

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN PRIMARIA**



UNS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL SANTA

RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018.

INFORME DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN EDUCACIÓN; ESPECIALIDAD: EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORA:

BACH. JESÚS MARISELLY RAVELLO INFANTE

ASESORA:

DRA. MARIBEL ENAIDA ALEGRE JARA

CHIMBOTE - PERÚ

2021

HOJA DE CONFORMIDAD DE ASESORA

El informe de tesis que a continuación se presenta RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018 ha contado con el asesoramiento de la Dra. Alegre Jara Maribel Enaida, quien deja constancia de su aprobación.

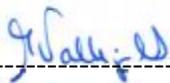


Dra. Maribel Enaida Alegre Jara

ASESORA

HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR

Los suscritos, miembros docentes del jurado evaluador del presente informe de tesis titulada RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018 perteneciente a la bachiller Jesús Mariselly Ravello Infante, otorgamos señal de conformidad final al informe de tesis, declarándolo aprobado por unanimidad



Mg. Miriam Vilma Vallejo Martínez
PRESIDENTE DEL JURADO



Mg. Julissa Olinda de la Cruz Muñoz
INTEGRANTE



Dra. Maribel Enaida Alegre Jara
INTEGRANTE



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL EDUCACIÓN PRIMARIA

Adj. Expediente
c.c.: Archivo

ACTA DE CALIFICACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 08:00 pm, del día viernes 22 de octubre del 2020, se instaló mediante plataforma Zoom, el Jurado Evaluador, designado mediante Resolución N° 125-2020-UNS-DFEH, integrado por los docentes:

- Miriam Vallejo Martínez (Presidente)
- Maribel Alegre Jara (Secretario)
- JULISSA De la Cruz Muñoz (Integrante);

para dar inicio a la Sustentación y Evaluación de Tesis, titulada:"

RELACION ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACION PRIMARIA DE LA INSTITUCION EDUCATIVA PRIVADA SAN JOSE - CHIMBOTE - 2018,

elaborada por la Bachiller en Educación Primaria:

JESÚS MARISELLY RAVELLO INFANTE

Asimismo, tienen como Asesor al docente: Maribel Alegre Jara

Finalizada la sustentación, el(os) Tesistas respondió las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y el Público presente.

El Jurado después de deliberar sobre aspectos relacionados con el trabajo de investigación, contenido y sustentación del mismo, y con las sugerencias pertinentes **DECLARA APROBADA**, en concordancia con el Artículo 39° y 40° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional del Santa.

Siendo las 09:00 pm horas del mismo día, se dio por terminado dicha sustentación, firmando en señal de conformidad el presente jurado.

Nuevo Chimbote, 22 de octubre del 2020


Mg. Miriam Yilma Vallejo Martínez
Presidente


Dra. Maribel Enaida Alegre Jara
Secretario


Mg. Julissa De la Cruz Muñoz
Integrante

DEDICATORIA

Agradezco al Todopoderoso por darme razones para vivir, motivos para seguir adelante y bendiciones para seguir creyendo en ti.

A mi madre, **Irma Luz María Infante Martínez**, quien con su amor, entrega, perseverancia, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir uno de los sueños más deseados.

A mi angelito que siempre vivirá en mi corazón **Alexandra Fabiana Ravello Alcántara** por ser mi inspiración de seguir adelante.

A mi familia por haberme dado el apoyo incondicional y la motivación constante de salir adelante.

A mi asesora la **Dra. Maribel Enaida, Alegre Jara**, que con su experiencia y conocimiento me orientaron al correcto desarrollo y culminación con éxito este trabajo, para la obtención de mi Licenciatura en Educación Primaria, y a través de ella, a mi Alma Mater, la Universidad Nacional del Santa.

Jesús Mariselly Ravello Infante.

AGRADECIMIENTO

Al realizar esta investigación utilizare este espacio para agradecer a Dios por todas sus bendiciones, a mi Madre IRMA LUZ MARÍA INFANTE MARTÍNEZ por ser el principal artífice en el logro de mis sueños, por la confianza que me ha brindado, por darme la seguridad en mí misma y en mis sueños, por sus sabios consejos, los valores inculcados y los principios que me han hecho una persona de bien.

Asimismo, agradecer a todos y cada uno de mis docentes de la Escuela Profesional de Educación Primaria de la UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA, por tomarse el tiempo de haber compartido sus experiencias y conocimientos a lo largo de mi carrera y, pero de manera muy especial a la Dra. Maribel Enaida Alegre Jara asesora del informe de tesis, por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos, paciencia y rectitud como docente.

Jesús Mariselly Ravello Infante.

PRESENTACIÓN

Se presenta la tesis titulada: RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018; realizada de conformidad con el Reglamento de Investigación de la Carrera de Educación Primaria de la Universidad Nacional del Santa vigente, para obtener el Título profesional de Licenciado en Educación Primaria.

El presente informe está compuesto por 5 capítulos: capítulo I, introducción; capítulo II, Marco Teórico capítulo III, Materiales y Métodos; capítulo IV, Resultados y discusión; capítulo V, conclusiones y Recomendaciones, finalmente se incluyen las referencias bibliográficas y el anexo correspondiente.

Lo que se pretende es que esta investigación vaya en línea con los estándares establecidos por nuestro claustro institucional hasta lograr su aprobación.

RESUMEN

La presente investigación titulada: RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018, nace a partir una realidad objetiva que me permitió fijar el problema del siguiente modo, ¿Qué relación existe entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote-2018?, teniendo como objetivo, establecer si existe la relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote-2018 , para el cual existe una gran posibilidad de lograr el objetivo y me planteo la siguiente hipótesis: existe relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote - 2018.

La población de estudio estuvo conformada por 65 estudiante la misma que se convirtió en una muestra al ser una población pequeña, el diseño de investigación empleado es de tipo descriptivo correlacional, para el cual se utilizó una encuesta para determinar el uso de las redes sociales, así como la relación con la autoestima en dichos estudiantes.

Para procesar la información recolectada, empleamos la estadística descriptiva, utilizándose como técnica la encuesta, se llegó a la conclusión que el uso de las redes sociales en relación de la autoestima si presenta una significancia positiva.

Palabras claves: Redes Sociales y Autoestima

ABSTRACT

The present research entitled RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA AND SELF-ESTEEM:OF PRIMARY EDUCATION STUDENTS OF THE SAN JOSÉ PRIVATE EDUCATIONAL INSTITUTION – OF CHIMBOTE – 2018, it was born arises from an objective reality that allowed me to raise fix the problem as follows, What relationship exists between social media and self-esteem in students of the Fifth Grade of Primary Education of the Educational Institution "San José" Chimbote-2018?, aiming, establish if you exsay the relationship between social media and self-esteem in students of the Fifth Grade of Primary Education, for which there is a great possibility to achieve the goal and I consider the following hypothesis: there is a relationship between social networks and self-esteem in students in the fifth grade of primary education at the "San Jose" educational institution.

The study population was made up of 65 students, which became a sample as it was a small population, the research design used is descriptive correlational type, for which a survey was used to determine the use of social networks, as well as the relationship with self-esteem in these students.

To process the information collected, we used descriptive statistics, using the survey as a technique, it was concluded that the use of social networks in relation to self-esteem if it presents a positive significance.

Keywords: Social Media and Self-Esteem

ÍNDICE

HOJA DE CONFORMIDAD DE ASESORA	ii
HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO EVALUADOR	iii
COPIA DEL ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
PRESENTACIÓN	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE FIGURAS	xiii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	17
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.3. OBJETIVOS	18
1.1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
1.1.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	19
1.1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL	19
1.1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	19
1.1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	23

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	25
2.2. MARCO REFERENCIAL	28
2.2.1. REDES SOCIALES	28
2.2.1.1. CLASIFICACION DE REDES SOCIALES	29
2.2.1.2. REDES SOCIALES MÁS USADAS	31
2.2.1.3. VENTAJAS EN EL USO DE REDES SOCIALES EN EDUCACIÓN	33
2.2.1.4. DESVENTAJAS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES	34
2.2.1.5. UTILIDAD DE LAS REDES SOCIALES	36
2.2.1.6. SERVICIOS, RIESGOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES	38
2.2.2. LA AUTOESTIMA	41
2.2.2.1. DEFINICIÓN DE AUTOESTIMA	41
2.2.2.2. DIMENSIONES DE LA AUTOESTIMA	43
2.2.2.3. COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA	44
2.2.2.4. IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA	46
2.2.2.5. INGREDIENTES BÁSICOS PARA DESARROLLAR UNA SANA AUTOESTIMA	47
2.2.2.6. NIVELES DE AUTOESTIMA	51
CAPÍTULO III: MATERIALES Y MÉTODOS	53
3.1. TIPO DE DISEÑO	54
3.2. POBLACIÓN:	54
3.3. MUESTRA:	55
3.4. MÉTODO	55
3.5. DESCRIPCIÓN DE VARIABLE	56
3.6. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	57
3.7. PROCEDIMIENTOS	58
3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	58

3.9. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	59
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	60
4.1. RESULTADO	61
4.2. DISCUSIÓN	64
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
5.1. CONCLUSIONES	68
5.2. RECOMENDACIONES	70
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	71
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Uso de las redes sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote -2018.	61
Tabla 2. Nivel de Autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote - 2018.	62
Tabla 3. Relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote -2018.	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Uso de las redes sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote -2018.	61
Figura 2. Nivel de Autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote -2018.	62

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, las personas suelen compartir de manera constante aspectos de su vida personal y/o privada a través de las redes sociales; tal es así que llegamos a compartir y exponer fotografías, videos, pensamientos propios, etc. con el fin de obtener un “like” (me gusta) de quienes revisan nuestras redes.

Necesitamos la aprobación de gente que no vemos a menudo para sentir que nuestra vida es emocionante". Estamos más que acostumbrados a vivir día a día este tipo de situaciones. Las redes sociales han cambiado la manera en la que nos relacionamos con el resto. "Se han convertido en una herramienta con la que podemos estar informados 24 horas al día de la vida de los demás, sin necesidad de conocerlos o interactuar con ellos". Es una vía para estar conectados con las vidas de otros de manera inmediata. El problema comienza en el momento en el que el uso de las redes sociales afecta carácter y autoestima.

Las redes sociales repercuten de manera negativa la relación que existe entre padres e hijos. "Esto se evidencia al momento de llevarlos y recogerlos del colegio, prestando mayor atención al celular, revisando las redes sociales, medios que en vez de estrechar vínculos familiares", haciéndolos distantes. Es de verse a padres que prefieren estar la mayor parte del tiempo conectado a las redes que en vez de brindar atención y cariño a sus hijos, por ende, mis estudiantes.

Basado en esta información, el presente informe de investigación denominado **RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” - CHIMBOTE - 2018.**

La investigación tiene como finalidad: identificar la relación existente entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los alumnos Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote - 2018. Con tal propósito, se ha organizado la información de la investigación, el cual para un mejor estudio se distribuyó de la siguiente manera:

En el capítulo I se hace una introducción al tema de investigación, se fija el planteamiento, así como la formulación del problema y los objetivos que se pretende alcanzar. En el segundo capítulo II, está conformado por el marco teórico de la investigación, los antecedentes de nuestro estudio tanto nacionales como extranjeros y se abordan las bases teóricas que sustentarán las variables objetos del presente estudio de investigación.

