

“MADRE DE DIOS CAPITAL DE LA BIODIVERSIDAD DEL PERU”

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE

MADRE DE DIOS

FACULTAD DE EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN



TESIS

“Uso de las Redes Sociales en Internet y Niveles de Autoestima en Estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Tecnológico Privado Telesup, Año 2014”

TESISTA

Bach. Jan Carlos Enriquez Mora

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN MATEMÁTICA Y COMPUTACIÓN**

MADRE DE DIOS – PERÚ

2015

“MADRE DE DIOS CAPITAL DE LA BIODIVERSIDAD DEL PERU”
UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE
MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN



TESIS

“Uso de las Redes Sociales en Internet y Niveles de Autoestima en Estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Tecnológico Privado Telesup, Año 2014”

TESISTA

Bach. Jan Carlos Enriquez Mora

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN MATEMÁTICA Y COMPUTACIÓN**

MADRE DE DIOS – PERÚ

2015

DEDICATORIA

A mis padres: Victor Enriquez Rojas,
Margarita Mora Quispe;

Hermanos: Karina, Yeny, Leonel,
Padrinos: Pastor y Carmen;

por darme su apoyo incondicional,
para superarme en la vida.

AGRADECIMIENTO

- ✓ A mi padre celestial, único y sabio DIOS, por su eterno amor.
- ✓ Al Dr. Juan Huayllani Moscoso por sus sabias recomendaciones.
- ✓ Al Dr. Felipe Guevara D. por su apoyo y motivación.
- ✓ Al Lic. Franklin Jara Rodríguez por su apoyo incondicional
- ✓ A mis amigos Oscar, Marlon, Javier por animarme a terminar.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal establecer la relación entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima en los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP – 2014. Es una investigación básica debido a que los resultados van a generar conocimientos para enriquecer el conocimiento científico teórico. Es de nivel descriptivo y asume el diseño correlacional al establecer una relación bivariada entre el uso de redes sociales y autoestima. Es de corte transversal y ex post facto, debido a que se realizó en un determinado momento y de hechos ya ocurridos. La muestra estuvo conformada por 90 estudiantes de la mencionada carrera profesional, tamaño de muestra elegida de manera intencional no probabilística. La investigación se realizó durante el año 2014. Se aplicaron la técnica de la encuesta, la cual se hizo uso de un cuestionario de 19 ítems para medir el uso de redes sociales y otro cuestionario para medir la autoestima de 58 ítems, ambos instrumentos han sido adaptados por el investigador. Los instrumentos han sido validados por juicio de expertos, quienes le dieron la nominación de muy bueno; asimismo, presentan índices de confiabilidad aceptables. Los resultados de la investigación demuestran que no existe relación directa ni estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales (no hay adicción mayoritaria) con la autoestima (nivel medio, mayoritariamente) en los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP – 2014. Similar comportamiento se observa en el cruce con las cinco dimensiones (hipótesis específicas) de la investigación.

Palabras clave: uso de redes sociales; autoestima general, autoestima social, autoestima académica, autoestima hogar – padres, autoestima referida a escala de mentiras.

ABSTRACT

This research is mainly aimed at establishing the relationship between the use of online social networks and self-esteem in the students of the School of Accounting and Finance, National University of Madre de Dios Amazon, 2012. It is a basic research because the results will generate knowledge to enrich the theoretical scientific knowledge. It is descriptive and correlational design assumes establishing a bivariate relationship between use of social networking and self-esteem. It is cross-sectional and ex post facto, because it made at a particular time and facts already occurred. The sample consisted of 90 students of that career, sample size chosen intentionally not random. The research was conducted during 2012. We applied the technique to the survey, which made use of a questionnaire of 19 items to measure the use of social networks and other questionnaire to measure self-esteem of 58 items, both instruments have been adapted by the researcher. Both instruments have been validated by expert judgment, who gave him the nomination very good, also have acceptable reliability indices. The research results show that there is no statistically significant relationship between the use of social networks (no majority addiction) self-esteem (average, mostly) in the students of the School of Accounting and Finance, National University Amazon Mother of God. Similar behavior is observed at the junction with the five dimensions (specific hypotheses) research.

Keywords: social network usage, general self-esteem, social self-esteem, academic self-esteem, self-worth home - parents, self-esteem scale referred to lies.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se titula: “Uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014”, cuyo propósito es establecer una relación entre la variable: Uso de las redes sociales de Internet, y la variable: autoestima en universitarios.

La investigación se efectúa a partir de la identificación del problema del uso inadecuado de las redes sociales por parte de un grupo de estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del mencionado instituto. En ese sentido, se busca investigar en qué medida el uso de las redes sociales se manifiesta como una adicción y cómo se relaciona con los niveles de autoestima que presentan los estudiantes que conforman la muestra de estudio.

Al tenerse una muestra representativa de estudiantes que se someten a la investigación, es preciso conocer en qué medida hacen uso adicto de las redes sociales y cómo se manifiesta la autoestima con relación a esta práctica que es ya casi habitual en la juventud y adolescente de Puerto Maldonado.

El estudio está dividido en cuatro capítulos. En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema de investigación, en donde se problematiza o se plantea el problema materia de investigación; asimismo, se formula el problema en: general y específicos, así como se plantean los objetivos y se formulan las hipótesis. También se justifica el estudio y se identifican y clasifican las variables de estudio.

El segundo capítulo de la investigación está referido al marco teórico conceptual, con los antecedentes internacionales y nacionales que demuestran que el estudio tiene precedentes respecto a sus variables de estudio, es decir, en uso de redes sociales de Internet y autoestima en universitarios. Asimismo, se desarrollan las bases teóricas, para cada variable de estudio.

El capítulo tercero trata sobre la metodología de la investigación: el tipo y nivel de investigación, el diseño, la población y la muestra de estudio. Asimismo, las técnicas de recopilación de datos, tanto para la primera como para la segunda variable.

En el capítulo cuarto se desarrolla la presentación de resultados de la investigación. Previamente se presenta la confiabilidad de ambos instrumentos y posteriormente se muestran las tablas de frecuencias y porcentajes por dimensiones, tanto para la variable X: Uso de redes sociales de Internet, como para la variable Y: Autoestima en estudiantes de instituto. Posteriormente, se realiza la prueba de hipótesis: tanto general como específicas, en este caso con el Rho de Spearman, por tratarse de variables cualitativas. Complementariamente se dan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO I | 10 |
| PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO | 10 |
| 1.1 Fundamentación y formulación del problema | 11 |
| 1.1.1. Fundamentación del problema | 11 |
| 1.1.2 Formulación del problema | 13 |
| 1.2 Objetivos de la investigación | 14 |
| 1.2.1 Objetivo general..... | 14 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 14 |
| 1.3 Justificación de la investigación | 15 |
| 1.3.1 Beneficiarios | 16 |
| 1.3.2 Limitaciones | 16 |
| 1.4 Fundamentación y formulación de la hipótesis | 16 |
| 1.4.1 Fundamentación de la hipótesis..... | 16 |
| 1.4.2 Formulación de la hipótesis..... | 17 |
| 1.5 Identificación y clasificación de las variables | 19 |
| 1.5.1. Variable X: | 19 |
| 1.5.2. Variable Y: | 20 |
| CAPÍTULO II | 21 |
| MARCO TEÓRICO | 21 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 22 |
| 2.1.1 Investigaciones internacionales | 22 |
| 2.1.2 Investigaciones nacionales..... | 26 |
| 2.2 Bases teóricas | 28 |
| 2.2.1 Redes sociales | 28 |
| 2.2.2 Autoestima | 41 |
| CAPÍTULO III | 66 |
| METODOLOGÍA DE AL INVESTIGACIÓN | 66 |
| 3.1 Tipificación de la investigación | 67 |
| 3.2 Diseño de investigación | 67 |
| 3.3 Operacionalización de variables | 67 |

| | |
|--|------------|
| 3.4 Estrategia para la prueba de hipótesis | 70 |
| 3.5 Población y muestra..... | 70 |
| 3.5.1 Población..... | 70 |
| 3.5.2 Muestra | 70 |
| 3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 70 |
| 3.7 Procesamiento de la información | 73 |
| CAPÍTULO IV | 74 |
| RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN | 74 |
| 4.1 Análisis e interpretación de resultados..... | 75 |
| 4.1.1 Resultados de la variable: Uso de redes sociales | 75 |
| 4.1.2 Resultados de la variable: Autoestima en estudiantes | 82 |
| 4.2 Prueba de hipótesis..... | 89 |
| 4.2.1 Hipótesis general | 89 |
| 4.2.2 Hipótesis específicas..... | 90 |
| 4.3 Discusión de resultados | 94 |
| 4.4 Adopción de las decisiones | 99 |
| CONCLUSIONES | 100 |
| RECOMENDACIONES | 102 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 104 |
| A N E X O S | 113 |

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Sustitución
- Tabla 2: Pérdida de control
- Tabla 3: Anticipación
- Tabla 4: Reconocimiento de falta de control
- Tabla 5: Evasión
- Tabla 6: Uso de redes sociales
- Tabla 7: Autoestima general
- Tabla 8: Autoestima social
- Tabla 9: Autoestima académica
- Tabla 10: Autoestima hogar – padres
- Tabla 11: Escala de mentiras
- Tabla 12: Autoestima en estudiantes
- Tabla 13: Cruce de variables a nivel descriptivo

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Sustitución
- Figura 2: Pérdida de control
- Figura 3: Anticipación
- Figura 4: Reconocimiento de falta de control
- Figura 5: Evasión
- Figura 6: Uso de redes sociales
- Figura 7: Autoestima general
- Figura 8: Autoestima social
- Figura 9: Autoestima académica
- Figura 10: Autoestima hogar – padres
- Figura 11: Escala de mentiras
- Figura 12: Autoestima en estudiantes
- Figura 13: Cruce de variables a nivel descriptivo

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Fundamentación y formulación del problema

1.1.1. Fundamentación del problema

Todo estudiante al pasar de la educación secundaria a la superior, es sometido a un trabajo de autonomía y exigencias en una sociedad de carácter igualitario que él no conocía hasta ese momento; por eso, la universidad es muy exigente, la que obliga mayor seguridad de sí mismo, de logros que evidencien madurez, seguridad, mayor equilibrio interior y capacidad de adaptabilidad del estudiante a su entorno social, a la tecnología y obviamente a su futuro inmediato.

Sin embargo, la autoestima en los estudiantes es diversa, variada, heterogénea y, en algunos casos, hasta divergentes; porque en el proceso de formación profesional intervienen muchos factores que inciden de manera directa y determinante en la baja autoestima y en el desarrollo de los principales valores.

En los últimos años se han generado redes sociales en la Internet, las cuales atraen cada vez más usuarios. Estas redes cibernéticas se basan en perfiles de usuarios donde se recopila información que describe los intereses de un individuo y que ofrecen la oportunidad de expresarse. Hay miles de adolescentes en el mundo que a diario pasan horas relacionándose entre sí y es importante mencionar que es en la adolescencia precisamente donde se da el proceso de identificación y de pertenencia del individuo.

Actualmente, los medios de comunicación y la informática forman parte de ese proceso de aculturación. Los medios de comunicación influyen en el desarrollo personal y ejercen un poder muy fuerte sobre la formación de los individuos.

En esta perspectiva, la utilización de estas redes sociales en la Internet ha tomado mucho auge y popularidad entre los adolescentes y jóvenes

convirtiéndose así en parte de su rutina diaria. Los adolescentes y jóvenes tienden a invertir mucho de su tiempo en esta práctica, por lo cual mayormente pierden objetividad; hacen a un lado sus deberes y no pueden concentrarse en sus estudios. Su utilización conlleva riesgos debido a que en estos medios se proporciona información que podría ser utilizada con la intención de hacer daño.

Las redes sociales son lugares públicos y toda persona que visite un perfil puede acceder a todo tipo de información publicada en ellas, por lo cual se exponen a ser acosados sexualmente en línea y a robo de identidad. Es que la adolescencia es una etapa donde el individuo busca independizarse y suele presentar cambios en su manera de pensar, de ver las cosas y de reaccionar ante ellas. Es aquí donde se comienzan a presentar cambios mentales y a reflexionar sobre sí mismos, creando su propia identidad, trazándose normas y buscando el apoyo de personas con las que se sienten identificados. Durante esta etapa, las personas buscan la manera de compartir inquietudes y experiencias por lo cual hacen uso de todos los medios de comunicación existentes, siendo una de éstas, las redes sociales cibernéticas.

Según observaciones preliminares efectuadas, en la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, los estudiantes presentan indicadores de niveles bajos de autoestima, lo que hace suponer que muchos de los adolescentes que estudian en dicha Carrera tendrían problemas en las dimensiones: afectiva, física, social, académica y familiar, que corresponden a la autoestima. Con frecuencia, muchos de los estudiantes se sienten mal, creen que no vale tanto y se autocriticán constantemente, con la creencia de que los demás son mejores etc. Mayormente se sienten tristes, desanimados, poco atentos al estudio, pensativos, retraídos, entre otros indicadores que preocupan a los docentes y autoridades del mencionado instituto.

En ese sentido, la presión social que representa ver estatus y fotografías de amigos o personas conocidas en las redes sociales siempre sonriendo y pasando de fiesta en fiesta podría repercutir en sentimientos encontrados en adolescentes y jóvenes que no creen poder alcanzar dicho estilo de vida. No es sólo el anhelo provocado al ver fotografías de una vida aparentemente más activa socialmente, que la del adolescente deprimido lo que causa el problema emocional, sino que las redes sociales pueden ser herramientas que permitan el ataque o acoso hacia otros jóvenes.

Consecuentemente, se podría estar exacerbando la deficiencia en la autoestima en los adolescentes el hecho de interactuar virtualmente con mucha frecuencia en las redes sociales, aislándose de la interrelación social en las aulas y en otros ambientes reales.

1.1.2 Formulación del problema

1.1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

1.1.2.2. Problemas específicos

a) ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

b) ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

c) ¿Existe relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

d) ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

e) ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP – 2014.

1.2.2 Objetivos específicos

a) Establecer la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

b) Determinar la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

c) Conocer la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

d) Analizar la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

e) Determinar la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

1.3 Justificación de la investigación

La sociedad de hoy necesita mantenerse informada sobre la tecnología y su impacto en los jóvenes. Es importante que la población en general conozca acerca del tema de las redes sociales cibernéticas y sus efectos en los adolescentes y jóvenes, ya que en ocasiones el maestro, el vecino, el amigo e incluso los factores externos, son la influencia más importante en la vida de un ser humano. La Internet ha transformado nuestras categorías mentales, nuestro modo de relacionarnos con el mundo y de comunicarnos con él. Desde sus inicios, ha sido el punto de arranque de múltiples transformaciones y cambios sociales, con implicaciones en todos los niveles del orden humano, político, económico, jurídico y cultural.

El trabajador social, por su parte, debe mantenerse al tanto del uso de la nueva tecnología, ya que ésta se ha convertido en una herramienta de uso diario para la sociedad. El Trabajo Social se aplica a diferentes campos y a diferentes cambios de circunstancias en la vida, por lo que los profesionales en esta

disciplina deben comprender la realidad de cada sujeto tomando en cuenta su edad y los cambios evolutivos que se presenten. Por lo que esta investigación ayudará a los profesionales a capacitarse y mantenerse informados para realizar una intervención más efectiva con adolescentes de escuela superior dado que conocerán cuáles son los intereses de estos, cómo manejan su tiempo libre y los riesgos que enfrentan (depredadores sexuales, presión de grupo, acceso a compra de drogas y armas, violencia virtual, entre otros) en las redes sociales cibernéticas, que es un mundo cambiante y socialmente menos estimulante.

Desde el punto de vista teórico, la investigación va a enriquecer el conocimiento científico en materia educativa, específicamente en la relación entre el uso de las redes sociales de Internet y los niveles de autoestima en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. Va a servir como fuente de información y antecedente para la realización de futuras investigaciones educativas.

1.3.1 Beneficiarios

Los principales beneficiados son los estudiantes y profesores del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP y también el equipo investigador.

1.3.2 Limitaciones

Escasa bibliografía de proyectos y tesis afines en las diferentes bibliotecas de la región para desarrollo del proyecto.

1.4 Fundamentación y formulación de la hipótesis

1.4.1 Fundamentación de la hipótesis

La hipótesis general afirma la existencia de una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, la misma que se fundamenta en

el hecho que muchos estudiantes que hacen abuso de las redes sociales muestran deficiencia en la autoestima, en este caso en cuanto a autoestima general, autoestima social, autoestima académica, entre otros.

Es decir, en la medida que los estudiantes se conectan con las redes sociales durante muchas horas al día, éstos están ensimismados frente al computador, son generalmente callados, se alejan de las reuniones sociales, es decir, no interactúan con sus pares de manera activa, participativa y con mucha frecuencia.

Al respecto, en una investigación efectuada por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales.

Esto significa que a mayor adicción a las redes sociales menor es la autoestima en los estudiantes.

1.4.2 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

H_a: Existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera

Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.

Hipótesis específicas

H₁: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₂: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima social en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: El uso de redes sociales en Internet no se relaciona directa ni significativamente con la autoestima social en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₃: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de

Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₄: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: El uso de redes sociales en Internet no se relaciona directa ni significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₅: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

1.5 Identificación y clasificación de las variables

1.5.1. Variable X:

Redes sociales

- | | |
|---|--------------|
| a) Por su naturaleza | Pasiva |
| b) Por el método de estudio | Cuantitativa |
| c) Por la posesión de la característica | Continua |
| d) Por los valores que adquieren | Politomía |

1.5.2. Variable Y:

Autoestima

- | | |
|---|--------------|
| a) Por su naturaleza | Pasiva |
| b) Por el método de estudio | Cuantitativa |
| c) Por la posesión de la característica | Continua |
| d) Por los valores que adquieren | Politomía |

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) realizaron una investigación con la finalidad de relacionar la adicción a facebook con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales en México. Participaron 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana, de los cuales 60.3% eran mujeres y 39.7% hombres, y el mayor porcentaje de edad fue 22 años.

Respecto de los resultados, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento se dedujo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja.

Cruzado, Matos y Kendall (2006) llevaron a cabo un estudio acerca del perfil de este tipo de adicto y encontraron que el deterioro académico es una consecuencia del uso excesivo de este medio, a lo que se suman problemas de pareja. Además de que 80% de sus sujetos adictos tenían una historia de disfunción familiar, también detectaron tendencias al aislamiento social, patrones de evasión de la realidad y otras anomalías tanto conductuales como químicas, como predisposición a la depresión, inestabilidad emocional, pobre tolerancia a la frustración, volubilidad e irritabilidad.

Otros rasgos que se encontraron fueron: egocentrismo, timidez, introversión, baja empatía, baja autoestima, predisposición al aburrimiento, búsqueda de sensaciones, preferencia por actividades solitarias, autosuficiencia, reactividad emocional elevada e inconformidad con las normas sociales. También notaron que estos tipos de rasgos parecen

corresponder a personalidades evitativas, dependientes, esquizoides y antisociales. Los chats ocupan un lugar importante después de los juegos en red respecto de la popularidad online y a la adicción. Los autores refieren que esta característica se debe a que muchos de los adictos experimentan la interacción social como algo amenazante, mientras que Internet es socialmente liberador, porque les facilita la adopción de identidades secretas, con atributos opuestos a los reales, en un entorno de anonimato pero a la vez de intimidad.

Por su parte, Parra Castrillón (2010) realizó una investigación en Colombia con la finalidad de determinar los hábitos de los estudiantes universitarios a las redes sociales de Internet.

Los resultados de la investigación dan cuenta que, mayormente los jóvenes, tienen en el ciberespacio una oportunidad más para sus necesidades de comunicación e identidad. Sin embargo, ello no significa ruptura con sus otros espacios. Lo peculiar de estas opciones es la realización de las redes. Internet convoca a estar en red, su funcionalidad y su misma concepción determinan un mundo infovirtual y obligan a la permanencia en ellas. Aparte de esto, el entorno globalizado se plantea como una sociedad red, lo que significa que los intereses de las empresas y las personas se proyectan y se validan socialmente pero en términos de conectividad con otros nodos y de pertenencia distribuida. Otro aspecto a considerarse es la ubicuidad que se permite desde el ciberespacio. Las personas pueden fácilmente estar situadas y, a su vez, estar distantes, esto es, estar aquí y allá. Departir de unos asuntos en un lugar y fugarse en tiempo real a atender otros. Ellos aun con sus intereses académicos van a estas comunidades no exactamente a eventos de ese tipo. Ellos van a estas redes a satisfacer necesidades de pertenencia, diversión o simplemente, por curiosidad. Lo cierto es que este entorno no es ajeno a ellos.

