



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**

TESIS

**NIVEL DE USO DE LAS REDES SOCIALES Y NIVEL DE
AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER Y SEGUNDO
GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
“SANTA LUCÍA” DEL DISTRITO DE FERREÑAFE, PROVINCIA
FERREÑAFE, REGIÓN LAMBAYEQUE, 2021**

**PRESENTADO POR
RODRÍGUEZ BERNILLA, ROGER EUCLIDES**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN SECUNDARIA CON LA ESPECIALIDAD EN:
COMPUTACIÓN E IFORMÁTICA**

LAMBAYEQUE - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y depositar en mí la vocación de servir a los demás por medio de la docencia.

A mi familia y amigos por depositar su confianza en mí y apoyarme a lo largo de mi camino profesional.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Alas Peruanas por darme los espacios de aprendizaje adecuados para mi formación docente.

A cada uno de mis maestros por compartir siempre sus conocimientos y experiencias que aportaron en mi desarrollo profesional.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general el determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021. Se estableció un diseño no experimental transeccional dentro del enfoque cuantitativo. El nivel fue el descriptivo correlacional a través del método hipotético deductivo. La población fue delimitada a 47 estudiante de primer y segundo año de educación secundaria.

En del proceso de recolección de datos se hizo uso de la encuesta como técnica, así mismo, se empleó un cuestionario para cada variable de estudio. Los datos recolectados se procesaron con el apoyo del software estadístico SPSS. A nivel descriptivo se muestra que el mayor porcentaje de la población para la variable nivel de uso de las redes sociales se ubicó en el nivel Medio con 51%, por otro lado, para la variable nivel de autoestima el mayor porcentaje de 61% se ubicó en el nivel Medio. La prueba de hipótesis general muestra un coeficiente de correlación de Spearman con valor de 0,416 y una significancia estimada de $0,002 < 0,05$. Estos datos muestran la existencia de una relación directa entre las variables y acepta la hipótesis general de la investigación.

Palabras Claves: redes sociales, autoestima.

ABSTRACT

The present study had the general objective of determining what relationship exists between the level of use of social networks and the level of self-esteem in first- and second-year high school students of the Educational Institution "Santa Lucía" of the district of Ferreñafe, province Ferreñafe, Lambayeque region, 2021. A non-experimental transectional design was established within the quantitative approach. The level was the descriptive correlation through the hypothetical deductive method. The population was limited to 47 first- and second-year high school students.

In the data collection process, the survey was used as a technique, likewise, a questionnaire was used for each study variable. The collected data were processed with the support of the SPSS statistical software. At a descriptive level, it is shown that the highest percentage of the population for the variable level of use of social networks was located in the medium level with 51%, on the other hand, for the variable level of self-esteem the highest percentage of 61% was located at the medium level. The general hypothesis test shows a Spearman correlation coefficient with a value of 0.416 and an estimated significance of 0.002 <0.05. These data show the existence of a direct relationship between the variables and accept the general hypothesis of the research.

Keywords: social networks, self-esteem.

ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	11
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	11
1.2. Delimitación de la Investigación	14
1.2.1. Delimitación Social	14
1.2.2. Delimitación Temporal	15
1.2.3. Delimitación Espacial	15
1.3. Problemas de Investigación	15
1.3.1. Problema General	15
1.3.2. Problemas Específicos	15
1.4. Objetivos de la Investigación	16
1.4.1. Objetivo General	16
1.4.2. Objetivos Específicos	16
1.5. Hipótesis de la Investigación	17
1.5.1. Hipótesis General	17
1.5.2. Hipótesis Específicas	17
1.5.3. Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores	18
1.6. Diseño de la Investigación	20
1.6.1. Tipo de Investigación	21
1.6.2. Nivel de Investigación	21
1.6.3. Método	21