En el capítulo III, hace referencia al método de investigación empleado, el cual nos muestra el tipo y diseño de estudio, la población y muestra con sus respectivas características, los instrumentos empleados para la recolección de los datos y el método para el procesamiento y análisis de la información obtenidos.

En el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos de nuestro estudio para establecer las discusiones en contraste con los antecedentes de estudios.

Finalmente, en el capítulo V, se abordan las conclusiones a las que se llega con el presente estudio y se formulan recomendaciones.

1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad es común que se compartan momentos de nuestras vidas a través de las redes sociales y constantemente se expongan fotos, videos y pensamientos esperando recibir un “me gusta” de las publicaciones lo cual influye de manera directa en su autoestima, en la percepción que tienen de ellos mismos.

Hoy resulta difícil imaginar una sociedad sin redes sociales, con los protagonistas de nuevas formas de comunicarse, acceso a la información e incluso, herramientas de trabajo indispensable, por un lado, hay quienes afirman que el uso de redes sociales está asociado a mayores niveles de ansiedad, soledad y habilidades sociales deficientes, por otro lado, hay quienes opinan que se incrementa la sensación de felicidad y mejora la autoestima.

Así mismo se ha podido observar que en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote -2018 no escapa del uso de las redes sociales a través del internet y sus múltiples aplicaciones y aportes en todos los ámbitos. Centrándose en el terreno de la Educación, hay que reconocer que las redes sociales como el resto de nuevas tecnologías han abierto un abanico de posibilidades educativas inmenso, tanto en recursos para los profesores como para los alumnos e, incluso, para las familias. Sin embargo, estas nuevas tecnologías vienen de la mano de riegos y problemas que hay que conocer e intentar prevenir y/o ponerles solución; además de educar a los alumnos a que sepan cómo evitarlos.

Son nuestros alumnos los grandes usuarios de las redes sociales. La razón fundamental por la que se ha creído conveniente desarrollar el presente estudio de investigación. Para el efecto, se ha tomado como muestra un considerable grupo de los estudiantes de Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018, quienes no han podido escapar a esta influencia.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué relación existe entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018?

1.1.3. OBJETIVOS

1.1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la relación entre las redes Sociales y la Autoestima en los Estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.

1.1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el nivel de uso de las redes Sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada San José”- Chimbote - 2018.

- Identificar el nivel de autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.
- Analizar el tipo de relación que existen entre las Redes Sociales y Autoestima en el hogar en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.

1.1.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

1.1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre las redes sociales y autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018.

1.1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

H1.- Existe relación significativa entre las redes sociales y autoestima alta en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José – Chimbote – 2018.

H2.- Existe relación significativa entre las redes sociales y autoestima media en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada San José – Chimbote – 2018.

H3.- Existe diferencias entre las redes sociales y autoestima baja en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018.

1.1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se enfoca en el uso de las redes sociales que va en aumento. En la actualidad más de la mitad mundial está conectada a internet, y la mayoría es usuaria o usuario activo de redes sociales, el cual aumenta de año en año que crean perfiles Online, comparten sus fotografías e historias y mantienen comunicación con familiares y amigos.

Si bien es cierto que las redes sociales tiene la función de compartir las actividades diarias que realizan e interactuamos por medio de los comentarios y mensajes expresados por los demás, hay una pregunta a plantearnos que ha generado la realización del presente proyecto de investigación y es ¿Cómo se relaciona las redes sociales con el autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018 preocupación que surge debido a las actitudes de los estudiantes durante el desarrollo de la actividades académica en donde observamos cierta dependencia en los estudiantes para con las redes sociales, dependencia que puede tener consecuencias en los estados de ánimo, ya que se compara el estilo de vida con los demás llegando al punto de querer plasmar de manera virtual un mundo que no es su realidad.

Este trabajo pretende ser una fuente informativa básica que intenta proponer nuevos conocimientos para los alumnos y otras personas que decidan hacer estudios posteriores.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de investigación ha sido indispensable recopilar en otros estudios de investigación, lo cual permite brindar una visión más cercana del tema.

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

De modo general se han realizado investigaciones con respecto a la forma en que las personas hacen uso de las redes sociales.

Así tenemos que la investigación cualitativa titulada: La Influencia Negativa de los Nuevos Medios de Comunicación, Facebook, Twitter, entre los jóvenes de 16 a 18 años, perteneciente al Instituto Comercial Bancario A.c. División de estudios superiores. Cols (2010) refiere que: “Estas dos redes sociales conducen al adolescente al aislamiento y se rodean de un ambiente sin un contacto humano real”.

Por otro lado, en la tesis titulada “Usuario de Facebook: inseguros, narcisista y baja autoestima”, se trabajó con una muestra poblacional de 100 estudiantes de la Universidad de York, en Canadá, a 50 hombres y 50 mujeres, cuyas edades comprendían entre 18 y 25 años, a fin de que expresen sus hábitos respecto del uso del Facebook. Todos ellos fueron sometidos a exámenes psicológicos a fin de medir sus niveles, teniendo en cuenta que las personas que hacen uso del Facebook son “inseguros, narcisistas y tienen baja autoestima”. (Mehzizadeh, 2010)

En la tesis titulada “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes”, que tuvo como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en las áreas social, personal, familiar y

académica de los adolescentes, teniendo en cuenta un diseño descriptivo; para lo cual se aplicó una encuesta a 444 estudiantes de los colegios privados: Asunción y Técnico Salesiano; y los colegios públicos: Miguel Merchán y Carlos Cueva. Obteniendo como resultados en la presente investigación según Molina y Toledo (2014). “Que las redes sociales no afectan a los 13 estudiantes en las diferentes áreas, aunque dediquen hasta tres horas a revisar su información en las redes mencionadas, pero sí los distraen en sus estudios”

Gonzales y Quirós (2014), en su investigación plantea como objetivo determinar la relación e influencia de la comparación intergrupala dentro del Facebook sobre el disfrute al usarla y el rol mediador de la autoestima entre ambas variables, cuyo diseño fue explicativo transversal. La población estuvo conformada por 250 estudiantes universitarios cuyas edades eran entre 18 y 23 años ($M= 19.97$ años ($DE: 1-6$) distribuidos de manera homogénea por sexo, siendo el único criterio de inclusión el de tener cuenta activa en Facebook, al margen del uso que le dieran. La investigación arribó a la conclusión de que el uso del Facebook no aumenta la autoestima de las personas que acceden a ella, sino porque al usarla es una forma sencilla de encontrar y ser parte de grupos con el cual se identifican y definen, permitiéndoles fortalecer su identidad social siendo la forma más fácil que en lugar de una comunicación frente a frente.

Se identificaron diferencias en cuanto al sexo de los participantes de este estudio, con respecto a la identificación que sentían hacia los diferentes grupos temáticos que se conforman dentro de la red y en cuanto a la intensidad de uso, siendo los varones quienes usan por más tiempo la red”.

(Jesús, 2010), el estudio transversal, correlacional no experimental: “Autoestima y el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en una muestra de adolescentes” en la Escuela Superior José Felipe Zayas en el Municipio de Coamo de Puerto Rico, encontró que el nivel de alta autoestima en aquella Institución Educativa estaba representado por el 97,8%, mientras que la baja autoestima solo estaba representada por el 2,2%.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Condori y Mamani (2015) llevaron a cabo la investigación: Adicción a Facebook y Procrastinarían académica, tuvo como muestra a 218 estudiantes de la facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Peruana Unión, Filial Juliaca, constituida por cuatro escuelas profesionales, Ingeniería civil, Ingeniería de sistemas, Ingeniería ambiental e Ingeniería de Industrias alimentarias. Para dicha investigación se tomó en cuenta el cuestionario de Uso de Facebook, y la Escala de Procrastinarían Académica (EPA). Obteniendo resultados que existe: “Una relación directa y significativa entre Facebook y procrastinarían en un nivel de significancia en un 5% a mayor adicción a redes sociales, mayor procrastinarían”.

Chalco, Rodríguez y Jaime (2016) realizaron la siguiente investigación: Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol; aplicada a 135 estudiantes del nivel secundario entre las edades de 14 a 16 años de una Institución Pública de Lima; para lo cual se tomaron en cuenta el cuestionario a redes sociales CARS, cuestionario de Autoestima de

Coopersmith y el cuestionario de autocontrol infantil y adolescente CASIA, encontrando como resultados de la investigación que existe: “una relación significativa inversa relacionado al riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y menor autoestima y autocontrol mayor será el riesgo de adicción a redes sociales”.

Tarazona (2013), en su tesis que como propósito conocer de qué forma relaciona el uso del Facebook con la autoestima y el narcisismo en jóvenes universitarios peruanos que viven en Lima (N = 146) con tipo de estudio correlacional. Obteniendo como resultados: “que existen ciertas asociaciones entre la intensidad del uso del Facebook y las variables de Autoestima y Narcisismo. De manera específica destacan las correlaciones entre uso del Facebook y sentimiento de pertenencia a la familia”.

Chuquitoma Cruz Godofredo (2016), en su tesis titulada “Redes Sociales y su Influencia en el Autoestima de Adolescentes del nivel secundario de la Institución Educativa Manuel Muñoz Najjar, Arequipa-2016”, llegó a la conclusión de que los adolescentes usan:

“Las redes sociales en forma no adecuada y tienen a su vez una autoestima baja, los adolescentes que usan las redes sociales en forma mediamente adecuada tienen a su vez autoestima media, y los adolescentes que usan las redes sociales en forma adecuada tienen a su vez autoestima alta. Estos resultados nos indican que en realidad si existen relación con ambas variables”.

Montes (2015), analizó la relación que existe entre las redes sociales y la agresividad, para lo cual empleó una muestra de 269 estudiantes; utilizando el cuestionario de agresión como instrumento. Perry, estandarizado en el

Perú. De acuerdo con la investigación: “no se encontró significativa ($r=0,021$) entre las variables redes sociales y agresividad”

Cerna y Plasencia (2012), en su investigación que tuvo como objetivo el de determinar y analizar la influencia de Facebook en la autoestima de los estudiantes del 1° al 5° de secundaria de una I.E. de Cajamarca, cuya muestra estuvo conformada por 112 estudiantes, obtuvo como resultados que: “el 22% de la muestra posee una autoestima alta, un 13% una autoestima promedio, y un 5% una autoestima baja”.

Salcedo (2016), en su investigación titulada “relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad Particular de Lima”, se planteó como objetivo: la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo correlacional; para ello se evaluó a 346 alumnos, de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre los 16 y 25 años de edad ($M=19.28$, $DE=19$), cuyos resultados obtenidos indican que existe:

“Una relación negativa ($r=-0.469$, $p.01$) entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes, además se observan diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en las dimensiones de la variable autoestima”.