González, Valdez y Serrano (2003), en su estudio de autoestima en estudiantes universitarios de primer semestre y aspirantes a ingresar, encontraron autoestima alta en los alumnos de primer semestre, pero al comparar éstos con otros semestres, su autoestima era relativamente más baja, y se conserva más alta en los de semestres más avanzados. Señalan que la autoestima influye directamente en el comportamiento de los individuos. Sus resultados conducen a reflexionar acerca de la necesidad de integrar en la formación del psicólogo, como una actividad extracurricular, alguna forma de asesoría psicológica, que facilite los procesos de crecimiento personal y fomente la estabilidad psicológica de los estudiantes.

De igual manera, en una investigación realizada por Alonso, et al. (2007) se concluyó que los estudiantes universitarios tienen una adecuada autoestima y son capaces de solucionar conflictos; sin embargo, también encontraron un número de estudiantes adolescentes con autoestima inadecuada medida con cada una de sus características. De tal manera, que se necesita educar, brindar tratamiento psicológico e integral acerca de la autoestima para modificar conductas de riesgo en esta población, y evitar que las relaciones interpersonales sean inadecuadas.

Armstrong, Phillips y Stalin (2000), que investigaron si la baja autoestima también estaba relacionada con la adicción a Internet, comprobaron que ella era un buen predictor de dicha adicción, lo que también aumentaba el tiempo que se invertía en línea. Sin embargo, la relación no es clara, ya que, al igual que la depresión, la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que podría provocar el empleo de Internet como una escapatoria, pero también puede suceder que el uso excesivo de la *web* lleve a las personas a aislarse y después no tengan la misma capacidad para socializar de manera normal.

Jiménez y Pantoja (2007) hicieron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a Internet. Estas autoras encontraron que los sujetos adictos presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyeron al hecho de tener la capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás. Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles.

En Costa Rica, Naranjo (2007) realizó una investigación referida a la autoestima: Un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. Se analiza la relación entre la autoestima y el autoconcepto y cómo ambos se vinculan con variables relacionadas con las actitudes de la población estudiantil hacia las actividades académicas.

Según los resultados de la investigación, para que la persona obtenga una autoestima alta, debe existir una correspondencia entre el concepto de sí misma y su yo ideal. Existe una serie de aspectos interrelacionados que componen la autoestima: la autoimagen, la autovaloración, la autoconfianza, el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización. Se demuestra también que las cogniciones crean los estados de ánimo. Los pensamientos negativos provocan una baja autoestima y son consecuencia de distorsiones cognitivas. Si se corrige el sistema equivocado se puede mejorar la autoestima.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Loli y López (2002) realizaron una investigación sobre la autoestima y los valores organizacionales en estudiantes universitarios y no estudiantes universitarios de Lima. Es un estudio desarrollado en una muestra de 3215 estudiantes pertenecientes a cuatro universidades de Lima; y no estudiantes conformados por egresados, profesionales y postgraduados, muchos de los cuales ostentan cargos directivos en entidades públicas o privadas, con el objeto de conocer la relación existente entre la autoestima y los valores organizacionales de los mismos, en Lima Metropolitana, y determinar las diferencias entre la autoestima y ciertos rasgos demográficos.

Los resultados indican que los estudiantes universitarios le dan mayor importancia a los valores como servicio al cliente, la limpieza, y a la calidad del producto y del servicio, y menor importancia a la honradez, al respeto a la persona y a la responsabilidad; mientras que los no estudiantes le otorgan mayor importancia al servicio al cliente, limpieza y confianza, y menor importancia a honradez, puntualidad y responsabilidad. Esta misma jerarquía se observa cuando se establece la relación con la autoestima, sobre todo, cuando la autoestima es muy baja, baja o intermedia; mientras que cuando la autoestima es alta o muy alta se ubica en primer lugar la limpieza y mejora la puntualidad hasta ubicarse en el cuarto lugar en importancia, éste es un valor que mejora a medida que la autoestima se eleva. Igualmente, se encuentran diferencias significativas cuando se compara la autoestima y algunos rasgos demográficos tales como la procedencia, el género, el estado civil como la edad.

Torres Acuña (2003) realizó una investigación referida a la utilización de Internet y el bienestar psicológico en estudiantes universitarios de alto y bajo nivel de acceso a la tecnología de información por computadora.

Los resultados de la investigación rechazan las supuestas variaciones en el bienestar psicológico de los estudiantes de acuerdo al tiempo de uso de la tecnología de información por computadora. Se rechazan las hipótesis referidas a variaciones del bienestar subjetivo acorde a las variaciones del tipo de usuario de Internet; a variaciones de la autoeficacia en Internet considerando las variaciones del tipo de usuario de Internet. No hay relación; asimismo en las variaciones de la autoeficacia en computación en función a las variaciones del tipo de usuario de Internet. Existen algunas diferencias significativas, especialmente en lo referido a las variables de autoeficacia y la medición del bienestar subjetivo. El cálculo de las interacciones de las variables observadas del modelo utilizado presenta índices positivos para usuarios de baja y alta frecuencia de uso de Internet.

Vildoso Gonzáles (2003) realizó una investigación con la finalidad de determinar la influencia de los hábitos de estudio y la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Agronomía de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman.

Los resultados de la investigación efectuada mediante el análisis de regresión múltiple, permite determinar la influencia significativa de los hábitos de estudio y la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. Existe correlación significativa entre los hábitos de estudio, la autoestima y el rendimiento académico de los alumnos. Asimismo, los porcentajes obtenidos nos muestran que existe un considerable grupo de estudiantes tiene baja autoestima.

Gamarra, Rivera, Alcalde y Cabello (2008) realizaron una investigación con la finalidad de establecer relación entre el estilo de vida, autoestima y apoyo social en estudiantes universitarios. Es una investigación de tipo descriptivo, correlacional, de corte transversal. La muestra fue conformada por 136 estudiantes. Se aplicó cuestionario de 48 ítems para estilo de vida,

20 para medir apoyo social y escala de Rosenberg de autoestima. Se utilizó el programa SPSS versión 14, y la prueba de Chi El nivel de significancia establecido fue: $p < 0.05$.

Los resultados señalan que el 54.4% calificó en un nivel medio en estilo de vida, y en cuanto a sus dimensiones, el ejercicio revela un 78% en el nivel medio y bajo, seguido de la nutrición con 65%, en los mismos niveles. Los niveles de autoestima son de un 45.59% para el nivel medio y de un 21.32% para el nivel bajo. Existe relación significativa, entre el estilo de vida y el nivel de autoestima, pero no se encontró relación significativa entre el estilo de vida y el apoyo social de los estudiantes de Enfermería de la Universidad César Vallejo.

De otro lado, una investigación sobre autoestima en estudiantes universitarios fue desarrollada por Vildoso Villegas (2002) cuyo propósito fue determinar la influencia de la autoestima, satisfacción con la profesión elegida en la formación profesional en el coeficiente intelectual de los estudiantes del tercer año de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Los resultados de la investigación dan cuenta de la existencia de una influencia significativa de la autoestima en el coeficiente intelectual de los estudiantes del tercer año de la Facultad de Educación. Se ha encontrado que existe influencia significativa de la satisfacción con la profesión elegida en el coeficiente intelectual de los universitarios. Existe influencia significativa de la autoestima y la satisfacción de la profesión elegida en el coeficiente intelectual de los estudiantes.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales

2.2.1.1 Definición de redes sociales

Los medios de Internet han definido lugares no territoriales de comunicación y encuentro, en donde el desarrollo de la tecnología ha hecho posible el hipertexto, la hipermedia, la interacción en tiempo real, con el agregado especial de la accesibilidad y movilidad de los dispositivos. De aquí que cada vez es más fácil navegar en la red y por supuesto, más atractivo.

En ese sentido, el alojamiento de Internet trascendió del computador tradicional a los dispositivos móviles. O sea que el correo electrónico y el vídeo-chat por ejemplo, están en las manos de la gente, donde ellos vayan. Entonces, las personas viajan conectadas, están en red a toda hora. Las personas conviven con Internet en sus proximidades, está ahí en los artefactos electrónicos que fácilmente hacen parte de los utensilios de cada uno.

No obstante, las personas conviven también con la familia, la institución educativa, los amigos, los medios de comunicación. Estos son los llamados agentes socializadores primarios que influyen fuertemente en las actuaciones posibles (Quintero, 2010). De esta forma puede resultar preocupante que con el ciberespacio se potencie otra resta más a la intimidad de la familia o que los límites escolares sean fácilmente permeados.

Esto se relaciona con el concepto de la sociedad red, tal como lo ha desarrollado Castells (2002). En esta sociedad el entorno está fundado por multiplicidad de redes de personas y de dispositivos que producen, reciben, procesan, almacenan y transmiten información sin condiciones de distancia, tiempo o cantidad. La gente está en red quiéralo o no. Y las ventajas por pertenecer a más redes sitúan a las personas y las organizaciones en posiciones notables.

La comunicación digital en red es una instancia concluyente para la expansión social, se caracteriza, según Villota, porque rompe fácilmente censuras previas y porque facilita acceso a fuentes especializadas de información y conocimiento. En tal contexto “las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un “acontecimiento” que se ha hecho cuerpo sin corporeidad, que es real-virtual y que se escribe e inscribe en nuevos textos-hipertextuales. Es decir, la comunicación se ha revertido: es multitemática, integradora, horizontal, cotidiana. De tal forma que la lectura propone delinear esquemas de comprensión en el uso de las TIC, entendidas como instrumento de socialización” (Villota, 2006, p. 14).

Según Flores (2009), las redes sociales son medios participativos en los que la información se define como una conversación. Los medios sociales utilizan herramientas de comunicación, interrelación y publicación en Internet, para facilitar y fomentar la participación de los ciudadanos en la creación de los contenidos en la Red. Esto significa que se trata de espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad.

Ross (2009) define que un servicio de Red Social en Internet es una plataforma Web cuyo objetivo es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de los otros. Dentro de estos servicios, los usuarios comparten información mediante la utilización de 17 servicios agregados de mensajería personal, microblogging; publicación de fotografías, formación de grupos de interés, entre otros.

Por su parte, Castillon (2011) define como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos distintos y complejos. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos

que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas, y que se organizan para potenciar sus recursos. Una de sus características principales es la gran capacidad de transmisión de información que poseen.

2.2.1.2 Relaciones sociales en las redes

Internet da la posibilidad a las personas aisladas por circunstancias propias o externas a ellas, de comunicarse o de pertenecer a grupos sociales. Esta es de las características que más atractiva hacen a esta red y según se observa, cierto público de sus comunidades son personas con asilamientos de algún tipo. Pero es de advertirse que tal característica no es una generalización, pues los individuos comúnmente notorios encuentran también en la Red la posibilidad de serlo aún más. Así surgen las comunidades sociales en el ciberespacio.

En tal sentido, de las interacciones, acuerdos o motivaciones de grupos con residencias en el ciberespacio, se determinan acciones en el mundo físico y viceversa, los grupos que han surgido allí, empoderados por relaciones entre individuos, por relaciones de convivencia, de compartimento de necesidades, intereses, problemas comunes, encuentran fortalecimiento con las bondades de Internet para sus comunicaciones y compartimientos de información. A propósito de esto, Balaguer (2003) plantea que las comunidades raramente existen de forma exclusiva en el ciberespacio. Es importante investigar la forma en que los grupos sociales creados en el ciberespacio se expanden en el mundo real y viceversa.

Respecto a la constitución de grupos en el ciberespacio, según Zea y Atuesta (2008, p. 39), "Aunque las comunidades puedan emerger de y existir dentro de grupos unidos a través de redes de computadores, el enlace técnico electrónico de las personas no es suficiente para crearlas. La comunidad incluye más que el simple intercambio de información: es

caracterizada, generalmente, por contratos sociales, reciprocidad y economías”.

En consecuencia, el enlace de computadores no es más que el medio; por sí misma la disposición pública de Internet no es suficiente para justificar el encantamiento, esto es, existen otros impulsos no digitales que logran convocar a las personas jóvenes a transgredir fronteras para encontrarse con otros. El origen de estas energías solidarias y fraternales está en la estructura de las personas, en su pasado, sus valores, su familia, sus posturas frente a la vida misma.

Las redes sociales del ciberespacio han proliferado gracias al mundo infovirtual, una nueva instancia de la realidad común. Echavarría (2000) lo llamó mundo inforvirtual. Explica que el hombre en el mundo convive en tres entornos posibles: la naturaleza, la ciudad y el entorno telemático o infovirtual. En cuanto a la naturaleza, el ser humano nace para adaptarse a sus implicaciones, siendo necesario desarrollar mecanismos de percepción, movilidad, nutrición e interrelación. El segundo entorno es cultural, social y urbano, se escenifica en las ciudades y los pueblos. El último es una creación de la tecnología, es un nuevo espacio social, con posibilidades para la comunicación, el placer, la formación; dentro de este los objetos y los sujetos son representaciones construidas con la electrónica digital.

2.2.1.3 Las redes sociales para la enseñanza

Los estudiantes están incorporando las redes sociales sus vidas. Se han convertido en un espacio idóneo para intercambiar información y conocimiento de una forma rápida, sencilla y cómoda. Los docentes pueden aprovechar esta situación y la predisposición de los estudiantes a usar redes sociales para incorporarlas a la enseñanza.

Según Alonso y Muñoz (2010, p. 350), “El uso de redes sociales, blogs, aplicaciones de vídeo implica llevar la información y formación al lugar que los estudiantes asocian con el entretenimiento, y donde es posible que se acerquen con menores prejuicios”. De la Torre (2009) señala que ya no es una pérdida de tiempo para los jóvenes navegar por Internet o el uso de redes sociales, ya que están asimilando competencias tecnológicas y comunicativas muy necesarias para el mundo contemporáneo.

En ese sentido, junto al uso meramente social, como espacio y vía de comunicación, información y entretenimiento, las redes poseen un enorme potencial para el ámbito educativo, habiendo evidencias de que los estudiantes presentan una actitud favorable al uso académico de las redes sociales (Espuny, et al.,2011).

2.2.1.4 Las redes sociales para el aprendizaje

El estudiante universitario desarrolla diversas competencias personales (autoaprendizaje y pensamiento crítico, reconocimiento de la diversidad); instrumentales (cultura visual, habilidades informáticas); o sistemáticas (potencial investigador o aprendizaje a través de casos) (Alonso & López, 2008).

Las redes permiten y favorecen publicar y compartir información, el autoaprendizaje; el trabajo en equipo; la comunicación, tanto entre alumnos como entre alumno-profesor; la retroalimentación; el acceso a otras fuentes de información que apoyan e incluso facilitan el aprendizaje constructivista y el aprendizaje colaborativo; y el contacto con expertos. En conjunto, todas estas aplicaciones y recursos hacen que el aprendizaje sea más interactivo y significativo y sobre todo que se desarrolle en un ambiente más dinámico (Imbernón, Silva y Guzmán, 2011).

Por lo que, su utilización y familiarización puede ser de gran ayuda tanto en la etapa de formación, como en el futuro profesional, donde la gran mayoría de las empresas manejan ya estas aplicaciones en el desarrollo de sus funciones.

2.2.1.5 Redes sociales más difundidas

A continuación se presentan las redes sociales de mayor uso en el ámbito académico universitario, según Brito, Laaser y Toloza (2012), teniendo en cuenta que las posibilidades que permiten las aplicaciones sociales más conocidas están en constante evolución y expansión, hacia la confluencia de servicios y aplicaciones en una amplia variedad de dispositivos.

1° Twitter

Es una red social basada en el microblogging (también conocido como nanoblogging), servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente sólo de texto.

La red permite mandar mensajes de texto plano con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios –a esto se le llama "seguir" y a los suscriptores se les llaman "seguidores" o tweeps ('Twitter' + 'peeps'). Los usuarios pueden "twittear" desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas (como para smartphones), o mediante el servicio de mensajes cortos (SMS). Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS, supone abonar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil. El límite de 140 caracteres también ha llevado a la proliferación de servicios de reducción de URLs (direcciones web de cada página), como bit.ly, goo.gl, and tr.im, y sitios de alojamiento de contenido, como Twitpic, memozu.com y NotePub para subir material multimedia y

textos superiores a 140 caracteres. Twitter usa bit.ly para acortar las URLs puestas en su servicio.

2° Facebook

Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Ha recibido mucha atención en la blogósfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y expandir negocios a partir de la red social. Su infraestructura principal está formada por una red de más de 50.000 servidores que usan distribuciones del sistema operativo GNU/Linux usando LAMP.³

Existen diferentes implementaciones o maneras de conectarse a través de esta red: como usuarios de cuentas individuales, que permiten a su vez incorporarse a grupos (abiertos o cerrados, públicos o privados), y páginas que posibilitan otro tipo de comunicaciones y estrategias; destinadas principalmente a organizaciones, instituciones, empresas y emprendimientos sociales o comerciales.

3° LinkedIn

Es un sitio web orientado a negocios, fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003, principalmente como red profesional. LinkedIn es una red social compuesta por más de 55 millones de usuarios y miles de empresas y que se diferencia de redes sociales como Facebook o Twitter, pues su objetivo principal es ayudar a los profesionales de todos los sectores a encontrar otros profesionales, ponerse en contacto con ellos,

generar negocios y ampliar contactos: consultoría, asesoría, trabajo, colaboración, etc.

4° Google+

Es la opción de la empresa Google para competir dentro de las redes sociales. Similar a Facebook en ciertos aspectos, pero introduciendo el concepto de círculos, posibilita conformar de manera muy flexible e intuitiva, grupos de contactos independientes entre sí; y sin que los contactos sepan cómo fueron agrupados. Permite agregar a una misma persona a varios círculos independientes, sin que sea necesaria la aceptación de la misma, para seguir sus contenidos públicos, a menos que uno sea expresamente bloqueado.

Por otra parte, se puede seleccionar el nivel de privacidad de los contenidos propios publicados, o los compartidos por otros. Los mismos pueden ser completamente públicos, o restringidos a una o más personas en particular, integrantes de un círculo, o hasta los “círculos extendidos” (amigos de amigos, hasta un segundo grado). Permite integrar dentro de un círculo los servicios de “google drive”, posibilitando trabajar colaborativamente sobre documentos y agendas compartidas.

El botón “+1” similar en ciertos aspectos a “me gusta”, posibilita seguir temas de interés personal de forma fácil. También hay una manera de recibir automáticamente novedades a través de “sparks” o “intereses”, respecto a temas generales o tópicos, previamente seleccionados. Además la herramienta “hangouts” o “quedadas”, provee de videoconferencias múltiples.

5° YouTube

Aunque muchos lo consideran como una red social, no es propiamente una de ellas, pero si es un importante repositorio de contenidos con un papel

principal en la mayoría de las redes. YouTube es un sitio web que permite a los usuarios publicar y compartir videos, ofreciendo también algunas herramientas básicas para generar intercambios de opiniones, valoraciones, y estructuras sociales muy básicas en torno a un contenido.

Pero fundamentalmente, apoyando las interrelaciones creadas por otras redes a través de la publicación de videos en cualquier sitio web.

6° Blogs o Bitácoras

No fueron creados como parte de redes sociales aunque en la práctica pueden formar parte de las mismas.

Un blog es básicamente un sitio web que facilita la publicación de contenidos o enlaces, los cuales generalmente son actualizados periódicamente, y ordenados de forma cronológica inversa (primero aparecen las nuevas entradas).

También posibilitan habilitar valoraciones y comentarios sobre las publicaciones, permitiendo establecer diálogos entre los lectores y el autor del blog.

Además pueden seguirse los contenidos a través de sindicación RSS (formato XML para compartir contenido en la web), sin necesidad de acceder directamente al sitio.