1.7.	Población y Muestra de la Investigación	22
1.7.1.	Población	22
1.7.2.	Muestra	22
1.8.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	23
1.8.1.	Técnicas	23
1.8.2.	Instrumentos	23
1.9.	Justificación e Importancia de la Investigación	26
1.9.1.	Justificación Teórica	26
1.9.2.	Justificación Práctica	26
1.9.3.	Justificación Social	27
1.9.4.	Justificación Legal	27
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO		28
2.1.	Antecedentes de la Investigación	28
2.1.1.	Estudios Previos	28
2.1.2.	Tesis Nacionales	30
2.1.3.	Tesis Internacionales	31
2.2.	Bases Teóricas	33
2.2.1.	Variable nivel de uso de las redes sociales	33
2.2.1.1.	Teorías en relación con la sociedad del conocimiento	33
2.2.1.2.	Innovación de las aplicaciones en el aprendizaje	35
2.2.1.3.	Definiciones de redes sociales	36
2.2.1.4.	Características de las redes sociales	37
2.2.1.5.	Dimensiones del uso de las redes sociales	38
2.2.2.	Variable nivel de autoestima	40
2.2.2.1.	Teoría sobre las necesidades	40
2.2.2.2.	Definiciones de la autoestima	41
2.2.2.3.	Niveles de evaluación de la autoestima	42
2.2.2.4.	Dimensiones de la autoestima	44

2.3.	Definición de Términos Básicos	45
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		48
3.1.	Tablas y Gráficas Estadísticas	48
3.2.	Contrastación de Hipótesis	57
CONCLUSIONES		61
RECOMENDACIONES		63
FUENTES DE INFORMACIÓN		65
ANEXOS		75
1.	Matriz de Consistencia	76
2.	Instrumentos	77
3.	Base de datos de los Instrumentos	81

INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “Nivel de uso de las redes sociales y nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021” buscó como objetivo central determinar la relación existente entre las variables. El interés de este trabajo radica en la importancia y la actualidad de este campo.

El avance de la tecnología de la información y comunicación y el avance de los recursos o equipos tecnológicos han generado una oleada sin precedentes en las últimas décadas. El uso de la tecnología ha marcado un cambio de época en todas las interacciones sociales, tal es el caso del uso de las redes sociales. Las aplicaciones de redes sociales que permiten, entre otras cosas, la comunicación directa y el intercambio de información en distintos formatos, ha tenido consecuencias positivas como negativas. Para el proceso de enseñanza aprendizaje, ha tenido un impacto positivo en cuanto se ha podido generar estrategias adecuadas, y, dado que el uso de estas redes es masivo para las generaciones escolares, puede tener un impacto muy productivo. Así mismo, se puede asociar esta realidad con otros aspectos a desarrollar dentro de la persona como es la autoestima y preguntar si estas pueden estar relacionadas. Por tanto, este estudio pretende aumentar el conocimiento que existe de estas variables ofreciendo un análisis que parte del diagnóstico de una realidad delimitada y que puede dar lugar a la generación de diferentes innovaciones pedagógicas e implementaciones curriculares.

El informe de investigación se divide en tres capítulos:

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO. Se presenta la descripción de la existencia de un problema de investigación en la realidad para realizar su delimitación y formular el problema, los objetivos, hipótesis. Se muestra también el proceso de operacionalización de variables, así como el diseño, método y las justificaciones de la investigación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. Se inicia con la presentación de los antecedentes de la investigación para luego desarrollar un ordenado y sintetizado compendio que resume el conocimiento existente para cada una de las variables.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. Se desarrolla una presentación ordenada de los resultados estadísticos en un nivel descriptivo e inferencial para determinar la comprobación de las hipótesis de investigación.

Finalmente se establecen las conclusiones del estudio y sus recomendaciones para los interesados. Se incluye las fuentes empleadas en la investigación y los instrumentos utilizados.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La masificación de las TIC el mundo ha provocado importantes cambios en los procesos e instituciones de la sociedad. Por ejemplo, si observamos las cifras que nos muestra el Banco de Desarrollo de América nos dice que “este impacto provocado por las TIC influye en la economía de los países y en la realidad de cada persona. Se estima que el acceso del 10% en las TIC’s puede generar un cambio de entre 1 y 1,05% en el PBI de determinado país” (CAF, 2014, párr. 3). Este informe manifiesta también “la realidad de la situación laboral de las personas que puede verse influida por el conocimiento y dominio de habilidades en relación con las TIC para mejorar los promedios con mejores empleos e ingresos que puedan variar entre 18 y 30%, así mismo, la influencia se encuentra en el nivel de aprendizajes en los sistemas educativos” (párr. 3).

Profundizando el último punto, en relación con el ámbito educativo, Mujica (2018) afirma que “hay un reconocimiento en torno a que las TIC’s generan la ampliación del acceso a los procesos de enseñanza aprendizaje. Ello contribuye a una mejora en el logro de aprendizajes y la misma calidad educativa por la innovación de las metodologías y la reforma de los sistemas educativos por parte instituciones privadas o públicas” (Párr. 2).

