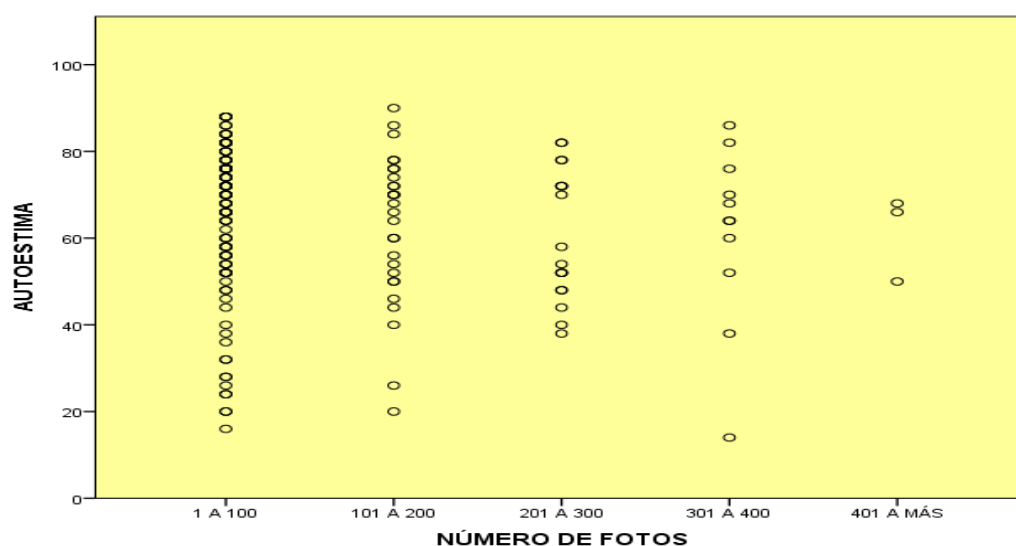


Figura 17. Diagrama de dispersión de autoestima y el número de fotos que tienen en Facebook.

En la Tabla 18, se observa que existe una mínima correlación entre la autoestima y el uso de Facebook por motivos de estudio.

Tabla 18

Correlación entre la autoestima y los motivos de uso de Facebook

			Autoestima	Uso de Facebook para chatear	Uso de Facebook para jugar	Uso de Facebook para hacer publicaciones	Uso de Facebook para crear grupos	Uso de Facebook por motivos de estudio
Rho de Spearman	Autoestima	Coeficiente de correlación	1.000	.097	.055	-.061	.089	.189*
		Sig. (bilateral)		.205	.476	.425	.244	.013
		N	172	172	172	172	172	172

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

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

CAPITULO V

DISCUSIÓN

El propósito central de la presente investigación fue conocer cómo se relacionan la variable psicológica autoestima con el uso de Facebook en las estudiantes quinto año de secundaria.

Varios indicadores de uso de Facebook fueron considerados, como: número de horas, número de veces que usan Facebook, número de amigos, número de fotos y el motivo de uso. Diferentes investigaciones han demostrado la relación que existe entre autoestima y el uso de Facebook, pero los datos obtenidos en la presente investigación por lo general no corroboraron la información empírica reportada en estudios realizados en Perú y el extranjero.

En lo referente al puntaje obtenido en el cuestionario de Coopersmith, el cual mide la autoestima, se obtuvo una puntuación mínima de 14 y máxima de 96, donde se reporta una puntuación media de 63.9. (D. E. = 17.00). Estos resultados son similares a los hallados por Tarazona (2013) quien en la investigación que realizó con universitarios encontró una puntuación de autoestima mínima de 8, máxima de 96 y una puntuación media de 68.08 (D.E. = 16.51).