2.2.1.6 Impacto de las redes sociales

Las redes sociales tienen un impacto en las diversas áreas sociales, en la industria, en el comercio, en las telecomunicaciones, en la educación, en la cultura, etc. Los estudiantes de la actualidad, quienes pertenecen a la generación Red, redefinen la forma en la que quieren interactuar y aprender. Un cierto grado de alfabetización digital, el acceso a recursos electrónicos

e internet, y la necesidad imperiosa de mantenerse comunicados, son condiciones que les permiten participar de manera más interactiva. Gracias a que muchos de ellos cumplen en gran medida las condiciones antes mencionadas, hemos sido testigos del boom de las redes sociales en línea y del software social en general. Servicios como Facebook, Twitter, MySpace y YouTube entre otros, han permitido que las personas se mantengan en completa interacción de manera barata, sencilla y entretenida.

En la actualidad, las universidades hacen estudios que muestran una relación entre el uso de redes sociales y el bajo nivel académico; la policía señala que el crimen organizado utiliza estas redes como bancos de información para identificar futuras víctimas; y algunos padres terminan concluyendo que las redes sociales en línea son el demonio en persona. Sin embargo, también existen investigaciones científicas relacionadas con el conectivismo que muestran resultados con un impacto positivo del uso de redes sociales en línea (Ellison, Steinfield y Lampe, 2007), destacando la adquisición de competencias informáticas, el desarrollo del capital social y el incremento de fuentes fiables de información.

No obstante que el mal uso de esos sistemas puede causar distracción, pérdida de tiempo y de privacidad, entre otros aspectos negativos, pero bien utilizadas pueden traer beneficios importantes a cualquier persona, incluyendo los estudiantes universitarios. A raíz de una investigación webnográfica realizada a través de Facebook (Valerio-Ureña, 2010) se concluye que hay impactos positivos de las redes sociales en línea en los estudiantes universitarios. Dichas redes ayudan a:

a) Adquirir competencias informáticas que serán útiles a los estudiantes universitarios no sólo para aprender, sino quizás para ser profesionales más eficientes. Aprenden la lógica de la web 2.0, desarrollan las habilidades

necesarias para editar y subir fotos y vídeos a la Red, aprenden a usar la tecnología móvil, y usan blogs, entre otras cosas. Muchos de estos aprendizajes los pueden adquirir por motivaciones como conversar con algún amigo en la red social, o crear un perfil más sofisticado, pero en cualquier caso lo importante es que adquieren las competencias.

b) Desarrollar el capital social. Un elemento clave para compartir el conocimiento es la confianza. A mayor confianza mayor transferencia de conocimiento. El uso de las redes sociales en línea favorece el desarrollo del capital social y por consiguiente la confianza y la transferencia de conocimiento. A diferencia de una plataforma tradicional de aprendizaje, las redes sociales en línea permiten la interacción constante en un ambiente informal y relajado, así como el acceso a información personal del contacto.

c) Administrar repositorios de información. Los contactos de una red social, según la teoría del conectivismo propuesta por Siemens (Siemens, 2004), representan potenciales repositorios de información para alcanzar el aprendizaje. Permiten que un usuario administre no sólo contactos, sino potenciales fuentes de información. Mediante ellas se pueden hacer listas de usuarios en base a criterios, que permitan discernir qué contactos pueden ser fuentes de información fiables ante un requerimiento de aprendizaje.

Los estudiantes universitarios hacen uso de las redes sociales en línea. De acuerdo con investigaciones como la de Ellison, Steinfield y Lampe (2007) y Valerio-Ureña (2010), en ciertos contextos, más del 90% de los estudiantes universitarios pertenecen a alguna red social en línea. Aunque a algunos padres y profesores les puede parecer una pérdida de tiempo, quizás estas herramientas los están preparando para el futuro que les espera como profesionales. De hecho, de acuerdo con Levy (2009), el término “empresa 2.0” se refiere a la implementación de la web 2.0 en la

infraestructura tecnológica de las empresas y según esta autora existen muchas empresas que ya son 2.0. En este sentido, Havenstein (2007) habla sobre una investigación de Forrester que indica que 106 de 119 compañías con más de 500 empleados utilizan alguna herramienta web 2.0 como blogs, wikis, podcasts, rss, redes sociales o etiquetado social. Por su parte, Schneckenberg (2009) señala que una encuesta de Mckinsey encontró que el 75% de los directivos encuestados han invertido o plantean invertir más en herramientas web 2.0. Dada esta situación es muy probable que los estudiantes universitarios de hoy trabajen mañana en empresas 2.0.

2.2.1.7 Dimensiones del uso de redes sociales

Los efectos del uso de las redes sociales se dan en las siguientes dimensiones:

- a) **Sustitución:** Internet desplaza a otras actividades lúdicas o sociales en el repertorio conductual del sujeto.
- b) **Pérdida de control:** El sujeto pierde la capacidad de dosificar su uso de Internet. El tiempo de uso excede el tiempo ideal programado por el individuo.
- c) **Anticipación:** El individuo ocupa tiempo, pensando en la próxima ocasión en que se conectará a Internet.
- d) **Reconocimiento de falta de control:** El sujeto acepta que su uso de Internet es excesivo.
- e) **Evasión:** El individuo utiliza a Internet como una forma de escapar de pensamientos y sensaciones desagradables.

2.2.2 Autoestima

2.2.2.1 Definición

La autoestima es vista como un indicador del desarrollo personal fundado en la valoración, positiva, negativa o neutra, que cada persona hace de sus características cognitivas, físicas y psicológicas. Dicha valoración se construye sobre la base de la opinión que cada persona tiene sobre sí misma, a partir de los atributos que le otorgan las características mencionadas.

En ese sentido, la opinión es confirmada por cada individuo a partir de la percepción de cómo y cuánto lo valora quienes lo rodean y, particularmente, todo aquel que es relevante para él en su vida cotidiana (Peradoto, Vargas y Valdivia, 2005).

Branden (2004) señala dos componentes de la autoestima: uno es el sentimiento de eficacia y capacidad personal, y el otro, un sentimiento de valía.

El primero le genera a la persona respeto y confianza por lo que hace, piensa y elige. El segundo, despierta la dignidad, el derecho a ser, a vivir, atenderse y a ser feliz. En el contexto de la salud emocional, la autoestima representa el pilar central del cual se despliegan los diferentes aspectos de la vida de cada persona.

Una buena autoestima potencia la capacidad para asumir la vida, para desarrollar habilidades y competencias sociales y, principalmente, para desarrollar confianza en sí mismo o misma, lo que se traduce en un impacto beneficioso para la salud mental y física y, por ende, para un adecuado ajuste emocional y social.

Branden (2004) resume la importancia de tener una buena autoestima como sustento de la capacidad de las personas para responder de manera activa y positiva a las oportunidades o situaciones que se le presentan en el estudio, el trabajo, entre otras, circunstancias que le posibilitan disfrutar de la vida.

En ese sentido, el fortalecimiento de la autoestima del estudiante como proceso educativo que produzca cambios positivos en su existencia, y que mejore su calidad de vida, viene a ser un aspecto esencial en el ámbito de la educación emocional.

2.2.2.2 Factores de la autoestima

En primer lugar, la autoestima es un factor importante a considerar en la vida de las personas en general y en particular, en el tema del desempeño y de las actitudes hacia las actividades académicas de los estudiantes y las estudiantes. De acuerdo con Rice (2000), la autoestima de una persona es la consideración que tiene hacia sí misma. Señala este autor que ha sido denominada como el vestigio del alma y que es el ingrediente que proporciona dignidad a la existencia humana.

De otro lado, hay varios factores que impactan en la autoestima de las personas, como la educación que se recibe en la familia y en las instituciones educativas a las cuales se ha asistido (Navarro, Tomás y Oliver, 2006), los lugares en que se trabaja y las relaciones interpersonales que se han establecido (Barría, Calabrano, Flores, Muñoz y Osorio, 2002).

Para Branden (citado por De Mézerville (2004, p. 25), la autoestima está configurada por factores tanto internos como externos. Se entiende por factores internos, aquellos que radican o son creados por el individuo-ideas, creencias, prácticas o conductas. Factores externos aquellos del entorno: los mensajes transmitidos verbal o no verbalmente, o las experiencias

suscitadas por los padres, los educadores, las personas significativas, las organizaciones y la cultura.

2.2.2.3 Desarrollo de la autoestima

La autoestima se desarrolla a partir de la interacción humana, mediante la cual las personas se consideran importantes una para las otras. El yo evoluciona por medio de pequeños logros, los reconocimientos y el éxito.

Según Maslow, citado por Santrock (2002), la mayoría de las personas que no han desarrollado un alto nivel de estima, nunca llegan a autorrealizarse. De Mezerville (2004), menciona que Abraham Maslow ha sido uno de los representantes de la psicología humanista quien más ha difundido el papel que la autoestima desempeña en la vida de la persona, al incluirla dentro de su conocida jerarquía de necesidades. Para Maslow existen dos tipos de necesidades de estima, la propia y aquella que proviene de las otras personas. Ambas necesidades las ubica jerárquicamente por encima de las necesidades fisiológicas, las de seguridad personal y las de amor y pertenencia.

El desarrollo de la autoestima en las personas se precisa de cuatro componentes (Olivares, 1997, p. 20):

- a) Es una actitud, ya que contempla las formas habituales de pensar, actuar, amar y sentir de las personas para consigo mismas.
- b) Tiene un componente cognitivo, pues se refiere a las ideas, opiniones, creencias, percepciones y procesamiento de la información que posee la persona respecto de sí misma.

c) Tiene un componente afectivo, que incluye la valoración de lo positivo y negativo, involucra sentimientos favorables y desfavorables, agradables o desagradables que las personas perciben de sí mismas.

d) Tiene un componente conductual, porque implica la intención y decisión de actuar, de llevar a la práctica un comportamiento consecuente y coherente.

Al respecto, Molina, Baldares y Maya (1996, p. 24) consideran también que la autoestima no es innata, que se adquiere y se genera como resultado de la historia de cada persona. Este aprendizaje generalmente no es intencional, por cuanto se moldea a la persona desde diversos contextos informales educativos. No obstante, a veces es el resultado de una acción intencional para lograr su consecución.

En ese sentido, el desarrollo de la autoestima en estudiantes puede relacionarse con la neurociencia, específicamente con algunos de los principios de aprendizaje del cerebro. Algunos de estos principios son señalados por Salas (2003). Entre estos pueden mencionarse:

a) *El cerebro es un complejo sistema adaptativo.* Pensamientos, emociones, imaginación, predisposiciones y fisiología operan concurrente e interactivamente en la medida en que todo el sistema interactúa e intercambia información con su entorno.

b) *El cerebro es un cerebro social.* Las personas empiezan a ser configuradas a medida que sus cerebros receptivos interactúan con el entorno y se establecen relaciones interpersonales. Está claro que a lo largo de la vida los cerebros cambian en respuesta a los compromisos con las demás personas, de tal modo que estas pueden ser vistas siempre como partes integrales de sistemas sociales más amplios. En realidad, parte de

la propia identidad depende del establecimiento de una comunidad y de la posibilidad de pertenecer a esta. En consecuencia, el aprendizaje y el desarrollo de la autoestima están influidos por la naturaleza de las relaciones sociales dentro de las cuales se encuentran las personas.

c) La búsqueda de significado es innata. En lo esencial, la búsqueda de significado está dirigida por metas y valores personales. La búsqueda de significado se ordena desde la necesidad de alimentarse y encontrar seguridad, mediante el desarrollo de las relaciones interpersonales y de un sentido de identidad, hasta una exploración del propio potencial y búsqueda de lo trascendente.

d) El aprendizaje implica tanto una atención focalizada como una percepción periférica. Es decir, el cerebro absorbe información de lo que está directamente consciente, y también de lo que se encuentra más allá del centro inmediato de atención. Incluso las señales inconscientes que revelan actitudes y creencias interiores tienen un efecto poderoso en las personas.

e) El aprendizaje es un proceso de desarrollo. En muchos aspectos, no existe el límite para el crecimiento ni para las capacidades de los seres humanos para aprender más las neuronas siguen siendo capaces de realizar y reforzar nuevas conexiones a lo largo de toda la vida.

No obstante, a pesar de que la autoestima es una estructura consistente y estable y a veces difícil de cambiar, su naturaleza es dinámica, por lo que puede crecer, empobrecerse o incluso desintegrarse. Lo importante es que, en mayor o menor grado es perfectible.

De hecho es importante desarrollar la autoestima en las personas. Una autoestima sana no es la solución a todos los problemas; pero, puede ser

de gran ayuda para resolverlos de la mejor forma posible. Branden lo expone del siguiente modo: “La autoestima no es el sustituto del techo sobre nuestra cabeza o de la comida en el estómago de uno, pero aumenta la probabilidad de poder encontrar la manera de satisfacer tales necesidades. La autoestima no es el sustituto del conocimiento y de las habilidades que uno necesita para actuar con efectividad en la vida, pero aumenta la probabilidad de que uno las pueda adquirir” (Branden, 1995, p. 40).

En tal sentido, si la vida demanda la resolución de determinados problemas, por ejemplo la búsqueda de un nuevo ingreso económico para la familia, un recurso que no se puede dejar de lado para conseguir el empleo que hace falta es el de desarrollar la autoestima. De hecho, la confianza en sí misma y en la propia valía sobreviene fundamental para lograr cualquier proyecto personal.

2.2.2.4 Componentes de la autoestima

De acuerdo con Gastón de Mézerville (2004) existen una serie de aspectos interrelacionados que componen la autoestima. A partir de esta concepción, presenta un modelo propio al que ha denominado proceso de la autoestima. En este, se considera a la autoestima según dos dimensiones complementarias, una actitudinal inferida integrada por tres componentes: la autoimagen, la autovaloración y la autoconfianza; y una dimensión conductual observable conformada por otros tres componentes: el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización.

Seguidamente se presenta una síntesis de estos componentes, siguiendo las explicaciones del autor citado:

1° La autoimagen, consiste en la capacidad de verse a sí mismo o a sí misma como la persona que realmente es, con sus virtudes y defectos. La

persona que tiene una autoestima saludable trata de estar consciente incluso de sus errores, por cuanto la autoestima no se vincula con ser perfecto o ser perfecta.

Se trata de lograr una percepción básica de las características más relevantes de la propia personalidad, su relación con otras personas y con el ambiente.

La autoimagen no es un aspecto estático, incluye el conocimiento propio basado en experiencias pasadas, al igual que las concepciones que la persona va elaborando sobre su posible evolución futura.

Generalmente los problemas de autoestima se asocian con una baja autoimagen; no obstante, también es posible que una autopercepción de superioridad señale dificultades en este aspecto, dando como resultado lo que se denomina pseudoautoestima. Al respecto, Branden, citado por De Mézerville (2004, p.31) señala: “La arrogancia, la jactancia y la sobreestimación de nuestras capacidades refleja más bien una autoestima equivocada y no, como imaginan algunos, un exceso de autoestima”.

Las metas por lograr, respecto de la autoimagen, consisten en la búsqueda de un autoconocimiento que le permita a la persona aumentar su capacidad de percibir, de manera equilibrada, tanto los aspectos positivos como negativos de su personalidad.

2° *La autovaloración*, consiste en que la persona se considere importante para sí misma y para las demás. La autovaloración se relaciona con otros aspectos como la autoaceptación y el autorespeto y significa que se percibe con agrado la imagen que la persona tiene de sí.

Branden, citado por De Mézerville (2004, p. 34) designa la autovaloración como el respeto a uno mismo o a una misma y la de define como: La confianza en nuestro derecho a triunfar y a ser felices, el sentimiento de ser respetables, de ser dignos y de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y carencias, a alcanzar nuestros principios morales y a gozar del fruto de nuestros esfuerzos.

La meta en el aspecto de la autovaloración consiste entonces en identificar aquellos medios adecuados que satisfagan la necesidad que tiene la persona de verse a sí misma en forma positiva, de tal manera que le otorgue mayor valor y atención a las dimensiones realmente importantes de su personalidad.

3° *La autoconfianza*, se señala que ésta se caracteriza porque la persona cree que puede realizar bien distintas cosas y sentirse segura al hacerlas. Esta percepción interna favorece una buena autoestima, sentirse cómodo o cómoda en la relación con otras personas y manifestarse con espontaneidad. La autoconfianza se traduce en que la persona crea en sí misma y en sus propias capacidades para enfrentar distintos retos, lo que a su vez la motiva a buscar oportunidades que le permitan poner en práctica y demostrar sus competencias.

La meta de superación personal en el aspecto de la autoconfianza consiste en desarrollar una actitud realista de creencia en sí mismo o en sí misma y en sus propias capacidades, en la voluntad de ejercitarlas adecuadamente y disfrutar al hacerlo.

4° *El autocontrol*, se menciona que consiste en manejarse adecuadamente en la dimensión personal, cuidándose, dominándose y organizándose bien en la vida. Significa la capacidad de ordenarse apropiadamente y ejercer un dominio propio que fomente tanto el bienestar personal como el del grupo

al que se pertenece. Por lo tanto, el término autocontrol incluye otros aspectos, tales como el autocuidado, la autodisciplina, la organización propia o el manejo de sí mismo o de sí misma.

La capacidad de autocontrol con frecuencia se ve limitada en aquellas personas con una baja autoestima. Esta falta de capacidad se manifiesta en una situación de descontrol en diversas áreas, tales como el autocuidado, el manejo de las emociones, las relaciones interpersonales, los hábitos de trabajo, de estudio o de la vida en general y la falta de habilidad para organizar acciones en pro del logro de metas deseadas.

La meta de superación en este aspecto del autocontrol consiste en adoptar destrezas adecuadas de cuidado personal y patrones de comportamiento caracterizados por una buena disciplina y organización existencial.

5° La autoafirmación, se define como la libertad de ser uno mismo o una misma y poder tomar decisiones para conducirse con autonomía y madurez. Se caracteriza por la capacidad que tiene la persona de manifestarse abiertamente cuando expresa sus pensamientos, deseos o habilidad. Además, incluye otras capacidades tales como la autodirección y la asertividad personal.

Las personas que no se aprecian lo suficiente y valoran poco sus capacidades y cualidades, con frecuencia se abstienen de participar o de decidir, debido al temor que les provoca el poder equivocarse frente a otras personas. Este tipo de comportamiento las conduce a anularse ante las oportunidades de expresar sus opiniones y talentos.

La misma situación ocurre con las personas que buscan en exceso la aprobación de otras. Al no sentirse capaces de manifestar lo que realmente

piensan y sienten, se dejan conducir por la presión social, llegando incluso a incurrir en conductas autodevaluativas. Distinto es el caso de quienes procuran sentirse satisfechas consigo mismas, pues aún a riesgo de que sus ideas o acciones puedan ser desaprobadas, las manifiestan, logrando con ello una autoestima saludable.

La meta de superación en el componente de la autoafirmación, consiste en encontrar formas saludables de expresar el pensamiento y las habilidades ante las demás personas y en conducirse de manera autónoma, sin llegar a los extremos de sobredependencia o autosuficiencia exagerada.

6° *La autorrealización*, según DeMézerville(2004), consiste en el desarrollo y la expresión adecuada de las capacidades, de modo que la persona pueda vivir una vida satisfactoria y de provecho para sí misma y para otras personas. Implica la búsqueda del cumplimiento de las metas que conforman el proyecto vital de su existencia.

2.2.2.5 Niveles de la autoestima

Coopersmith (1967, citado por Aminaha, 1993), considera que la Autoestima presenta tres niveles alto, medio y bajo.

a) Nivel alto

Es consecuencia de un historial de competencia y merecimiento altos. Las personas tienen una sensación permanente de valía y de capacidad positiva que les conduce a enfrentarse mejor a las pruebas y a los retos de la vida, en vez de tender a una postura defensiva. Se sienten más capaces y disponen de una serie de recursos internos e interpersonales.

El auto concepto es suficientemente positivo y realista. La persona expresa sus puntos de vista con frecuencia y efectividad respetándose a sí

misma y a los demás, tienen gran sentido de amor propio, comete errores pero están inclinados a aprender de ellos.