Por otro lado, se ha de considerar el crecimiento de los que es conocido como redes sociales en el mundo. Por ejemplo, en el caso de América Latina, nos dice Schwartzman (2020) que “mitad de los 10 países con el mayor número de horas dedicadas a las redes sociales al mes es América Latina, como: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú” (párr. 3). Dentro de esta misma referencia encontramos que “en el 2010, el 45% de las empresas de América Latina estaban activas en al menos una plataforma de las redes sociales. Para el 2012, ese número se elevó a 65% de las empresas latinoamericanas activa en al menos una plataforma de las redes sociales” (párr. 4).

Por otro lado, si queremos ampliar el análisis al mundo entero, nos dice Massiah (2019) “que, de una población de 7.700 millones de personas, más de la mitad de esta cifra son usuarios de Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp...entre otras redes sociales” (párr. 2). Dentro de este artículo podemos ver que “los países latinoamericanos con más actividad en redes sociales son México con 67% de su población de 131,5 millones como usuarios de redes sociales, en Chile el 77% de 18,27 millones y Colombia con 68% de 49,66 millones” (párr. 7-9).

Para la realidad nacional, podemos observar que la situación actual ha hecho que más usuarios se unan a las redes sociales y se conoce que “en cuanto a redes sociales, los internautas peruanos prefieren YouTube y Facebook sobre otras aplicaciones móviles. Sin embargo, en el grupo etario de 18 a 24 años, la red más usada es Instagram” (El Peruano, 2020, párr. 3). Así mismo, algunas cifras que nos ofrece este informe son que “los visitantes únicos desde móviles en YouTube alcanzan 7 millones, mientras que suman 6.5 millones en Facebook. En Instagram llegan a 5.1 millones. Pinterest tiene 2.6 millones y Twitter, 2 millones” (párr. 4). Finalmente, para completar el análisis de la realidad del uso de las redes sociales, podemos encontrar que según el informe de Ipsos (2020) “se estima que hay 13,2 millones de usuarios de redes sociales en Perú los cuales representan el 78% de la población entre 18 a 70 años del Perú urbano” (párr. 2). Así mismo, se muestra que las redes sociales imprescindibles son Facebook con 73%, WhatsApp con 69% y YouTube con 41%” (párr. 2).

Por otra parte, se puede analizar la situación de la variable nivel de autoestima desde algunas referencias. Así, por ejemplo, estudio realizado por la empresa Dove que buscaba tener un conocimiento sobre la autopercepción respecto a la belleza en niñas de 9 a 17 años de diferentes países, se encontró que “dentro de los resultados que en el país de Argentina solo se encontró al 3% de señoritas que se consideraba hermosa” (Infobae, 2015).

Otro estudio en la ciudad de Barcelona en 323 estudiantes de 13 a 19 años muestra que “el 19,2% de señoritas logra alcanzar el nivel bajo de autoestima el cual es superior al 7,1% de los varones” (Waldie, 2018, párr. 2); así mismo, estas cifras “varían también de acuerdo con la edad, los niños de 12 a 14 años en un 19,4% tienen un nivel de baja autoestima frente a un 7,7% de niños de 15 y 16 años” (párr. 3).

La realidad del autoestima como factor importante en el desarrollo de la persona, ha generado perspectivas que la vinculan con factores e índices económicos como al pobreza, de este modo, por ejemplo, en una investigación realizada por el Banco de desarrollo de América Latina y la Universidad de Oxford, e menciona que “se debe exigir que se incluya otros indicadores de evaluación para la pobreza en los cuales debe estar la autoestima que en el caso de las poblaciones vulnerables que suele ser baja” (El País, 2016, párr. 1).

Entre las referencias del contexto peruano, se puede mencionar, como se afirma en los artículos periodísticos, que “el maltrato en los niños puede producir daños no reversibles en la estructura cerebral de los menores lo cual lo hace más sensibles a desarrollar depresión y manifestar niveles bajos de autoestima” (Nacional.pe, 2015, párr. 1).

Así mismo, se muestra que “3 de cada 10 hogares convive en circunstancias de maltrato, el cual permite ver un panorama de la autoestima en el país sobre todo porque estos daños psicológicos y la autoestima no llegan a sanar por completo en la persona ya que la terapia sólo les permite sanarse en un 60 o 70%” (Nacional.pe, 2015, párr. 2).