Acerca del uso de Facebook, se aprecia que el 50.1% utiliza Facebook de 0 a 23 horas semanales, esto indica que usan su cuenta de Facebook de 0 a aproximadamente 3 horas diarias; el 20.4% utilizan desde 23 horas con 1 minuto a 39 horas por semana, es decir usan su Facebook aproximadamente de 3 a 5 horas diarias; y el 29.8% lo usan de 39 horas con 1 minuto a 87 horas semanales, esto significa que usan su cuenta de Facebook más de 5 horas al día. Sin embargo Tarazona en el 2013 encontró que el 69.18% utiliza Facebook de 0 a 3, el 17.81% de 3 a 5 horas al día y el 13.01% lo utiliza más de 5 horas diarias, dichos resultados son diferentes a los hallados en la presente investigación, pues hay un

mayor porcentaje de jóvenes universitarios que usan su cuenta de Facebook de 0 a 3 horas diarias, así como existe un mayor porcentaje de adolescentes que emplean más de 5 horas al día en el uso de Facebook. La diferencia que se encuentra en ambas investigaciones podría deberse a que la investigación realizada por Tarazona fue con una población de universitarios, en cambio la presente investigación se realizó con una población de adolescentes, como se observa, hay un mayor número de horas de uso de Facebook en las adolescentes; según el estudio realizado por Futuro Labs, en el Perú el grupo mayoritario de usuarios de Facebook estaría conformado por jóvenes entre 15 y 19 años, de ambos sexos. (Perú 21,2015).

Otro dato registrado en relación al uso de Facebook es el número de veces que abren su cuenta, se descubrió que el 39.0% abre su cuenta de 8 a 15 veces semanales, el 36.6% abre su Facebook de 0 a 7 veces semanales y el 24.5 % abre su cuenta de 16 a más veces por semana. Este dato es mayor a lo publicado por Ipsos Apoyo (2010) donde se menciona que la mayoría de usuarios de redes sociales se conectan por lo menos cinco veces a la semana (Tarazona, 2013), comparado ambos resultados se estaría manifestando un incremento en la frecuencia de conexión que tienen los usuarios de Facebook.

En la investigación que realizó Tarazona en el 2013 tomó en cuenta la cantidad de amigos que se tiene en Facebook, donde los resultados encontrados fueron que el 51.37 % tiene más de 500 amigos en Facebook, el 28.77% tiene entre 301 a 500 amigos y el 19.86% tiene de 300 a menos amigos. Sin embargo en la presente investigación se encontró que 39% tienen menos de 400 amigos, el 38.9% tienen más de 601 amigos y el 22.1% tienen entre 401 a 600 amigos; es decir que las adolescentes tienen menor número de amigos en Facebook comparado con los estudiantes universitarios.

Otro dato registrado en relación al uso del Facebook es el número de fotos, este aspecto también fue tomado en cuenta por Tarazona y halló que el 37.67% de la muestra tiene más de 500 fotos en su cuenta, el 27.40% tiene entre 101 a 300 fotos, el 19.86% tiene menos de 100 fotos y el 15.07% tiene entre 301 a 500 fotos; en cambio en la presente investigación se encontró que el 65.1% tiene menos de 100 fotos, el 26.8% tiene entre 101 a 300 fotos y el 8.1% tiene más de 301 fotos, esto muestra que los estudiantes universitarios tienen mayor número de fotos en su cuenta de Facebook a diferencia de las estudiantes de quinto año de secundaria.

Cada día son más las personas que usan Facebook, esto podría deberse a que esta red social ha ido implementando diversas alternativas. En la investigación que realizó Tarazona se encontró que el 100% de su muestra usa el Facebook para chatear, un 69.86% utiliza su red social para compartir fotos, el 52.05% lo usa para hacer publicaciones, el 28.08% lo usa para jugar, el 17.12% lo usa para conocer personas, un 6.85% lo utiliza para crear grupos y solo un 2.74% afirma usar su cuenta de Facebook por motivos de estudio. Al preguntarle a las estudiantes de quinto años de secundaria sobre el motivo por el cual usan Facebook, se encontró que el 100% de las estudiantes usan su red social para chatear, un 96% de la muestra utiliza su cuenta de Facebook por motivos de estudio, el 91.9% utilizan esta red social para realizar publicaciones, un 76.1% usan su cuenta para crear grupos y el 46.5% de las adolescentes lo usan para jugar. Como se puede apreciar, en ambas investigaciones el 100% de las muestras usa su cuenta de Facebook para chatear con sus amigos, sin embargo es mayor el número de adolescentes que usan su red social para hacer publicaciones, jugar, crear grupos y por motivos de estudio.

