

**Impacto del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno  
de la institución educativa instituto técnico agroindustrial de la Amazonia en Florencia -  
Caquetá**

Laura Alejandra Aguirre Montealegre

Lisnardi Julieth Bedoya Orozco

Erika Tatiana Camacho Torres

Asesor

Diana María Ramírez Otalvaro

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidad ECSAH

Psicología

2024

### **Dedicatoria**

Agradezco, especialmente, el amor, cuidado y apoyo a mis padres y seres queridos, quienes han sido mi fuente de inspiración y motivación en este largo y emocionante camino. A ellos, gracias por hacer de mí una mejor persona, los amo. También quiero expresar mi gratitud a todos aquellos que han creído en mí y en mi capacidad para alcanzar este logro. Este proyecto de investigación es un testimonio de su fe y confianza en mí.

## **Agradecimientos**

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todos los que han contribuido de manera significativa a la realización de este proyecto de investigación, el cual representa no solo un logro personal, sino también el resultado del trabajo en equipo y la colaboración constante. En primer lugar, agradezco de todo corazón a Dios por iluminar mi camino y darme la fuerza necesaria para enfrentar los desafíos que surgieron a lo largo de esta ardua empresa. Mi gratitud eterna se dirige también a mi familia, cuyo apoyo incondicional, comprensión y aliento constante han sido fundamentales en cada paso de este recorrido académico y profesional.

Asimismo, deseo expresar mi profundo agradecimiento a la Magister Diana Maria Ramirez Otalvaro, por su invaluable guía, mentoría y dedicación durante todo el proceso investigativo. Su compromiso con la excelencia ha sido una fuente inagotable de inspiración y motivación para alcanzar los más altos estándares en la elaboración de este trabajo. Agradezco también a cada uno de los participantes y colaboradores que generosamente compartieron su tiempo, conocimientos y experiencias, enriqueciendo así el contenido y la calidad de esta investigación. A todos aquellos que, de alguna u otra forma, contribuyeron a hacer posible la culminación de este proyecto, les dejo mi más sincero reconocimiento y gratitud. Sin su apoyo incondicional, dedicación y confianza, este logro colectivo no habría sido posible. Que sus nombres y esfuerzos queden grabados en este trabajo como una muestra de mi eterno agradecimiento por haber formado parte de este importante capítulo en mi formación académica y profesional.

## Resumen

Las redes sociales forman parte esencial de la vida cotidiana de los adolescentes y pueden influir significativamente en su autoestima. Esta investigación tiene como objetivo determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de noveno grado del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia, Caquetá. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño explicativo, evaluando a 25 estudiantes mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg y una encuesta cerrada de opción múltiple para analizar la relación entre el tiempo de exposición a redes sociales y los niveles de autoestima. Los resultados indican que la mayoría de los participantes dedica más de cinco horas diarias a las redes sociales y que el 60% reportó sentirse poco satisfecho consigo mismo tras ver publicaciones de otros. La Escala de Rosenberg reveló que, aunque el nivel promedio de autoestima fue medio, una parte significativa de los estudiantes presentó niveles bajos, evidenciando sentimientos de inutilidad y falta de orgullo personal. Comparando estos hallazgos con estudios previos, se observa que el uso intensivo de redes sociales está asociado con una disminución en la autoestima, mientras que un uso moderado parece mitigar estos efectos. Finalmente, la socialización de los resultados en la comunidad educativa busca generar conciencia sobre la importancia de un uso equilibrado de las plataformas digitales para el bienestar emocional de los adolescentes.

***Palabras clave:*** Redes sociales, autoestima, adolescencia, impacto, efectos.

### **Abstract**

Social networks are an essential part of the daily lives of adolescents and can significantly influence their self-esteem. This research aims to determine the impact of the use of social networks on the self-esteem of ninth grade students of the Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonia in Florencia, Caquetá. A quantitative approach with an explanatory design was used, evaluating 25 students using the Rosenberg Self-Esteem Scale and a closed multiple-choice survey to analyze the relationship between time of exposure to social networks and self-esteem levels. The results indicate that the majority of participants spend more than five hours a day on social networks and that 60% reported feeling dissatisfied with themselves after seeing others' posts. The Rosenberg Scale revealed that, although the average level of self-esteem was medium, a significant portion of the students presented low levels, evidencing feelings of worthlessness and lack of personal pride. Comparing these findings with previous studies, it is observed that intensive use of social networks is associated with a decrease in self-esteem, while moderate use seems to mitigate these effects. Finally, the socialization of the results in the educational community seeks to raise awareness about the importance of a balanced use of digital platforms for the emotional well-being of adolescents.

**Keywords:** Social networks, self-esteem, adolescence, impact, effects.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	14
Planteamiento del Problema .....	16
Justificación .....	18
Objetivos .....	20
Objetivo General .....	20
Objetivos Específicos.....	20
Marco Conceptual.....	21
Redes Sociales.....	21
Metodología .....	26
Tipo Investigación.....	26
Enfoque de Investigación .....	26
Diseño de la Investigación .....	26
Fases .....	26
Planificación .....	26
Pregunta de Investigación .....	27
Revisión de la Literatura .....	27
Desarrollo del Protocolo de Investigación .....	27
Fase de Diseño y Preparación .....	27
Selección de la Muestra.....	27
Elaboración de Instrumentos. ....	27
Fase de Recolección de Datos.....	27
Fase de Análisis de Datos .....	28

Fase de Interpretación y Conclusiones.....	28
Interpretación de Resultados .....	28
Formulación de Conclusiones .....	28
Limitaciones Potenciales.....	28
Población y Muestra.....	28
Población.....	28
Muestra.....	28
Criterios de Inclusión .....	29
Criterios de Exclusión.....	29
Instrumentos.....	29
Aspectos Éticos .....	29
Cronograma.....	30
Resultados.....	31
Análisis de Resultados de la Encuesta .....	31
Definición de Categorías.....	31
Primera Categoría:.....	31
Gráficas y Estadísticas.....	31
Interpretación .....	31
Interpretación .....	32
Interpretación .....	33
Interpretación .....	34
Interpretación .....	34
Interpretación .....	35

Interpretación .....	36
Interpretación .....	36
Interpretación .....	37
Escala de autoestima de Rosenberg .....	38
Resultados generales (nivel de autoestima).....	38
Interpretación .....	39
Interpretación .....	39
Interpretación .....	40
Interpretación .....	41
Interpretación .....	41
Interpretación .....	42
Interpretación .....	43
Interpretación .....	43
Interpretación .....	44
Interpretación .....	45
Interpretación .....	45
Definición de Categorías.....	45
Segunda Categoría.....	45
Análisis e Interpretación de Gráficas y Estadísticas.....	45
Encuesta de Redes Sociales .....	45
Escala de Autoestima de Rosenberg .....	46
Discusión de Resultados .....	48
Conclusión .....	50

Referencias Bibliográficas .....	53
Apéndices.....	58

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Cronograma del Plan de Trabajo</i> .....	30
--	----

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 1</i> .....	31
<b>Figura 2</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 2</i> .....	32
<b>Figura 3</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 3</i> .....	33
<b>Figura 4</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 4</i> .....	33
<b>Figura 5</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 5</i> .....	34
<b>Figura 6</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 6</i> .....	35
<b>Figura 7</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 7</i> .....	35
<b>Figura 8</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 8</i> .....	36
<b>Figura 9</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 9</i> .....	37
<b>Figura 10</b> <i>Encuesta de Redes Sociales Pregunta 10</i> .....	37
<b>Figura 11</b> <i>Resultado General Escala de Autoestima de Rosenberg 1</i> .....	38
<b>Figura 12</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 1 En general estoy satisfecho/a conmigo mismo/a</i> .....	39
<b>Figura 13</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 2. A veces pienso que soy bueno/a para nada</i> .....	40
<b>Figura 14</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 3. Creo que tengo buenas cualidades</i> .....	40
<b>Figura 15</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 4 Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas</i> .....	41
<b>Figura 16</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 5 Pienso que tengo muchas cosas de las cuales sentirme orgulloso/a</i> .....	42
<b>Figura 17</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 6 A veces me siento inútil</i> .....	42

<b>Figura 18</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 7 Creo que soy una persona igual de valiosa a la mayoría de la gente .....</i>	43
<b>Figura 19</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 8. Quisiera respetarme más a mí mismo/a .....</i>	44
<b>Figura 20</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 9 Tiendo a pensar que soy un fracasado/a. ....</i>	44
<b>Figura 21</b> <i>Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 10 Tengo una visión positiva sobre mí mismo/a. ....</i>	45

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A</b> <i>Presentación en la Institución</i> .....	58
<b>Apéndice B</b> <i>Consentimiento Informado</i> .....	59
<b>Apéndice C</b> <i>Escala de Rosenberg</i> .....	60
<b>Apéndice D</b> <i>Encuesta de selección múltiple</i> .....	61
<b>Apéndice E</b> <i>Resumen Analítico Especializado</i> .....	64

## Introducción

En el marco de la psicología, la adolescencia es reconocida como una etapa crucial en el desarrollo emocional, social y cognitivo, donde la construcción de la autoestima juega un papel determinante en la configuración de la identidad personal. En esta etapa, los adolescentes son especialmente susceptibles a las influencias del entorno, incluidas las redes sociales, que hoy en día forman parte integral de su vida diaria. Según Moreira de Freitas et al. (2021), el uso intensivo de estas plataformas puede generar impactos significativos en la salud mental de los jóvenes, afectando aspectos como su autopercepción y bienestar emocional.

Desde una perspectiva psicológica, las redes sociales no solo constituyen un medio para interactuar y compartir experiencias, sino también un espacio donde los adolescentes se exponen a comparaciones sociales constantes, que influyen en su autoimagen. Soria y Villegas-Villacres (2024) señalan que estas comparaciones, muchas veces con estándares irreales de éxito y belleza, pueden contribuir al desarrollo de insatisfacción personal y una baja autoestima, elementos clave en el abordaje psicológico de esta problemática.