Las personas que gozan de una buena autoestima, tienden a manifestar dos características de la verdadera autorrealización; por una parte, que sus metas sean significativas y por otra, que le permitan proyectarse personalmente, generando beneficio para sí y para otras personas y obteniendo satisfacción de ello.

Según Güell y Muñoz (2000, p. 118), la persona tiene la capacidad de establecer su propia identidad y atribuirse un valor y, a esa valoración se le llama autoestima. Señala que “Si conseguimos mantener un buen nivel de autoestima resistiremos las críticas, nos abriremos mejor a los demás, aprenderemos a pedir ayuda y, en general, nos resultará mucho más gratificante vivir, lo que contribuirá también a prevenir cualquier proceso depresivo”.

Al respecto, Santrock (2002, p. 114) expresa que una alta autoestima es la evaluación global de la dimensión de Yo o self. Una alta autoestima también se refiere a la autovalía o a la autoimagen, y refleja la confianza global del individuo y la satisfacción de sí mismo”.

Molina, Baldares y Maya (1996, p. 30) describen a las personas con alta autoestima de la siguiente manera: “Una persona con alta autoestima no se considera a sí misma como el centro del universo y mejor que los demás y las demás. Simplemente conoce muchos aspectos de sí misma, tiene auto-respeto y tiene consciencia de su propio valor como persona única e irrepetible. Reconoce sus cualidades buenas, pero no se cree perfecta. Al contrario, puede ser que tenga mucha consciencia sobre sus defectos y del hecho de que ella comete errores. Pero no ve sus defectos y errores como

representativos de alguien sin valor, ella los entiendo como representativos del ser humano”.

El hecho de ser una persona con una alta autoestima y responsable de su propia vida, es ser una persona actualizadora de sí misma y autotrascendente. Al respecto García (2005), señala las siguientes características de una persona con una alta autoestima:

a) Cree firmemente en ciertos valores y principios, está dispuesta a defenderlos aun cuando encuentre fuertes oposiciones y se siente lo suficientemente segura como para modificar esos valores y principios si nuevas experiencias indican que estaba equivocada.

b) Es capaz de obrar según crea más acertado, confiando en su propio juicio, y sin sentirse culpable cuando a otras personas les parece mal lo que ha hecho.

c) No emplea demasiado tiempo preocupándose por lo que haya ocurrido en el pasado, ni por lo que pueda ocurrir en el futuro.

d) Tiene confianza en su capacidad para resolver sus propios problemas, sin dejarse acobardar por los fracasos y dificultades que experimente.

e) Se considera y realmente se siente igual, como persona, a cualquier otra, aunque reconoce diferencias en talentos específicos, prestigio profesional o posición económica.

f) Da por supuesto que es una persona interesante y valiosa para otras, por lo menos para aquellas con quienes se relaciona.

g) No se deja manipular por las demás personas, aunque está dispuesta a colaborar si le parece apropiado y conveniente.

h) Reconoce y acepta en sí misma una variedad de sentimientos e inclinaciones tanto positivas como negativas y está dispuesta a revelarlas a otra persona si le parece que vale la pena.

i) Es capaz de disfrutar diversas actividades como estudiar, jugar, trabajar, descansar, estar con amistades.

j) Es sensible a las necesidades de otras personas, respeta las normas de convivencia generalmente aceptadas y reconoce sinceramente que no tiene derecho a mejorar o divertirse a costa de las demás personas.

De acuerdo con Rice (2000) una autopercepción positiva o una alta autoestima es un resultado deseado del proceso de desarrollo humano. Se le vincula con la salud mental a largo plazo y con el equilibrio emocional. Por otra parte, las personas cuyas identidades son débiles o cuya autoestima no se ha desarrollado lo suficiente, manifiestan diversos síntomas de falta de salud emocional, tales como síntomas psicossomáticos de ansiedad.

b) Nivel medio

Suele ser la más frecuente, las personas con nivel de autoestima medio tienen una buena confianza en sí mismas, pero en ocasiones esta puede llegar a ceder. Son personas que intentan mantenerse fuertes con respecto a los demás aunque en el interior están sufriendo. La autoestima posee una estructura consistente y estable pero no es estática sino dinámica, por tanto puede crecer, fortalecerse y en ocasiones también puede disminuir en forma situacional por fracasos (Aminaha, 1993).

c) Nivel bajo

Implica grandes deficiencias en los dos componentes que la forman (competencia y merecimiento). La persona tiende a hacerse la víctima ante sí misma y ante los demás. El sentirse no merecedora puede llevar a este tipo de persona a mantener relaciones perjudiciales que además de reforzarla negativamente dificultan la búsqueda de fuentes de merecimiento tales como el hecho de ser valorado por los demás o saber defender los propios derechos. Está más predispuesta al fracaso que otra porque no ha aprendido las habilidades necesarias para alcanzar el éxito y tiende a centrarse más en los problemas que en las soluciones. El temor al fracaso les hace evitar la posibilidad de éxito: un ascenso, un nuevo trabajo, inicio de relación de pareja, se sienten en situaciones de inferioridad o minusvalía con respecto a otro, falta de confianza en sí mismo, es menos capaz de percibir los estímulos amenazadores, es ambivalente; se aísla y no reconoce sus habilidades.

La baja autoestima se relaciona con comportamientos adictivos. Craig (1995; citado en Niemz, Griffiths & Banyard, 2005), reportó que las personas que efectúan autoevaluaciones negativas utilizan sustancias adictivas para escapar o abstenerse de pensamientos desvalorativos sobre sí mismas.

Para Jiménez y Pantoja (2007), mientras más bajos fueran los niveles de autoestima, mayor es la dificultad para establecer relaciones interpersonales significativas y, por consiguiente, mayor también la tendencia a la depresión y el suicidio, En síntesis, los sujetos adictos muestran menor capacidad de mantener la dirección de su propia conducta y menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica. A diferencia de ellos, los sujetos no adictos se muestran más equilibrados, y logran un mayor autocontrol cuando debían hacer frente a elementos estresantes.

Si las personas tienen una mala opinión de sí mismas y encuentran dificultades para socializar por su timidez o falta de autoestima, pueden usar la Internet como una alternativa de socialización, pues en ella se pueden abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara (Navarro & Jaimes, 2007).

Contrario a la situación anterior, las personas con baja autoestima generalmente se lamentan de su falta de realización personal y asocian esta queja con una sensación de estancamiento existencial. Las metas por alcanzar en el aspecto de la autorrealización exigen que la persona se proyecte mediante distintas áreas de interés, aptitud o compromiso que le resulten significativas. Para lograr este propósito es necesario que descubra lo que le otorga verdadero sentido a su vida, que desarrolle sus capacidades y se plantee metas que promuevan la realización personal de su existencia.

En ocasiones, el adolescente o la adolescente con una identidad pobre y una baja autoestima intentan presentar una imagen falsa, una fachada con la cual enfrentarse al mundo. Se trata de un mecanismo de compensación empleado para superar el sentimiento de poca valía, tratando de esta manera de convencer a otras personas de que se es un ser valioso. No obstante, poner esta conducta en práctica genera tensión. Actuar fingiendo confianza, de forma amigable, cuando la persona está experimentando lo contrario, es una lucha constante. La ansiedad por no dar un paso en falso o bajar la guardia produce una tensión considerable.

Según lo señalan Rosenthal y Simeonsson, citado por Rice (2000), las personas con baja autoestima muestran una identidad cambiante, inestable y abiertamente vulnerable a la crítica o al rechazo, lo que verifica su inadecuación, incompetencia y falta de valía. Puede que se perturben profundamente cuando piensan que se ríen de ellas, cuando sienten que las acusan o cuando perciben que otras personas tienen una opinión

negativa de sí mismas. Cuanta más vulnerabilidad experimentan, mayores son sus niveles de ansiedad.

En ese sentido, se sienten torpes e intranquilas y evitan a toda costa exponerse al ridículo. Santrock (2002) comenta que para muchos estudiantes y para muchas estudiantes, la autoestima baja puede ser una situación temporal. Sin embargo, para algunas y para algunos de ellos la autoestima se puede traducir en otros problemas más serios. Una pobre y persistente autoestima puede estar relacionada con el bajo rendimiento académico, la depresión y otras situaciones como la delincuencia. La seriedad de este problema depende no solo de la naturaleza de la baja autoestima del estudiante o la estudiante, sino también de otras condiciones. Por ejemplo, cuando la baja autoestima se combina con transiciones escolares difíciles o con problemas familiares, los problemas se pueden intensificar.

Según Mézerville (2004), una autoestima baja se correlaciona con la irracionalidad y la ceguera ante la realidad; con la rigidez, el miedo a lo nuevo y a lo desconocido; con la conformidad inadecuada o con una rebeldía poco apropiada; con estar a la defensiva, con la sumisión o el comportamiento reprimido en forma excesiva y el miedo a la hostilidad a los demás.

En tal sentido, la vivencia patológica de una autoestima pobre se manifiesta mediante una actitud de autodesprecio, vinculada con reacciones conscientes o inconscientes de autodestrucción. De esta manera, la persona que se autodesprecia, aun cuando alcance diversos logros que podrían hacerla feliz en cualquier área de su vida, renunciará a esa felicidad mediante conductas autodestructivas, pues se siente indigna de ser feliz.

Algunas actitudes habituales que indican una baja autoestima, de acuerdo con García (2005) son:

-) Autocrítica severa y excesiva que mantiene a la persona en un estado de insatisfacción consigo misma.
-) Hipersensibilidad ante la crítica, por lo que se siente exageradamente atacada o herida; descarga la culpa de sus fracasos a las demás personas o a las situaciones y cultiva resentimientos persistentes contra sus críticos.
-) Indecisión crónica, no por falta de información, sino por temor exagerado a equivocarse.
-) Deseo innecesario por complacer, por lo que no se atreve a decir que no, por miedo a desagradar y a perder la buena opinión de otras personas.
-) Perfeccionismo, autoexigencia esclavizadora de hacer perfectamente todo lo que intenta, que conduce a un desmoronamiento interior cuando las cosas no salen con la perfección exigida.
-) Culpabilidad neurótica, por la que se acusa y se condena por conductas que siempre son objetivamente incorrectas. Exagera la magnitud de sus errores o los lamenta indefinidamente, sin llegar nunca a perdonarse por completo.
-) Hostilidad o irritabilidad, siempre a punto de explotar aún por asuntos de poca importancia, propia de la persona supercrítica a quien todo la disgusta, la decepciona y nada le satisface.

-) Tendencias defensivas, un negativismo generalizado y una incompetencia hacia el gozo de vivir y de la vida misma.

Cuando los jóvenes con menor autoestima experimentan fracaso en áreas que son relevantes para su autoestima, llevan a cabo un afrontamiento menos eficaz. Así, tienden a sobregeneralizar los fracasos y

dirigen sus conductas a evitar las emociones negativas que éstos les producen (Park y Maner, 2009). Como indican Crocker y Wolfe (2001), el individuo que desde edades tempranas aprende respuestas de evitación para afrontar experiencias que le producen emociones negativas puede llegar incluso a tener dificultades para afrontar eficazmente estas situaciones, lo que hace probable que los fracasos se repitan, retroalimentando así una baja autoestima. Esto puede contribuir, a su vez, a que sus conductas se dirijan, incluyendo las socialmente conflictivas, a satisfacer su autoestima aun a expensas de otras metas que podrían resultarle más satisfactorias.

En cuanto a las claves para reconocer una baja autoestima en estudiantes universitarios, para Rojas (2007), las personas con baja autoestima se consideran no aptos para enfrentar los desafíos de la vida. Sienten la carencia, el “no puedo”, el “no soy capaz”.

En ese sentido, el mismo autor, considera indicadores de una autoestima insuficiente cuando una persona carece del respeto a sí misma, no repara en sus necesidades y deseos, y/o no confía en sí misma para ganarse la vida o hacer frente a los desafíos de la vida. El indicador decisivo, según Branden, citado por Rojas (2007), para saber si una persona tiene una alta o baja autoestima reside en sus acciones: lo que determina el nivel de autoestima es lo que la persona hace, en el contexto de sus conocimientos y sus valores, su nivel de coherencia interna, que se refleja en el exterior.

Existen rasgos visibles de forma natural y directa que distinguen a una persona que tiene una autoestima saludable sobre quien tiene una autoestima afectada y es, sobre todo, el placer que la misma persona proyecta del hecho de estar vivo. Se ve en su mirada, se siente en la tranquilidad con la que se expresa y habla de sus virtudes y defectos de

forma honesta y directa. Es natural y espontánea. Demuestra interés por la vida y está abierta a nuevas oportunidades.

Las personas con baja autoestima realizan una serie de interpretaciones de la realidad que son sumamente perjudiciales; según Rojas (2007), se describe del siguiente modo:

a) *Tendencia a la generalización*: se toma la excepción por regla, empleándose términos categóricos a la hora de valorar lo que les sucede del estilo: “a mí todo me sale mal o nunca tengo suerte con...”.

b) *Pensamiento dicotómico o absolutista*: Se define este concepto como: “binomio extremo de ideas absolutamente irreconciliables”.

c) *Filtrado negativo*: se da cuando los pensamientos de la persona giran en torno a un acontecimiento negativo sin prestarle atención a las situaciones positivas y favorables de su vida.

d) *Autoacusaciones*: consiste en la tendencia de la persona a culpabilizarse por cuestiones en las que no es clara su responsabilidad o directamente no tiene responsabilidad alguna.

e) *Personalización*: se trata de interpretar cualquier queja o comentario como una alusión personal.

f) *Reacción emocional y poco racional*: el argumento que desencadena una emoción de signo negativo es errático, ilógico y la persona tiende a extraer conclusiones que la perjudican.

2.2.2.6 Implicancias de la autoestima

La autoestima formada incide en las esferas psico-emocionales del individuo a través de su vida y condiciona la calidad de su experiencia en todas y cada una de las dimensiones de interacción con el entorno. La calidad de vida individual está notablemente influida por este concepto, debido a que implica la forma cómo cada persona se percibe y se valora a sí misma, lo que modula su comportamiento a nivel individual, familiar, social, por lo que se entiende que un bajo o alto nivel de autoestima definitivamente afecta su relación con el otro y se reflejará en la dimensión social y en sus fortalezas para defenderse de eventos no deseables.

Almanza y Pillón (2004) mostraron la importancia de la autoestima en conjunto con otros factores como el asertividad. En su investigación, ésta fue considerada como factor protector para conductas dañinas para la salud como el consumo de tabaco y sustancias psicoactivas, y encontraron diferencias significativas en el consumo de estas sustancias al comparar grupos de alta autoestima con baja autoestima. Igualmente encontraron manejo más asertivo en sus relaciones en las personas con alta autoestima.

González y cols. (2003) Realizaron un estudio de autoestima en estudiantes universitarios de primer ingreso y aspirantes a ingresar, y encontraron autoestima alta en los que eran de primer ingreso y en edades entre 18-22, pero al comparar éstos con otros semestres, su autoestima era relativamente más baja, conservándose más alta en los de semestres más avanzados y en edades entre 23 a 28.

Pardo, Sandoval y Umbarilaz (2004) expresan que la falta de confianza y el respeto por sí mismos son rasgos visibles en la mayoría de las personas, especialmente en adolescentes de nuestra sociedad, lo cual ocasiona serios problemas, como alteraciones mentales y trastornos depresivos, que traspasan los límites de lo meramente social a lo patológico. Matud (2004) señala que la autoestima se encuentra en función

del ciclo vital, siendo baja en la infancia, aumenta durante la adolescencia y los primeros años de juventud y disminuye durante la edad media y la vejez.

Estudios sobre salud mental en adolescentes han mostrado que la autoestima es un factor relevante en el desarrollo de los aspectos de la personalidad, adaptación social y emocional, así como en la salud mental en general. Una baja autoestima se asocia con estructuras de personalidad depresivas y narcisistas, timidez, ansiedad social y dificultad para relacionarse.

La autoestima crea un conjunto de expectativas acerca de lo que es posible y apropiado para cada una. Estas expectativas tienden a generar acciones que se convierten en realidades y tales realidades confirman y refuerzan las creencias originales. Branden (1995) sentencia que “La autoestima -alta o baja- tiende a generar las profecías que se cumplen por sí mismas”.

Sin duda, es la baja autoestima la que orienta una actitud y comportamientos de forma contraria al propio bienestar y sabotea los momentos de felicidad y los logros que se pueden obtener en la vida. La baja autoestima es causa generadora de disfuncionalidades, de la toma de decisiones o de realizar elecciones perjudiciales.

En ese sentido, la calidad de vida disminuye o no se consigue el bienestar deseado porque tener una autoestima baja se convierte en el principal problema a superar. Desde luego, los pensamientos y la actitud no están direccionados a buscar el beneficio propio ni el aprendizaje personal sino que está centrado en las carencias, en el pasado que no es del propio agrado y en el futuro que no deparará nada mejor. El presente deja de tener importancia y con él la oportunidad de ser felices.

Ante situaciones vitales de pérdida de un ser querido o momentos económicos desfavorables, sin duda, la baja autoestima genera mayor resistencia a poder sobrellevar tales circunstancias porque la persona tiende a identificarse con su malestar y se queda sólo con el aspecto negativo de la pérdida sin ver la oportunidad de aprendizaje que toda situación dolorosa entraña. La persona con baja autoestima tiende a sentirse víctima de la situación, se pregunta ¿por qué me pasa esto justo a mí? No significa que, ante un hecho trágico, la persona no pueda derrumbarse y atravesar una dura crisis, sino que si la persona cuenta con una alta autoestima tendrá seguramente más recursos para sobreponerse y dirigir nuevamente su vida.

Branden (1995, p. 36) sostiene que una autoestima positiva es “como el sistema inmunitario de la conciencia, que proporciona resistencia, fuerza y capacidad para la regeneración”. Aun cuando una persona con baja autoestima pueda tener logros en su vida, esa sensación de no ser merecedor de lo bueno que le sucede hará que las metas que vaya alcanzando en su vida no lo satisfagan, nada parece ser suficiente. En cambio, con autoestima sana, la búsqueda de la felicidad es la que motiva la propia acción o la búsqueda de sentido. Se busca la expresión del ser.

2.2.2.7 Autoestima y resultados académicos

De acuerdo con Haeussler y Milicic (1995), estudios realizados sobre la relación de distintas variables con el rendimiento académico, muestran que los estudiantes y las estudiantes con autoestima positiva, altas expectativas y con motivación intrínseca para aprender, obtienen mejores logros académicos que aquellos y aquellas con autoestima baja, expectativas escasas y una motivación extrínseca para el estudio.

De igual manera, el autoconcepto académico, según Jadue (2007, p. 5) como “la parte de sí mismo que se relaciona más directamente con el

rendimiento académico”, desempeña un papel fundamental en el rendimiento académico del estudiante y de la estudiante. Se menciona que la presión externa excesiva parece debilitar la autoestima y una baja se correlaciona con un menor número de intentos de superación de las dificultades y, obviamente, a menor número de intentos menos posibilidades de éxito.

Al respecto, Rice (2000), explica que cada vez existen más datos que apoyan la teoría de que hay una correlación entre el autoconcepto y el rendimiento educativo. Los estudiantes y las estudiantes con éxito tienen un mayor sentido de valía personal y se sienten mejor consigo mismos y consigo mismas. Quienes tienen una autoestima alta tienden a tener mayor rendimiento académico y quienes realizan un potencial académico tienen una más alta autoestima. En general, a mejores notas, más posibilidad de tener una autoaceptación de alto nivel. Una razón para ello es que las personas que tienen confianza en sí mismas tienen el coraje de intentar conseguir y están motivadas para hacer realidad lo que ellas creen sobre sí mismas. Por el contrario, las personas que tienen actitudes negativas hacia sí mismas imponen limitaciones sobre su propio logro.

Se menciona asimismo, que la participación en actividades extraescolares también está relacionada con un aumento en la autoestima. Ambas están correlacionadas, si bien no se ha podido concluir si la participación se debe a una mayor autoestima o si esa participación contribuye a una mayor autoestima. La participación en actividades extraescolares también está relacionada con mayores calificaciones y menos ausentismo a las instituciones educativas.