Es importante considerar que esto también coincide con lo que se obtuvo de la investigación de Ipsos Apoyo (2010), donde se menciona que los motivos de uso de las redes sociales son chatear y buscar información (citado por Tarazona, 2013)

Hay investigaciones que demuestran la relación entre la autoestima y el número de horas de uso de Facebook. En México, Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) realizaron una investigación en estudiantes de licenciatura, donde encontraron que los adictos a Facebook, es decir personas que pasan más de 4 horas diarias en la red social, son más propensos a una baja autoestima. En el 2013, Pulido, Berrenchea, Hugues, Quiroz, Velazquez y Yunes, también en México, llevaron a cabo una investigación con estudiantes de licenciatura donde encontraron una correlación negativa entre la autoestima y el tiempo de uso la red social. En la presente investigación no se halló una relación entre la autoestima y el número de hora de uso de Facebook, esta diferencia en los resultados, posiblemente se debe a que las investigaciones realizadas en México fueron con estudiantes de licenciatura, mientras que la presente investigación se realizó con estudiantes de 5° años de secundaria y posiblemente también influya la diferencia cultural que existe entre ambos grupos.

En el nuestro país, Tarazona (2013) también trabajó con una población de universitarios, y encontró una correlación inversa entre el número de horas diarias en Facebook y Ego Hogar Padres, el cual es una sub escala del cuestionario de Coopersmith. En la presente investigación también se usó dicho cuestionario para medir la variable autoestima, sin embargo solo se trabajó con el puntaje de general y no se tomó en cuenta los puntajes obtenido en la sub escalas, ya que no eran parte de los objetivos.

Tarazona en su investigación realizada en el 2013, asimismo encontró una correlación positiva aunque baja entre el número de Fotos que se tienen en el perfil de Facebook con Ego Académico Laboral. En Canadá, Mehdizadeh (2010), trabajo con una población de universitarios, y entre sus resultados obtenidos halló que a mayor puntaje de autoestima es menor la frecuencia con la que cambian su foto de perfil. Para fines de esta investigación, solo se consideró la cantidad de fotos que tienen en su

cuenta de Facebook y no se encontró una relación entre la autoestima general y el número de fotos, como no era parte de los objetivos trabajar con las sub escala de autoestima, no se correlacionó el número de fotos con las sub escalas como lo hizo Tarazona en su investigación.

Entre los resultados que obtuvo Mehdizadeh en su investigación realizada en el 2010, también encontró que a mayor puntaje de autoestima es menor el número de veces que abren su cuenta de Facebook; en cambio, la presente investigación no encontró una relación entre los puntajes de autoestima y la frecuencia de uso de la red social Facebook, esta diferencia en los resultados posiblemente se deba a que Mehdizadeh trabajo con universitarios y en la presente investigación se trabajó con estudiantes de quinto año de secundaria.

En Canadá, Forest y Wood (2012) realizaron una investigación con estudiantes de pregrado, donde encontraron que las personas con menores niveles de autoestima consideran que Facebook ofrece más oportunidades para conectarse con otras personas; en esta investigación y con fines de conocer el uso de Facebook se tomó en cuenta el número de amigos que tienen en Facebook. Entre los resultados hallados no se encontró una correlación entre la autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook, es decir la autoestima no influyen en el número de amigos que una persona tiene en su cuenta de Facebook.