Salcedo Pardo (2017), en sus tesis tuvo como objetivo de estudio: Determinar la relación que existe entre las redes sociales y la autoestima en estudiantes de VII ciclo de la Institución Educativa Beata Ana María Javouhey, Callao, 2017; lo cual permitió comprobar la relación que existe entre las redes sociales y la autoestima general, social, en el hogar y escolar.

2.2. MARCO REFERENCIAL

2.2.1. REDES SOCIALES

“Las redes sociales son una estructura sistemática y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos” (Crovi, López y López, 2009, p.15).

“Una red social permite brindar un servicio a los usuarios que se registren, los cuales definen un perfil público o semipúblico, interactuando con otros usuarios agregados a la lista y comparten una misma conexión” (Boyd y Ellison, 2007, p.3).

“Una red social es una página Web que nos ofrece la posibilidad de interactuar de alguna manera con otros usuarios que también acceden a esa página, para ello dispone de una serie de servicios y funcionalidades de las que haremos uso una vez tengamos acceso a ella, no es como una página normal a la que accedemos, cuya información vemos y abandonamos. Tiene muchas posibilidades y su objetivo es que permanezcamos en ella el máximo tiempo posible. Las redes sociales también permiten anunciar e informar de nuevos productos a los consumidores, objetivos de un modo más efectivo” (Peña, 2013, pp. 135 – 137).

“Las redes sociales es un modo de comunicarse mediante las tecnologías de la información y la comunicación. Podemos hablar según el tipo de usuario de redes sociales horizontales (aglutina el mayor número posible de usuarios) o verticales (profesionales de ocio o mixtos). Y según su

funcionalidad se habla de redes sociales humanas y de redes sociales de contenido” (Vizueté J., 2014, p. 41).

Después de haber recurrido a varios autores quienes nos hablan sobre las redes sociales, puedo concluir que las redes sociales son un medio que nos permite la comunicación entre personas que comparten estilos y comportamientos de vida similares; permite comunicarnos eficazmente con las personas sin restricciones geográficas, también nos permiten compartir diversos medios digitales (fotos, música, videos, audios, entretenimiento en general) permitiendo interactuar constantemente con las personas que forman parte de nuestras redes.

2.2.1.1. CLASIFICACION DE REDES SOCIALES

Según VIZUETE V. Javier (2014, pp. 45 - 48) manifiesta que las redes sociales se clasifican en:

- Según el tipo de usuarios:

- ✓ Redes Sociales Horizontales:

Creadas para cualquier tipo de usuario, sin ningún tipo de limitaciones en cuanto a participación. Su objetivo principal es el de aglutinar la mayor cantidad de usuarios posibles, las más comunes son: Facebook, Twitter, Google+, Tuenti, H15 y Bebo

- ✓ Redes Sociales Verticales:

Creadas para un tipo de usuario específico que tiene interés debido a un eje temático que es el de desarrollar.

Su objetivo es acceder a un colectivo concreto para aportar información relevante a los usuarios. Según el tipo de especialización se puede dividir en:

a) Verticales Profesionales:

Su propósito es poner en contacto personas que desarrollan una misma profesión o empresas relacionadas con algún tipo de actividad. Una de las más conocidas es LinkedIn.

b) Verticales de Ocio:

Relacionadas con aficiones, ocio y tiempo libre como deportes, videojuegos, música. Ejemplo: video de youtube, Microbloggin o Instagram para amantes de la fotografía.

c) Verticales Mixtas:

Son la fusión de las dos anteriores. Sus usuarios desarrollan actividades tanto personales como profesionales, ejemplos: Yuglo, Unience, Pidecita y

11870

- Según la Funcionalidad:

- ✓ Redes Sociales Humanas:

Relacionada a individuos que tienen los mismos gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes, actividades, ejemplo: Dopplr, y Tuenti

✓ Redes Sociales de Contenido:

Su especificidad radica en la información que publican los usuarios en internet. O compartiendo archivos de su propio ordenador. Ejemplo: Scribd, Flickr, Bebo, Dipty, Stumble Upon y FileRide.

2.2.1.2. REDES SOCIALES MÁS USADAS

Calvo y Rojas (2009) catalogan a las redes sociales de dos formas: redes sociales personales, dentro de ella vemos a Facebook, Twitter, MySpace; y las redes sociales usadas de manera profesional, temáticas y de escala total. Entre las actualizadas y más comunes están:

- **FACEBOOK:** Red creada en el 2004 y con más de 2 mil millones de usuarios activos. Se trata de una red social gratuita y que permite subir fotos, videos, publicaciones o transmitir en vivo. También nos facilita comunicarnos con otras personas y marcas, crear grupos y eventos, buscar avisos clasificados y también crear páginas públicas en torno a un determinado tema o interés.
- **INSTAGRAM:** Es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeos con otros usuarios.

- **LINKEDIN:** Es una red social profesional, es decir, está orientada más a relaciones comerciales y profesionales que a relaciones personales y por tanto en esta red social lo que encontrarás son empresas y profesionales que buscan promocionarse, hacer networking y negocio.
- **TWITTER:** Se caracteriza por sus textos cortos y concisos: cada tweet no excede los 240 caracteres. Es el lugar ideal para saber qué está pasando y dónde y según Alexam, compañía de análisis de Internet, se encuentra entre los sitios webs más visitados del mundo.
- **WHATSAPP:** Es la red social de mensajería instantánea más popular. Prácticamente toda la población que tiene un Smartphone tiene también el WhatsApp instalado.
- **FACEBOOK MESSENGER:** Es la aplicación de mensajería oficial de Facebook, que nos permitirá entablar conversaciones de texto con todos nuestros amigos dentro de la popular red social. Gracias a ella podremos enviar y recibir mensajes de texto, que además luego podremos continuar desde el ordenador.
- **YOU TUBE:** Es la principal red social de videos online de la actualidad, con más de 1.000 millones de usuarios activos y más de 500 millones de vídeos visualizados diariamente.
- **TIKTOK:** Es una red social donde los usuarios suben video-selfies con filtros de sonido, también se dice que es una red social popular entre los más jóvenes que ha conseguido

desbancar a Instagram y Facebook como las redes sociales más descargadas.

- **SNAPCHAT:** Es una aplicación para compartir fotos, vídeos y texto para dispositivos móviles.
- **GOOGLE+:** Es una red social que permite interactuar con personas y empresas clasificándolas en círculos según el criterio que se quiera.
- **PINTEREST:** Es una red social para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes.
- **SKYPE:** Es un software que permite que todo el mundo se comunique. Millones de personas y empresas ya usan Skype para hacer llamadas y video llamadas gratis individuales y grupales, enviar mensajes instantáneos y compartir archivos con otras personas que usan Skype.
- **HANGOUST:** Permite que el usuario se comunique con sus contactos mediante el video chat, "Esta red permite al usuario ver videos de YouTube sin necesidad de sincronizarlo de esta manera lo puedan ver quienes están en el chat".

2.2.1.3. VENTAJAS EN EL USO DE REDES SOCIALES EN EDUCACIÓN

Dentro de las ventajas que consideramos presentan las redes sociales en el ámbito educativo, podríamos destacar las siguientes:

- Construcción de una identidad personal virtual.
- Permiten el reencuentro con personas conocidas.
- Facilitan el aprendizaje integral sin restricciones horarias fuera de las aulas convencionales.
- Realizar trabajos colaborativos sin límites espacio-temporales.
- Posibilidad de movilizar a miles de personas.
- Posibilidad de comunicarse en tiempo real.
- Facilidad para producir contenidos y su uso en internet.
- Posibilidad de desarrollo personal y profesional.
- Escasas barreras geográficas en la conexión de personas.
- Abarata costos en material fungible contribuyendo con el cuidado del medio ambiente.

2.2.1.4. DESVENTAJAS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

Dentro de las desventajas que consideramos presentan las redes sociales en el ámbito educativo, podríamos destacar las siguientes:

- Pérdida de privacidad si no se configura de forma correcta.
- Tendencia a la adicción si no se controla su uso diario.
- Posibilidad de suplantar la personalidad del usuario.

- Se puede utilizar para cometer delitos de tipo sexual, fraudes, económicos, acoso, etc.
- Puede causar problemas psicológicos como depresión o ansiedad ante uso excesivo de las redes sociales.
- Puerta de acceso para virus informáticos.
- Algunos usuarios se dedican a hacer Spam.

Según lo investigado con el uso de las opiniones de los diversos autores estudiados podemos decir que las redes sociales, como todo en esta vida, tienen sus ventajas y desventajas:

Las ventajas son: " los reencuentros con conocidos, relacionarse con gente nueva, compartir momentos especiales, encontrar información en tiempo real, etc."

Las desventajas son: "los peligros que se puede tener conforme a la privacidad de la persona, puede que la persona cambie su comportamiento, la falta de control de los datos personales, pueden llegar a ser adictivas y tomar mucho tiempo del determinado, daños en la salud física y mental".

Así mismo varían mucho en función de quién estemos hablando porque las redes sociales no suponen lo mismo para un adulto, por ejemplo, que para un niño o un adolescente. Esto es algo muy importante, ya que supone que debemos tener diferentes criterios para razonar en qué sentido las redes sociales pueden ser buenas

o malas y, en muchos casos algo bueno para un grupo de personas no lo es para otro.

2.2.1.5. UTILIDAD DE LAS REDES SOCIALES

Mantener y crear contacto: Las redes sociales sirven principalmente para mantener relación con la gente que ya conoces. Es decir puedes mantener una red de seguidores de tu empresa. Una comunidad que estará especialmente atento a todas tus novedades. También puedes crear nuevas conexiones.

Buscar información: Cada vez se usan más las redes sociales para buscar información. Mucha gente ya sólo sigue las noticias a través de Twitter o Facebook. Por lo tanto las redes sociales se pueden convertir en un canal de comunicación alternativo a los tradicionales para tu empresa.

Promocionar: Las redes sociales son una buena herramienta de promoción. Tanto si tienes un pequeño blog como si tienes una gran empresa, las redes sociales harán que más gente te conozca. Las redes sociales bien gestionadas fortalecen la reputación de la marca, crean confianza y dan credibilidad.

Hacer networking: Las redes sociales profesionales permiten hacer networking. Se trata de conocer gente que puedan ser potencialmente útiles para tu negocio. En las redes se puede hacer el primer contacto y si se gestiona de forma adecuada se puede

convertir en una relación beneficiosa y duradera para ambas partes.

Aumentar las visitas de tu web: Tus perfiles sociales pueden enviarte muchas visitas hacia tu página web. Compartir el contenido de tu web en las redes sociales te dará más difusión. En definitiva, te ayudarán a mejorar tu posicionamiento orgánico.

Vender productos y servicios: También puedes vender en las redes sociales ofreciendo tus productos y servicios. Ten en cuenta que las redes sociales son una forma de marketing directo con el que puedes cerrar muchas ventas. La clave es optimizar tu inversión en redes sociales para que merezca la pena el esfuerzo.