Esta realidad es un delicada ya que, los índices de violencia en los hogares son muy comunes y no solo queda en el marco de las casas, sino que trasciende a las localidades y los mismos centros educativos, constituyendo el perjuicio de la autoestima en un problema generalizado. Ante ello, ¿qué soluciones pueden existir? ¿desde dónde debe partir las soluciones?

Según afirma Douillard (2018) existe una “necesidad de implementar el desarrollo de la autoestima desde el colegio; si bien es cierto sus estructuras de base se forman en el hogar, los colegios constituyen un espacio bastante influyente para la persona” (Párr. 4). Esta tentativa de solución enmarca perfectamente las intenciones de estudiar mejor la realidad en diferentes contextos para generar planes de acción desde los programas curriculares y el desarrollo de competencias en los estudiantes.

Estas referencias muestran la presencia de la problemática planteada de acuerdo con las variables mencionadas. Para poder llevar acabo esta investigación se consideró la realidad de los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque en el cual se han observado indicios de la presencia de estas variables.

Por otro lado, es necesario considerar la importancia de este estudio para poder profundizar en el conocimiento diagnóstico de estas variables y permitir que el análisis fundamente modificaciones estructurales en los procesos de enseñanza aprendizaje que puedan hacer uso de nuevas metodologías y también mejorar el desarrollo integral de los escolares de la región.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN SOCIAL

La investigación fue delimitada socialmente a la realidad de los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía”.

1.2.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación fue delimitada desde el enfoque temporal al año lectivo 2021 en el cual se aplicó los instrumentos de recolección de datos.

1.2.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se delimitó desde la perspectiva espacial a la realidad de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque.

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE 1: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?

PE 2: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?

PE 3: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE 1: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

OE 2: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

OE 3: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

HE 1: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

HE 2: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

HE 3: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

1.5.3. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

Tabla 1. Operacionalización de la variable nivel de uso de las redes sociales

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Relacional 1: Nivel de uso de las redes sociales	Aspecto Estructural	- Accesibilidad	1, 2	Valoración: Likert Muy a menudo... 4 A menudo..... 3 Rara vez..... 2 Muy rara vez..... 1 Niveles: Alto 61 - 80 Medio 41 - 60 Bajo 20 - 40
		- Tamaño	3, 4	
		- Composición	5, 6	
		- Densidad	7	
	Aspecto Funcional	- Compañía social	8, 9	
		- Apoyo emocional	10, 11	
		- Guía cognitiva	12, 13	
		- Ayuda material y de servicios	14	
		- Acceso a nuevos contactos	15	
		Atributos de vínculo	- Reciprocidad	
	- Compromiso	18, 19		
	- Frecuencia de los contactos	20		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Operacionalización de la variable nivel de autoestima

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 Nivel de autoestima	Nivel de autoestima general	- Confianza	1, 3	ORDINAL Valoración: Likert Muy a menudo... 4 A menudo..... 3 Rara vez..... 2 Muy rara vez..... 1
		- Valoración de las habilidades	8, 10, 14, 19	
	- Seguridad de sí mismo	26		
	- Responsabilidad de sus propias acciones	29		
Nivel de autoestima social	Nivel de autoestima social	- Estabilidad frente a los desafíos	4, 6	Niveles Alto 91 - 120 Medio 61 - 90 Bajo 30 - 60
		- Relación con los amigos	11, 16, 20, 24	
		- Sentido de pertenencia y vínculo con los demás	5, 7, 9, 12, 15	
		- Habilidades sociales	17, 21, 27, 30	
Nivel de autoestima escolar	Nivel de autoestima escolar	- Habilidades en las relaciones íntimas con la familia	2, 13, 18	
		- Aspiraciones familiares	22, 23	
		- Capacidad para aprender	25, 28	
		- Evaluación de los propios logros		
		- Metas superiores		

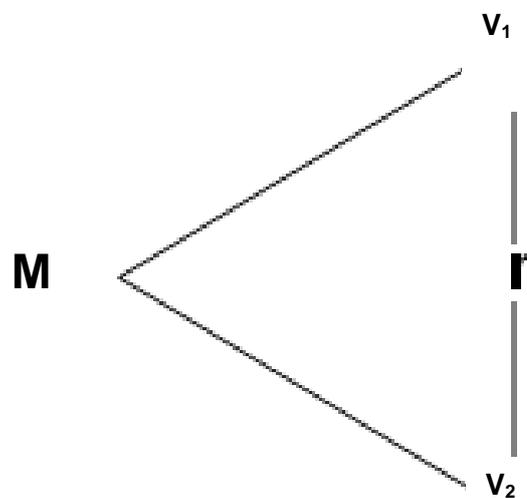
Fuente: Elaboración propia.