Por otro lado, es importante señalar que hay investigaciones experimentales como la realizada por Gonzales y Hancock en 2011, ellos también trabajaron con una población de estudiantes universitarios, y encontraron que el grupo de estudiantes que pasó 3 minutos en Facebook presentó altos puntajes de autoestima y aquellos que editaron sus perfiles tuvieron los puntajes más altos de autoestima. Es decir ellos también confirman la relación entre uso de Facebook y autoestima.

De acuerdo a los hallazgos es posible precisar que no existe una asociación entre la autoestima y el uso de Facebook, a diferencia de los

resultados encontrados en las investigaciones anteriormente realizadas; cabe precisar que todas las investigaciones realizadas en el extranjero y en el Perú han sido con una población de universitarios o con adolescentes mayores de 17 años, y este podría ser el motivo de la diferencia en los resultados, debido a que este trabajo de investigación ha sido realizado con estudiantes de 5° año de secundaria de una investigación educativa dirigida por monjas y con edades entre 15 y 16 años, quienes se encuentran en plena adolescencia y donde todavía las actividades que realizan son supervisadas por sus padres, donde ellos podría estar teniendo injerencia en el uso que hacen sus hijos de su cuenta de Facebook, otro factor que podría haber influido en la diferencia de los resultados sería el aspecto cultural que se maneja en los diferentes países donde se han realizado las investigaciones.

CONCLUSIONES

1. Se encontró que la muestra de estudiantes de quinto año de secundaria de un institución educativa pública se caracteriza por que el 45.3% de estudiantes tienen un nivel de autoestima promedio, el 29.1% presentan un nivel modernamente alto de autoestima; el 13.4% tiene un nivel muy alto, el 7% presenta un nivel moderadamente bajo y solo el 5.2% tiene un nivel muy bajo de autoestima, es decir, más de la mitad de las adolescentes tienen un nivel de autoestima promedio o superior al promedio.
2. Se halló que las estudiantes se caracterizan por usar su cuenta de Facebook de 0 a 31 horas semanales, revisar la misma de 0 a 15 veces semanales, el 61.1% de ellas tienen de 1 a 600 amigos en su red social, el 65 % de estudiantes tienen menos de 100 fotos en su cuenta, la mitad de las alumnas afirma usar siempre su cuenta de Facebook para chatear con sus amigos, el 53.5% asegura nunca haber usado su cuenta para jugar, el 41.9% de las estudiantes solo a veces realiza publicaciones en su cuenta, el 47.6% asegura que nunca y casi nunca han creado grupos de Facebook y el 55.5% afirma usar siempre y casi siempre su cuenta de Facebook por motivos de estudio.
3. La autoestima y el número de horas semanales no presentan una correlación, sin embargo en la investigación que realizó Tarazona se encontró una relación entre la cantidad de tiempo que usan Facebook y la sub escala familia del inventario de autoestima de Coopersmith, sin embargo en la presente investigación solo se tomó en cuenta la autoestima general y no las sub escalas del inventario.

4. No existe una correlación entre la autoestima y la frecuencia de uso semanal de Facebook, es decir estas variables no se relacionan, a diferencia de los resultados encontrados en una investigación realizada en Canadá por Mehdizadeh, donde se encontró que a mayor puntaje de autoestima es menor la frecuencia con la que abren su cuenta de Facebook.
5. La autoestima y el número de amigos que tienen en Facebook no se relacionan, esto significa que los niveles de autoestima no influyen en la cantidad de contactos que una persona tiene en Facebook.
6. No hay una correlación entre la autoestima y el número de fotos que tienen en su cuenta de Facebook, esto muestra que la autoestima no interviene en el número de fotos que una persona sube a su red social de Facebook,
7. Al correlacionar la autoestima con los diferentes motivos de uso de Facebook, se encontró una mayor correlación entre autoestima y usar Facebook por motivo de estudio, sin embargo dicha correlación es baja, por ende no se puede afirmar que existe una relación entre la autoestima y usar Facebook por motivos de estudio.
8. La diferencia que se ha encontrado en los resultados de la presente investigación y las investigaciones anteriormente realizadas se podría deber a la diferencia en los rangos de edades, género y cultura, ya que esta investigación fue realizada con adolescentes mujeres de 15 a 16 años de edad, quienes estudian en un colegio dirigido por monjas, y las otras investigaciones han sido realizadas con participantes hombres y mujeres mayores de 18 años, universitarios o extranjeros y estos podrían ser los factores que influyeron en los resultados.