Amplificar tus mensajes: La velocidad de propagación y difusión del contenido en las redes sociales es muy alto. Esto ocurre sobre todo si consigues lanzar con éxito una campaña viral. Uno de los elementos más utilizados es el vídeo. Conseguir un vídeo viral puede ser difícil pero el impacto es brutal.

Medir los resultados: Puedes medir el impacto de tus campañas en redes sociales prácticamente en tiempo real. Esto es una ventaja muy importante con respecto a otros medios de comunicación donde los resultados no se pueden medir con esa exactitud.

Mejorar la atención al cliente: Las redes sociales son una plataforma ideal para la atención al cliente. Permiten responder

las preguntas y quejas de los usuarios en tiempo real. Eso sí, si se gestión de forma regular.

2.2.1.6. SERVICIOS, RIESGOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES

Accesibilidad: Esta es uno de los distintivos más apreciables y buscados de estas plataformas, pues permite que cualquier persona, con el solo hecho de estar conectados a una red o terminal, ingrese sus datos y acceda a una de estas redes.

Blindaje: A los usuarios de las redes sociales, también se les otorga la posibilidad de blindar sus datos, pero por ignorancia o practicidad estas opciones son muy poco utilizadas lo que aumenta ampliamente el riesgo de robo o secuestro de identidad.

Compartir: Es una forma idónea de compartir archivos como fotos, videos o textos sin que te generen un costo muy elevado o incluso sin que lo generen.

Comunidad y Tiempo real: Estas se presentan por la formación de grupos y de la conversación en colectividad en el momento real en que se realiza.

Historia: En estos sitios puedes dar una breve historia de tu vida o guardar el conocido como historial de conversaciones, el cual se puede guardar en su computador o en la plataforma directamente.

Identidad Virtual: Esta se produce cuando se establece un pseudónimo propio con el que en forma particular te pueden identificar sin que des tu nombre directamente.

Personalización: Tu puedes ingresar tus datos o darle un formato específico y abierto a tu plataforma; con esto puedes develar grandes rasgos de tu personalidad y en caso de que sean empresas o instituciones pueden dar información o promoción dentro de su propia página.

Practicidad: Evita la saturación de las redes por lo simples de los mensajes, y hoy en día permite la transmisión de video en vivo o mensajes de voz en tiempo real.

Riesgos: Los datos de cada individuo suelen ser ingresados en forma confiada e indiscriminada por lo que los denominados “hackers” o piratas cibernéticos roben los datos y realicen extorciones o que la delincuencia organizada secuestre a infantes ingenuos o realice hasta vandalismo cibernético con cobros a tarjetas de crédito, débito etc.

Otro riesgo muy susceptible en la población es la adicción a las redes sociales, pues su bajo costo y gran desempeño, puede causar un uso indiscriminado provocando que el usuario consuma hasta el 50 % de su tiempo en este tipo de redes, llegando a provocar daños sociales, familiares, de salud y hasta económicos,

convirtiendo al usuario en lo que han denominado parásitos de internet.

Por último, el riesgo de acoso en el que caen algunas personas al insistir y agredir a otras por ser el medio más discreto que existe, pues se puede presentar lo que hoy en día denominan el “bullying cibernético”.

Selección: Te permite publicar y borrar las imágenes, que aunque se dice que no son borradas directamente de los servidores si se quitan de la publicación directa.

Servicio: Mediante los teléfonos inteligentes y a las redes inalámbricas existentes en la mayoría de las capitales y ciudades del mundo, se puede tener contacto permanente con miles de personas mientras nos encontramos realizando nuestras labores diarias, cuando transitamos en la calle o nos encontramos en el colegio.

Variedad: La variedad de redes sociales es tal que cualquiera podría servirse de éstas, incluso sin contar con servicios permanentes como teléfono o computadora, utilizando los denominados centros de cómputo o cafés internet, donde realiza sus consultas.

2.2.2. LA AUTOESTIMA

2.2.2.1. DEFINICIÓN DE AUTOESTIMA

Según Gross (2012) manifiesta que la autoestima se considera como el modo en que el individuo evalúa su autoimagen, es decir que tanto agrado se siente por el tipo de persona que se considera ser. Es claro que ciertas características o capacidades tienen un mayor valor en la sociedad, en general y, por tanto, están en probabilidad de influir la autoestima de acuerdo con ello (por ejemplo, ser atractivo en un sentido físico en oposición a poco atractivo). El valor vinculado con las características particulares también dependerá de la cultura, género, edad, antecedentes sociales y demás (p.354).

“La autoestima es el componente de la personalidad que abarca nuestras valoraciones personales positivas y negativas. A diferencia de la autoeficacia, que se concentra en la visión que tenemos de nuestra capacidad para realizar una tarea, la autoestima se relaciona con la forma en que nos sentimos con nosotros mismos” (Feldman, 2012, p. 296).

“La autoestima será, por tanto, la relación positiva entre la percepción de uno mismo (visión objetiva) y el ideal de uno mismo (aquello que la persona valora, lo que le gustaría ser)” (Mora, 2005, p.12).

“La autoestima es el valor y afecto que tiene uno de sí mismo. Implica todo nuestro ser y, por lo tanto, es un valor que influye

en todos los aspectos de nuestra experiencia y en nuestra forma de vivirla. Así mismo nos permite comprometernos con nosotros mismos para conseguir nuestros objetivos, asumir responsabilidades, a la vez, valorar y respetar a los demás desde la propia aceptación y el bienestar emocional. Nos permite volver a levantarnos tras la caída, lidiar con las situaciones conflictivas y difíciles, nos permite sostenernos en el tiempo” (Colomina, 2014, p.28).

Por su parte Calero Pérez Mavilo (2000) dice que “la autoestima es la valoración que uno tiene de sí mismo, se desarrolla gradualmente desde el nacimiento, en función a la seguridad, cariño y amor que la persona recibe de su entorno” (p.21).

Según Calzetta (1996, como se citó en Raznoszczyk et al.,p. 4, 2004) la autoestima es la apreciación que se tiene de uno mismo, la manera cómo enfrentar los retos sin llegar a asumir riesgos excesivos que lo perjudiquen. Además, determina el yo, indicando su confiabilidad y el derecho a ser amado.

Cooper Smith (1990) quien señala el término autoestima se refiere a las evaluaciones que una persona hace y comúnmente mantiene sobre sí mismo.; es decir autoestima global, es una expresión de aprobación o desaprobación que indica la extensión en que la persona cree ser competente, importante y digno.

Después de revisar varios autores, con opiniones diferentes, entendemos que la autoestima es el sentimiento de valoración

de nosotros mismos, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, de todo lo que poseemos que forma parte de nuestra personalidad, además es aprender a querernos y respetarnos y sobre todo a aceptarnos como somos. Esto depende, también, del ambiente familiar, social y educativo en el que estemos.

2.2.2.2. DIMENSIONES DE LA AUTOESTIMA

Las dimensiones de la autoestima son en ámbitos que van de la mano y las veces son complementarios sin una de las dimensiones no están bien el niño no podrá desenvolverse en ningún ámbito puesto que son esenciales para el desarrollo en todos los núcleos.

Dimensión afectiva: Engloba todo lo que tiene que ver con cómo se ve el niño se ve a sí mismo y cómo define los rasgos de la personalidad. Hace referencia a si se ve, simpático, fuerte, tranquilo...

Dimensión física: Es la valoración que hace el niño de todo lo que tiene que ver con su físico. Incluye todo lo relacionado con su aspecto y con sus destrezas físicas. (Se ve alto, fuerte, guapo...)

Dimensión social: Hace referencia a si el niño se siente querido por parte del resto de los menores y adultos con los que se relaciona. Incluye el sentimiento de pertenencia a un grupo social y lo habilidoso que se considere el menor para hacer frente a las

diferentes demandas sociales del medio, como relacionarse con otros niños o solucionar los problemas.

Dimensión académica: Se basa en cómo se percibe el niño en el ámbito escolar, si se cree capaz de rendir académicamente lo que desde el centro escolar se le demanda. Si se considera buen o mal estudiante en relación con su **capacidad** cognitiva, si es capaz de superar los fracasos...

Dimensión familiar: Es como se perciben el menor como parte de una familia y en **las** relaciones que se establecen dentro del núcleo familiar. Son fundamental las respuestas que obtengan dentro de la familia para el desarrollo de su autoestima.

2.2.2.3. COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA

De acuerdo con Cortés de Aragón (1999), la autoestima está expresada mediante tres componentes, que son los siguientes:

a) Cognoscitivo. Considera a todos los conceptos a que se refiere la representación mental que las personas tengan sobre ellos mismos; vale decir, los conceptos, ideas, conocimientos, percepciones, creencias y opiniones sobre uno mismo.

b) Emocional: Aquí encontramos los sentimientos y emociones referidos a sí mismo, los cuales determinan gran parte de la autoestima, y en la medida en que sean interiorizados correctamente, permitirán a cada individuo gestionar su propio

crecimiento personal, dentro de ellos se tendría la auto aceptación, autoevaluación, autovaloración y auto aprecio.

c) **Conductual.** La autoestima no solo implica el componente cognitivo y emocional, sino que también se puede observar con las conductas y los comportamientos, determinándose que las personas que poseen una autoestima elevada sus conductas son más de coherencia, congruencia, responsabilidad y autonomía, se dirigen a sí mismos. Varios autores han coincidido al señalar que la autoestima es como una fuerza interna que proporciona sentido, propósito y coherencia en la vida de una persona, y se expresarían de las siguientes formas (Albarrán, 2004, citado en Válek, 2007)

- **Aceptación de sí mismo.** Es la definición de la identidad de una persona, buscando su valoración y aceptación.
- **Autonomía:** Se orienta a que se sienta y actúe con seguridad, valiéndose por sí misma en diferentes situaciones. Ello implica la capacidad de dar y recibir apoyo, fijarse, cumplir y aceptar las normas que vienen de su entorno.
- **Expresión afectiva.** La persona que tiene autoestima propia podrá ser capaz de dar y recibir muestras de afecto. Sabrá reconocer la importancia del contacto físico a través de las manifestaciones de tipo afectivo, el desarrollo socio-emocional y psicológico dentro del entorno familiar y social.

- **Consideración por el otro.** Guarda relación con la aceptación y estima de otros, a relacionarse con ellos, descubriendo el sentido de ser recíproco, afrontar dificultades, comunicación, entre otros.

2.2.2.4. IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA

Para Branden Nathaniel (1995) el modo en que nos sentimos con respecto a nosotros mismos afecta virtualmente en forma decisiva todos los aspectos de nuestra experiencia, desde la manera en que funcionamos, en el trabajo, en el amor, hasta nuestro proceder como padres y las posibilidades que tenemos de proteger en la vida. Nuestras respuestas ante los acontecimientos dependen de quien y que pensamos que somos. Los demás de nuestras vidas son los reflejos de la visión íntima que poseemos de nosotros mismos. Por lo tanto, la autoestima es la clave del éxito o del fracaso. También es la clave para comprendernos y comprender a los demás (pp. 10 - 11).