Este proyecto de grado, desarrollado como parte de la formación en psicología, tiene como propósito principal analizar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, en Florencia, Caquetá. A través de la Escala de Autoestima de Rosenberg y una encuesta cerrada, se exploran no solo los niveles de autoestima de estos adolescentes, sino también la relación entre el tiempo de exposición a redes sociales y su percepción personal. Fernández y Peña (2020) destacan que el estudio de estas dinámicas es fundamental para entender los retos psicológicos que enfrentan los jóvenes en el contexto digital actual.

La psicología como disciplina tiene un compromiso con el desarrollo integral de las

personas, y este proyecto busca no solo comprender cómo las redes sociales afectan la autoestima, sino también generar conciencia en la comunidad educativa sobre la importancia de fomentar prácticas digitales saludables. De acuerdo con Ruales y Núñez (2021), implementar programas educativos y de apoyo emocional puede ayudar a los adolescentes a construir una autoestima sólida y resiliente frente a las presiones del entorno digital. Este estudio, por tanto, pretende contribuir al abordaje psicológico de una problemática contemporánea, ofreciendo herramientas teóricas y prácticas para el bienestar emocional de los adolescentes.

## Planteamiento del Problema

En el Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, se ha observado un notable desconocimiento sobre el impacto que el uso de redes sociales puede tener en la autoestima de los adolescentes. Esta situación es especialmente preocupante, considerando que los jóvenes utilizan estas plataformas de manera activa en su vida cotidiana. La orientadora de la institución ha expresado su inquietud respecto a diversas problemáticas que surgen entre los estudiantes, tales como la distracción académica y el efecto que las redes sociales pueden tener en la autoestima y la salud emocional de los adolescentes. Este fenómeno no solo afecta el rendimiento académico, sino que también puede contribuir a la formación de una autoimagen distorsionada y a la comparación social, elementos que pueden deteriorar la autoestima de los jóvenes.

En la actualidad, el uso de redes sociales es extremadamente alto, especialmente durante la adolescencia, con un número de horas y frecuencia de uso que resulta considerable. Según Cipolletta et al. (2020), citado por Andrade-Vargas et al. (2021), los adolescentes constituyen un grupo social altamente dependiente de las redes sociales, con un 94% de ellos entre 13 y 17 años utilizándolas, y más de la mitad (56%) conectándose varias veces al día. Esto plantea la necesidad de investigar si el uso intensivo de redes sociales tiene algún impacto en la autoestima de los adolescentes.

Un estudio realizado en España por Rodríguez-Suárez et al. (2022) encontró que la exposición a imágenes relacionadas con el cuerpo y la delgadez en redes sociales afecta la autoestima de los participantes, llevándolos a realizar comparaciones con su propia imagen. De manera similar, Ortiz y Ruiz (2022), citados por Buñay y Ordoñez (2024), evidencian que en Colombia existe una problemática significativa en la autopercepción física y la autoestima de los

adolescentes, influenciada por el contenido consumido en redes sociales (p. 17)

Dado el alto uso de redes sociales entre los adolescentes y el impacto que este fenómeno puede tener en su autoestima, es crucial entender mejor cómo estos entornos virtuales influyen en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos. La preocupación de la orientadora del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía sobre la distracción académica y el bienestar emocional de los estudiantes subraya la importancia de este tema. La evidencia sugiere que el contenido al que los adolescentes están expuestos en estas plataformas puede afectar su autoimagen y autoestima, lo que a su vez repercute en su rendimiento escolar y en su desarrollo personal.

Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo afectan el contenido y la interacción en redes sociales a los estudiantes de grado noveno del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía? Esta indagación permitirá profundizar en las dinámicas específicas que influyen en la autoestima de los adolescentes.

#### Formulación del Problema

¿Cómo afectan el contenido y la interacción en redes sociales a los estudiantes de grado noveno del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía?

## Justificación

La adolescencia es una etapa del desarrollo humano marcada por complejos cambios físicos, psicológicos y hormonales. Según Palacios (2019), los adolescentes actuales enfrentan desafíos significativos como la soledad, la dependencia de las redes sociales para la comunicación y socialización, y la virtualización de sus estudios y otros aspectos de su vida. Esta dependencia puede resultar en una desconexión de las interacciones cara a cara, lo que a su vez impacta en su bienestar emocional. La autora destaca la vulnerabilidad de los adolescentes y la necesidad de apoyo y orientación por parte de los adultos para fomentar su desarrollo personal y resiliencia.

En este contexto, es crucial examinar la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos, es decir, su autoestima. Giraldo y Holguín (2017) definen la autoestima como “la apreciación que se tiene sobre sí o sobre las características que lo identifican, construida a partir del afecto y reconocimiento recibido de otras personas.” Esta definición resalta la importancia de las relaciones interpersonales en la formación de la autoestima, así como su naturaleza dinámica, que fluctúa a lo largo del ciclo vital y afecta significativamente el estado de ánimo, la seguridad y el desempeño.

El estudio de la autoestima en adolescentes debe considerar las herramientas que utilizan con frecuencia y su vulnerabilidad frente a ellas, como las redes sociales. Si bien estas plataformas ofrecen ventajas, como la posibilidad de conectarse con otros y acceder a información, también presentan aspectos negativos. Chuquitoma-Cruz (2017) señala que el uso de redes sociales puede provocar sentimientos de culpa, disminución de la autoestima y conductas adictivas, además de afectar el rendimiento académico. Este contexto se vuelve aún más relevante en el Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, donde la interacción

constante en redes puede intensificar estas problemáticas.

Además, el contenido al que los adolescentes están expuestos en redes sociales —como imágenes idealizadas y estándares de belleza poco realistas— puede generar comparaciones sociales que deterioren su autoestima. Investigaciones recientes han demostrado que la exposición a este tipo de contenido está relacionada con un aumento en la insatisfacción corporal y la percepción negativa de uno mismo, lo que puede llevar a consecuencias emocionales y sociales graves.

Por tanto, es fundamental abordar estos temas con una mirada crítica y centrada en la educación y la psicología para entender cómo afectan el contenido y la interacción en redes sociales y determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia – Caquetá. Los resultados permitirán a la comunidad educativa contar con el análisis de los datos recolectados por medio de una socialización y así tener una perspectiva más clara sobre esta problemática.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia – Caquetá.

### **Objetivos Específicos**

Identificar los niveles de autoestima en los estudiantes de grado 9 de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía por medio de la escala de Rosenberg

Analizar la relación entre el uso de las redes sociales y alteración de los niveles de autoestima a los estudiantes del grado noveno la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía por medio una encuesta cerrada de opción múltiple

Socializar los resultados de la investigación a la población educativa de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía

## **Marco Conceptual**

### **Redes Sociales**

“Se pueden entender como sistemas que permiten establecer relaciones de diversas maneras, vale decir construir y fortalecer las redes sociales, además de ser un espacio en el cual se da un intercambio de información” (Pulido et al., 2021, p. 3). A diferencia de las relaciones cara a cara, Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2022) explican que las redes sociales permiten a los adolescentes acceder a una variedad de referentes que no están limitados por la ubicación geográfica o el tiempo. Esto amplía el espectro de influencias y modelos que los jóvenes pueden adoptar, enriqueciéndolos con diversas perspectivas y estilos de vida. Las redes sociales brindan múltiples herramientas para que los usuarios construyan y proyecten la imagen de sí mismos que desean mostrar. A través de imágenes, fotografías y breves historias, los adolescentes pueden elaborar una identidad digital cuidadosamente curada. Las publicaciones y actividades en las redes sociales dejan una "huella digital" que puede ser vista como una narrativa identitaria o un self reflexivo. Esta narrativa se ordena cronológicamente, ofreciendo un registro de la evolución personal del individuo. La persistencia de esta huella digital puede extenderse hasta la vida adulta, exponiendo a los adolescentes a la mirada crítica de instituciones educativas y futuros empleadores. Esta exposición puede tener repercusiones tanto positivas como negativas en su desarrollo personal y profesional.

### ***Autoestima***

Según Villalobos (2019), la autoestima es un concepto complejo que se forma a partir de diversos elementos interrelacionados. Los pensamientos que tenemos sobre nosotros mismos, conocidos como auto diálogo, juegan un papel crucial en su desarrollo. Los pensamientos positivos y de autoafirmación fortalecen la autoestima, mientras que los negativos la debilitan.

Carl Rogers (1951), citado por Villalobos (2019), sostiene que los problemas emocionales de muchas personas provienen de la falta de aceptación hacia sí mismas. Para Rogers, cada individuo tiene un "yo" positivo y auténtico que, lamentablemente, suele estar oculto tras máscaras sociales y personales. Alcanzar el verdadero "yo" es, para él, el mayor logro personal, permitiendo que se exprese plenamente y conduciendo a un desarrollo sano y equilibrado. Por otro lado, Morris Rosenberg (1965), citado por Villalobos (2019), aborda la autoestima desde una perspectiva sociocultural, considerándola una construcción influenciada por la sociedad y la cultura, reflejando cómo las personas se ven a sí mismas dentro de su contexto social. Rosenberg también desarrolló una escala de autoestima que es clave para entender cómo las personas valoran su propio ser en función de estas influencias. Nathaniel Branden (1994), citado por Villalobos (2019), en su enfoque, considera que la autoestima combina la confianza en las propias capacidades y el respeto por uno mismo, resaltando que se construye sobre el reconocimiento del propio valor y la creencia en la capacidad de alcanzar objetivos.