RECOMENDACIONES

1. Llevar a cabo investigaciones sobre el uso de Facebook y la autoestima con adolescentes que estudien en colegios de hombres, mujeres y mixtos, tanto en instituciones privadas como públicas, que estén dirigidos por civiles, mojas ó curas y teniendo en cuenta si los padres o tutores limitan el uso de la red social, con la finalidad de averiguar si la diferencia encontrada en los resultados de la presente investigación y las investigaciones anteriormente realizadas se deben a las características de la población con la cual se trabajó.
2. Realizar nuevas investigaciones con otros tipos de estudio como experimentales y comparativas. Así como establecer los posibles factores de la diferencia entre los resultados hallados en la presente investigación y los encontrados en las investigaciones anteriores.
3. Incluir en la investigación de uso de Facebook y autoestima otras variables como habilidades sociales, narcisismo y etc.
4. Crear un cuestionario que mida el uso de Facebook y de las redes sociales en general, con propiedades psicométricas adaptadas a nuestra realidad.

REFERENCIA

- Almansa Martinez, A., Fonseca, O., & Castillo Esparcia, A. (1 de Marzo de 2013). Redes Sociales y Jóvenes Uso de Face book en la Juventud Colombiana y Española. *Comunicar*, XX(40), 127-135. Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de file:///C:/Users/REISA/Downloads/Comunicar-40-Almansa-Fonseca-Castillo-127-135.pdf
- Alvarez Jimenez, J. M. (Marzo de 2010). Características del Desarrollo Psicologico de los Adolescentes. *Innovacion y Experiencia Educativa*(28), 1-12. Recuperado el 23 de Agosto de 2015, de http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_28/JUAN_A_MARIA_ALVAREZ_JIMENEZ_01.pdf
- Badillo Macedo, M. (2012). *Motivos Sociales que Impulsan el Uso del Sitio de Red Social Facebook en Escolares Adolescentes de Clases Medias y Bajas de Lima*. Tesis de Licenciatura, Pontificie Universidad Catolica del Perú, Facultad de Psicología, Lima.
- Bermudez Castañeda, N. C. (2014). *Clima Familiar y Autoestima en Adolescentes Gestantes Internas en el Hospital Nacional Madre Niño*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Federco Villarreal, Facultad de Psicología, Lima.
- Branden, N. (1995). *Los Seis Pilares de la Autoestima*. Barcelona: Paidos.
- Branden, N. (2011). *El Poder de la Autoestima*. España: Paidos.
- Carrizo, M. (2012). *Las Redes Sociales como Factor Determinante de Trasgresion en la Comunicacion entre Adolescentes*. Tesis de Licenciatura, Universidad del Salvador, Facultad de Ciencia de la

Educacion y de la Comunicacion Social, Buenos Aires. Recuperado el 15 de Setiembre de 2015, de http://www.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo_mercedes.pdf

CCR Bus. (23 de Octubre de 2014). *El Comercio*. Recuperado el Agosto de 11 de 2015, de <http://elcomercio.pe/paginas/smartphones-tablets/aplicaciones-moviles-musica-mensajes-lima-estudio-ccr-bus-noticia-1766074>

Cea De Ancona, M. A. (1996). En *Metodologia Cuantitativa: Estrategia y Tecnicas de la Investigaciones Social* (pág. 415). Madrid: Sintesis.

Coleman, J., & Hendry, L. (2003). *Psicologia de la Adolescencia* (Cuarta ed.). Madrid, España: Morata.