2.2.2.8 Dimensiones de la autoestima

Coopersmith (1990) considera que existe una autoestima global y autoestimas específicas o componentes que el sujeto va evaluando y asimilando de acuerdo a sus debilidades y fortalezas:

1° El área de autoestima general: Está referida a la evaluación general que presenta el sujeto con respecto a sí mismo, dando a conocer el grado en que se siente seguro, capaz, valioso, significativo, siente confianza y responsabilidad de sus propias acciones y tiene estabilidad frente a los desafíos; generalmente alcanzan un alto grado de éxito, reconocen sus habilidades así como las habilidades especiales de otros. Las personas que poseen niveles bajos de autoestima general reflejan sentimientos adversos hacia sí mismos, se comparan y no se sienten importantes, tienen inestabilidad y contradicciones. Mantienen constantemente actitudes negativas hacia sí mismos.

2° El área de autoestima social: En esta área el sujeto posee mayores dotes y habilidades sociales, puesto que sus relaciones con amigos y colaboradores es positiva expresando en todo momento su empatía y asertividad, evidencian un sentido de pertenencia y vínculo con los demás. La aceptación social y de sí mismos están muy combinados; incluye la participación, con liderazgo de la persona frente a diversas actividades con personas de su misma edad, así como también el que se pretende como un sujeto abierto y firme al dar sus puntos de vista, dándolos a conocer sin limitación alguna.

3° El área de autoestima académica: Es el grado de satisfacción personal frente a su trabajo personal y la importancia que le otorga al afrontar las tareas académicas, evaluación de los propios logros, planteamientos de metas superiores; así como también el interés de ser interrogado y reconocido en el salón de clase. Los estudiantes que poseen

un nivel alto de autoestima en esta área poseen buena capacidad para aprender, afronta adecuadamente las principales tareas académicas, alcanzan rendimientos académicos mayores de lo esperado. Son más realistas en la evaluación de sus propios resultados de logros y no se dan por vencidos fácilmente si algo sale mal, son competitivos, se trazan metas superiores que se sientan desafiados por los obstáculos. Trabaja a satisfacción tanto a nivel individual como grupal. Los alumnos que se encuentran en el nivel bajo presentan falta de interés hacia las tareas académicas, alcanzan rendimientos académicos muy por debajo de lo esperado, se dan por vencidos fácilmente cuando algo les sale mal, son temerosos y no se arriesgan por temor al fracaso, no son capaces de enfrentar las demandas que les ponen; no son competitivos y no trabajan a gusto tanto a nivel individual como grupal.

4° El área de autoestima Hogar – Padres: Está constituida por los diversos sentimientos que se tienen en relación al hogar y a las dinámicas que interactúan dentro de éste; indica cuál es el grado en que el sujeto se siente aceptado por su entorno familiar; es decir, en qué medida es aceptado, respetado, amado y comprendido por cada uno de los miembros de su familia. En esta área si presentan nivel alto de autoestima presentan las siguientes características: buenas cualidades y habilidades en las relaciones íntimas con la familia, se sienten respetados y considerados, poseen independencia, comparten ciertas pautas de valores u sistemas de aspiraciones con la familia, tienen concepciones propias acerca de lo que está mal o bien dentro del marco familiar. Los niveles bajos reflejan cualidades y habilidades negativas hacia las relaciones íntimas con la familia, se consideran incomprendidos y existe mayor dependencia. Se tornan irritables, fríos, sarcásticos, impacientes, indiferentes hacia el grupo familiar; expresan una actitud de autodesprecio y resentimiento (Organización Panamericana de Salud, 2004).

Asimismo se debe tener en cuenta que la autoestima es el resultado de la historia de cada persona a través de una larga y permanente secuencia de interacciones que la van configurando en el transcurso de toda su vida. Posee una estructura consistente y estable pero no es estática sino dinámica; por tanto puede crecer, fortalecerse y en ocasiones también puede disminuir en forma situacional por fracasos.

CAPÍTULO III

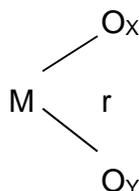
METODOLOGÍA DE AL INVESTIGACIÓN

3.1 Tipificación de la investigación

La investigación pertenece al **tipo de investigación básica** debido a que los resultados van a enriquecer el conocimiento científico y sobre la base de esto, contribuir a la solución del problema de la deficiencia de la autoestima en estudiantes no universitarios con relación al uso de redes sociales en la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014. Es de **nivel descriptivo**, con diseño correlacional, en razón que describe el comportamiento de dos variables interrelacionadas.

3.2 Diseño de investigación

Asume el diseño correlacional y se manifiesta con el siguiente diagrama:



Donde:

M es la muestra de investigación

O_x es la observación de la variable X: Uso de redes sociales

O_y es la observación de la variable Y: Autoestima

r es el grado de relación entre ambas variables

3.3 Operacionalización de variables

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS |
|-----------------------|-------------|---|---------------------------|
| Uso de redes sociales | Sustitución |) Dejar de salir con amigos o familiares.) Dejar de salir con su pareja.) Actuar agresivamente cuando interrumpen | 10, 15, 16, 17, 18, 19 |

| | | | |
|------------|------------------------------------|---|---|
| | | <input type="checkbox"/> Vida vacía y triste sin Internet. <input type="checkbox"/> Llegar rápido a casa para conectarse. | |
| | Pérdida de control | <input type="checkbox"/> Pérdida de voluntad para dejar de conectarse. <input type="checkbox"/> Difícil de dejar de conectarse. <input type="checkbox"/> Afectación al sueño. | 1, 2, 5 |
| | Anticipación | <input type="checkbox"/> Pensamiento más en Internet. <input type="checkbox"/> Deseo de reconectarse. <input type="checkbox"/> Frustración o irritación por no usar Internet. <input type="checkbox"/> Fracaso a intento de dejar de usar menos. | 6, 7, 9, 14 |
| | Reconocimiento de falta de control | <input type="checkbox"/> Personas que le sugieren dejar Internet. <input type="checkbox"/> Pensamiento de conectarse menos en Internet. <input type="checkbox"/> Preferencia al uso en vez de pasar tiempo con personas. | 3, 4, 8 |
| | Evasión | <input type="checkbox"/> Escape de pensamientos negativos. <input type="checkbox"/> Conectarse para sentirse bien anímicamente. <input type="checkbox"/> Interferencia a obligaciones cotidianas. | 11, 12, 13 |
| AUTOESTIMA | Área general | Paso mucho tiempo soñando despierto. Estoy seguro de mí mismo. Deseo frecuentemente ser otra persona. Desearía ser más joven. Hay muchas cosas acerca de mí mismo que me gustaría cambiar si pudiera. Puedo tomar decisiones fácilmente. Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer. Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas. Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago. Me doy por vencido fácilmente. Usualmente puedo cuidarme a mí mismo. Me siento suficientemente feliz. Me entiendo a mí mismo. Me cuesta comportarme como en realidad soy. Las cosas en mi vida están muy complicadas. Puedo tomar decisiones y cumplirlas. Realmente no me gusta ser un muchacho(muchacha) Tengo una mala opinión de mí mismo. Frecuentemente me avergüenzo de mí mismo. No soy tan bien parecido como otra gente. Si tengo algo que decir, usualmente lo digo. | 1, 2, 3, 8, 9, 10, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 29, 30, 31, 36, 37, 38, 43, 44, 45, 50, 51, 52, 57 58. |

| | | | |
|--|--------------------|--|--------------------------------|
| | | <p>A mí no me importa lo que me pasa. Soy un fracaso. Me incomodo fácilmente cuando me regañan. Generalmente las cosas no me importan. No soy una persona confiable para que otros dependan de mí.</p> | |
| | Área Hogar | <p>Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos. Me incomodo en casa fácilmente. Usualmente mis padres consideran mis sentimientos. Mis padres esperaban demasiado de mí. Nadie me presta mucha atención en casa. Muchas veces me gustaría irme de casa. Mis padres me entienden. Usualmente siento que mis padres esperan más de mí.</p> | 5, 12, 19, 26, 33, 40, 47, 54 |
| | Área social | <p>Soy simpático. Mis amigos gozan cuando están conmigo. Soy popular entre mis compañeros de mi misma edad. Preferiría jugar con niños menores que yo. Los demás (niños) casi siempre siguen mis ideas. No me gusta estar con otra gente. A los demás "les da por andar "conmigo. Las otras personas son más agradables que yo.</p> | 4, 11, 18, 25, 32, 39, 46, 53. |
| | Área Académica | <p>Me abochorno ("me da roche") frente al salón para hablar. Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela). Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo. Me gusta que el profesor me pregunte en clase. No estoy progresando en la escuela como me gustaría. Frecuentemente me incomoda la escuela. Mi profesor me hace sentir que no soy gran cosa. Frecuentemente me siento desilusionado en la escuela.</p> | 7, 14, 21, 28, 35, 42, 49, 56 |
| | Escala de Mentiras | <p>Nunca me preocupo por nada. Siempre hago lo correcto. Nunca estoy triste Me gustan todas las personas que conozco. Nunca me regañan. Nunca soy tímido. Siempre digo la verdad. Siempre sé que decir a otras personas.</p> | 6, 13, 20, 27, 34, 41, 48, 55 |

3.4 Estrategia para la prueba de hipótesis

Para la presente investigación se hace uso del estadígrafo Rho de Spearman en cuanto a la prueba de hipótesis, tanto general como específicas, debido a que ambas variables son cualitativas, por lo mismo que denotan cualidad a través de niveles (alto – medio – bajo), tanto para el uso de las redes sociales como para la autoestima en los estudiantes de la Carrera Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. Se determina la relación a un nivel de 95% (0,95) de confiabilidad y 5% (0,05) de significancia entre ambas variables.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población está conformada por 500 estudiantes de las carreras técnicas del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-Filial Puerto Maldonado.

3.5.2 Muestra

La muestra estará representada por 90 estudiantes de la Carrera Profesional Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-Filial Puerto Maldonado. El tamaño de muestra se elige de manera intencional no probabilística.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó la técnica de la encuesta, para conocer sobre el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes universitarios, y para determinar la autoestima.

a) Descripción del instrumento para medir el uso de redes sociales

FICHA TÉCNICA:

Título: Cuestionario de Uso Problemático de Internet (CUPI)

Autor original: Young (1996)

Adaptación: Bach. Jan Carlos Enriquez Mora

Finalidad: Mide la actitud y conducta de jóvenes respecto al uso de Internet (redes sociales). Es un instrumento autoaplicado que se contesta mediante una escala tipo Likert.

Descripción: El cuestionario consta de un total de 19 ítems, distribuidos en cinco factores (dimensiones): 1. Sustitución: Internet desplaza otras actividades lúdicas o sociales en el repertorio conductual del sujeto. 2. Pérdida de control: el sujeto pierde la capacidad de dosificar su uso de Internet. El tiempo de uso excede el tiempo ideal programado por el individuo. 3. Anticipación: El individuo ocupa tiempo, pensando en la próxima ocasión en que se conectará a Internet. 4. Reconocimiento de falta de control: El sujeto acepta que su uso de Internet es excesivo. 5. Evasión: El individuo utiliza a Internet como una forma de escapar de pensamientos y sensaciones desagradables.

Aplicación: Individual o colectivamente. Sujetos mayores de 18 años.

Tiempo de aplicación: Promedio: 15 minutos.

Validez y confiabilidad: el instrumento presenta la siguiente fiabilidad, según las dimensiones y el instrumento propiamente:

Factor 1: 0.855

Factor 2: 0.774

Factor 3: 0.847

Factor 4: 0.776

Factor 5: 0.800

Alfa global: 0.942

En la prueba piloto efectuada para la presente investigación arroja un alfa de Cronbach de 0,933 lo que indica que el instrumento es altamente confiable. Además es validado por expertos.

| Estadísticos de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,933 | 19 |

b) Descripción del instrumento para medir la autoestima

El inventario de Autoestima de Coopersmith el cual se presenta en el (Anexo 2) fue diseñado por Stanley Coopersmith en 1967, quien lo describe como un inventario que está constituido por 58 ítems; los cuales están referidas a las autopercepciones del individuo con respecto a las siguientes áreas: autoestima general, autoestima social, hogar – padres, escolar – académica, además de la escala de mentiras. Es un instrumento estándar muy utilizado a nivel científico en el campo de la psicología, educación y psicopedagogía, por lo que no necesita ser validado por expertos.

a) El área de autoestima general: Está referida a la evaluación general que presenta el sujeto con respecto a si mismo, dando a conocer el grado en que se siente seguro, capaz valioso, significativo, siente confianza y responsabilidad de sus propias acciones y tiene estabilidad frente a los desafíos.

b) El área de autoestima social: Es el liderazgo de la persona frente a diversas actividades con jóvenes de su misma edad, así como también el que se pretende como un sujeto abierto y firme al dar sus puntos de vista, dándolos a conocer sin limitación alguna; son las habilidades sociales que se poseen, en cuanto a la aceptación o rechazo; simpatía o antipatía que genera en el grupo, sentimiento de pertenencia y vínculo con los demás.

c) El área académica: Es el grado de satisfacción personal frente a su trabajo personal y la importancia que le otorga al afrontar las tareas académicas, evaluación de los propios logros, planteamientos de metas superiores; así como también el interés de ser interrogado y reconocido en el salón de clase.

d) El área de Hogar - Padres: Está constituida por los diversos sentimientos que se tienen en relación al hogar y a las dinámicas que interactúan dentro de este; indica cuan es el grado en que el sujeto se siente aceptado por su entorno familiar; es decir, en qué medida es aceptado, respetado, amado y comprendido por cada uno de los miembros de su familia.

e) Escala de Mentiras: si el puntaje bruto resulta ser mayor a 10, significa que las respuestas del sujeto son poco confiables e invalidan la aplicación del inventario.

3.7 Procesamiento de la información

Los resultados obtenidos se tabularon y se analizaron con el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS), versión 20, para establecer la relación existente entre las dos variables de estudio: (X: Uso de redes sociales, Y: Autoestima. Se establecen tablas de frecuencias y gráficos, los mismos que son analizados e interpretados.

Asimismo, se aplicó el estadístico de correlación Rho de Spearman para contrastar las hipótesis planteadas, en razón que se trata de variables cualitativas.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados

A continuación se realiza el análisis e interpretación de los resultados obtenidos luego del trabajo de campo, efectuado a una muestra representativa de 90 estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-Filial Puerto Maldonado.

En una primera parte se presentan los resultados de la variable: empleo de las redes sociales, por parte de los estudiantes que han conformado la muestra de investigación. Consta de un total de 19 ítems, agrupados en cinco dimensiones: Sustitución, pérdida de control, anticipación, reconocimiento de falta de control y evasión. Luego, los resultados de la variable: Autoestima en los estudiantes, cuyas dimensiones son: autoestima general, autoestima social, autoestima académica, autoestima hogar – padres y escala de mentiras. En ambos casos se presenta una cualificación con tres niveles: bajo – medio – alto, establecidos de acuerdo a las puntuaciones y rangos.

4.1.1 Resultados de la variable: Uso de redes sociales

Tabla 1: Sustitución

| | | Sustitución | | | |
|---------|-------------|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Niveles | Nivel bajo | 25 | 27,8 | 27,8 | 27,8 |
| | Nivel medio | 29 | 32,2 | 32,2 | 60,0 |
| | Nivel alto | 36 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

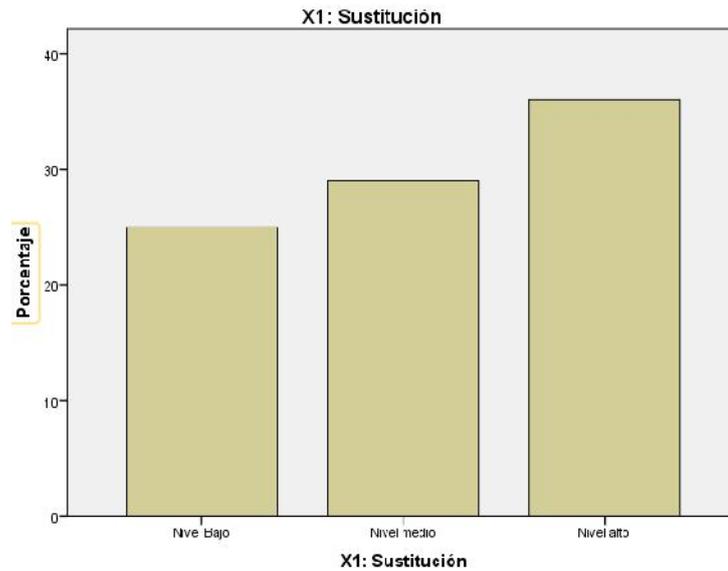


Figura 1: Sustitución

Los resultados de la investigación dan cuenta que el 40% de los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP se ubican en el nivel alto en cuanto al uso de redes sociales en la dimensión: sustitución. El 27,8% está en el nivel bajo y el 32,7% en el nivel medio. Esto significa que una mayoría de la muestra deja de salir con amigos y familiares o con su pareja, llega a casa rápidamente para conectarse a Internet. Es decir, sustituye algunas de sus actividades con las redes sociales.

Tabla 2: Pérdida de control

| | | Pérdida de control | | | |
|---------|-------------|--------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Niveles | Nivel bajo | 25 | 27,8 | 27,8 | 27,8 |
| | Nivel medio | 29 | 32,2 | 32,2 | 60,0 |
| | Nivel alto | 36 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

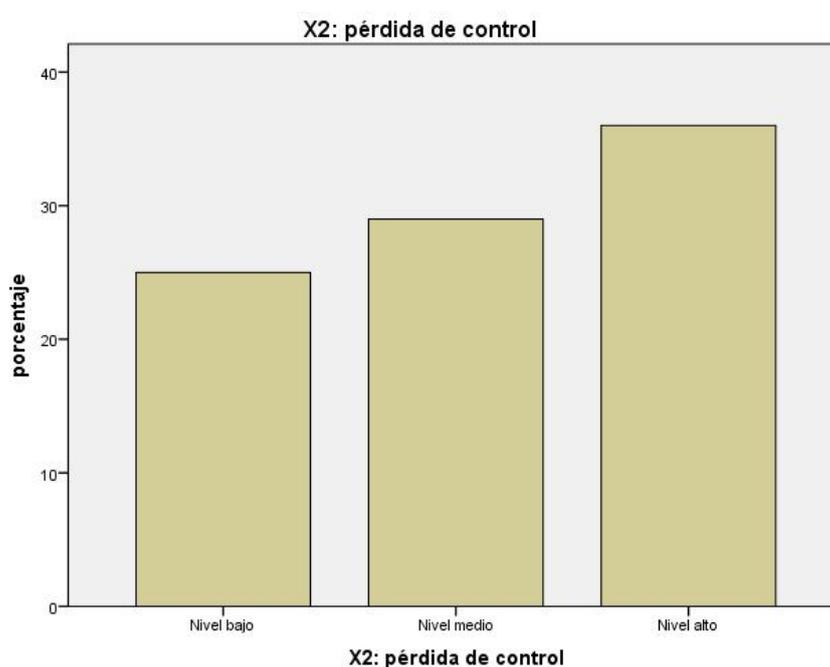


Figura 2: Pérdida de control

Los datos que se muestran en la tabla de frecuencias 2 dan cuenta que el 40% de los estudiantes que conforman la muestra de estudio, emplean las redes sociales en un nivel alto, seguido del 32.2% que lo hace en un nivel medio; el 27.8% lo hace en un nivel bajo. Es decir, un buen porcentaje de estudiantes asume una voluntad férrea para conectarse a las redes sociales y sufre de afectación al sueño por mantenerse en las redes sociales más tiempo de lo necesario.