### ***Adolescencia***

Pérez y Santiago (2002) definen la adolescencia como una etapa del desarrollo humano caracterizada por profundas transformaciones físicas, emocionales y sociales. En este período, los individuos transitan desde la niñez hacia la adultez, enfrentándose a cambios biológicos asociados al desarrollo puberal, así como a la construcción de su identidad personal y social. Pérez y Santiago subrayan que este proceso está influenciado tanto por factores internos, como las características individuales, como por factores externos relacionados con el entorno familiar, cultural y social. Por tanto, la adolescencia no solo implica una serie de adaptaciones biológicas, sino también la integración de nuevas habilidades y roles que preparan al individuo para la vida adulta.

***Impacto***

El impacto puede definirse como el efecto significativo que tiene un determinado fenómeno en un entorno o sistema. Este efecto puede ser tanto positivo como negativo y afectar directamente a las condiciones preexistentes. Según García (2018), el impacto, puede tener consecuencias a corto, mediano o largo plazo, dependiendo de su naturaleza y magnitud.

***Efectos***

Los efectos son las consecuencias que se derivan de una causa específica. Según López (2020), los efectos son los resultados que surgen en cualquier situación o contexto debido a una acción o un fenómeno y pueden ser tanto positivos como negativos, dependiendo de las circunstancias.

## Marco Teórico

Las redes sociales han tenido un gran impacto en la sociedad, especialmente en los adolescentes. Estas plataformas influyen significativamente en la autoestima de los jóvenes, ya que facilitan la comparación de sus vidas con las de otros en términos de apariencia y logros. A menudo, las redes sociales muestran versiones idealizadas y editadas de la realidad, lo que puede llevar a los adolescentes a sentir la presión de cumplir con estándares poco realistas de belleza y éxito. Esta presión puede afectar negativamente su autoestima y satisfacción con su vida real. Sin embargo, es importante señalar que las redes sociales también pueden ofrecer una fuente de apoyo social y conexión con personas que comparten intereses similares, lo que puede tener un impacto positivo en la autoestima de los jóvenes.

En el contexto del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, donde los adolescentes son usuarios activos de redes sociales, es fundamental entender cómo estas herramientas afectan su autoestima. Las redes sociales permiten a los adolescentes establecer relaciones de diversas maneras y construir una identidad digital que puede tener tanto beneficios como riesgos. A diferencia de las interacciones cara a cara, las redes sociales les ofrecen acceso a referentes que no están limitados por la ubicación geográfica, ampliando así su espectro de influencias. Esto les permite proyectar la imagen que desean mostrar, pero también puede generar ansiedad respecto a la aceptación social y la presión por cumplir con ciertas expectativas.

Diversos estudios previos han documentado la relación entre autoestima y el uso de redes sociales. Por ejemplo, se ha encontrado que la incomodidad ante la ausencia de estas plataformas puede estar vinculada al miedo a ser excluidos por sus iguales, reforzando la necesidad de sentirse conectados. Además, se han reportado correlaciones entre altos niveles de uso de redes sociales y la aparición de problemas como depresión, ansiedad, y trastornos del sueño. Estos

hallazgos sugieren que el uso excesivo de redes sociales puede tener consecuencias negativas significativas, resaltando la importancia de gestionar y moderar su uso para prevenir problemas en la salud mental de los adolescentes. En este sentido, la adicción a las redes sociales se ha relacionado negativamente con la autoestima y, de manera significativa, con niveles de ansiedad, lo que sugiere que los estudiantes con mayor dependencia de estas plataformas tienden a experimentar una autoestima más baja.

Además, la teoría de la comparación social de Festinger (1954), citado en García et al. (2021), explica que los individuos evalúan sus habilidades y opiniones comparándose con los demás, lo cual puede resultar en inseguridades cuando los adolescentes se ven expuestos a modelos de perfección en redes sociales. Por su parte, la teoría de la autoeficacia de Bandura (1997), citado en Olivari et al. (2007), resalta que la creencia en la propia capacidad para lograr metas influye en la motivación y el comportamiento. Un uso saludable de las redes sociales puede fortalecer la autoeficacia al proporcionar apoyo social y oportunidades para la autoexpresión. A su vez, la teoría del estrés y afrontamiento de Lazarus y Folkman (1984), citado por Macías et al. (2023), destaca que el uso de redes sociales puede ser una fuente de estrés, pero también un medio para afrontarlo, ofreciendo apoyo social.

## **Metodología**

### **Tipo Investigación**

El tipo de estudio que se empleará es un diseño de estudio explicativo que se centra en comprender las relaciones de causa y efecto detrás de un fenómeno específico. Su objetivo principal es responder preguntas sobre por qué y cómo ocurre un fenómeno, y cómo ha llegado a su estado actual. “La investigación explicativa prueba sus hipótesis a través de los diseños no experimentales y experimentales”. Nieto, E. (2018. p. 3).

### **Enfoque de Investigación**

Para este estudio se seleccionaron una metodología cuantitativa. En el enfoque cuantitativo de investigación, se integran diversos tipos de datos para obtener una comprensión más completa y profunda de los problemas científicos. Esto incluye la recopilación de datos numéricos y lógicos, que permiten realizar análisis estadísticos, bajo un enfoque deductivo y medible (Padilla & Marroquín, 2021, p. 5).

### **Diseño de la Investigación**

Determinar que se utilizará una metodología cuantitativa y diversas estrategias como cuestionarios (escala de Rosenberg) y encuesta cerrada de selección múltiple sobre el uso de las redes sociales y alteración de los niveles de autoestima.

### **Fases**

#### ***Planificación***

Definición del problema y objetivos

Problema: ¿Cómo afecta el uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de 9º grado?

Objetivo principal: Determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de

los adolescentes del grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia – Caquetá.

### ***Pregunta de Investigación***

¿Cómo afectan el contenido y la interacción en redes sociales a los estudiantes de grado noveno del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía?

### ***Revisión de la Literatura***

Realizar una búsqueda exhaustiva de artículos académicos, libros y estudios previos sobre el impacto de las redes sociales en la autoestima y el uso de la escala de Rosenberg.

Identificar teorías y modelos relevantes.

### ***Desarrollo del Protocolo de Investigación***

Crear un cronograma detallado de actividades, desde la recolección de datos hasta el análisis y la difusión.

Identificar los recursos necesarios, como materiales de encuesta y software de análisis.

### ***Fase de Diseño y Preparación***

**Selección de la Muestra.** Definir la muestra de 25 estudiantes de 9° grado del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, asegurando una representación equilibrada de género y edades.

**Elaboración de Instrumentos.** Definir la muestra de 25 estudiantes de 9° grado del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, asegurando una representación equilibrada de género y edades.

### **Fase de Recolección de Datos**

Aplicación de la escala de Rosenberg

Administrar la escala de Rosenberg a los 25 estudiantes en una sesión supervisada para

asegurar la completitud y honestidad en las respuestas

Aplicar la encuesta sobre el uso de redes sociales.

### **Fase de Análisis de Datos**

Análisis cuantitativo por medio de gráficas estadísticas de los datos recolectados anteriormente.

### **Fase de Interpretación y Conclusiones**

#### ***Interpretación de Resultados***

Analizar los resultados en el contexto de la literatura revisada, discutiendo cómo se alinean o divergen de estudios previos.

Interpretar los hallazgos según la teoría de la comparación social y otros marcos teóricos relevantes.

#### ***Formulación de Conclusiones***

Extraer conclusiones sobre la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima de los estudiantes.

### **Limitaciones Potenciales**

Que no todos los padres de familia firmen el consentimiento informado.

Falta de tiempo y disponibilidad por parte de la institución.

Poca colaboración de los participantes de la investigación.

### **Población y Muestra**

#### ***Población***

60 estudiantes de los grados 9 de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía.

#### ***Muestra***

25 estudiantes tanto hombres como mujeres.

**Criterios de Inclusión**

Adolescentes entre 13 y 16 años

Mujeres y hombres

Que utilicen redes sociales

**Criterios de Exclusión**

Mayores de edad

Que no utilicen redes sociales

Que no tengan el consentimiento de los padres o tutor legal

**Instrumentos**

Escala de autoestima de Rosenberg

Encuesta cerrada de opción múltiple sobre las redes sociales - autoría propia.

**Aspectos Éticos**

Consentimiento informado a los padres de los menores.

Carta de presentación a la Institución Educativa.

## Cronograma

**Tabla 1**

*Cronograma del Plan de Trabajo*

Actividad	Mes				
	1 Oct	2 Nov	3 Dic	4 Ene	5 Febr
Presentación del proyecto a la institución	X				
Presentación del proyecto a los docentes y estudiantes.	X				
Firma de consentimientos informados por parte de los estudiantes y acudientes.		X			
Aplicación de encuesta tipo Likert.		X			
Aplicación de escala de Rosenberg.		X			
Análisis de resultados			X		
Entrega de resultados				X	
Sustentación					X

*Nota.* Cronograma del Plan de Trabajo

## Resultados

### Análisis de Resultados de la Encuesta

A continuación, se presentará una descripción precisa de análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta cerrada de opción múltiple sobre las redes sociales y la escala de autoestima de Rosenberg a través de las gráficas y estadísticas realizadas al finalizar la recolección de datos.