De Gasperin, R. (2010). *Manual de Autoestima y Relaciones Humanas*. Mexico: Trillas.

Dellaere, S. (2007). *Como Fortalecer el Autoestima en los Niños*. Buenos Aires: Andromeda.

Deza De La Vega, M. I. (2014). *Uso y soporte social percibido en Facebook en una muestra de estudiantes universitarios*. Tesis de Licenciatura, Pontificie Universidad Catolica del Peru, Facultad de letras y ciencias humanas, Lima.

Duarte, V., Gamboa, A., & Arguello, S. (2013). *Impactos de las Redes Sociales en la Actualidad*. Colombia. Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de https://docs.google.com/document/d/1RVogjlzIRiSm-erF_5XbbG4zwvfS5lwIG23f_C2E0Xs/edit?pli=1

Echeburúa, E., & Requesens, A. (2012). *Adiccion a las Redes Sociales y Nuevas Tecnologias en Niños y Adolescentes*. Madrid, España: Piramide.

Eckler U., P., Kalyango Jr., Y., & Paasch U., E. (26 de Mayo de 2014). *International Communication Association*. Recuperado el 5 de Setiembre de 2015, de http://convention2.allacademic.com/one/ica/ica14/index.php?cmd=Online+Program+View+Paper&selected_paper_id=715941&PHPS ESSID=k7higt9rmh2sf1hia8pouived2

Forest, A. L., & Wood, J. V. (3 de Setiembre de 2012). When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook. *Association for Psychological Science*, 23(3), 295-302. Recuperado el 2 de Setiembre de 2015, de <http://www.centenary.edu/attachments/psychology/journal/archive/sept2012journalclub.pdf>

Futuro Labs. (20 de Enero de 2015). *Peru 21*. Recuperado el 24 de Febrero de 2015, de <http://peru21.pe/redes-sociales/facebook-seis-datos-sobre-impacto-esta-red-social-peru-2209849>

Gonzales, M.A, A., & Hancock, Ph.D., J. (2011). Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology* , 00(0), 1-5.

Gonzales Prieto, A., & Quiroz Araya, H. (2014). *Identidad social y uso de Facebook: Su asociacion con la autoestima y el disfrute del uso de esa red social en estudiantes universitarios*. Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Recuperado el 26 de Agosto de 2015, de <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/1707/1/36113.pdf>

Grajeda, A., Tito, M., & Florez, T. (2002). *Desarrollo de la Autoestima en la Escuela y el Hogar*. Lima, Peru: Circulo de Estudios Avanzados.

- Gutiérrez Muñoz, G. (2015). *Claridad de Autoconcepto, Autoestima y Bienestar Social en Adolescentes de Zonas Urbano Marginales*. Tesis de Licenciatura, Pontificie Universidad Catolica del Perú, Facultad de Psicología, Lima.
- Herrera Harfuch, M. F., Pacheco Murguía, M. P., Palomar Lever, J., & Zavala Andrade, D. (Junio de 2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Recuperado el 17 de Agosto de 2015, de <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>
- Iglesias Diz, J. L. (2013). Desarrollo del adolescente: físicos, psicológicos y sociales. *Pediatr Integral*, XVII(2), 88-93.
- Lopez Aguirre, J. L. (Agosto de 2012). Facebook como espejo virtual que favorece el diseño de un autoestima ideal en los jóvenes. (U. Panamericana, Ed.) *Virtualis*(6), 70-83.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology*, 13(4), 357-364.
- Meier MA, E. P., & Gray PhD, J. (2013). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, X(X), 1-7. Recuperado el 3 de Setiembre de 2015, de <http://www.cs.vu.nl/~eliens/serious/local/cyber/paper-bodyimage.pdf>
- Mejía Cruz, O. E. (2012). *Uso de las Redes Sociales como Medio Comercial*. Tesis de Licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencia de la Comunicación, Nueva Guatemala de la Asunción. Recuperado el 16 de Setiembre de 2015, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1059.pdf

Papalia, D. E., Wendkos Olds, S., & Duskin Feldman, R. (2009). *Psicología del Desarrollo*. Mexico: Mc Graw Hill.