Desarrollar la autoestima es desarrollar la convicción de que uno es competente para vivir y merecer la felicidad, y por lo tanto enfrentar a la vida con mayor confianza, benevolencia y optimismo, lo cual nos ayuda a alcanzar nuestra meta y experimentar la plenitud. Desarrollar la autoestima es ampliar nuestra capacidad de ser felices.

Si comprendemos esto, podemos apreciar que el hecho de cultivar la autoestima nos interesa a todos. No es necesario llegar a odiarnos para poder aprender a querernos más; no tenemos que sentirnos inferiores para desear tenernos más confianza. No hemos de sentirnos infelices para desear ampliar nuestra capacidad de alegría.

La importancia de una autoestima sana reside en el hecho de que es la base de nuestra capacidad para responder de manera activa y positiva a las oportunidades que se nos presenten en el trabajo, en el amor y en la diversión. Es también la base de esa serenidad de espíritu que hace posible disfrutar de la vida.

Está claro si deseamos ampliar nuestras posibilidades positivas y por lo tanto transformar la calidad de nuestra existencia, debemos empezar por desarrollar nuestra autoestima (Banden 1995).

2.2.2.5. INGREDIENTES BÁSICOS PARA DESARROLLAR UNA SANA AUTOESTIMA

Entre los principales ingredientes básicos de la autoestima tenemos:

- **LOS VÍNCULOS AFECTIVOS:**

Nuestros vínculos afectivos están constituidos sobre una base de seguridad interna y externa (Bowby, 2010) formada a través de las relaciones con nuestros progenitores, con nuestros padres o cuidadores principales. Después a lo largo

de nuestra vida, seguimos alimentándola, mediante el apoyo y la asimilación de experiencias positivas y relaciones que confirmen nuestras cualidades, talentos y capacidades.

En este sentido es importante seguir creando un espacio de afecto, de confianza y seguridad dentro de la familia.

- **LA CONSIDERACIÓN QUE TIENE DE SÍ MISMO:**

Nuestras cualidades personales son todo aquello que nos hace especiales porque nos hace ser nosotros mismos.

Nuestras cualidades son tanto mentales y físicas como espirituales o emocionales. Nosotros como padre de un adolescente desempeñamos un papel relevante en ellas. Tenéis que valorarlos y apoyarlos.

A lo largo de su desarrollo el ser humano va construyendo su nueva imagen (mental, física y espiritual), es importante que tenga una imagen realista de sí mismo. Es decir, debe construir su forma particular de ser y de establecer sus metas en consonancia con sus fortalezas y sus potencialidades, pero también con sus debilidades.

- **LOS MENSAJES POSITIVOS:**

Los mensajes positivos hacia nuestros hijos empiezan por valorar lo especial que hay en ellos, sus propias cualidades (su capacidad de reflexión, su ternura, su creatividad o su sonrisa) y no tanto los logros y resultados finales, o sus fallos y errores.

Para que nuestros hijos interioricen los mensajes positivos necesitamos sinceridad, afecto y atención plena. Esto nos permitirá darnos cuenta de las que, si son sus propias cualidades, exteriorizarlos y apoyarlos para que se vayan consolidando más tarde en el como eje de su identidad. Esta integración será posible gracias a que los mensajes ya no están vacíos sino llenos de credibilidad. Pero cuidado, esto no significa sobreprotegerlos de los errores o adornarlos con cualidades; sería igualmente dañino. Se trata de devolverle una imagen real y constructiva de sí mismo.

- **LOS MENSAJES NEGATIVOS:**

Estos mensajes tienen el efecto contrario. Son sus grandes enemigos y vivirán dentro de ello, atemorizándole y bloqueándole en su propio camino. Estos mensajes son una trampa que les ponemos en su crecimiento, pero si estamos atentos, podemos minimizarlos. Al centrar nuestra atención en lo negativo y amplificarlo o generalizarlo a su propio ser con una actitud de menosprecio, lo que en realidad le estamos diciendo, como mensaje negativo camuflado, es; “no te acepto, no me gusta tal y como eres”.

Los jóvenes en la actualidad son vulnerables a las opiniones que escuchan sobre sí mismos. Si no se les apoya en aquello en lo que cree ahora, nuestros hijos pueden encerrarse en sus mundos internos bajo la siguiente: ¿Para qué te lo voy a enseñar si me vas a criticar?

- **TRANSFORMAR LOS MENSAJES NEGATIVOS A POSITIVOS:**

Si cambiamos nuestra manera de atender en forma negativa a positiva, evitaremos centrar continuamente la atención en lo que no ha hecho, en lo que le falta. Si nos ponemos a pensar en nosotros mismos, veremos que tampoco nos gusta que nos señalen una y otra vez lo que no hacemos bien o lo que nos hemos dejado sin hacer. Así que imagínate cómo puede sentirse tu hijo cuando todo el día, le están diciendo todo lo que no hace bien o todo lo que todavía le falta por hacer, o todo lo que debería estar haciendo. Esto llega a avanzar y es muy difícil extraer aprendizaje de ello, por dos motivos: El primero que el cansancio y la costumbre de escucharlo les hacen dejar de prestar atención. El segundo, que el mensaje negativo no solo no orienta con respecto a donde hay que dirigirse, sino que además paraliza y bloquea. Sin embargo, con esta actitud de prestar atención a lo que “si hacen” y de apoyar sus cualidades, podemos fomentar en ellos el desarrollo y fortalecimiento de características positivas que se generalizan a su comportamiento y conducta (“si me esfuerzo, sé que acabare haciéndole muy bien”) en vez de las creencias negativas sobre sí mismo (“que desastre soy”).

2.2.2.6. NIVELES DE AUTOESTIMA

La valoración cuantitativa o también llamado nivel de la autoestima influye esencialmente en nuestras conductas, según Branden (1995, pág. 11) considera tres niveles de autoestima:

- **Autoestima alta**

Una persona con autoestima alta, vive y comparte su alegría, su amor, su responsabilidad, se siente importante, se tiene confianza y se acepta así mismo totalmente como un ser.

- **Autoestima media**

Presentan características similares a las personas de autoestima alta pero evidencian inseguridad durante su desarrollo, pueden tener conductas positivas, pero son personas con una conducta limitada y poca estimación de su valor personal y tienden a depender de la aceptación social.

Por eso, se menciona que: "los individuos con un nivel medio de autoestima presentan autoafirmaciones positivas más moderadas en su aprecio de la competencia", significación y expectativas, y es usual que sus declaraciones, conclusiones y opiniones en muchos aspectos, estén próximos a los de las personas con alta autoestima, aun cuando no bajo todo contexto y situación como sucede con éstos.

- **Autoestima baja**

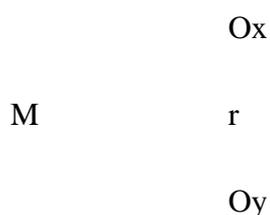
Este tipo de autoestima las personas presentan dificultad para enfrentar los errores, éxitos, retos y ciertas situaciones

hostiles porque ante la posibilidad de fracaso opta por evitarlas, con lo que están impidiendo la posibilidad de aprender. En donde el miedo al fracaso, al rechazo y a la sensación de incompetencia se convierte en escudo de defensa. Una persona con autoestima baja, la mayor parte de su vida piensa que vale poco o no vale nada. · Estas personas esperan ser engañadas, menospreciadas por los demás y como se anticipa a lo peor, como defensa se ocultan tras un muro de desconfianza y se hunden en la soledad y el aislamiento.

CAPÍTULO III: MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. TIPO DE DISEÑO

El diseño de la investigación empleada es el transversal o transaccional, pues los datos fueron recabados en un tiempo y espacio único, pues lo que se busca es describir las variables objetos de estudio y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). El siguiente esquema representa el diagrama de la investigación:



Dónde:

M = muestra de estudio, los subíndices **x redes sociales, y la autoestima**

O = las observaciones de las variables de estudio

r = la relación (Sánchez & Reyes, 2006).

3.2. POBLACIÓN:

Hurtado y Toro (1998), define qué población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo.

Para determinar la población utilizaremos a los 65 estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José – Chimbote -2018” el cual es distribuido, tal como se muestra en el cuadro:

GRADO	NIÑOS	NIÑAS	TOTAL
QUINTO	23	42	65
TOTAL	23	42	65

3.3. MUESTRA:

BALESTRINI (2006) señala que una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible.

Para determinar la muestra utilizaremos a 65 estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa “San José – Chimbote - 2018” el cual es distribuido, tal como se muestra en el cuadro:

GRADO	NIÑOS	NIÑAS	TOTAL
QUINTO	23	42	65
TOTAL	23	42	65

3.4. MÉTODO

Los métodos que se emplearon fueron los siguientes:

- **Método Deductivo.** – ya que parte desde lo más complejo a lo más simple, dicho método permite abordar el objeto de estudio desde una situación problemática general para llegar a lo particular, es decir, se analiza el concepto que nos permita llegar a los elementos de las partes de un todo.

- **Método Inductivo.** – este método parte de lo simple a lo complejo, ya que establece un principio general cuando ha realizado el estudio y el análisis de los hechos y fenómenos en particular; por lo general, este método se usó en el proyecto para que mediante la observación, comparación y registro de hechos nuestros resultados fuesen más concretos.

3.5. DESCRIPCIÓN DE VARIABLE

- **Definición conceptual**

“Las redes sociales son una estructura sistemática y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos” (Crovi, López y López, 2009, p.15).

“La autoestima es el componente de la personalidad que abarca nuestras valoraciones personales positivas y negativas. A diferencia de la autoeficacia, que se concentra en la visión que tenemos de nuestra capacidad para realizar una tarea, la autoestima se relaciona con la forma en que nos sentimos con nosotros mismos” (Feldman, 2012, p. 296).

- **Definición operacional**

Coopersmith (1995) dimensiona la autoestima como autoestima general, autoestima en el hogar, autoestima social y autoestima académica.

Por su parte, Ecurra y Salas (2014) dimensionan las redes sociales en obsesión a las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales.

3.6. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

VARIABLE	TÉCNICA	INSTRUMENTO
REDES SOCIALES	ENCUESTA	CUESTIONARIO
AUTOESTIMA	ENCUESTA	CUESTIONARIO

Según Rodríguez Peñuelas (2008) las técnicas son los medios empleados para recolectar información entre las que se destacan, la observación, cuestionario, entrevista, encuesta.

El instrumento que se utiliza para la recolección de datos es el cuestionario, como técnica la encuesta, que permite obtener información de fuente directa a través de ítems para identificar la influencia de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote – 2018.

Dicho instrumento consta de introducción, instrucciones, datos generales de los participantes y la sección de información específica que explora la relación entre las dos variables.

DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

El Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), fue elaborado por Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blas en el año 2014, los criterios estuvieron basados en las adicciones a sustancias por el DSM-IV-TR (American Association – APA, 2008); lo cual sustituyeron por redes sociales, para ello los criterios identificados se basaron en las experiencias de los instrumentos de adicción a

internet y a redes sociales. El cuestionario está compuesto por 17 ítems por tres dimensiones, las cuales son: Obsesión por las redes sociales (10, falta de control personal en el uso de las redes sociales, y por último uso excesivo de las redes sociales.