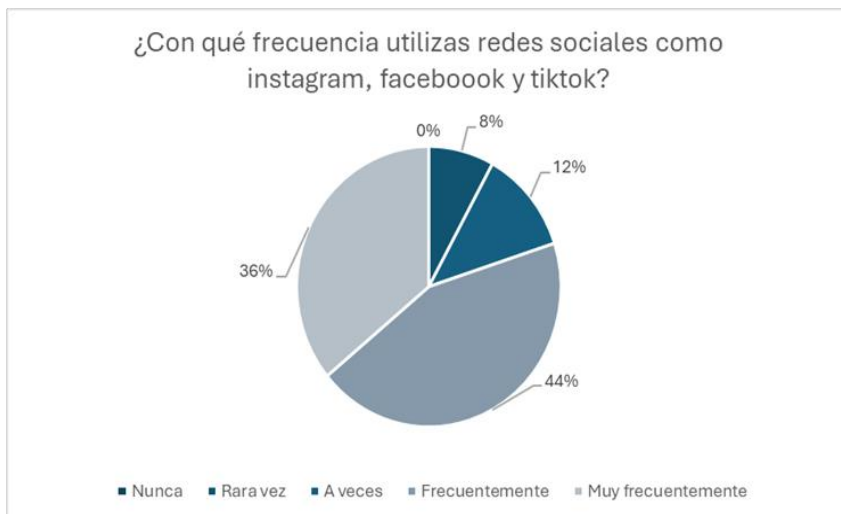
### Definición de Categorías

#### *Primera Categoría:*

### Gráficas y Estadísticas

#### Figura 1

#### *Encuesta de Redes Sociales Pregunta 1*



*Fuente.* Autoría Propia

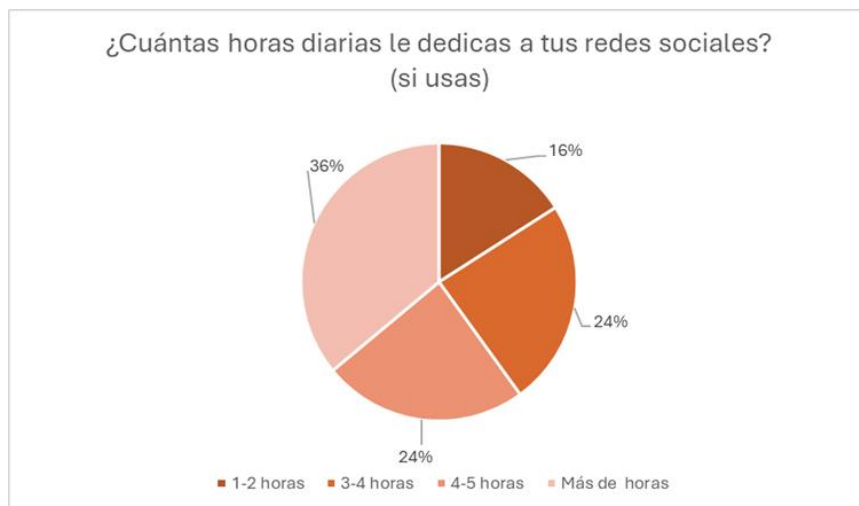
### Interpretación

Esta gráfica muestra la frecuencia con la que los estudiantes utilizan redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok. El 44 % de los encuestados afirma usar estas plataformas frecuentemente, mientras que el 36 % lo hace muy frecuentemente. Por otro lado, un 12 % las

usa a veces, el 8 % rara vez y ninguno indicó no utilizarlas.

## Figura 2

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 2



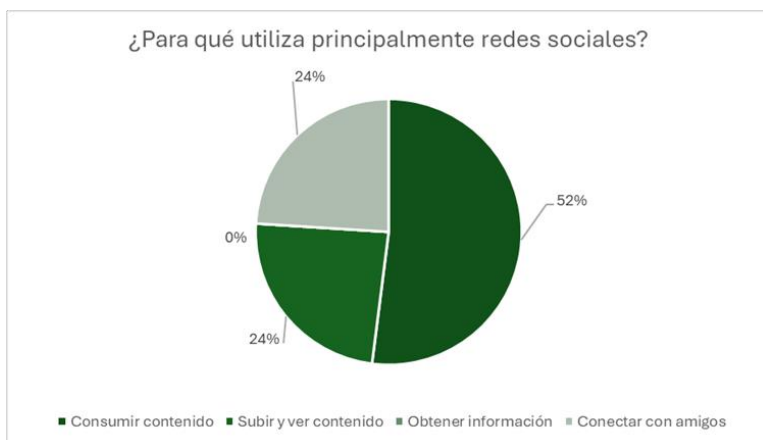
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

La gráfica muestra el porcentaje de estudiantes según el tiempo que dedican diariamente a las redes sociales. Un 36 % de los encuestados dedica más de 5 horas, mientras que el 24 % señala que invierte entre 3 y 4 horas o entre 4 y 5 horas. Solo el 16 % dedica entre 1 y 2 horas.

### Figura 3

#### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 3



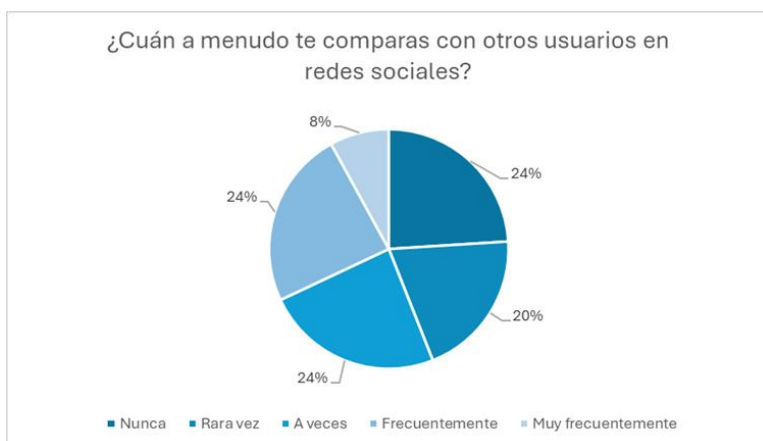
Fuente. Autoría Propia

### Interpretación

La gráfica muestra las actividades principales que realizan los estudiantes en las redes sociales. El 52 % de los encuestados utiliza las redes principalmente para consumir contenido, mientras que el 24 % las usa para subir y ver contenido, y otro 24 % para obtener información. Ninguno indicó usarlas principalmente para conectar con amigos.

### Figura 4

#### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 4



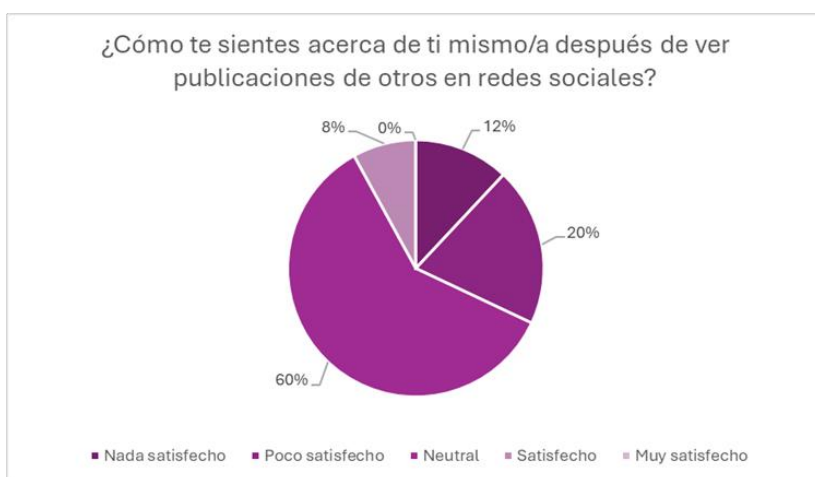
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

Los datos reflejan que el 24% de los encuestados indicaron "Nunca" compararse con otros, mientras que otro 24% señaló hacerlo "A veces". Un 20% de los participantes reportó compararse "Rara vez", seguido por un 8% que indicó hacerlo "Muy frecuentemente". Finalmente, el 24% restante afirmó que se compara con otros usuarios "Frecuentemente".

## Figura 5

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 5



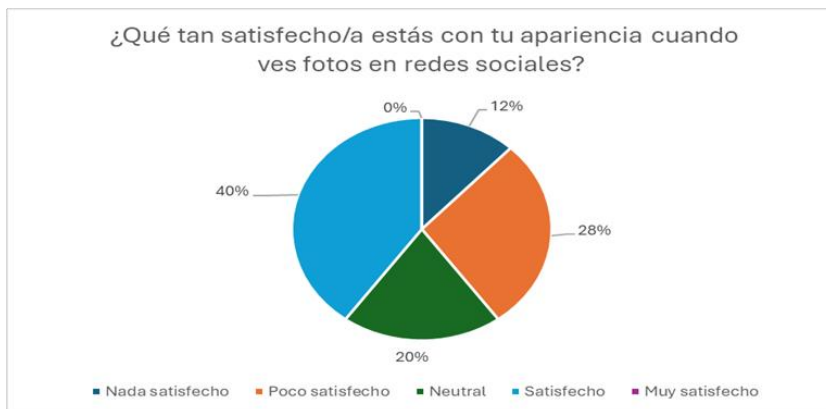
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

Gráfica circular que representa cómo se sienten los usuarios acerca de sí mismos después de ver publicaciones de otros en redes sociales. Según los datos, el 60% de los encuestados reportó sentirse "Neutral", mientras que el 20% indicó sentirse "Poco satisfecho". Un 12% expresó sentirse "Nada satisfecho", y el 8% afirmó sentirse "Satisfecho". No se registraron respuestas en la categoría "Muy satisfecho".

## Figura 6

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 6



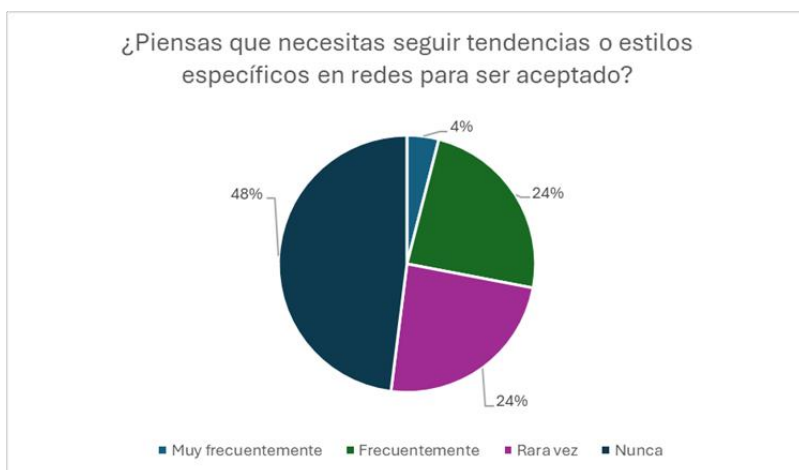
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

Los datos indican que el 40% de los encuestados reportó sentirse "Satisfecho", seguido por un 28% que indicó estar "Poco satisfecho". Un 20% expresó sentirse "Neutral", mientras que el 12% afirmó estar "Nada satisfecho". No se registraron respuestas en la categoría "Muy satisfecho".