Pareja Guerrero, M. M. (2004). *Relacion entre Autoestima y Agresividad en Niños y Adolescentes del Hogar de Cristo*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal, Facultad de Psicología, Lima.

Peru 21. (2015 de Enero de 20). *Peru 21*. (F. Labs, Productor) Recuperado el 2015 de Febrero de 27 , de <http://peru21.pe/redes-sociales/facebook-seis-datos-sobre-impacto-esta-red-social-peru-2209849>

Piera Pinedo, N. E. (2012). *Autoestima Segun Genero en Estudiantes de Quinto Grado de la Red Educativa Numero 4 Ventanilla*. Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Educacion, Lima.

Pulido Rull, M. A., Berrenchea Velasco, A., Hugues Meraz, J., Quiroz Estrada, F., Velasquez Terrazas, M. J., & Yunes Arriaga, C. (Diciembre de 2013). Uso Problematico de las Nuevas Tecnologias de la Informacion en Estudiantes Universitarios. *Revista Electronica de Psicologia Iztacala*, 16(4), 1119-1129. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de <file:///C:/Users/REISA/Downloads/43692-113338-1-PB.pdf>

Rodriguez Naranjo, C., & Caño Gonzalez, A. (2012). Autoestima en la adolescencia Analisis y Estrategias de Intervencion. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, XII(3), 389-403. Recuperado el 21 de Setiembre de 2015, de <http://www.ijpsy.com/volumen12/num3/337/autoestima-en-la-adolescencia-anlisis-ES.pdf>

Tarazona, L. R. (2013). *Variables Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios*. Tesis de

Licenciatura, Pontificie Universidad Catolica del Peru, Facultad de letras y ciencias humanas, Lima.

Tiscar Cabezas, J. D. (2014). *La Autoestima Relacion con el Bienestar y su Tratamiento*. España: Instituto Superior de Estudios Psicologicos. Recuperado el 13 de Setiembre de 2015, de <http://www.isep.es/wp-content/uploads/2014/03/La-Autoestima-Relacion-Con-El-Bienestar-Y-Su-Tratamiento.pdf>

UNICEF. (23 de Agosto de 2006). Adolescencia. *Vigía*(3), 1-15.

Web Empresa 20. (2014). *Web Empresa 20*. Recuperado el 11 de Julio de 2015, de <http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>

ANEXOS

Los datos que usted llenara en este cuestionario es de manera confidencial y anónima, la información obtenida será utilizada para fines estrictamente de investigación, por lo que pedimos sea totalmente sincera en contestar las preguntas. Gracias por tu valiosa ayuda y por el tiempo dedicado

Fecha:

Edad:

Grado y Sección:

¿Tienes una cuenta de Facebook?

- a) Sí
- b) No

¿Tienes Internet en casa?

- a) Sí
- b) No

Marca con una (x) los miembros de tu familia con quienes vives:

- a) Mamá
- b) Papá
- c) Hermanos ¿Cuántos?
- d) Abuelos ¿Cuántos?
- e) Tíos ¿Cuántos?
- f) Primos ¿Cuántos?
- g) Padrastro o Madrastra
- h) Hermanastros ¿Cuántos?.....

INSTRUCCIONES: Piensa en tu cuenta de Facebook, lee atentamente cada pregunta y marca la opción con la cual te identificas. No hay respuesta correcta o incorrecta.

1 ¿Cuántos amigos tienes en tu cuenta de Facebook?

- a) 1 a 200 amigos
- b) 201 a 400 amigos
- c) 401 a 600 amigos
- d) 601 a 800 amigos
- e) 801 a más

2 ¿Cuántas fotos tienes en tu cuenta de Facebook?