El Inventario de autoestima de Coopersmith, es una evaluación de la personalidad para escolares mediante la composición verbal, impresa, homogénea y de potencia. Fue creada en Palo Alto-California (Estados Unidos) y fue traducido y validado en nuestro medio por Isabel Panizo el año 1989 (Bermúdez, 2014), siendo realizada por un amplio y complejo análisis sobre la autoestima. Esta prueba consta de 40 ítems, de las cuales está distribuido por cuatro áreas: social, personal, académica y familiar.

3.7. PROCEDIMIENTOS

Para procesar y analizar los datos obtenidos en nuestra investigación se utilizaron:

- Estadísticas
- Cuadros
- Gráfico de barras

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

- Coordinación con asesor
- Elaboración de los instrumentos
- Coordinación con el docente de la Institución Educativa
- Aplicación de los instrumentos
- Procesamiento de los instrumentos
- Elaboración de los cuadros estadístico

- Elaboración del informe

3.9. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Para validar la mencionada relación de dependencia, donde se realizó el análisis de significancia mediante la Prueba Chi-Cuadrado, cuyo valor hallado es $\chi^2 = 4,381$, y que ha generado que la significación aproximada $p = 0,036$ sea inferior al nivel de significación fijado $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se demuestra de manera significativa que el uso de las redes sociales mantiene relación con la autoestima.

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - ft)^2}{ft}$$

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADO

Tabla 1. *Uso de las redes sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote -2018.*

		Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	[17 – 28]	0	0,0
Moderado	[29 – 40]	16	24,6
Adecuado	[41 – 51]	49	75,4
Total		65	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado por la autora

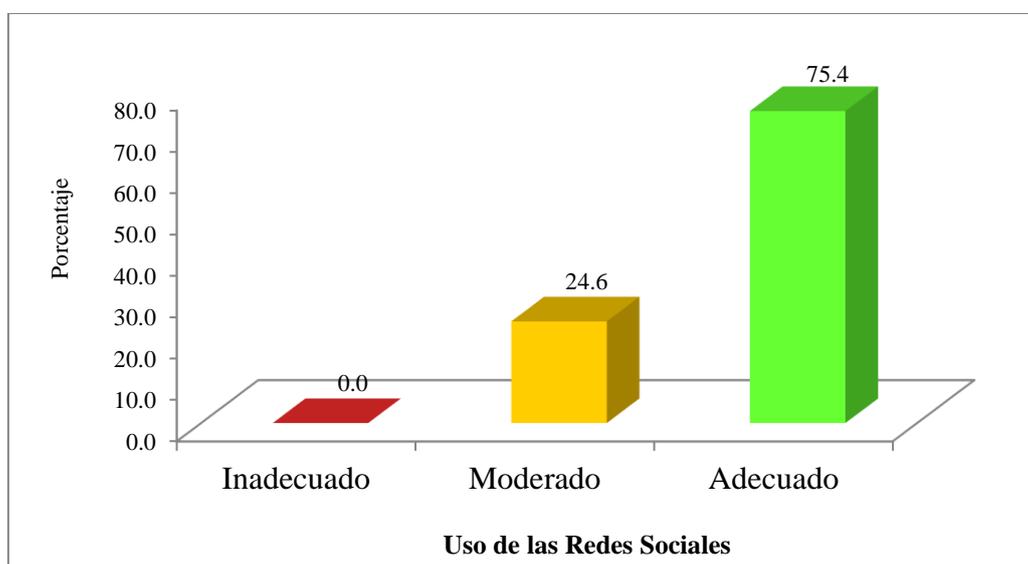


Figura 1. *Uso de las redes sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” - Chimbote -2018.*

La Tabla 1, presenta a 65 estudiantes los cuales han emitido su sentir en cuanto al uso de las redes sociales, en esa línea se ha identificado que lo más común es que el 75,4% de los estudiantes indican que lo usan adecuadamente, así mismo también se aprecia que el 24,6% de los estudiantes usan de manera moderada y ningún estudiante manifiesta que lo usa en forma inadecuada.

Tabla 2. Nivel de Autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote - 2018.

		Frecuencia	Porcentaje
Baja	[00 – 13]	0	0,0
Medio	[14 – 27]	34	52,3
Alta	[28 – 40]	31	47,7
Total		65	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado por la autora

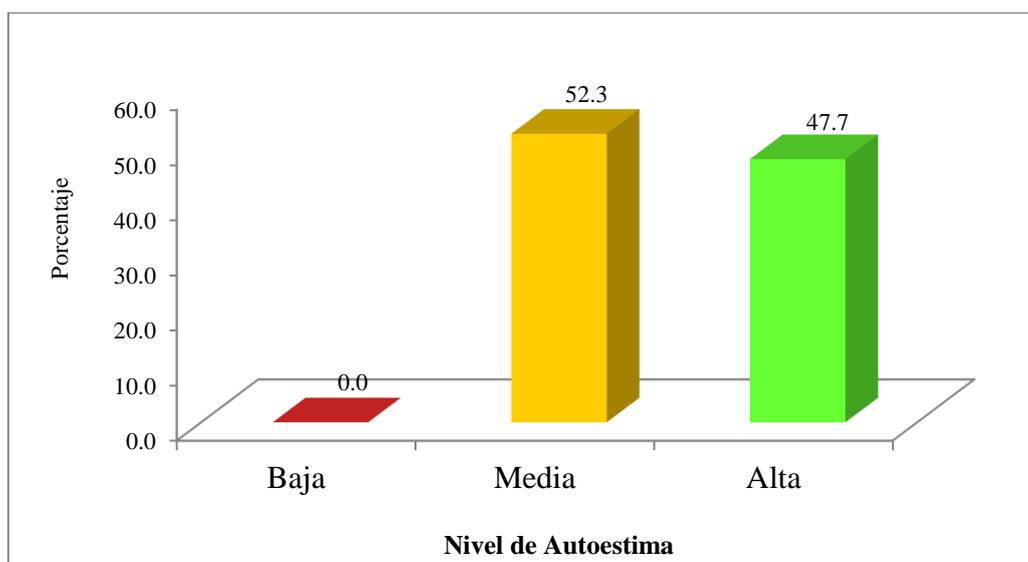


Figura 2. Nivel de Autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote -2018.

La Tabla 2 presenta a 65 estudiantes, los cuales expresaron su nivel de autoestima. En efecto, se ha identificado que el 52,3% de los estudiantes califican que su autoestima es de nivel medio, el 47,7% expresa que su autoestima es de alto nivel y ninguno posee autoestima baja.

Tabla 3. Relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote -2018.

Redes Sociales	Autoestima				Total	
	Medio		Alta		f _i	%
	f _i	%	f _i	%		
Moderado	12	18,5	4	6,2	16	24,6
Adecuado	22	33,8	27	41,5	49	75,4
Total	34	52,3	31	47,7	65	100,0
Chi-cuadrado de Pearson	$\chi_0^2 = 4,381$			$\alpha =$	p =	p < 0,05
				0,05	0,036	

En la Tabla 3 se presenta a 65 estudiantes, los cuales han emitido sus respuestas sobre la relación categórica entre el uso de las redes sociales y la autoestima, en ese sentido, se ha encontrado que el 18,5% de los estudiantes que consideran que el uso de las redes sociales es moderado, al mismo tiempo presentan autoestima de nivel medio, pero mayormente, como es el 41,5% de los estudiantes afirman, que el uso de las redes sociales lo usan adecuadamente y presentan una alta autoestima. Como se puede ver en la tabla de contingencia, existen categorías de ambas variables que se relacionan directamente. Para validar la mencionada relación de dependencia, se realizó el análisis de significancia mediante la Prueba Chi-Cuadrado, cuyo valor hallado es $\chi_0^2 = 4,381$, y que ha generado una significación aproximada $p = 0,036$ inferior al nivel de significación fijado $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se demuestra de manera significativa que el uso de las redes sociales mantiene relación con la autoestima.

4.2. DISCUSIÓN

Los 65 estudiantes del 5to. Grado de Educación Primaria de la I.E.P. “San José” – Chimbote – 2018, después de haber realizado la encuesta, en la tabla N°01 se observa que, del total de alumnos evaluados, con relación al uso de las redes sociales podemos determinar que el 75.4% hacen uso adecuado de las redes sociales para la realización de sus tareas, nuevos conocimientos, mantenerse comunicado y enterarse de lo que está pasando por el alrededor de sus vidas. Y solo el 24.6 % respondieron que hacen uso de las redes sociales en forma moderada, estos resultados se contrastan con la investigación realizado por Chuquitoma Cruz Godofredo (2016), en su tesis: "Redes Sociales y su Influencia en el Autoestima de Adolescentes del nivel secundario de la Institución Educativa Manuel Muñoz Najar, Arequipa-2016" quien en su trabajo tiene como conclusión que los estudiantes usan las redes sociales en forma mediamente adecuada tiene a su vez autoestima media y los estudiantes que usan redes sociales en forma adecuada tienen a su vez autoestima alta, estos resultados nos indican que en realidad si existen relación con ambas variables.

En la tabla y grafico N° 02 a 65 estudiantes del 5to. Grado de Educación Primaria de la I.E.P. “San José” - Chimbote – 2018 en el cual se expresa el nivel de autoestima en donde se identifica que el 52.3% de los estudiantes califican que su autoestima es de nivel medio, el 47.7% expresan que su autoestima es de nivel alto y asimismo no demuestra que ninguno manifiesta autoestima baja, coincidiendo con Cerna y Plasencia (2012) en su estudio” determinar y analizar la influencia del Facebook en la autoestima de los alumnos del 1er. al 5to. Año de Educación Secundaria de una I.E. de Cajamarca cuya muestra fue de 112 alumnos, encontrándose que el 22% posee una autoestima alta, un 13% una

autoestima media y un 5% presentan una autoestima baja. Los resultados obtenidos muestran valores altamente significativos, ya que existe relación entre el nivel de autoestima y acceso a redes sociales en los estudiantes. Asimismo, se evidencia que el alumno que usa con más frecuencia las redes sociales presenta autoestima alta y baja.

En la tabla y grafico N° 03, en donde vemos la relación entre redes sociales y la autoestima en los estudiantes del 5to. Grado de Educación Primaria de la I.E.P. San José de Chimbote - 2018 se presentaron 65 estudiantes , los cuales han emitido sus respuestas sobre la relación categórica entre el uso de las redes sociales y la autoestima; en ese sentido, se ha encontrado que el 18% de los estudiantes que consideran que el uso de las redes sociales es moderado, al mismo tiempo presentan autoestima del nivel medio, pero mayormente como es el 41.5% de los estudiantes afirman, que el uso de las redes sociales lo usan adecuadamente y presentan una alta autoestima, así mismo se observa en la tabla de contingencia, existen categorías de ambas variables que se relacionan directamente. Coincidiendo con Salcedo Pardo (2017), en su tesis titulada “Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la I.E. Beata Ana María Javouhey, Callao, 2017”, cuya investigación tuvo por finalidad el de relacionar las variables Redes sociales y Autoestima en estudiantes del VII ciclo de la I.E. Beata Ana María Javouhey de la Región Callao, 2017. Dicha investigación fue de tipo básico, empleándose el método hipotético deductivo; su diseño fue de tipo no experimental, descriptivo correlacional. La muestra estuvo conformada por 60 estudiantes del VII ciclo de la I.E. Beata Ana María Javouhey de la región Callao. Los instrumentos se utilizaron fueron la encuesta, con el fin de determinar el uso de las redes sociales, así como el nivel de autoestima en dichos estudiantes. Al

procesar los resultados se obtuvo que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.39** fue una correlación positiva moderada. Asimismo, el p valor (0,02) obtenido fue menor en comparación al grado de significancia estadística (Sig. < 0,05); por lo tanto, de acuerdo con la regla se llegó a la conclusión de que existía una relación positiva.