## Figura 7

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 7



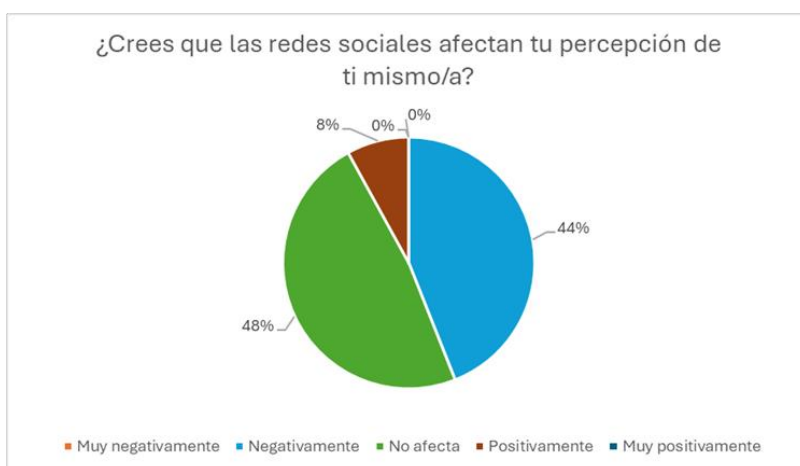
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

Dentro de la gráfica los datos indican que el 4% de los encuestados siguen estas tendencias en redes "Muy frecuentemente", seguido por un 24% que indicó seguirlas "Frecuentemente". Un 24% expresó que "Rara vez" las siguen, mientras que el 48% afirmó que "Nunca" seguían estas tendencias en redes sociales para ser aceptados.

## Figura 8

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 8



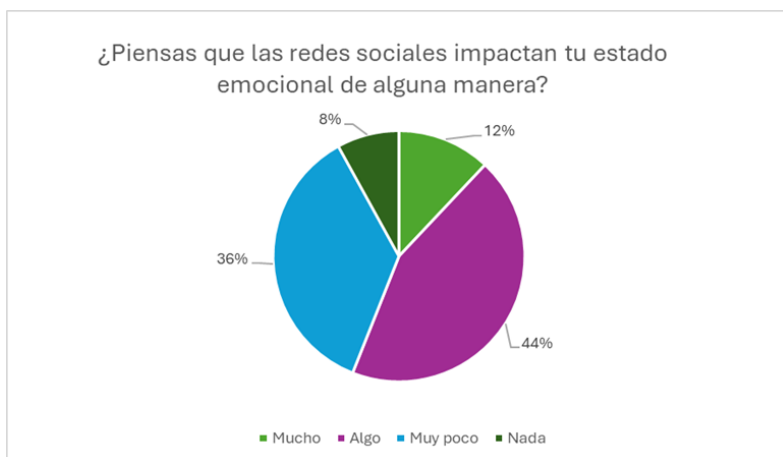
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

En la gráfica los datos indican que el 48% de los encuestados indicó que "No afecta" la percepción sobre si mismo, seguido por un 44% que indicó que sí afecta "Negativamente". Un 8% expresó que afecta "Positivamente" No se registraron respuestas en las categorías "Muy negativamente" y "Muy positivamente".

## Figura 9

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 9



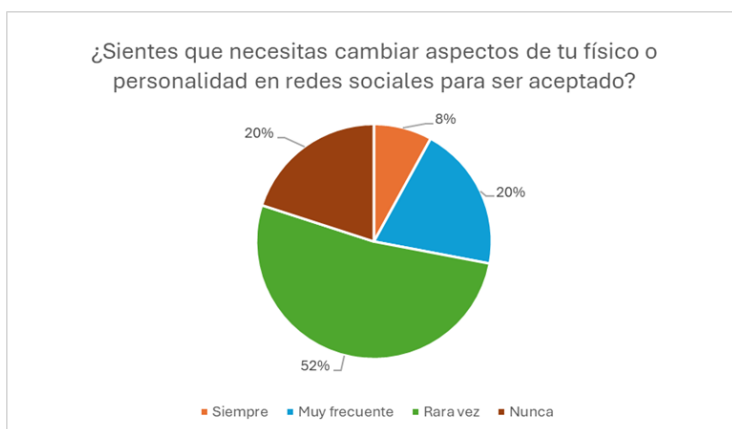
Fuente. Autoría Propia

### Interpretación

Los datos muestran que el 44% de los encuestados indicó que las redes sociales impactan en el estado emocional "Algo", seguido por un 36% que indicó que impacta "Muy poco". Un 8% expresó "Nada" y un 12% señaló que de hecho impacto "Mucho" las redes sociales en el estado emocional.

## Figura 10

### Encuesta de Redes Sociales Pregunta 10



Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

La mayoría de los encuestados (52%) consideran que rara vez sienten la necesidad de realizar cambios en su físico o personalidad para ser aceptados en redes sociales, mientras que un menor porcentaje se posiciona en los extremos de "Siempre" (20%), "Muy frecuentemente" (20%) y "Nunca" (8%).

## Escala de autoestima de Rosenberg

### Resultados generales (nivel de autoestima)

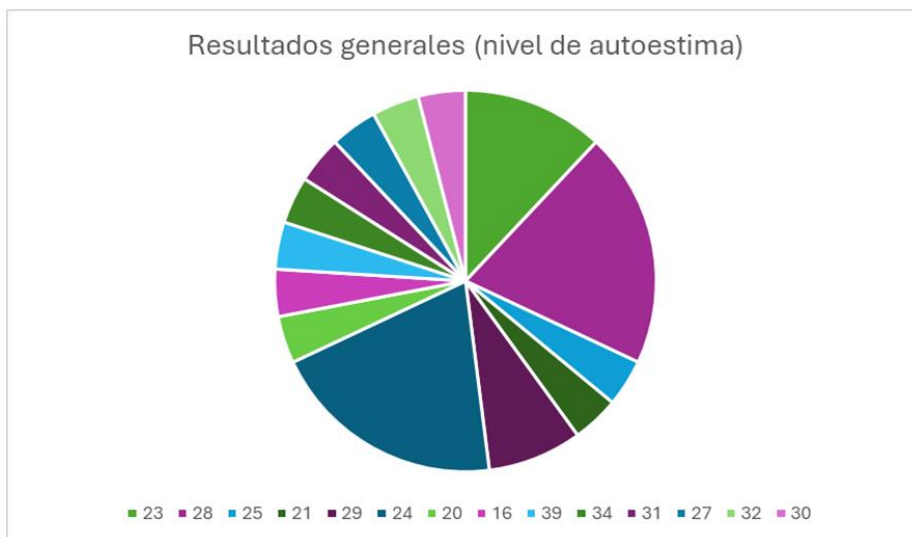
Menor de 25 puntos: Baja autoestima

Entre 26 y 29 puntos: Media

Mayor de 30 puntos: Alta autoestima

## Figura 11

### Resultado General Escala de Autoestima de Rosenberg 1



Fuente. Autoría Propia

Moda: 24-28 puntos

Promedio: 26/40 puntos

Resultados por ítem (cantidad de veces)

## Interpretación

La gráfica de pastel muestra la distribución de diferentes niveles de autoestima en una muestra determinada, representada por 12 valores. Cada sección del gráfico está codificada con colores y etiquetada con los valores específicos (16, 20, 21, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, y 39). Los tamaños relativos de las secciones reflejan la proporción de participantes que obtuvieron cada valor en la escala. Los datos proporcionan una visión general del rango de autoestima en la población analizada. Siendo la moda: 24-28 puntos y el promedio: 26/40 puntos. Mostrando como resultado un nivel de autoestima media.

## Figura 12

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 1 En general estoy satisfecho/a conmigo mismo/a*



*Fuente. Autoría Propia*

## Interpretación

La mayoría de los participantes (12) están "De acuerdo" con la afirmación, reflejando un alto nivel de satisfacción personal general. Sin embargo, una parte significativa (8) expresó estar "En desacuerdo", lo que sugiere diversidad en los niveles de satisfacción dentro de la muestra.

**Figura 13**

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 2. A veces pienso que soy bueno/a para nada*



*Fuente. Autoría Propia*

### **Interpretación**

Una mayoría de los encuestados (14) coincidieron en estar "De acuerdo", lo que evidencia una prevalencia de pensamientos autocríticos negativos en la muestra. Sin embargo, un grupo menor (6) expresó estar "En desacuerdo" con esta percepción, lo que sugiere variabilidad en las opiniones individuales.

**Figura 14**

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 3. Creo que tengo buenas cualidades*



*Fuente. Autoría Propia*

## Interpretación

Dentro de los encuestados la mayoría (14) se mostraron "De acuerdo" con la afirmación, lo que sugiere que una gran proporción de los participantes percibe tener buenas cualidades. No obstante, un grupo más pequeño (5) expresó estar "En desacuerdo" indicando cierta variabilidad en la percepción de cualidades personales dentro de la población analizada.

## Figura 15

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 4 Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas*



*Fuente. Autoría Propia*

## Interpretación

La mayor proporción de respuestas se concentra en la categoría "De acuerdo" (11), lo que sugiere que una gran parte de los encuestados se percibe capaz de realizar tareas al mismo nivel que la mayoría de las personas. Sin embargo, una fracción considerable (9) expresó desacuerdo con esta afirmación, evidenciando diferencias en la autopercepción de competencia dentro de la muestra.