Tabla 3: Anticipación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | Nivel bajo | 26 | 28,9 | 28,9 | 28,9 |
| | Nivel medio | 31 | 34,4 | 34,4 | 63,3 |
| | Nivel alto | 33 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| | Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

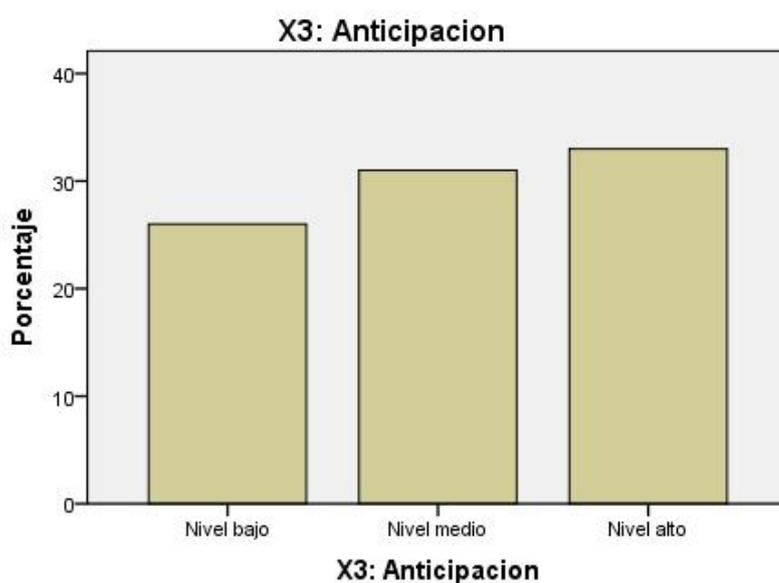


Figura 3: Anticipación

Los resultados de la investigación dan cuenta, en la dimensión anticipación, en el uso de las redes sociales, el 36,7% se deja llevar con mayor frecuencia; en tanto, el 34,4% esporádicamente. Un 28,9% no es proclive a este problema. En ese sentido, un poco más de la mitad de los estudiantes enfocan su pensamiento en Internet, tienen deseos de conectarse, sienten irritación por no usar Internet y tienden a fracasar al intentar dejar de usar menos.

Tabla 4: Reconocimiento de falta de control

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 28 | 31,1 | 31,1 | 31,1 |
| Nivel medio | 54 | 60,0 | 60,0 | 91,1 |
| Nivel alto | 8 | 8,9 | 8,9 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

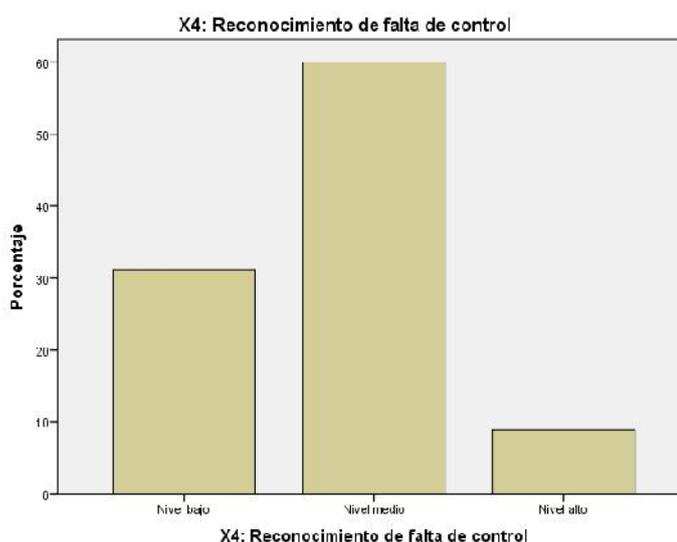


Figura 4: Reconocimiento de falta de control

Los resultados del estudio efectuado a los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP dan cuenta a un 60% de universitarios que, medianamente, recibe de otras personas sugerencia para dejar Internet, así como al uso que le da a las redes sociales en vez de pasar tiempo con personas. En el 31,1% de las personas no se observa este problema, aunque sí, con mayor frecuencia, en el 8,9% de la muestra de investigación.

Tabla 5: Evasión

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 26 | 28,9 | 28,9 | 28,9 |
| Nivel medio | 50 | 55,6 | 55,6 | 84,4 |
| Nivel alto | 14 | 15,6 | 15,6 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

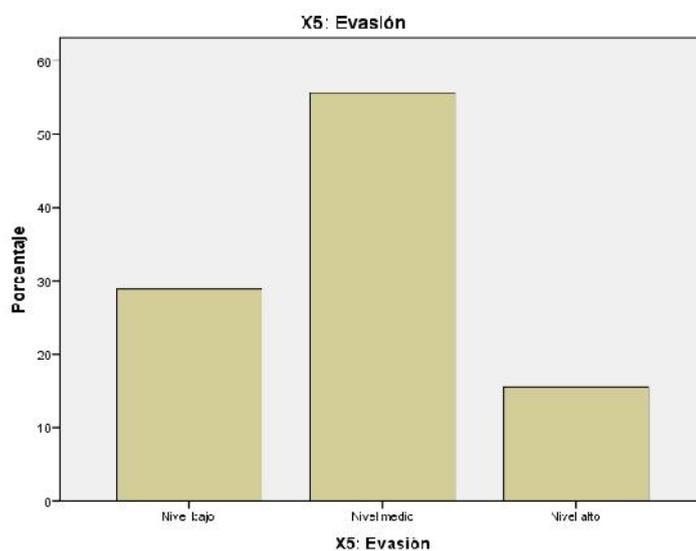


Figura 5: Evasión

En cuanto a la dimensión: evasión, por el uso de las redes sociales, los resultados de la investigación reportan que esto sucede, medianamente o en un nivel regular, en el 55,6% de los casos. En el 28,9% no sucede, aunque sí y, en un nivel alto o con mucha frecuencia, en el 15,6%. Esto significa que en un poco más de la mitad de los estudiantes, usan las redes sociales como escape de pensamientos negativos, se conectan para sentirse bien anímicamente.

Tabla 6: Uso de redes sociales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | Nivel bajo | 17 | 18,9 | 18,9 | 18,9 |
| | Nivel medio | 33 | 36,7 | 36,7 | 55,6 |
| | Nivel alto | 40 | 44,4 | 44,4 | 100,0 |
| | Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

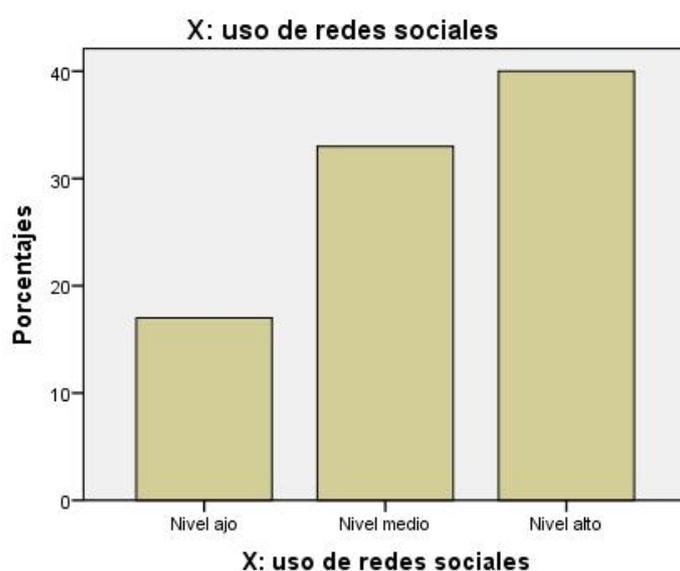


Figura 6: Uso de redes sociales

Finalmente, según los datos globales de la variable: uso de redes sociales, la investigación reporta a un 44,4% que emplea en un nivel alto; el 36,7% hace uso en un nivel medio. En tanto, el 18,9% lo hace con menor frecuencia. Esto significa que los estudiantes, una gran mayoría de la muestra, lo hace con frecuencia como sustitución, para evadir algunas situaciones, por falta de voluntad para dejar de usar menos, entre otros.

4.1.2 Resultados de la variable: Autoestima en estudiantes

Tabla 7: Autoestima general

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles Nivel medio | 81 | 90,0 | 90,0 | 90,0 |
| Niveles Nivel alto | 9 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

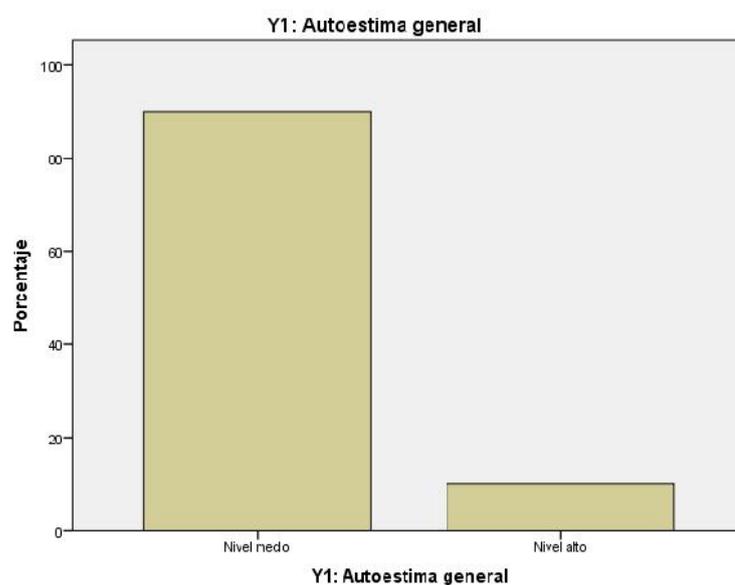


Figura 7: Autoestima general

En cuanto a los resultados de la variable: Autoestima en estudiantes universitarios, se reporta que un 90% de ellos se ubica en el nivel medio en cuanto a la dimensión: Autoestima general y el 10% se halla en el nivel alto. Significa que la mayoría de estudiantes dan a conocer, en un nivel medio, el grado en que se siente seguro, capaz valioso, significativo, siente confianza y responsabilidad de sus propias acciones y tiene estabilidad frente a los desafíos.

Tabla 8: Autoestima social

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 10 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| Nivel medio | 71 | 78,9 | 78,9 | 90,0 |
| Nivel alto | 9 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

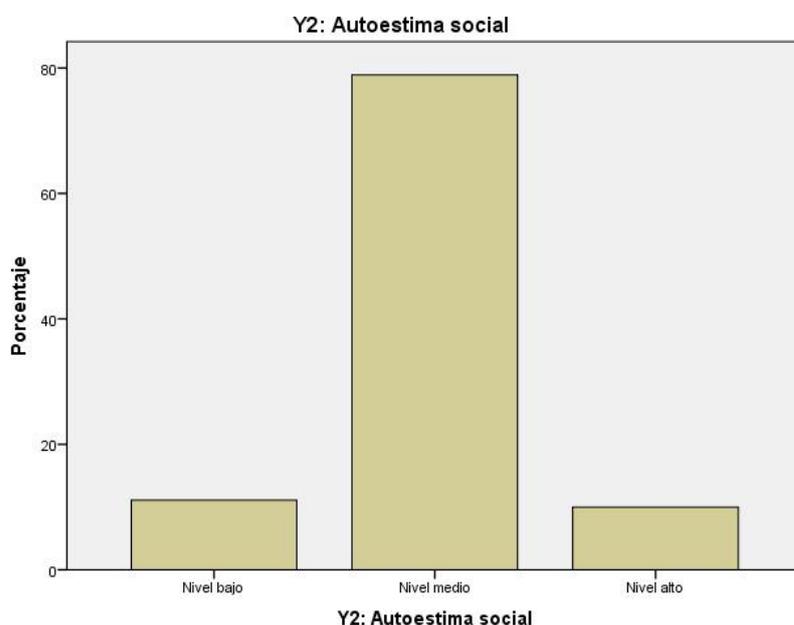


Figura 8: Autoestima social

Los datos que se muestran en la tabla de frecuencias 8 reportan lo siguiente: el 78,9% de los estudiantes presentan un nivel medio de autoestima social, seguido del 11,1% en un nivel bajo y el 10% en un nivel alto. Es decir, la mayoría de estudiantes tiene autoestima social medianamente, lo que significa que tienen liderazgo regular frente a diversas actividades con jóvenes de su misma edad, así como también el que se pretende como un sujeto abierto y firme al dar sus puntos de vista, dándolos a conocer sin limitación alguna; son las habilidades sociales que

se poseen, en cuanto a la aceptación o rechazo; simpatía o antipatía que genera en el grupo, sentimiento de pertenencia y vínculo con los demás.

Tabla 9: Autoestima académica

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 4 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| Nivel medio | 64 | 71,1 | 71,1 | 75,6 |
| Nivel alto | 22 | 24,4 | 24,4 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

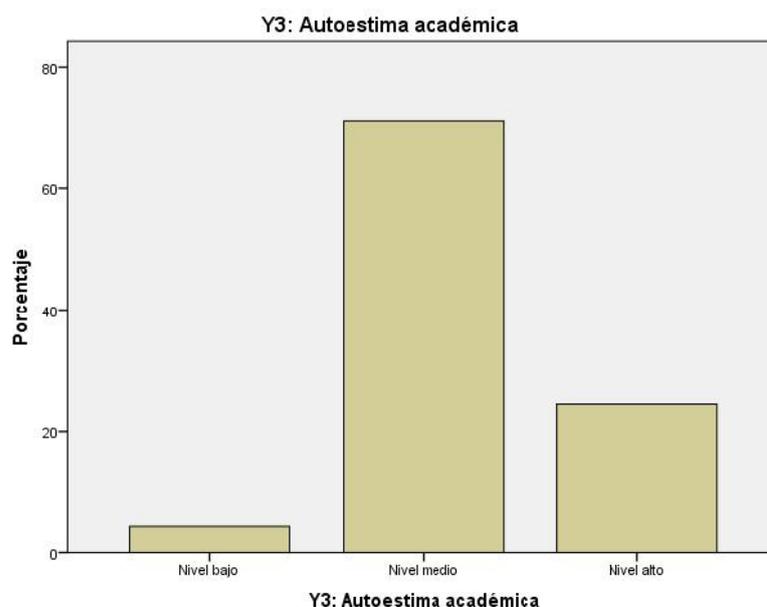


Figura 9: Autoestima académica

Los resultados de la investigación demuestran a un 71,1% de estudiantes de la muestra que se halla en un nivel medio, seguido del 24,4% que está en el nivel alto y solo el 4,4% en el nivel bajo. Hay una cuarta parte del estudiantado que tiene un buen nivel de autoestima académica, aunque la mayoría se halla en el nivel medio en cuanto al grado de satisfacción personal frente a su trabajo personal y la importancia que le otorga al

afrontar las tareas académicas, evaluación de los propios logros, planteamientos de metas superiores; así como también el interés de ser interrogado y reconocido en el salón de clase.

Tabla 10: Autoestima hogar – padres

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 7 | 7,8 | 7,8 | 7,8 |
| Nivel medio | 62 | 68,9 | 68,9 | 76,7 |
| Nivel alto | 21 | 23,3 | 23,3 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

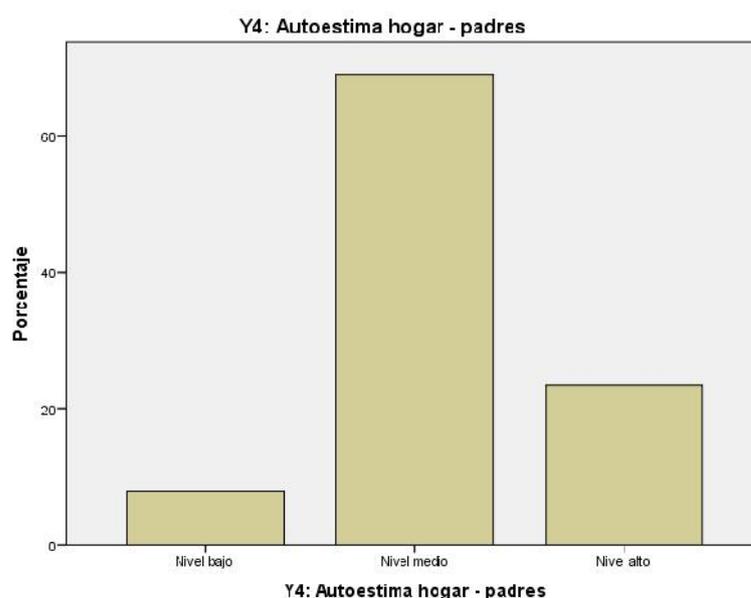


Figura 10: Autoestima hogar – padres

Los resultados de la investigación reportan a un 68,9% de estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP presenta un nivel medio de autoestima hogar – padres; un 23,3% tiene un nivel alto y solamente el 7,8% un nivel bajo. La mayoría presenta un nivel medio en esta dimensión que está constituida por los diversos sentimientos que se tienen en relación al

hogar y a las dinámicas que interactúan dentro de éste; indica cuál es el grado en que el sujeto se siente aceptado por su entorno familiar; es decir, en qué medida es aceptado, respetado, amado y comprendido por cada uno de los miembros de su familia.

Tabla 11: Escala de mentiras

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 43 | 47,8 | 47,8 | 47,8 |
| Nivel medio | 47 | 52,2 | 52,2 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

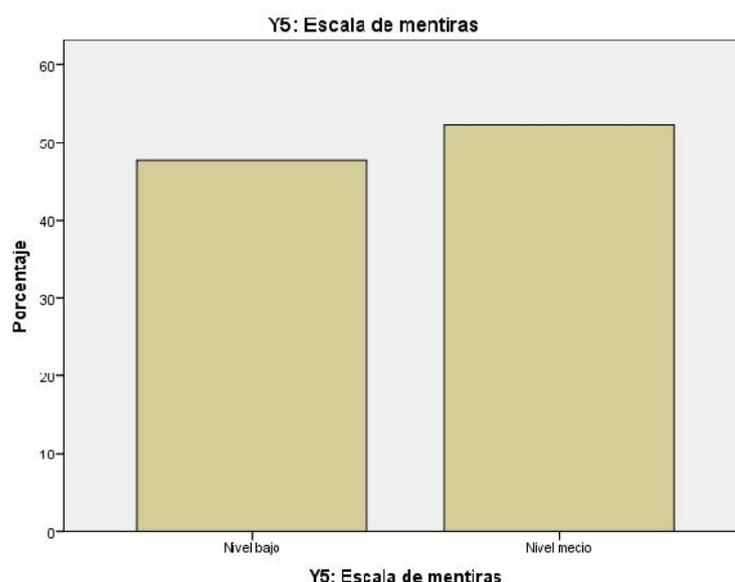


Figura 11: Escala de mentiras

Los datos que se muestran en la tabla de frecuencias, respecto a la escala de mentiras, otra dimensión de la autoestima en estudiantes universitarios, el 52,2% presenta un nivel medio y un 47,8% un nivel bajo. Esto significa que los estudiantes en un porcentaje mayor no incurren en mentiras al momento de responder el instrumento por lo que su nivel de autoestima mayoritariamente se halla en un nivel medio.

Tabla 12: Autoestima en estudiantes

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Niveles | | | | |
| Nivel bajo | 13 | 14,4 | 14,4 | 14,4 |
| Nivel medio | 65 | 72,2 | 72,2 | 86,7 |
| Nivel alto | 12 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 90 | 100,0 | 100,0 | |

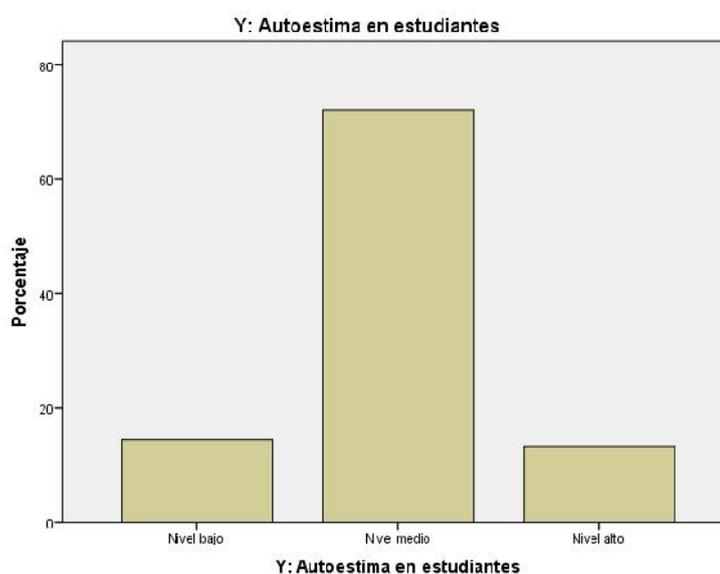


Figura 12: Autoestima en estudiantes

En consecuencia, los resultados de la investigación, en cuanto a la variable: Autoestima en estudiantes, el 72,2% de los encuestados presentan un nivel medio de autoestima, seguido del 14,4% que tiene un nivel bajo y el 13,3% tiene buen nivel de autoestima. En síntesis, la mayoría de universitarios presenta un nivel medio de autoestima general, autoestima social, autoestima académico y autoestima hogar – padres.