Finalmente, teniendo en cuenta los resultados, se puede apreciar que existe una relación positiva entre el uso de redes sociales y el desarrollo de la autoestima social en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El estudio demuestra que la relación entre las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018, posee una significación aproximada $p = 0,036$ inferior al nivel de significación fijado $=0,05$. Por lo tanto, se demuestra que el uso de las redes sociales mantiene relación significativa con la autoestima.

El impacto de las redes sociales, depende en gran medida de lo que nosotros, como sociedad e individuos, hagamos reforzando la autoestima de los jóvenes y niños, ensañándoles que cada uno es diferente, y que esas diferencias no te hacen mejor ni peor que otra persona, para que al momento de entrar a un sitio como Facebook, su autoestima no sea aplastada por auto comparaciones.

- El nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018, es ADECUADO, así lo demuestra el 75,4%, así mismo también se aprecia que el 24,6% de los estudiantes usan las redes sociales de manera MODERADA.

En la actualidad los beneficios que nos brindan el internet y las redes sociales son muy amplios, como su rapidez para acceder a la información, nos mantiene conectados a nivel global.

- Respecto al nivel de autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote

– 2018, se obtuvo que el 52,3% de los estudiantes se encuentran en un nivel medio, el 47,7% poseen una autoestima de alto nivel.

Para el bienestar mental y el relacionamiento con los otros, es de vital importancia contar con una buena autoestima. Esta también se ve reflejada en el rendimiento escolar y en la evolución del aprendizaje. Los centros de estudio son, además de espacios de formación académica, lugares donde los estudiantes van a formarse como personas, por tanto, es de vital importancia que cada estudiante tenga una buena valoración de sí mismo.

- El tipo de relación que existen entre las redes sociales y autoestima en el hogar en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”-Chimbote -2018, en un 18,5% es moderada, al mismo tiempo presentan autoestima de nivel medio; pero mayormente, el 41,5% revelan que uso de las redes sociales es adecuada en los estudiantes que presentan una alta autoestima.

Por otro lado, de acuerdo a la tabla de contingencia presentada existen categorías de ambas variables que se relacionan directamente. Para validar la mencionada relación de dependencia, donde se realizó el análisis de significancia mediante la Prueba Chi-Cuadrado, cuyo valor hallado es $\chi^2 = 4,381$, y que ha generado que la significación aproximada $p = 0,036$ sea inferior al nivel de significación fijado $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se demuestra de manera significativa que el uso de las redes sociales mantiene relación con la autoestima.

5.2. RECOMENDACIONES

- Los directores de las Instituciones Educativas deben trabajar con el fin de fortalecer una participación activa de los docentes tutores, auxiliares de educación y de los propios padres de familia, de tal forma que puedan orientar adecuadamente a los estudiantes en el uso de las redes sociales, el acceso a la información de internet para el desarrollo de sus labores escolares, los juegos en red con el fin de mejorar la autoestima social.
- Los docentes tutores deben elaborar un plan que permita integrar a los padres con sus hijos, mediante la realización de actividades físicas y recreativas que permitan lograr la integración entre los miembros de la familia y que finalmente contribuya a mejorar la autoestima física de los estudiantes.
- Se recomienda que los docentes tutores realicen actividades integradoras entre los estudiantes y padres de familia, con el propósito de orientar y manejar de forma adecuada las redes sociales, con el fin de contribuir a mejorar la autoestima afectiva y la seguridad del estudiante.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Albarrán, Y. (2004). Autoestima y rendimiento académico en estudiantes universitarios. (Tesis para obtener el Grado de Maestría en Psicología Educacional). Universidad Rafael Urdaneta, Maracaibo. Venezuela.
- BALESTRINI, Mirian. (2001) Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. Editorial BL Consultores Asociados. Caracas. Venezuela.
- Bowlby, J., Ainsworth, M., & Bretherton, I. (1992). The Origins of Attachment Theory. *Developmental Psychology*, 28(5), 759–775.
- BOYD, D. M., & ELLISON, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11. <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitiosde-redes-sociales-definicionhistoria-y-ayuda-a-su-estudio-i/>
<http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/15/sitiosde-redes-sociales-definicionhistoria-y-erudicion-ii/>
- Branden, N. (1995). Los seis pilares de la autoestima. Barcelona, España: Paidós
- Calero Pérez Mavilo. (2000). Autoestima y docencia. Lima, Perú: Editorial San Marcos
- Calvo, M; Rojas, C. (2009). Networking: uso práctico de las redes sociales Divulgación. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=FN7HBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Calzetta, J.J (1996). Sobre el origen de la autoestima. *Actualidad Psicológica* 235, Buenos Aires.
- Cerna, J. y Plasencia, F. (2012). Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca-Perú. (Tesis para obtener el Grado de Licenciada en Comunicación). Universidad del Norte, Perú.

- Challco, K; Rodríguez, S y Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*. (9)- 1
- Chuquitoma Cruz Luico Godofredo. (2016). *Redes Sociales y su Influencia en la autoestima de adolescentes del nivel secundaria en la Institución Educativa Manuel Muñoz Najar, Arequipa – 2016*. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en enfermería). Universidad Alas Peruanas. Arequipa, Perú.
- Condori, Y; Mamani, K (2015). *Adicción A Facebook Y Procrastinación Académica En Estudiantes De La Facultad De Ingeniería Y Arquitectura De La Universidad Peruana Unión, Filial Juliaca*. (Tesis para optar el título profesional de Psicología). Universidad Peruana Unión, Facultad de ciencias de la salud, Juliaca.
- Colomina Belen y Pedro García Aguado. *La adolescencias 7 claves para prevenir los problemas de conducta*. Barcelona, España: Editorial Amat.
- Cols, X. J. (7 de Junio de 2010). Buenas tareas. Recuperado el 24 de Julio de 2011, de Buenas tareas: <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Influencia-Negativa-Del-Facebooky/432693.html>
- Cortez de Aragón, L. (1999). *Autoestima. Comprensión y Práctica*. San Pablo. Barcelona, España.
- Coopersmith, S. (1995). *The Antecedents of Self Esteem Consulting*. USA: Psychologist Press.
- Crovi , D.; Lopez M. y Lopez R. (2009). *Redes Sociales Análisis y aplicaciones*” Plaza y Valdez, México.
- Escurre, L. M. & Salas, E. (2013). *Construcción y validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)*. Trabajo expuesto en el XX Seminario Internacional de Psicología: Adicciones Psicológicas: Evaluación, Diagnóstico, Tratamiento y Prevención
- Feldman Robert S. (2012). *Psicología, para Bachillerato*, editorial Mc. Graw Hill, México.

- Gonzales Prieto, A., & Quiroz Araya, H. (2014). Identidad social y uso de Facebook: Su asociación 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>
- Gross, Richard D. (2012). Psicología: la ciencia de la mente y la conducta. México: Editorial el manual moderno.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2007). Metodología de la investigación (5.a ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª ed.). México: McGraw Hill
- Hurtado, I. y Toro, J. (1998). Paradigmas y Métodos de investigación en tiempos de cambio. Venezuela: Episteme Consultores Asociados C.A.
- Jesús, M. d. (1 de noviembre de 2010). Soed professional group. Recuperado el 22 de julio de 2010, de Soed professional group: <http://soedpr.blogspot.com/2010/11/la-autoestima-delos-adolescentes-y-el.html>
- Mehzizadeh, S. (10 de setiembre de 2010). El Universal.mx. Recuperado el 23 de julio de 2011, de El Universal.mx: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/707829.html>
- Molina, G. & Toledo, R. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes (Tesis de pregrado). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.
- Montes, V. (2015). Uso de las redes sociales y agresividad en estudiantes de Economía de una Universidad Nacional en Lima. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Psicología
- Mora, Marisol y Raich Rosa M. (2005) La Autoestima. España: Editorial Síntesis.
- RODRÍGUEZ, Peñuelas Marco Antonio (2010), Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales, Primera Edición, México, Editorial Pandora.
- Rosario Peña (2013). Uso de los Tic en la vida diaria” Editorial Alfaomega S.A. de C.V. México.

- Salcedo Culqui, Inés Del Socorro. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad Particular de Lima Lima, Perú.
- Salcedo Pardo, Rosa Marlene. (2017). Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey. Callao, Perú.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Lima: Editorial Visión Universitaria.
- Tarazona, R. (2013). Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook: autoestima y narcisismo en universitarios (Tesis de pregrado). Universidad Pontificia Católica Del 79. Lima, Perú.
- Vizuite, Javier; Fuentes Martha y Colaboradores (2014). Ayúdalos a usar los Tic de forma responsable. México: grupo editores S.A. de C.V.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
¿Qué relación existe las redes sociales y la autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”-Chimbote - 2018?	<p>Objetivo general: Establecer la relación entre las redes Sociales y la Autoestima en los Estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”-Chimbote - 2018.</p> <p>Objetivos específicos: Describir el nivel de uso de las redes Sociales en los estudiantes del Quinto Grado de</p>	<p>Hipótesis general: Existe relación entre las redes sociales y autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018.</p> <p>Hipótesis específicas: H1.- Existe relación significativa entre las redes sociales y autoestima alta en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa</p>	<p>VARIABLES 1 Redes sociales</p> <p>VARIABLES 2 Autoestima</p>	<p>Tipo: Descriptivo – correlacional no experimental</p> <p>Diseño: Correlacional transaccional</p> <p>Esquema del diseño:</p> <pre> graph TD M --> Ox M --> Oy r((r)) </pre>	<p>Población: La población estará conformada por 65 estudiantes del 5° de Educación Primaria de la I.E.P. “San José” - Chimbote.</p> <p>Muestra: Población muestral</p>	<p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario de Autoestima de Coopersmith. Cuestionario sobre el uso de las redes sociales.</p>

	<p>Educación Primaria de la Institución Educativa Privada San José”- Chimbote - 2018.</p> <p>Identificar el nivel de autoestima en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.</p> <p>Analizar el tipo de relación que existe entre las Redes Sociales y Autoestima en el hogar en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.</p>	<p>Privada “San José – Chimbote – 2018.</p> <p>H2.- Existe relación significativa entre las redes sociales y autoestima media en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada San José – Chimbote – 2018.</p> <p>H3.- Existe diferencias entre las redes sociales y autoestima baja en los estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018.</p>		<p>Dónde:</p> <p>M = muestra de estudio, los subíndices x redes sociales, y la autoestima</p> <p>O = las observaciones de las variables de estudio</p> <p>r = la relación</p>		
--	--	---	--	---	--	--