**Figura 16** Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 5 Pienso que tengo muchas cosas de las cuales sentirme orgulloso/a.



Fuente. Autoría Propia

### Interpretación

Aunque una proporción significativa de participantes expresó desacuerdo (10) con la afirmación, se observa una distribución equilibrada entre quienes estuvieron "De acuerdo" (7) y "Totalmente de acuerdo" (7). Esto refleja una percepción mixta en cuanto al orgullo personal dentro de la muestra evaluada.

### Figura 17

Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 6 A veces me siento inútil



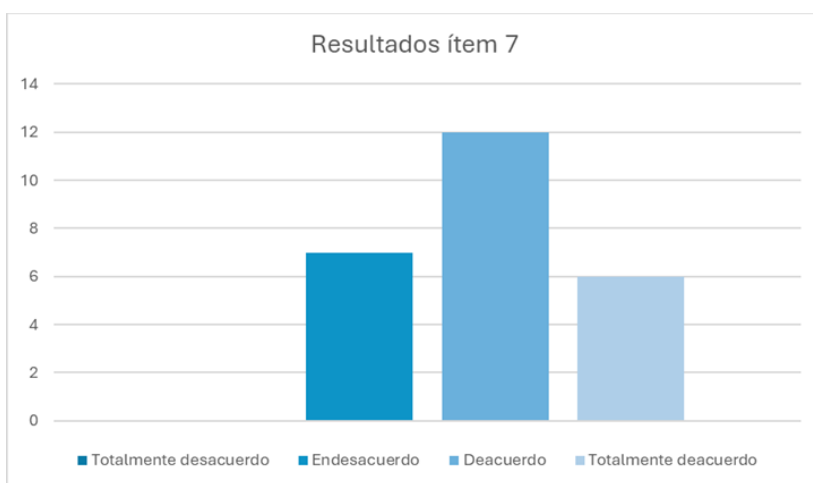
Fuente. Autoría Propia

## Interpretación

La tendencia más destacada es que la mayoría de los encuestados se sienten identificados con la afirmación, ya que 17 participantes (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") manifestaron experimentar en ocasiones sentimientos de inutilidad. Por otro lado, 8 participantes (suma de "Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo") no comparten esta percepción.

## Figura 18

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 7 Creo que soy una persona igual de valiosa a la mayoría de la gente*



*Fuente. Autoría Propia*

## Interpretación

Los datos sugieren que la mayor parte de los encuestados se consideran personas valiosas en igualdad de condiciones con los demás, ya que 18 participantes (suma de "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") mostraron una postura positiva frente a esta afirmación. Por otro lado, 7 participantes mostraron desacuerdo con esta percepción.

### Figura 19

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 8. Quisiera respetarme más a mí mismo/a*



*Fuente. Autoría Propia*

### Interpretación

Los datos muestran que la mayoría de los encuestados (19 participantes) están de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que indica un deseo generalizado de incrementar el respeto hacia sí mismos. Por otro lado, una minoría (6 participantes) expresó desacuerdo con esta idea.

### Figura 20

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 9 Tiendo a pensar que soy un fracasado/a.*



*Fuente. Autoría Propia*

## Interpretación

Los datos reflejan que una mayoría significativa de los encuestados (17 participantes) no se identifica con la idea de verse como fracasado/a, mientras que una minoría (8 participantes) expresó algún grado de acuerdo con la afirmación.

### Figura 21

*Resultado Escala de Autoestima de Rosenberg Ítem 10 Tengo una visión positiva sobre mí mismo/a.*



*Fuente.* Autoría Propia

## Interpretación

El análisis muestra que la mayoría de los encuestados (14 participantes) tienen una visión positiva de sí mismos, aunque 11 participantes expresaron estar en desacuerdo con esta afirmación.

## Definición de Categorías

### *Segunda Categoría*

#### **Análisis e Interpretación de Gráficas y Estadísticas.**

***Encuesta de Redes Sociales:*** Dentro de los datos obtenidos se puede observar que los adolescentes usan más de cinco horas diarias al uso de las redes sociales, además el 52% de los

encuestados las utiliza para consumir contenido y el 60% se siente poco satisfechos consigo mismos después de ver las publicaciones de otros y aunque el 48% piensen que no afecta en la percepción de sí mismo otro 44% creen que sí afecta negativamente e incluso el 44% sienten que las redes sociales sí afectan algo en su estado de ánimo.

***Escala de Autoestima de Rosenberg:*** En la escala de autoestima de Rosenberg se obtuvo que el promedio del nivel de autoestima de los 25 participantes de 26/40 puntos, lo cual nos lleva a entender que en general tiene un nivel de autoestima media, sin embargo, si no vamos a la moda, podemos analizar que se repiten 2 puntajes el 24 que se encuentra en un nivel bajo de autoestima y el 28 que se encuentra en la media, así que no se puede decir con certeza que todos los participantes cuenten con un nivel de autoestima media, además si tomamos en cuenta que 14 participantes se sienten buenos para nada, 13 piensan que son inútiles, 10 no cree que tengan algo de que sentirse orgullosos y 10 no tienen un visión positiva sobre sí mismos, se puede entender los resultados obtenidos en las gráficas.

Por lo anterior, al analizar los resultados obtenidos de la encuesta sobre el uso de redes sociales y la escala de autoestima de Rosenberg, se puede observar una relación significativa entre ambos factores. En primer lugar, el promedio de uso de redes sociales en los adolescentes es alto, con más de la mitad de los participantes dedicando más de cinco horas diarias a estas plataformas. Este tiempo prolongado en las redes parece tener un impacto en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, ya que se correlaciona con una mayor insatisfacción personal. El 60% de los encuestados mencionaron que se sienten poco satisfechos consigo mismos tras ver las publicaciones de otros, lo que refleja un fenómeno común de comparación social.

En paralelo, los resultados de la escala de autoestima de Rosenberg también evidencian una tendencia preocupante. Si bien el puntaje promedio de los participantes fue de 26/40,

indicando un nivel medio de autoestima, los ítems específicos reflejan altos índices de insatisfacción y falta de confianza. Un 56% de los encuestados se siente "bueno para nada" o "inútil" en ciertas situaciones, y un 40% no siente que tengan aspectos de los cuales sentirse orgullosos. Estos resultados sugieren que, a pesar de tener una autoestima media, muchos jóvenes experimentan inseguridades profundas que podrían verse exacerbadas por la constante exposición a contenido idealizado en redes sociales.

Los datos muestran que aquellos con una mayor dedicación a las redes sociales (más de 5 horas al día) tienden a tener niveles más bajos de autoestima. Esto podría ser explicado por el hecho de que la constante exposición a imágenes idealizadas, comparaciones con otros, y la búsqueda de validación externa son comunes en plataformas como Instagram o TikTok. Estos factores pueden llevar a los adolescentes a desarrollar una autoimagen distorsionada, afectando negativamente su percepción de sí mismos.

Además, el 44% de los participantes reconocen que las redes sociales afectan negativamente su estado de ánimo, lo que coincide con los puntajes más bajos en la escala de autoestima. Este impacto emocional parece estar relacionado con la manera en que las redes sociales alimentan la insatisfacción con el cuerpo y el rendimiento, aspectos claves en la construcción de la autoestima en la adolescencia.

Sin embargo, también se observa que aquellos que reportaron un uso más moderado de las redes (menos de 2 horas al día) presentaron puntajes de autoestima más altos o equilibrados. Esto podría indicar que un uso controlado y consciente de las redes sociales podría mitigar algunos de los efectos negativos sobre la autoestima, permitiendo a los adolescentes mantener una visión más realista y saludable de sí mismos.

## Discusión de Resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación muestran una relación significativa entre el uso intensivo de redes sociales y la autoestima de los adolescentes, lo cual es consistente con estudios previos. Por ejemplo, Moreira de Freitas et al. (2021) encontraron que el uso excesivo de redes sociales influye negativamente en la salud mental de los adolescentes, al generar emociones de insatisfacción y comparación social. Este fenómeno también se observó en este estudio, donde el 60% de los participantes reportaron sentirse poco satisfechos consigo mismos después de consumir contenido en redes sociales.

Además, los hallazgos de Fernández y Peña (2020) sobre la percepción de los adolescentes reflejan que estas plataformas suelen ser utilizadas principalmente para interactuar y consumir contenido que idealiza la vida de otros. Esto coincide con los resultados de nuestra encuesta, donde el 52% de los adolescentes encuestados indicaron que utilizan redes sociales para consumir contenido, lo que contribuye a sentimientos de insatisfacción y autoimagen distorsionada.

Por otro lado, Ruales y Nuñez (2021) señalaron que el impacto de las redes sociales en la vida de los adolescentes no solo afecta su autoestima, sino también su desarrollo emocional, especialmente cuando los usuarios están expuestos a contenido que promueve estándares poco realistas. Este impacto es evidente en los datos obtenidos de la Escala de Autoestima de Rosenberg, donde un porcentaje significativo de participantes expresó sentimientos de inutilidad y falta de orgullo personal.

De manera similar, el estudio de Soria y Villegas-Villacres (2024) concluyó que existe una correlación entre la adicción a las redes sociales y niveles bajos de autoestima en adolescentes. Esto también se refleja en este estudio, donde el 44% de los participantes

reconocieron que las redes sociales afectan negativamente su estado de ánimo, y los adolescentes que reportaron mayor tiempo de uso (más de cinco horas al día) presentaron puntajes más bajos de autoestima.

Finalmente, Forniés y Sanchis (2023) destacaron cómo las redes sociales influyen en la imagen corporal y la satisfacción personal, promoviendo comparaciones poco saludables que afectan la percepción de uno mismo. Este estudio refuerza nuestros hallazgos, ya que un alto porcentaje de adolescentes manifestó sentirse afectados por la exposición prolongada a publicaciones de otros usuarios, lo que parece reforzar una percepción negativa de su autoestima y estado de ánimo.