- a) 1 a 100 fotos
- b) 101 a 200 fotos
- c) 201 a 300 fotos
- d) 301 a 400 fotos
- e) 401 a más

3 ¿Usas tu cuenta de Facebook para conversar con tus amigos?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

4 ¿Usas tu cuenta de Facebook para jugar?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

5 ¿Usas tu cuenta de Facebook para hacer publicaciones?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

6 ¿Usas tu cuenta de Facebook para crear grupos?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

7 ¿Usas tu cuenta de Facebook por motivos de estudio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

INSTRUCCIONES:

Piense ahora en la cantidad de horas que usa Facebook en la semana. Por favor haga un horario marcando con una X, para cada día, las horas en las que usa Facebook.

Si lo usa menos de una hora, por favor anote la cantidad de minutos en la casilla correspondiente.

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
6 am							
7 am							
8 am							
9 am							
10 am							
11 am							
12 md							
1 p.m.							
2 pm							
3 pm							
4 pm							
5 pm							
6 pm							
7 pm							
8 pm							
9 pm							
10 pm							
11 pm							
1 am							
2 am							
3 am							
4 am							
5 am							

INSTRUCCIONES: A continuación hallaras algunas preguntas acerca de la manera como te comportas o te sientes. Después de cada pregunta tú puedes ver que hay dos espacios en blanco, uno pertenece a la columna de verdadero “V” y otra a la columna de falso “F”. Marca con un aspa “X” en el espacio correspondiente según la pregunta esté de acuerdo con la manera en que generalmente te sientes o actúas.

	V	F
1. Las cosas generalmente no me preocupan.		
2. Me resulta difícil hablar frente a clases.		
3. Hay muchas cosas sobre mí mismo que cambiaría si pudiera.		
4. Puedo tomar decisiones sin mucha dificultad.		
5. Soy una persona entretenida.		
6. En casa me fastidio fácilmente.		
7. Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo.		
8. Soy popular entre los chicos de mi edad.		
9. Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos.		
10. Me rindo fácilmente.		
11. Mis padres esperan demasiado para mí.		
12. Es bastante difícil ser yo mismo.		
13. Mi vida es un enredo.		
14. Los chicos generalmente aceptan mis ideas.		
15. Tengo una pobre opinión de mí mismo.		
16. Muchas veces me gustaría irme de casa		
17. Generalmente me siento fastidiado en la escuela.		
18. Físicamente no soy tan simpático como la mayoría de las personas.		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20. Mis padres me comprenden.		
21. La mayoría de las personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22. Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23. Generalmente me siento desmoralizado en la escuela.		
24. Generalmente desearía ser otra persona.		
25. No se puede confiar en mí.		
26. Nunca me preocupo de nada.		
27. Estoy seguro de mí mismo.		
28. Caigo bien fácilmente.		
29. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		
30. Paso bastante tiempo soñando despierto.		
31. Desearía tener menos edad.		
32. Siempre hago lo correcto.		
33. Estoy orgulloso de mi rendimiento en la escuela.		
34. Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		

35. Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36. Nunca estoy contento.		
37. Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38. Generalmente puedo cuidarme solo.		
39. Soy bastante feliz.		
40. Prefiero jugar con niños más pequeños que yo.		
41. Me gustan todas las personas que conozco.		
42. Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43. Me entiendo a mí mismo.		
44. Nadie me presta mucha atención en casa.		
45. Nunca me resondran.		
46. No me está yendo tan bien como quisiera en la escuela.		
47. Puedo tomar una decisión y mantenerla.		
48. Realmente no me gusta ser un niño.		
49. No me gusta estar con otras personas.		
50. Nunca soy tímido.		
51. Generalmente me avergüenzo de mí mismo.		
52. Los chicos generalmente se la agarran conmigo.		
53. Siempre digo la verdad.		
54. Mis profesoras me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz.		
55. No me importa lo que pase.		
56. Soy un fracaso.		
57. Me fastidio cuando me regañan.		
58. Siempre se lo que debo decir a las personas.		