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TITULO DE LA TESIS: RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS *REDES SOCIALES*. (ARS)

AUTORES: MIGUEL ESCURRA MAYAUTE Y EDWIN SALAS BLAS

MODIFICADO POR LA INVESTIGADORA: JESÚS MARISELLY RAVELLO INFANTE

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				Siempre	A Veces	Nunca	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems			Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
							SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO
REDES SOCIALES	Obsesión por la redes sociales	Compromiso mental	Pienso que necesito más tiempo para continuar conectado a las redes sociales.				X		X		X		X		
		con las redes sociales.	He Intentado alejarme de las redes sociales pero siento que no puedo.				X		X		X		X		
			Disfruto viendo las publicaciones de mis amigos				X		X		X		X		

			y jugando en las redes sociales.													
			Me molesto cuando alguien me interrumpe ante una conversación con mis amigos de las redes sociales.				x		x		x		x			
			He tenido que mentir sobre un trabajo que no hice por estar conectado a las redes sociales.				x		x		x		x			
		Ansiedad y preocupación por la falta de uso a las redes.	Siento que al alejarme de las redes sociales perderé amigos y mi popularidad.				x		x		x		x			
			Después de haber intentado dejar las redes sociales me conecto con más frecuencia.				x		x		x		x			
			Normalmente tiendo a decir, solo serán unos minutos y al final me quedo horas navegando en las redes sociales.				x		x		x		x			
		Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Preocupación por la falta de control en el uso de las redes sociales.	Me siento intranquilo cuando no estoy conectado a una red social (Facebook, Twitter, YouTube, Gmail, etc.).				x		x		x		x		
				Pierdo horas de sueño por estar conectado a las redes sociales.				x		x		x		x		

		Me molesto cuando alguien me interrumpa durante el tiempo que me encuentro navegando en la red social.				x		x		x		x	
		Cuando estoy conectado a las redes sociales siento que me produce consuelo y me relaja.				x		x		x		x	
		Estar conectado a las redes sociales hace que me olvide de los problemas.				x		x		x		x	
		Descuido mi alimentación por estar conectado a las redes sociales.				x		x		x		x	
		Últimamente he dejado de lado las tareas de casa, colegio entre otros por mantenerme siempre en contacto en las redes sociales.				x		x		x		x	
Uso excesivo de la redes sociales	Exceso en el tiempo de uso.	Mis padres me recriminan porque estoy más tiempo en las redes sociales que con ellos. Mi familia me ha pedido que me aleje de las redes sociales.				x		x		x		x	
						x		x		x		x	


Dra Maribel Enaida Alegre Jara
DNI: 32959163

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA “SAN JOSÉ” – CHIMBOTE – 2018

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO (INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH)

AUTOR: STANLEY COOPERSMITH

MODIFICADO POR LA INVESTIGADORA: JESÚS MARISELLY RAVELLO INFANTE

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				SI	NO	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
AUTOESTIMA	COGNOSCITIVO	AUTOCONCEPTO ACADÉMICO	Me entiendo a mí mismo.			X		X		X		X		
			Puedo tomar decisiones y cumplirlas.			X		X		X		X		
			Soy una persona confiable para que otros dependan de mí.			X		X		X		X		
			Mis padres me entienden.			X		X		X		X		
			No tengo una mala opinión de mí mismo.			X		X		X		X		
	E M O C			Estoy seguro de mí mismo			X		X		X		X	

CONDUCTUAL	SENTIMIENTOS HACIA SÍ MISMO.	Deseo frecuentemente ser otra persona.			x		x		x		x	
		Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.										
		Nunca estoy triste.			x		x		x		x	
	RELACIONES CON SUS COMPAÑEROS	Nunca me preocupo por nada.			x		x		x		x	
		No me abochorno frente al salón para hablar.			x		x		x		x	
		Mis amigos gozan cuando están conmigo			x		x		x		x	
		Soy popular entre mis compañeros			x		x		x		x	
		Usualmente mis padres consideran mis sentimientos.			x		x		x		x	
	DESEO DE SUPERACIÓN.	No me incomodo fácilmente cuando me regañan.			x		x		x		x	
		Siempre sé que decir a otras personas.			x		x		x		x	
		Mi profesor me hace sentir que no soy gran cosa.			x		x		x		x	
	INTERVENCIÓN DE LA FAMILIA Y ESCUELA.	Realmente me gusta ser un como soy.			x		x		x		x	
		Me siento suficientemente feliz			x		x		x		x	
		No me doy por vencido fácilmente.			x		x		x		x	
		Me entiendo a mí mismo.			x		x		x		x	

		VALORACIÓN DE SUS CAPACIDADES Y LIMITACIONES.	Me gustan todas las personas que conozco.			X		X		X		X		
			Si tengo algo que decir, usualmente lo digo.			X		X		X		X		



Dra Maribel Enaida Alegre Jara
DNI: 32959163

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

OBJETIVO: Establecer la relación entre las redes Sociales y la Autoestima en los Estudiantes del Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José”- Chimbote - 2018.

DIRIGIDO A: _____

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctora en Gestión y Ciencias de la Educación


Dra. Maribel Enaida Alegre Jara
DNI 32959163

CUESTIONARIO
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 01
(INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH)

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE
EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR SAN
JOSÉ DE CHIMBOTE - 2018

Los datos que usted llenara en este cuestionario son 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. Por favor se recomienda que conteste cada pregunta la más cuidadosa y acertadamente, gracias por tu valiosa ayuda y por el tiempo dedicado.

Fecha:

Edad:

Sexo: M ____ F ____

Grado y Sección:

- | | |
|---|---------------|
| 01 Estoy seguro de mí mismo. | SI () NO () |
| 02 Deseo frecuentemente ser otra persona. | SI () NO () |
| 03 Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos. | SI () NO () |
| 04 Nunca me preocupo por nada. | SI () NO () |
| 05 No me abochorno frente al salón para hablar. | SI () NO () |
| 06 Me siento bien. | SI () NO () |
| 07 Puedo tomar decisiones fácilmente. | SI () NO () |

- 08 Mis amigos gozan cuando están conmigo. SI () NO ()
- 09 Evito incomodarme en casa fácilmente. SI () NO ()
- 10 Siempre hago lo correcto. SI () NO ()
- 11 No me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas. SI () NO ()
- 12 No me arrepiento de las cosas que hago. SI () NO ()
- 13 Soy popular entre mis compañeros. SI () NO ()
- 14 usualmente mis padres consideran mis sentimientos. SI () NO ()
- 15 Nunca estoy triste. SI () NO ()
- 16 No me doy por vencido fácilmente. SI () NO ()
- 17 Usualmente puedo cuidarme a mí mismo. SI () NO ()
- 18 Me siento suficientemente feliz. SI () NO ()
- 19 Mis padres esperan demasiado de mí. SI () NO ()
- 20 Me gustan todas las personas que conozco. SI () NO ()
- 21 Me entiendo a mí mismo. SI () NO ()
- 22 Me prestan mucha atención en casa. SI () NO ()
- 23 Nunca me regañan. SI () NO ()
- 24 Puedo tomar decisiones y cumplirlas. SI () NO ()
- 25 Realmente me gusta ser un como soy. SI () NO ()
- 26 No tengo una mala opinión de mí mismo. SI () NO ()
- 27 Me gusta estar con otra gente. SI () NO ()

- 28 No me gustaría irme de casa. SI () NO ()
- 29 Nunca soy tímido. SI () NO ()
- 30 No me avergüenzo de mí mismo. SI () NO ()
- 31 Si tengo algo que decir, usualmente lo digo. SI () NO ()
- 32 Mis padres me entienden. SI () NO ()
- 33 Siempre digo la verdad. SI () NO ()
- 34 Mi profesor me hace sentir que no soy gran cosa. SI () NO ()
- 35 A mí me importa lo que me pasa. SI () NO ()
- 36 No soy un fracaso. SI () NO ()
- 37 No me incomodo fácilmente cuando me regañan. SI () NO ()
- 38 Usualmente siento que mis padres esperan más de mí. SI () NO ()
- 39 Siempre sé que decir a otras personas. SI () NO ()
- 40 Soy una persona confiable para que otros dependan de mí. SI () NO ()

CUESTIONARIO

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 02

ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES. (ARS)

INSTRUMENTO PARA MEDIR REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR SAN JOSÉ DE CHIMBOTE - 2018

Los datos que usted llenara en este cuestionario son 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. Por favor se recomienda que conteste cada pregunta la más cuidadosa y acertadamente, gracias por tu valiosa ayuda y por el tiempo dedicado.

Fecha:

Edad:

Sexo: M ____ F ____

Grado y Sección:

01. Me siento intranquilo cuando no estoy conectado a una red social (Facebook, Twitter, YouTube, Gmail, etc.).

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

02 Pierdo horas de sueño por estar conectado a las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

03 Pienso que necesito más tiempo para continuar conectado a las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

04 Me molesto cuando alguien me interrumpe durante el tiempo que me encuentro navegando en la red social.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

05 Cuando estoy conectado a las redes sociales siento que me produce consuelo y me relaja.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

06 Mis padres me recriminan porque estoy más tiempo en las redes sociales que con ellos.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

07 Estar conectado a las redes sociales hace que me olvide de los problemas.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

08 He Intentado alejarme de las redes sociales pero siento que no puedo.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

09 Descuido mi alimentación por estar conectado a las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

10 Disfruto viendo las publicaciones de mis amigos y jugando en las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

11 Últimamente he dejado de lado las tareas de casa, colegio entre otros por mantenerme siempre en contacto en las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

12 Me molesto cuando alguien me interrumpe ante una conversación con mis amigos de las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

13 He tenido que mentir sobre un trabajo que no hice por estar conectado a las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

14 Mi familia me ha pedido que me aleje de las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

15 Siento que al alejarme de las redes sociales perderé amigos y mi popularidad.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

16 Después de haber intentado dejar las redes sociales me conecto con más frecuencia

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

17 Normalmente tiendo a decir, solo serán unos minutos y al final me quedo horas navegando en las redes sociales.

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO



INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA
“SAN JOSÉ”
R.D. N° 00406-95 SREP - R.D. N° 1184-97-SREP
Inicial - Primaria - Secundaria

Por medio de la presente, dejamos constancia que, la Srta. Jesús Mariselly RAVELLO INFANTE, identificada con D.N.I. N° 32984738, realizó su proyecto de investigación titulada Relación Entre Redes Sociales y Autoestima en los Estudiantes de Quinto Grado de Educación Primaria de la Institución Educativa Privada “San José” – Chimbote – 2018 en nuestra Institución Educativa.

Para los fines que los interesados convengan, se extiende la presente el día 03 de Diciembre del 2018

Atentamente,



Disciplina

Constancia

Superación


Iep San Jose
Chimbote

Jr. Jhon F. Kennedy N° 266 - Miraflores Alto - Chimbote Telf. 354107