En conclusión, los resultados de este estudio respaldan y complementan la literatura existente, confirmando que el uso excesivo de redes sociales está relacionado con una disminución en la autoestima de los adolescentes. Sin embargo, también destacan la importancia de un manejo más consciente y moderado de estas plataformas como posible herramienta para mitigar los efectos negativos.

## Conclusión

Acorde con los objetivos planteados en el presente estudio y tras el análisis de los resultados obtenidos, se presentan las siguientes conclusiones.

Los resultados indican que el nivel promedio de autoestima en los estudiantes de grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía es medio, según la Escala de Rosenberg. No obstante, se observa una proporción significativa de adolescentes con niveles bajos de autoestima, reflejando sentimientos de inutilidad y una percepción negativa de sí mismos. Este hallazgo es consistente con Moreira de Freitas et al. (2021), quienes señalan que la baja autoestima en adolescentes puede estar relacionada con factores externos como el entorno social y el uso de tecnologías digitales. Asimismo, Soria y Villegas-Villacres (2024) destacan que la autoestima es un componente crucial en el desarrollo personal de los adolescentes, influyendo en su rendimiento académico y bienestar emocional.

El análisis revela que un uso prolongado de redes sociales, superior a cinco horas diarias, se asocia significativamente con una disminución en los niveles de autoestima entre los adolescentes. Este fenómeno puede explicarse a través de la teoría de la comparación social de Festinger (1954), la cual sostiene que los individuos evalúan su propio valor comparándose con los demás. Moreira de Freitas et al. (2021) respaldan esta interpretación al afirmar que la exposición constante a imágenes idealizadas en redes sociales fomenta comparaciones negativas, lo que puede derivar en insatisfacción personal y baja autoestima. De igual manera, Forniés y Sanchis (2023) encontraron que la percepción de la imagen corporal y la satisfacción personal están directamente influenciadas por el contenido consumido en redes sociales, exacerbando sentimientos de insuficiencia y distorsión de la autoimagen.

En contraste, los estudiantes que limitan su tiempo en redes sociales a menos de dos

horas diarias presentan niveles de autoestima más saludables. Este hallazgo sugiere que un uso moderado y consciente de las redes sociales puede mitigar los efectos negativos observados. Fernández y Peña (2020) respaldan esta conclusión al señalar que un manejo equilibrado de las plataformas digitales permite a los adolescentes disfrutar de los beneficios de la conectividad social sin comprometer su bienestar emocional. Además, Ruales y Núñez (2021) enfatizan la importancia de desarrollar habilidades sociales en entornos offline, lo que contribuye a una autoestima más robusta y una mejor adaptación social.

La presente investigación subraya la necesidad de que la comunidad educativa tome conciencia sobre la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima de los adolescentes. Socializar estos resultados resulta fundamental para implementar estrategias que fomenten un uso equilibrado y saludable de las plataformas digitales. Moreira de Freitas et al. (2021) sugieren que la inclusión de programas de alfabetización digital en el currículo escolar puede equipar a los estudiantes con herramientas para gestionar su tiempo en redes sociales de manera efectiva. De manera complementaria, Soria y Villegas-Villacres (2024) destacan la importancia de programas de apoyo emocional que ayuden a los adolescentes a desarrollar una autoimagen positiva y resiliente frente a las presiones sociales derivadas del uso de redes.

Si bien los hallazgos de este estudio proporcionan una visión valiosa sobre el impacto de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes, es necesario ampliar la investigación para obtener una comprensión más profunda. Futuras investigaciones podrían considerar muestras más amplias y diversas, así como estudios longitudinales que permitan observar los cambios en la autoestima a lo largo del tiempo en relación con el uso de redes sociales. Además, explorar la influencia de diferentes tipos de contenido y plataformas específicas podría ofrecer una perspectiva más detallada sobre cómo diversas interacciones en redes sociales afectan la

autoestima de los adolescentes (Forniés & Sanchis, 2023).

### Referencias Bibliográficas

- Alcántara, M. R., & Juan, F. M. (2020). *El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes* (Bachelor's thesis). Repositorio Digital de la UNC. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18169>
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). *Young people and social networks: Between the democratization of knowledge and digital inequality*. *Comunicar*, 29(69), 85-95. <https://doi.org/10.3916/c69-2021-07>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos*. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Avila, M., & Cañas-Lucendo, M. (2023). *Niveles de satisfacción con la vida y su relación con la autoestima en adolescentes*. *Psicología Unemi*, 7(12), 23-34. <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1459/1553>
- Buñay Samaniego, FE y Ordóñez Chávez, MDC (2024). *Uso de las redes sociales, autoimagen y autoestima en adolescentes y adultos jóvenes* (Trabajo de titulación, Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias de la Salud, Carrera de Psicología Clínica). Riobamba, Ecuador. <https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116>
- Chuquitoma Cruz, LG (2017). *Redes sociales y su influencia en la autoestima de adolescentes del nivel secundaria en la Institución Educativa Manuel Muñoz, Najar, Arequipa - 2016*. Repositorio Universidad Alas Peruanas. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/340>
- Franco, R. M. M., López, A. D., & García, J. A. S. (2023). *Impacto de las redes sociales en el*

- rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok. Ciencia y Educación*, 4(2), 12-23.  
<https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/163>
- Fernández, M. N. V., & Peña, R. H. (2020). *Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes. RqR Enfermería Comunitaria*, 8(2), 18-30.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7645513>
- Forniés, G. C., & Sanchis, R. J. (2023). *Influencia de las redes sociales en la autoestima, imagen corporal y satisfacción corporal de adolescentes y jóvenes. Metas de enfermería*, 26(2), 58-69. <https://enfispo.es/servlet/articulo?codigo=8821440>
- Giraldo, K. P., & Holguín, M. J. A. (2017). *La autoestima, proceso humano. Revista Electrónica Psyconex*, 9(14), 1-9.  
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507/20785325>
- Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2022). *Identidad en la era digital: Construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. Convergencia*, 29.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S140514352022000100005&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S140514352022000100005&script=sci_arttext)
- García del Castillo, J. A., García-Castillo, F., Dias, P. C. & García del Castillo-López, A. (2021). La teoría de la Comparación Social como promotora de las conductas de salud: una aproximación teórica. *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 21(2), 149-163.  
<https://doi.org/10.21134/haaj.v21i2.697>
- Martínez-Líbano, J., González Campusano, N., & Pereira Castillo, J. I. (2022). *Las redes sociales y su influencia en la salud mental de los estudiantes universitarios: Una revisión sistemática. Digital Library*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/72270>

Macías, MA, Madariaga Orozco, C., Valle Amarís, M., & Zambrano, J. (2013). Estrategias de afrontamiento individual y familiar frente a situaciones de estrés psicológico. *Psicología desde el Caribe*, 30 (1), 123-145.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21328600007>

Moreira de Freitas, R. J., Carvalho Oliveira, T. N., Lopes de Melo, J. A., do Vale e Silva, J., de Oliveira e Melo, K. C., & Fontes Fernandes, S. (2021). *Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. Enfermería global*, 20(64), 324-364. [https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1695-61412021000400324&script=sci\\_arttext](https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1695-61412021000400324&script=sci_arttext)

Nieto, E. (2018). *Tipos de investigación*. Universidad Santo Domingo de Guzmán, 2, 1-2. <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Olivari M, C, & Urra M, E. (2007). AUTOEFICACIA Y CONDUCTAS DE SALUD. *Ciencia y enfermería*, 13(1), 9-15. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95532007000100002>

Padilla-Avalos, C. A., & Marroquín-Soto, C. (2021). *Enfoques de investigación en odontología: Cuantitativa, cualitativa y mixta*. *Revista de Ciencias de la Salud*, 3(1), 1-8. <http://revistas.unicaedu.com/index.php/ahu/article/view/74/110>

Palacios, X. (2019). *Adolescencia: ¿una etapa problemática del desarrollo humano?* *Revista Ciencias de la Salud*, 17(1), 5-8. <http://www.scielo.org.co/pdf/recis/v17n1/1692-7273-recis-17-01-5.pdf>

Pilco, V. M., & Jaramillo, A. E. (2023). *Funcionalidad familiar y su relación con la autoestima en adolescentes de la ciudad de Ambato*. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (21), 110-123. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-)

67222023000300110

- Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M., & Peña, W. Q. (2021). *Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 1(1), 123-148. DOI: <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Pérez Villalobos, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal, *41*(febrero-junio)
- Pérez, S. P., & Santiago, M. A. (2002). *El concepto de adolescencia. Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*, 2(3), <https://acortar.link/UC7nK2>
- Reyes, V. P., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). *Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. Enseñanza e Investigación en Psicología Nueva Época*, 3(1), 139-149.
- Ruales, L. M. T., & Nuñez, E. R. V. (2021). *Las redes sociales y su influencia en el desarrollo de habilidades sociales de los adolescentes*. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/2555>
- Ruiz, E. B., Maldonado, S. I. M., Valero, C. Z. V., Rodríguez, A. S., & Escobar, G. G. (2014). *Emociones, estrés y afrontamiento en adolescentes desde el modelo de Lazarus y Folkman. Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 16(1), 37-57. <https://www.redalyc.org/pdf/802/80230114003.pdf>
- Soria, P., & de Jesús Villegas-Villacres, N. (2024). *Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116>

Suárez, B. R., Montalbán, J. M. C., & Huertas, J. Á. M. (2022). *Efecto de la exposición a ideales de delgadez en las redes sociales sobre la autoestima y la ansiedad*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8735766>


Tacca Huamán, D. R., Cuarez Cordero, R., & Quispe Huaycho, R. (2020). *Habilidades sociales, autoconcepto y autoestima en adolescentes peruanos de educación secundaria*.

Universidad Nacional del Altiplano. <https://hdl.handle.net/20>.

## Apéndices

### Apéndice A

#### *Presentación en la Institución*



The header banner features a blue and yellow wave design. On the left, the text 'Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades' is displayed. On the right, the UNAD logo is shown with the text 'Universidad Nacional Abierta y a Distancia'.