Tabla 13: Cruce de variables a nivel descriptivo

| | | Y: Autoestima en estudiantes | | | Total |
|--------------------------|-------------|------------------------------|-------------|------------|-------|
| | | Nivel bajo | Nivel medio | Nivel alto | |
| X: Uso de redes sociales | Nivel bajo | 4 | 21 | 4 | 29 |
| | Nivel medio | 9 | 33 | 6 | 48 |
| | Nivel alto | 0 | 11 | 2 | 13 |
| Total | | 13 | 65 | 12 | 90 |

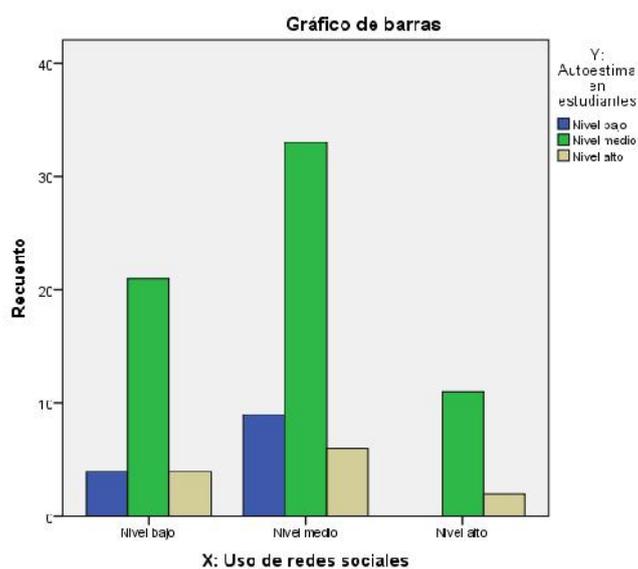


Figura 13: Cruce de variables a nivel descriptivo

Los datos que se muestran en la tabla de cruce de variables demuestran lo siguiente: 21 estudiantes que hacen uso moderado de las redes sociales (nivel bajo) tienen un nivel medio de autoestima; asimismo, 11 estudiantes que hacen uso desmedido de las redes sociales (nivel alto) tienen un nivel medio de autoestima. No obstante, 33 estudiantes hacen uso en un nivel medio de las redes sociales y, por lo mismo, también tienen un nivel medio de autoestima.

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

H_a: Existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.

| Correlaciones | | | |
|---------------|----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | | X: Uso de redes sociales | Y: Autoestima en estudiantes |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,08 |
| | Sig. (bilateral) | . | ,03 |
| Rho de | N | 90 | 90 |
| Spearman | Coeficiente de correlación | ,08 | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,03 | . |
| | N | 90 | 90 |

Los datos analizados con el Rho de Spearman arrojan un $r = 0,08$ (donde $p >$ de $0,05$) lo que indica que existe relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima de los estudiantes. Significa que la autoestima tiene que ver directamente con el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes. Al tenerse un nivel de significancia de $0,653$ que está fuera del valor permitido ($0,05$) se acepta la hipótesis en el sentido que existe relación directa y significativa entre ambas variables de estudio.

4.2.2 Hipótesis específicas

Primera hipótesis específica

H₁: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

| Correlaciones | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | | X: Uso de redes sociales | Y1: Autoestima general |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,076 |
| X: Uso de redes sociales | Sig. (bilateral) | . | ,03 |
| Rho de | N | 90 | 90 |
| Spearman | Coeficiente de correlación | ,076 | 1,000 |
| | Y1: Autoestima general | ,03 | . |
| | N | 90 | 90 |

Los resultados de la investigación analizados estadísticamente con el Rho de Spearman reportan un $r = 0,076$ (donde $p > 0,05$) lo que indica que existe relación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima general de los estudiantes. Se tiene un nivel de significancia de 0,03 el mismo que está dentro del valor permitido (0,05) por lo que se acepta la primera hipótesis específica en el sentido que existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

Segunda hipótesis específica

H₂: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima social en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: El uso de redes sociales en Internet no se relaciona directa ni significativamente con la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

| Correlaciones | | | |
|----------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| | | X: Uso de redes sociales | Y2: Autoestima social |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,086 |
| | X: Uso de redes sociales | Sig. (bilateral) | ,04 |
| Rho de | N | 90 | 90 |
| Spearman | Coeficiente de correlación | ,086 | 1,000 |
| | Y2: Autoestima social | Sig. (bilateral) | ,04 |
| | N | 90 | 90 |

Los datos analizados con el Rho de Spearman arrojan un $r = 0,086$ (donde $p >$ de $0,05$) lo que indica que existe relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima social de los estudiantes. Al tenerse un nivel de significancia de $0,04$ y que está dentro del valor permitido ($0,05$) se acepta la segunda hipótesis en el sentido que el uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

Tercera hipótesis específica

H₃: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera Profesional de

Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

| Correlaciones | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | | X: Uso de redes sociales | Y3: Autoestima académica |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,078 |
| | Sig. (bilateral) | . | ,34 |
| X: Uso de redes sociales | N | 90 | 90 |
| Rho de Spearman | Coeficiente de correlación | ,078 | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,34 | . |
| | N | 90 | 90 |

Los resultados de la investigación analizados estadísticamente con el Rho de Spearman reportan un $r = 0,078$ (donde $p > 0,05$) lo que indica que existe relación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima académica de los estudiantes. Se tiene un nivel de significancia de 0,34 el mismo que está dentro del valor permitido (0,05) por lo que se acepta la tercera hipótesis específica en el sentido que existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

Cuarta hipótesis específica

H₄: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: El uso de redes sociales en Internet no se relaciona directa ni significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | | | X: Uso de redes sociales | Y4: Autoestima hogar - padres |
| | | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,068 |
| | X: Uso de redes sociales | Sig. (bilateral) | . | ,32 |
| Rho de | | N | 90 | 90 |
| Spearman | | Coeficiente de correlación | ,068 | 1,000 |
| | Y4: Autoestima hogar – padres | Sig. (bilateral) | ,32 | . |
| | | N | 90 | 90 |

Los datos analizados con el Rho de Spearman arrojan un $r = 0,068$ (donde $p >$ de $0,05$) lo que indica que existe relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima hogar – padres de los estudiantes. Al tenerse un nivel de significancia de $0,32$ el mismo que está fuera del valor permitido ($0,05$) se acepta la cuarta hipótesis en el sentido que el uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

Quinta hipótesis específica

H₅: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

| Correlaciones | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | | X: Uso de redes sociales | Y5: Escala de mentiras |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,07 |
| X: Uso de redes sociales | Sig. (bilateral) | . | ,03 |
| Rho de | N | 90 | 90 |
| Spearman | Coeficiente de correlación | ,07 | 1,000 |
| Y5: Escala de mentiras | Sig. (bilateral) | ,03 | . |
| | N | 90 | 90 |

Los resultados de la investigación analizados estadísticamente con el Rho de Spearman reportan un $r = 0,07$ (donde $p >$ de $0,05$) lo que indica que existe relación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima referida a la escala de mentiras de los estudiantes. Se tiene un nivel de significancia de $0,03$ el mismo que está fuera del valor permitido ($0,05$) por lo que se acepta la quinta hipótesis específica en el sentido que existe relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.

4.3 Discusión de resultados

Los resultados de la investigación dan cuenta que el 44,4% de los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-filial Puerto Maldonado, se ubican en el nivel alto en cuanto al uso de redes sociales en la dimensión:

sustitución. El 40% está en el nivel alto y solo el 27,8% en el nivel bajo (Tabla 1). En cuanto a la dimensión: pérdida de control por el uso de redes sociales, el 40% se ubica en un nivel alto, el 32,2% en un nivel medio y el 27,8% en un nivel bajo (Tabla 2). En lo referido a la dimensión: anticipación, el 34,4% se deja llevar esporádicamente, el 36,7% con mayor frecuencia y un 28,9% no es proclive a este problema (Tabla 3). En lo que concierne a reconocimiento de falta de control, un 60% está en un nivel medio, es decir, recibe de otras personas sugerencia para dejar Internet, así como al uso que le da a las redes sociales en vez de pasar tiempo con personas. En el 31,1% de las personas no se observa este problema, aunque sí, con mayor frecuencia, en el 8,9% de la muestra de investigación (Tabla 4). En la dimensión evasión, por el uso de las redes sociales, se reportan que esto sucede en un nivel medio (55,6%), en el 28,9% no sucede, aunque sí y, en un nivel alto o con mucha frecuencia, en el 15,6% (Tabla 5). Los datos globales reportan a un 53,3% que emplea en un nivel medio o con regular frecuencia las redes sociales, el 32,2% lo hace esporádicamente y el 14,4% con mucha frecuencia (Tabla 6).

Al respecto, Parra Castrillón (2010) reporta que los jóvenes tienen en el ciberespacio una oportunidad más para sus necesidades de comunicación e identidad. Sin embargo, ello no significa ruptura con sus otros espacios. Lo peculiar de estas opciones es la realización de las redes. Internet convoca a estar en red, su funcionalidad y su misma concepción determinan un mundo infovirtual y obligan a la permanencia en ellas. Aparte de esto, el entorno globalizado se plantea como una sociedad red, lo que significa que los intereses

de las empresas y las personas se proyectan y se validan socialmente pero en términos de conectividad con otros nodos y de pertenencia distribuida.

Torres Acuña (2003) reportan el rechazo de las supuestas variaciones en el bienestar psicológico de los estudiantes de acuerdo al tiempo de uso de la tecnología de información por computadora. Se rechazan las hipótesis referidas a variaciones del bienestar subjetivo acorde a las variaciones del tipo de usuario de Internet; a variaciones de la autoeficacia en Internet considerando las variaciones del tipo de usuario de Internet. Existen algunas diferencias significativas, especialmente en lo referido a las variables de autoeficacia y la medición del bienestar subjetivo. El cálculo de las interacciones de las variables observadas del modelo utilizado presenta índices positivos para usuarios de baja y alta frecuencia de uso de Internet.

En cuanto a los resultados de la variable autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-filial Puerto Maldonado, en la dimensión autoestima general, el 90% de ellos se ubica en el nivel medio y el 10% se halla en el nivel alto; es decir, la mayoría de estudiantes dan a conocer, en un nivel medio, el grado en que se siente seguro, capaz valioso, significativo, siente confianza y responsabilidad de sus propias acciones y tiene estabilidad frente a los desafíos (Tabla 7). En cuanto a la autoestima social, el 78,9% de los estudiantes presentan un nivel medio, seguido del 11,1% en un nivel bajo y el

10% en un nivel alto (Tabla 8). Referente a la dimensión autoestima académica, se observa un cierto incremento en el nivel alto (24,4%); en el nivel medio está el 71,1% y solo el 4,4% en el nivel bajo. Hay una cuarta parte del estudiantado que tiene un buen nivel de autoestima académica, aunque la mayoría se halla en el nivel medio en cuanto al grado de satisfacción personal frente a su trabajo personal y la importancia que le otorga al afrontar las tareas académicas, evaluación de los propios logros, planteamientos de metas superiores (Tabla 9). En lo que respecta a la dimensión autoestima hogar – padre, se reporta un 68,9% que presenta un nivel medio, el 23,3% un nivel alto y el 7,8% un nivel bajo (Tabla 10). En lo referido a la escala de mentiras de la autoestima, el 52,2% presenta un nivel medio y un 47,8% un nivel bajo. Esto significa que los estudiantes no incurren en mentiras al momento de responder el instrumento por lo que su nivel de autoestima mayoritariamente se halla en un nivel medio (Tabla 11). En síntesis, el 72,2% de los encuestados presenta un nivel medio de autoestima, el 14,4% un nivel bajo y el 13,3% buen nivel de autoestima (Tabla 12).

Si bien la investigación no arroja adicción a las redes sociales, sin embargo, una investigación efectuada por Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) hallaron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existe una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento se dedujo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a

tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja. Cruzado, Matos y Kendall (2006) encontraron que el deterioro académico es una consecuencia del uso excesivo de este medio, a lo que se suman problemas de pareja. Además de que 80% de sus sujetos adictos tenían una historia de disfunción familiar, también detectaron tendencias al aislamiento social, patrones de evasión de la realidad y otras anomalías tanto conductuales como químicas, como predisposición a la depresión, inestabilidad emocional, pobre tolerancia a la frustración, volubilidad e irritabilidad. González, Valdez y Serrano (2003) encontraron autoestima alta en los alumnos de primer semestre, pero al comparar éstos con otros semestres, su autoestima era relativamente más baja, y se conserva más alta en los de semestres más avanzados. Señalan que la autoestima influye directamente en el comportamiento de los individuos.

De otro lado, Alonso, et al. (2007) concluyó que los estudiantes universitarios tienen una adecuada autoestima y son capaces de solucionar conflictos; sin embargo, también encontraron un número de estudiantes adolescentes con autoestima inadecuada medida con cada una de sus características. Armstrong, Phillips y Stalin (2000) al igual que la depresión, la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que podría provocar el empleo de Internet como una escapatoria, pero también puede suceder que el uso excesivo de la *web* lleve a las personas a aislarse y después no tengan la misma capacidad para socializar de manera normal.

4.4 Adopción de las decisiones

Los resultados de la investigación demuestran que no existe una relación directa ni estadísticamente entre el uso de redes sociales de Internet y la autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. Esto significa que, por un lado no se aprecia adicción a las redes sociales en la gran mayoría de los universitarios y, de otro lado, se presenta un nivel medio de autoestima, también en la mayoría de los estudiantes.

En ese sentido, estos resultados son producto de un análisis estadístico efectuado a los datos obtenidos en el trabajo de campo, es decir, en la aplicación de los dos instrumentos de colecta de datos, por lo que dichos resultados son fidedignos y son asumidos por el investigador en su integridad. Al adoptar los resultados por el investigador significa que se adoptan las decisiones o resultados que van a beneficiar a la población y muestra de investigación básicamente y, asimismo, puede ser un referente para el instituto en su conjunto, habida cuenta que la autoestima y el uso de redes sociales son variables académicas que tiene mucho que ver con la formación del profesional en dicha casa de estudios.

CONCLUSIONES

01. Los resultados de la investigación reportan que existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima en los estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. Es decir, al tenerse un grado de relación estadísticamente significativa (0,08) entre ambas variables, se concluye que la autoestima que en términos generales se encuentra normal en los estudiantes, no está en directa relación con el uso de redes sociales, puesto que no se ha observado adicción al respecto, al menos en la mayoría de los universitarios.

02. Mediante la investigación también se puede demostrar la existencia de relación estadísticamente significativa entre la variable: uso de redes sociales de Internet y las dimensiones. Así, existe relación positiva y significativa entre el uso de las redes sociales y la autoestima general (0,076); es decir, la autoestima general tiene que ver con el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes.

03. Los resultados de la investigación también reportan que existe relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima social (0,086), lo que indica que el nivel de autoestima social (nivel medio) tiene que ver con el empleo de las redes sociales.

04. De otro lado, mediante los resultados de la investigación también se reportan que existe relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima académica (0,078), lo que indica que la autoestima académica está en directa relación con el empleo de las redes sociales.
05. Los resultados de la investigación además reportan la existencia de una relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima hogar – padres (0,068), lo que indica que la autoestima hogar – padres está en directa relación con el empleo de las redes sociales.
06. Finalmente, se ha podido demostrar que hay relación directa y estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima referida a la escala de mentiras académica (0,070), lo que indica que la autoestima de esta escala de mentiras está en directa relación con el empleo de las redes sociales.

RECOMENDACIONES

01. Se recomienda a las autoridades del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, específicamente de la Carrera de Profesional de Computación e Informática a impartir charlas referidas al buen uso de las redes sociales de Internet a fin de no crear adicción en los estudiantes. Si bien con la investigación se reporta adicción, y adicción media, en la mayoría de estudiantes, sin embargo, es preciso realizar trabajos de para minimizar dicha adicción.

02. Se recomienda a los docentes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP a incidir más el trabajo de orientación y capacitación a los estudiantes referidos al buen uso de las redes sociales de Internet y la importancia del desarrollo de la autoestima, como componentes esenciales de la formación académica. Para ello es preciso realizar charlas, acciones de tutoría, entre otros.

03. Se recomienda, a los docentes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP a incidir más el trabajo de orientación y capacitación a los estudiantes en el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima social y hogar-padres como mecanismo importante para su desarrollo personal, académico y en su entorno socio relacional.

04. Se recomienda, a los docentes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP a incidir más el trabajo de orientación y capacitación a los estudiantes en el uso de las redes sociales de Internet y la autoestima académica como componente sustancial para su desarrollo profesional.
05. Se recomienda, a los docentes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP a incidir más el trabajo de orientación y capacitación a los estudiantes en el uso de las redes sociales de Internet y la escala de mentiras con el fin de mejorar en su desarrollo personal y académico.
06. Se recomienda a los estudiantes en general de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP a no abusar de las redes sociales de Internet, sino emplearlo especialmente para asuntos académicos, laborales, culturales, etc., puesto que se ha demostrado que podría repercutir negativamente en su formación profesional. Además, es importante que no reemplacen las actividades sociales por las redes sociales de Internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almanza, S. y Pillón, SC. (2004). Programa para fortalecer factores protectores que limitan el consumo de tabaco y alcohol en estudiantes de educación media. *Revista Latinoamericana Enfermagem*, 12: 324-32.
- Alonso, M., et al. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División de Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). Disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81723105>
Fecha de acceso: 15 de octubre del 2012.
- Alonso, H. y López, I. (2008). *Adaptando asignaturas al EEES: el caso de Teoría y Técnica de la Publicidad*. In Rodríguez, I. (Ed.). El nuevo perfil del profesor universitario en el EEES. Claves para la renovación metodológica. Valladolid: Universidad Europea Miguel de Cervantes.
- Alonso, M.H. y Muñoz de Luna, A.B. (2010). *Uso de las nuevas tecnologías en la docencia de Publicidad y Relaciones Públicas*, en Sierra, J. & Sotelo, J. (Coords.). *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación*. Madrid: Fragua; 348-358.
- Aminaha, C. (1993). *Cómo desarrollar la autoestima en los adolescentes*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Armstrong, L., Phillips, J. G. & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53, 4, 537-550.
- Balaguer, R. (2003). *Internet: un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo: Ediciones Trilce.

- Barría G., Y.J., Calabrano V., A.C., Flores C., C.S., Muñoz V., P. y Osorio V., K.A. (2002). Estrés laboral. Estudio sobre percepción de profesoras del primer año básico de escuelas municipales urbanas de Punta Arenas. *Revista de Enfermería de Chile*, n° 120.
- Branden, N. (2004). *Cómo mejorar su autoestima*. (14° ed.). Barcelona: Paidós.
- Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Barcelona: Paidós.
- Brito, J.G. Laaser, W. Toloza, E.A. (2012). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *RED, Revista de Educación a Distancia*, n° 32.
- Castells, M. (2002). *La era de la información. Vol. I: La Sociedad Red*. México: Siglo XXI Editores.
- Castillón, S. (2011). *Adicción a las Redes Sociales*. Disponible en: <http://www.camguasave.info/investigaciones/indisciplina-en-las-aulas/que-es-una-red-social>. Fecha de acceso: 12 de octubre del 2012.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of self Esteem*. University of California, Davis. San Francisco:W.H.Freeman and Company.
- Crocker, J. y Wolfe, C. (2001). Contingencies of self-worth. *Psychological Review*, 108, 593-623.
- Cruzado, L., Matos, L. & Kendall, R. (2006). *Adicción a Internet: Perfil clínico y epidemiológico de pacientes hospitalizados en un instituto nacional de salud mental*. *Revista Médica Herediana*, 17(4), 196-205.

De la Torre, A. (2009). Nuevos perfiles en el alumnado: la creatividad en nativos digitales competentes y expertos rutinarios. *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 6, 1; 9.

De Mézerville, G. (2004). *Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés*. México: Trillas.

Echeverría, J. (2000). *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janes Editores S. A.