Florencia, 21 de octubre de 2024

Sr Cesar Augusto Cabrera Muñoz.

Rector de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía.

Cordial saludo,

Nosotros Laura Alejandra Aguirre Montealegre Identificada con CC 1.007.761.395, Lisnardi Julieth Bedoya Orozco identificada con CC 1.006.501.995 y Erika Tatiana Diaz Camacho identificada con CC 1.001.277.347, estudiantes del programa de psicología. Con el debido respeto, nos presentamos y exponemos lo siguiente:

Dentro de la formación de los psicólogos de la universidad nacional abierta y a distancia (UNAD), es de suma importancia la realización de actividades de investigación.

En este marco como estudiantes de psicología del décimo semestre perteneciendo al semillero de arquitectos de realidades humanas de la misma universidad con el cual se lleva a cabo un proyecto de investigación del tema Impacto del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes.


Es de nuestro interés que dicha investigación se pueda realizar en esta institución educativa, específicamente con los estudiantes de grado noveno, la herramienta a utilizar será una encuesta para profundizar el uso de las redes sociales y los niveles de autoestima y una escala de Rosenberg en formato de cuestionario.

Sin otro particular y esperando su buena acogida, nos despedimos.

## Apéndice B

### Consentimiento Informado

\*Asegúrese de consultar la versión vigente de este formato en <http://sig.unad.edu.co>\*

	<b>FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>CÓDIGO:</b> F-11-1-5
	<b>PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONVOCATORIAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>VERSIÓN:</b> 0-23-04-2020
		<b>PÁGINAS:</b> Página 2 de 2

Esta investigación se encuentra catalogada así (*Resolución 8430 de 1.993, Art.11*):

Sin riesgo:  Con riesgo mínimo:  Mayora al riesgo mínimo:

Para participar en este estudio, a usted se le realizará el siguiente procedimiento: Se tomará una muestra de la población base de 25 estudiantes y a cada uno se le realizarán dos encuestas, la primera será una Escala de autoestima de Rosenberg y la segunda una encuesta cerrada de opción múltiple sobre el uso de las redes sociales.

#### DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con cédula de ciudadanía número \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ en calidad de participante, o en representación del menor \_\_\_\_\_ con documento de identidad No. \_\_\_\_\_, declaro que:

1. He leído y comprendido este documento de consentimiento informado.
2. Han aclarado todas mis dudas y respondido todas mis preguntas.
3. Conozco los posibles riesgos que implica mi participación.
4. Conozco el manejo que se le dará a la información suministrada por mí.
5. Se me ha informado que no recibiré ningún tipo de remuneración o contraprestación económica por la participación en este proyecto.
6. Me han explicado que mi participación en este proyecto es totalmente voluntaria y que puedo retirarme de él en el momento en que así lo desee.

Por lo anterior, expreso mi voluntad de participar y conscientemente, en uso de mis plenas facultades, firmo el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

Firma del participante o representante legal: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ CC No: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

## Apéndice C

### Escala de Rosenberg



#### ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG (RSE) (Rosenberg, 1965; Atienza, Balaguer, & Moreno, 2000)

Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con un aspa la alternativa elegida.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras	1	2	3	4
2	Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso	1	2	3	4
3	Creo que tengo algunas cualidades buenas	1	2	3	4
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás	1	2	3	4
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso	1	2	3	4
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo	1	2	3	4
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo	1	2	3	4
8	Me gustaría tener más respeto por mí mismo	1	2	3	4
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones	1	2	3	4
10	A veces pienso que no sirvo para nada	1	2	3	4

## Apéndice D

### *Encuesta de selección múltiple*

---

#### Encuesta de selección múltiple

---

#### Mi Mundo en Redes: ¿Cómo Influyen en mi Autoestima?

1- con qué frecuencia utilizas redes sociales como intagram, faceboook y tiktok?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Muy frecuentemente

2- ¿Cuántas horas diarias le dedicas a tus redes sociales? (si usas)

- a) 1-2 hora.
- b) 3-4 horas.
- c) 4-5 horas.
- d) más de 5 horas.

3- ¿para que utiliza principalmente redes sociales?

- a) Consumir contenido.
- b) Subir y ver contenido.
- c) Obtener información.
- d) Conectar con amigos

4- ¿cuán a menudo te comparas con otros usuarios en redes sociales?

- a) Nunca
- b) Rara vez

- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Muy frecuentemente

5- ¿Cómo te sientes acerca de ti mismo/a después de ver publicaciones de otros en redes sociales?

- a) Nada satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Neutral
- d) Satisfecho
- e) Muy satisfecho

6- ¿Qué tan satisfecho/a estas con tu apariencia cuando ves fotos en redes sociales?

- a) Nada satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Satisfecho
- d) Neutral
- e) Muy satisfecho

7- ¿Piensas que necesitas seguir tendencias o estilos específicos en redes para ser aceptado?

- a) Muy frecuentemente.
- b) Frecuentemente.
- c) Rara vez.
- d) Nunca.

8- ¿Crees que las redes sociales afectan tu percepción de ti mismo/a?

- a) Muy negativamente

- b) Negativamente
- c) No afecta
- d) Positivamente
- e) Muy positivamente

9- ¿Piensas que las redes sociales impactan tu estado emocional de alguna manera?

- a) Mucho.
- b) Algo.
- c) Muy poco.
- d) Nada.

10- ¿Sientes que necesitas cambiar aspectos de tu físico o personalidad en redes sociales para ser aceptado?

- a) Muy frecuente.
- b) Siempre.
- c) Rara vez.
- d) Nunca.

11- ¿sientes que el tiempo que pasas en redes sociales influye en tu autoestima?

- a) Si
  - b) No
-

## Apéndice E

### *Resumen Analítico Especializado*

Ítem	Descripción
	Impacto del uso de las Redes Sociales en la Autoestima de los Adolescentes
Título del trabajo	del Grado Noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia - Caquetá
Autor(es)	Laura Alejandra Aguirre Montealegre Lisnardi Julieth Bedoya Orozco Erika Tatiana Camacho Torres
Director	Diana María Ramírez Otalvaro
Publicación	N/A
Facultad	Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH
Palabras clave	Redes sociales, autoestima, adolescencia, impacto, efectos.
Descripción	La presente investigación fue desarrollada en la ciudad de Florencia Caquetá en la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía. Con la comunidad académica docentes, padres de familia y estudiantes de 9 grado.
Fuentes de información	Redalyc. Artículos y Documentos en PDF, Google académico, E biblioteca UNAD, SCOPUS La adolescencia representa un período clave en el desarrollo emocional, social y cognitivo, en el cual la formación de la autoestima desempeña un papel esencial en la construcción de la identidad. En este contexto, las redes sociales ejercen una influencia significativa, ya que pueden impactar la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos y su bienestar emocional. La constante comparación con modelos idealizados de éxito y belleza, promovidos en estas plataformas, puede generar sentimientos de insatisfacción personal y afectar la autoestima, al fomentar estándares poco realistas que dificultan la aceptación propia. En el marco de la psicología, el presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los

Contenidos	<p>adolescentes, específicamente en los estudiantes de grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía, ubicada en Florencia, Caquetá. En respuesta a las problemáticas observadas en el entorno escolar, se propone evaluar cómo la exposición constante a las redes sociales afecta la autopercepción y el bienestar emocional de los adolescentes. Para abordar esta cuestión, se utilizará la Escala de Autoestima de Rosenberg y una encuesta cerrada, con el propósito de identificar los niveles de autoestima en los estudiantes y explorar la relación entre el tiempo de exposición a redes sociales y los cambios en su percepción personal. Esta investigación busca, no solo analizar estos efectos, sino también sensibilizar a la comunidad educativa sobre los riesgos que pueden tener las redes sociales en el desarrollo emocional de los jóvenes, y la necesidad de promover prácticas digitales saludables.</p> <p>La investigación también se enfoca en identificar los contextos significativos en la vida de los adolescentes, tales como la interacción familiar y escolar, y cómo estos pueden influir en su autoestima en el contexto digital. Al centrarse en los adolescentes de grado noveno, se busca intervenir en una etapa clave de la adolescencia, donde la identidad personal y la autoimagen son particularmente vulnerables a la influencia de factores externos, como las redes sociales.</p> <p>En este sentido, el proyecto tiene la intención de contribuir desde la psicología a la promoción del bienestar emocional y la salud mental de los adolescentes, a través de la identificación de factores de riesgo y la implementación de estrategias preventivas para mitigar los efectos negativos del uso de las redes sociales en su autoestima.</p>
Metodología	<p>Para este estudio se seleccionaron una metodología cuantitativa. En el enfoque cuantitativo de investigación, se integran diversos tipos de datos para obtener una comprensión más completa y profunda de los problemas científicos. Esto incluye la recopilación de datos numéricos y lógicos, que permiten realizar análisis estadísticos,</p>

La presente investigación resalta la importancia de intervenir estos temas debido a que los estudiantes de grado noveno tienen un nivel promedio de autoestima medio, con algunos mostrando autoestima baja. El uso excesivo de redes sociales (más de cinco horas diarias) está relacionado con una disminución de la autoestima, mientras que un uso moderado (menos de dos horas) parece tener un impacto positivo. La investigación destaca la importancia de que la comunidad educativa promueva un uso equilibrado de

**Conclusiones** las redes sociales, integrando programas de alfabetización digital y apoyo emocional. Se sugiere ampliar estudios futuros para explorar más a fondo estos efectos.

Laura Alejandra Aguirre Montealegre

**Elaborado por:** Lisnardi Julieth Bedoya Orozco  
Erika Tatiana Camacho Torres

**Revisado por:** Diana María Ramírez

**Fecha de  
elaboración del**

**resumen** 04 / 02 / 202

**analítico**

---