Ellison, N., Steinfield, Ch. y Lampe, C. (2007). "The benefits of Facebook 'friends': social capital and college students' use of online social network sites". *Journal of computer-mediated communication*, vol. 12, nº 4.

Espuny, C., *et al.* (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 8, 1; 171-185.

Flores, V. (2009). *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*. Disponible en:
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2843/b15573680.pdf?sequence=1>. Fecha de acceso: 12 de octubre del 2012.

Gamarra Sánchez, M., Rivera Tejada, H., Alcalde Giove, M. y Cabello Vargas, D. (2008). *Estilo de vida, autoestima y apoyo social en estudiantes de Enfermería*. (Tesis de maestría). Trujillo. Universidad César Vallejo.

García, V. (2005). *Autoestima*. Recuperado el 22 de diciembre del 2012 de:
www.pino.pntic.mec./recursos/infantil/salud/autoestima.htm.

- González, N., Valdez, J. y Serrano, J. (2003). Autoestima en jóvenes universitarios. *Ciencia Ergo Sum. Revista Científica Multidisciplinaria de la Universidad Autónoma del Estado de México*; 10:173-179.
- Güell, M. y Muñoz, J. (2000). *Desconóctete a ti mismo. Programa de alfabetización emocional*. Barcelona: Paidós.
- Haeussler, I. y Milicic, N. (1995). *Confiar en uno mismo. Programa de desarrollo de la autoestima*. Santiago: Dolmen.
- Havenstein, H. (2007). "CIOs use web 2.0 to keep up with competition: study". Computerworld. Extraído el 21 de diciembre del 2012 de: <http://computerworld.co.nz/news>.
- Herrera Harfuch, M., Pacheco Murguía, M.P., Palomar Lever, J. y Zavala Andrade, D. (2010). *La adicción a facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales*. (Tesis de maestría). Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Imbernón, F.; Silva, P. y Guzmán, C. (2011). Competencias en los procesos de enseñanza-aprendizaje virtual y semipresencial. *Revista Comunicar*, 36; 107-114.
- Jadue, G. (2001). *Estudios pedagógicos*. Recuperado el 14 de diciembre del 2012 de: <http://www.scielo.php?pid=50718-0705200100010008script=sci-arttext>.
- Jimenez, L. & Pantoja, A. V. (2007). Autoestima y relaciones Interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología-Segunda Época*, 26(1), 78- 89.
- Levy, M. (2009). "Web 2.0 implications on knowlegde management". *Journal of knowledge management*, vol. 13, n°. 1, pp. 120-134.

- Loli Pineda, A. y López Vega, E. (2002). *La autoestima y los valores organizacionales en estudiantes universitarios y no estudiantes universitarios de Lima*. (Tesis de maestría). Lima: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Matud, M. (2004). Autoestima en la mujer: Un análisis de relevancia en la salud. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 22:129-140.
- Molina, M., Baldares, T. y Maya, A. (1996). *Fortalezcamos la autoestima y las relaciones interpersonales*. San José: Impresos Sibaja.
- Naranjo Pereira, M.L. (2007). *Autoestima: Un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo*. (Tesis de maestría). San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Navarro, A. & Jaimes, G. (2007). Adicción a Internet, revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 26 (4), 691- 700.
- Navarro, E., Tomás, J.M. y Oliver, A. (2006). Factores personales, familiares y académicos en niños y adolescentes con baja autoestima. *Boletín de Psicología*, 88, 7-25.
- Niemz, K., Griffiths, M. & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology&Behavior*, 8 (6), 562-570.
- Olivares, M.M., Sequeira, N., Solano, M. y Vargas, R.M. (1998). *Programa de orientación personal para el fortalecimiento de la autoestima en docentes*. (Tesis de maestría). San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

- Organización Panamericana de Salud (2004). *Base de datos de Línea de diferencias e inequidades de género en la salud*. México: Interamericana.
- Pardo, G., Sandoval, A. y Umbarilaz, D. (2004). Adolescencia y depresión. *Revista Colombiana de Psicología*; 13:13-28.
- Park, L.E. y Maner, J.K. (2009). Does self-threat promote social connection? The role of self-esteem and contingencies of self-worth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 203-217.
- Parra Castrillón, E. (2010). *Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios*. (Tesis de maestría). Medellín, Colombia: *Revista anagramas*, vol. 9, N° 17, pp. 107-116 - ISSN 1692-2522 - Julio-diciembre.
- Peradotto, P., Vargas, J. & Valdivia, R. (2005). Autoestima y refuerzo en estudiantes de 5° básico de una escuela de alto riesgo. *Revista anales de psicología*, 21 (1), 102- 115.
- Quintero, C. (2010). *Rasgos significativos en la adolescencia*. Bogotá:Espacio Educativo, 11, CEDAL.
- Rice, P. (2000). *Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura*. Madrid: Prentice Hall.
- Rojas, E. (2007). *¿Quién eres?* Madrid: Ediciones Temas de Hoy S.A., ISBN: 978-84, p. 330-331.
- Ross, M. (2009). *Evolución de los servicios de Redes Sociales en Internet*. Disponible en: <http://www.documentalistaenredado.net/contenido/2009/art-ros-redes-sociales.pdf>. Fecha de acceso: 12 de octubre del 2012.

- Salas, R. (2003). *¿La educación necesita realmente de la neurociencia?* Estudios Pedagógicos, (29), 155-171.
- Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. México: Mc Graw Hill.
- Schneckenberg, D. (2009). "Web 2.0 and the empowerment of the knowledge worker". Journal of knowledge management, vol. 13, n°. 6, pp. 509-520.
- Siemens, G. (2004). "Connectivism: a learning theory for the digital age". Elearnspaceeverythingelearning. Extraído el 15 de diciembre del 2012 de: <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
- Torres Acuña, W.J. (2003). *Utilización de Internet y el bienestar psicológico en estudiantes universitarios de alto y bajo nivel de acceso a la tecnología de información por computadora*. (Tesis de Doctorado). Lima: Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Valerio-Ureña, G. (2010). *E-learning 2.0 y el impacto de las redes sociales en línea en los estudiantes universitarios*. (Tesis doctoral). México: Universidad Virtual Tecnológico de Monterrey.
- Vildoso Gonzáles, V.S. (2003). *Influencia de los hábitos de estudio y la autoestima en el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Agronomía de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman*. (Tesis de maestría). Lima: Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Vildoso Villegas, J.Y. (2002). *Influencia de la autoestima, satisfacción con la profesión elegida y la formación profesional en el coeficiente intelectual de los estudiantes del tercer año de la Facultad de Educación*. (Tesis de maestría). Lima: Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Villota, O. (2006). Redes del conocimiento y la creatividad. *Cultura mediática. Internet y Televisión. Crítica y creatividad*. Bogotá: CEDAL.

Zea, C. y Atuesta, R. (2008) *Hacia una comunidad interactiva educativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.

ANEXOS



Anexo 1: Instrumento para medir la autoestima

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE EDUCACIÓN**

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN – PUERTO MALDONADO

**INSTRUMENTO PARA MEDIR LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE
COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA DEL INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO PRIVADO TELESUP**

Este cuestionario está diseñado para medir como se siente como usted mismo. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Por favor se recomienda que conteste cada pregunta la más cuidadosa y acertadamente posible calificándolo de 1 al 4 según la siguiente categoría:

Valoración:

1 = SI

2 = NO

| N° | SITUACION | ESCALA | |
|----|---|--------|----|
| 01 | Evito pasar mucho tiempo soñando despierto. | SI | NO |
| 02 | Estoy seguro de mí mismo. | SI | NO |
| 03 | Deseo frecuentemente ser otra persona. | SI | NO |
| 04 | Soy simpático. | SI | NO |
| 05 | Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos. | SI | NO |
| 06 | Nunca me preocupo por nada | SI | NO |
| 07 | No me abochorno frente al salón para hablar. | SI | NO |
| 08 | No deseo ser más joven, me siento bien. | SI | NO |
| 09 | Hay muchas cosas acerca de mí mismo que me gustaría cambiar si pudiera. | SI | NO |
| 10 | Puedo tomar decisiones fácilmente. | SI | NO |
| 11 | Mis amigos gozan cuando están conmigo. | SI | NO |
| 12 | Evito incomodarme en casa fácilmente. | SI | NO |
| 13 | Siempre hago lo correcto. | SI | NO |

| | | | |
|----|---|----|----|
| 14 | Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela). | SI | NO |
| 15 | Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer. | SI | NO |
| 16 | No me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas. | SI | NO |
| 17 | No me arrepiento de las cosas que hago. | SI | NO |
| 18 | Soy popular entre mis compañeros de mi misma edad. | SI | NO |
| 19 | Usualmente mis padres consideran mis sentimientos. | SI | NO |
| 20 | Nunca estoy triste | SI | NO |
| 21 | Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo. | SI | NO |
| 22 | No me doy por vencido fácilmente. | SI | NO |
| 23 | Usualmente puedo cuidarme a mí mismo. | SI | NO |
| 24 | Me siento suficientemente feliz. | SI | NO |
| 25 | Preferiría jugar con amigos contemporáneos que yo. | SI | NO |
| 26 | Mis padres esperaban demasiado de mí. | SI | NO |
| 27 | Me gustan todas las personas que conozco. | SI | NO |
| 28 | Me gusta que el profesor me pregunte en clase. | SI | NO |
| 29 | Me entiendo a mí mismo. | SI | NO |
| 30 | No me cuesta comportarme como en realidad soy. | SI | NO |
| 31 | Las cosas en mi vida no están muy complicadas. | SI | NO |
| 32 | Los demás casi siempre siguen mis ideas. | SI | NO |
| 33 | Me prestan mucha atención en casa. | SI | NO |
| 34 | Nunca me regañan. | SI | NO |
| 35 | Estoy progresando en mis clases como me gustaría. | SI | NO |
| 36 | Puedo tomar decisiones y cumplirlas. | SI | NO |
| 37 | Realmente me gusta ser un como soy | SI | NO |
| 38 | No tengo una mala opinión de mí mismo. | SI | NO |
| 39 | Me gusta estar con otra gente. | SI | NO |
| 40 | No me gustaría irme de casa. | SI | NO |
| 41 | Nunca soy tímido. | SI | NO |
| 42 | No me incomoda la universidad. | SI | NO |
| 43 | No me avergüenzo de mí mismo. | SI | NO |

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



Anexo 2: Instrumento para medir el uso de redes sociales

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS FACULTAD DE EDUCACIÓN

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN – PUERTO MALDONADO

INSTRUMENTO PARA MEDIR USO DE REDES SOCIALES EN INTERNET EN
ESTUDIANTES COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA DEL INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO PRIVADO TELESUP

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar el uso de las redes sociales en Internet por parte de estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. El instrumento mide las siguientes dimensiones: sustitución, pérdida de control, anticipación, reconocimiento de falta de control y evasión.

Instrucciones: Estimado estudiante, por favor debes marcar una de las alternativas de la escala, con una equis o encerrar en un círculo, con la veracidad que caracteriza tu persona. La escala es como sigue:

Siempre = 3
Muy a menudo = 2
Ocasionalmente = 1
Nunca = 0

| ÍTEMES | VALORACIÓN | | | |
|--|------------|---|---|---|
| | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 1. ¿Con qué frecuencia le ha resultado difícil dejar de usar Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 2. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet a pesar de sus esfuerzos de no hacerlo? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 3. ¿Con qué frecuencia otras personas le han sugerido que use menos el Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 4. ¿Con qué frecuencia prefiere usar Internet en lugar de pasar tiempo con otras personas? | 3 | 2 | 1 | 0 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5. ¿Con qué frecuencia duerme poco por estar usando Internet hasta tarde? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 6. ¿Qué tan seguido piensa en Internet, aun cuando no está conectado? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 7. Una vez que ya se desconectó, ¿Con qué frecuencia piensa en cuando volverá a conectarse? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 8. ¿Ha pensado que debe usar menos Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 9. ¿Ha fracasado en tratar de usar menos el Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 10. ¿Con qué frecuencia va rápidamente a su casa o trabajo con el fin de conectarse a Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 11. ¿Con qué frecuencia interfiere Internet en el cumplimiento de sus obligaciones cotidianas? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 12. Cuando se siente mal anímicamente, ¿Se conecta a Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 13. ¿Qué tan seguido usa Internet para escapar de sentimientos negativos? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 14. ¿Con qué frecuencia se ha sentido frustrado o irritado por no poder usar Internet? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 15. ¿Con qué frecuencia prefiere estar en Internet que pasar tiempo con su pareja? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 16. ¿Con qué frecuencia prefiere estar en Internet que asistir a algún evento social? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 17. ¿Con qué frecuencia piensa que la vida sin Internet sería aburrida, vacía y triste? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 18. ¿Ha actuado agresivamente hacia los demás porque lo interrumpen cuando está en línea? | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 19. ¿Con qué frecuencia prefiere quedarse en casa conectado a Internet con sus amigos o familiares a algún lugar? | 3 | 2 | 1 | 0 |

Anexo 3: Matriz de consistencia

TÍTULO: Uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Profesional de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, 2014.

| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES Y DIMENSIONES | POBLACIÓN Y MUESTRA | METODOLOGÍA |
|--|--|--|---|--|--|
| <p>General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014?</p> <p>Específicos</p> <p>a) ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto</p> | <p>General</p> <p>Determinar la relación que existe entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.</p> <p>Específicos</p> <p>a) Establecer la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>b) Determinar la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima social en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto</p> | <p>General</p> <p>H_a: Existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.</p> <p>H₀: No existe relación directa ni significativa entre el uso de las redes sociales en Internet y niveles de autoestima en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP, año 2014.</p> <p>Específicas</p> <p>H₁: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima general en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>H₂: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la</p> | <p>Variable X: Uso de redes sociales de Internet</p> <p><u>Dimensiones:</u> X₁: Sustitución X₂: Pérdida de control X₃: anticipación X₄: Reconocimiento de falta de control X₅: Evasión</p> <p>Variable Y: autoestima en estudiantes</p> <p><u>Dimensiones:</u> Y₁: Autoestima general Y₂: Autoestima social Y₃: Autoestima académica Y₄: Autoestima hogar – padres Y₅: Escala de mentiras</p> | <p>La población está conformada por 500 estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP-filial Puerto Maldonado.</p> <p>La muestra estará representada por 90 estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP. El tamaño de muestra se elige de manera intencional no probabilística.</p> | <p>Corresponde al tipo de investigación básica</p> <p>Asume el diseño descriptivo correlacional, cuyo diagrama es como sigue:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <pre> graph LR M --- Ox M --- Oy Ox --- r --- Oy </pre> </div> <p>Donde:</p> <p>M : muestra de investigación</p> <p>O_x: Observación de la variable: Uso de redes sociales</p> <p>r : coeficiente de correlación</p> <p>O_y: Observación de la variable: Autoestima en estudiantes</p> |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <p>Superior Tecnológico Privado TELESUP?</p> <p>c) ¿Existe relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?</p> <p>d) ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?</p> <p>e) ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP?</p> | <p>Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>c) Conocer la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>d) Establecer la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>e) Determinar la relación entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> | <p>autoestima social en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>H₃: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la autoestima académica en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>H₄: El uso de redes sociales en Internet se relaciona directa y significativamente con la autoestima hogar – padres en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> <p>H₅: Existe una relación directa y significativa entre el uso de redes sociales en Internet y la escala de mentiras en estudiantes de la Carrera de Computación e Informática del Instituto Superior Tecnológico Privado TELESUP.</p> | | | |
|---|--|--|--|--|--|

Matriz de validación

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del informante : GUEVARA DUAREZ, MANUEL FELIPE
 1.2 Cargo e institución donde labora : UNAMAD, UAP.
 1.3 Nombre del instrumento sujeto a validación : Uso de Redes Sociales en Internet en estudiantes
 1.4 Autor del instrumento : Bach. Jan Carlos Enriquez Mora

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE | | | | REGULAR | | | | BUENA | | | | MUY BUENA | | | | EXCELENTE | | | |
|--------------------|---|------------|----|----|----|---------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|-----|
| | | 0 - 20 | | | | 21 - 40 | | | | 41 - 60 | | | | 61 - 80 | | | | 81 - 100 | | | |
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| 1. CLARIDAD | Está redactado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en capacidades observables | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Establece contenidos respecto a redes sociales en internet | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica en la presentación de ítems | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos de cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar uso de las redes sociales en internet | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos y científicos | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y dimensiones | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: .El instrumento es válido y puede ser aplicado a la muestra de investigación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **80%**

Puerto Maldonado, 14 de Diciembre del 2014

Firma del experto informante

Matriz de validación

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del informante : GALLEGOS RAMOS, NESTOR ANTONIO
 1.2 Cargo e institución donde labora : UNAMAD.
 1.3 Nombre del instrumento sujeto a validación : Uso de Redes Sociales en Internet en estudiantes
 1.4 Autor del instrumento : Bach. Jan Carlos Enriquez Mora

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

| INDICADORES | CRITERIOS | DEFICIENTE | | | | REGULAR | | | | BUENA | | | | MUY BUENA | | | | EXCELENTE | | | |
|--------------------|---|------------|----|----|----|---------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|-----|
| | | 0 - 20 | | | | 21 - 40 | | | | 41 - 60 | | | | 61 - 80 | | | | 81 - 100 | | | |
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 |
| | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |
| 1. CLARIDAD | Está redactado con lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en capacidades observables | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 3. ACTUALIDAD | Establece contenidos respecto a redes sociales en internet | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica en la presentación de ítems | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos de cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar uso de las redes sociales en internet | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos y científicos | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y dimensiones | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: .El instrumento es válido y puede ser aplicado a la muestra de investigación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: **80%**

Puerto Maldonado, 14 de Diciembre del 2014

Firma del experto informante

FOTOS: APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS







UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS

"Año de la Integración Nacional y el Reconocimiento de Nuestra Diversidad"

"Madre de Dios Capital de la Biodiversidad del Perú"

FACULTAD DE EDUCACIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN EN LA ESPECIALIDAD DE MATEMÁTICA Y COMPUTACIÓN.

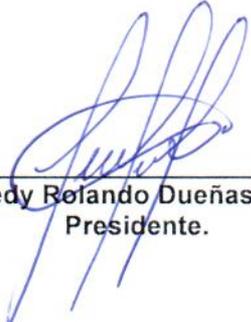
En el anfiteatro del segundo piso de la Ciudad Universitaria, de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, siendo las dieciocho horas del día martes veintidós de diciembre del año 2015, se reunió el jurado calificador integrado por:

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| Dr. Fredy Rolando, DUEÑAS LINARES | Presidente. |
| Mg. María Isabel, PUMA CAMARGO | Miembro. |
| Abg. Shelni Ady KUENTAS ARAGÓN | Miembro |

Seguidamente se inició con la sustentación oral de la tesis denominado: "USO DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET Y NIVELES DE AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO TELESUP – 2014", DE LA CARRERA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN ESPECIALIDAD: MATEMÁTICA Y COMPUTACIÓN – 2015", presentado por el bachiller: Jan Carlos, ENRIQUEZ MORA.

Los señores miembros de jurado, después de haber atendido la sustentación y evaluada las respuestas a las preguntas formuladas, y terminada la réplica, proceden a debatir entre sí, reservada y liberadamente, declaran al aspirante: **Jan Carlos, ENRIQUEZ MORA.** (Aprobado/Desaprobado) aprobado por unanimidad (Unanimidad/Mayoría), con el calificativo de diecisiete equivalente a Muy bueno (Sobresaliente/Muy Bueno/Bueno/Aprobado/Desaprobado). Posteriormente se notificó a la aspirante en forma pública el resultado final de la calificación.

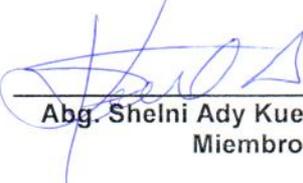
Finalizando todo el acto de sustentación oral, los miembros del jurado procedieron a firmar el acta, siendo las diecinueve horas del mismo día, con lo que se dio por concluido el proceso.



Dr. Fredy Rolando Dueñas Linares
Presidente.



Mg. María Isabel Puma Camargo
Miembro.



Abg. Shelni Ady Kuentas Aragón
Miembro.