1.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio ha elegido trabajar en base al “diseño no experimental porque no tiene la intención de operar alguna manipulación de las variables para buscar el efecto en las demás” (Tello y Ríos, 2013, p. 49). No se ha tenido la “pretensión de provocar algún estímulo en las variables independientes y buscar la existencia de los efectos dentro de una relación de causalidad” (p. 49). La investigación busca solo realizar un diagnóstico de la realidad delimitada.

Este estudio es también de diseño “transversal porque la recolección de datos en las unidades de investigación fue realizada en un solo momento como si se tratase de una fotografía del momento” (Tello y Ríos, 2013, p 51). El estudio “no busca encontrar la evolución del fenómeno que estudia sino analizarlo en el momento delimitado” (p. 51).

Presenta el siguiente esquema:



Donde:

- M : Muestra
- V₁ : Nivel de uso de las redes sociales
- V₂ : Nivel de autoestima
- r : Relación entre la V₁ y V₂

1.6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio se puede calificar como una investigación de tipo básica. En la referencia de Ñaupas (2013) podemos decir que “una investigación tiene esta clasificación cuando su objetivo central se centra en buscar y aumentar el conocimiento sobre las variables y su campo de estudio” (p. 70). Como menciona la referencia, en concordancia con ella, “este estudio busca descubrir el estado de las variables en la realidad determinada a modo de diagnóstico sin pretender elaborar alguna nueva tecnología pedagógica que pueda ser aplicada en el momento” (p. 70).

1.6.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Considerando la propuesta teórica de Hernández et al. (2010) sobre los niveles de investigación, el presente estudio se encuentra enmarcado en el nivel descriptivo y correlacional. “Es descriptivo, porque intenta ubicar las propiedades principales de las variables en las unidades de análisis” (p. 4). Así mismo, es correlacional porque “su fin es mostrar a partir del diagnóstico realizado, la posible existencia de una correlación entre las variables analizadas y la dirección de ella” (p. 4).

1.6.3. MÉTODO

La investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo de la investigación “en el cual será necesaria la cuantificación de los datos encontrados para ser analizados y buscar por medio de la estadística la contrastación de las hipótesis planteadas como sustento del conocimiento obtenido” (Hernández et al., 2010, p. 4). Desde este enfoque, ubicamos el método hipotético deductivo “con el cual se pudo realizar la prueba a las hipótesis y realizar su comprobación por medio del análisis estadístico que establece su verdad o falsedad” (Ñaupas, 2013, p 102).

1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. POBLACIÓN

La población de un estudio se define como “el total de las unidades de análisis que conforman las delimitaciones establecidas por el investigador” (Carrasco, 2009, p. 236)

Tomando en cuenta lo referenciado, esta investigación ha delimitado su población a todos los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, matriculados en el año lectivo 2021.

Tabla 3. *Distribución de la población de estudio*

Grados	Cantidad	% Población
1ro Sec.	25	53,2
2do Sec.	22	46,8
Total	47	100

Fuente: Elaboración propia

1.7.2. MUESTRA

Como afirma Castro (2010) “al contar con una población menor a 50 unidades es recomendable considerar una muestra en igualdad con la población” (p. 69). A partir de esta referencia, la muestra de estudio será censal y se tomará en cuenta los 47 estudiantes de primer y segundo grado de secundaria (N = n).

1.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

1.8.1. TÉCNICAS

Para poder recolectar los datos para las variables nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima se hizo uso de la encuesta como técnica de evaluación “el cual es considerada de mucha utilidad para las investigaciones de carácter social las cuales se presentan en un grupo de interrogantes que pueden ser directas o indirectas hacia la población de estudio” (Carrasco, 2009, p. 314).

1.8.2. INSTRUMENTOS

Dentro de la técnica de la encuesta para evaluar a la población de estudio se hizo por medio de cuestionarios como instrumentos “conformados por un conjunto de preguntas directas y así lograr obtener información en las unidades de análisis” (Carrasco, 2009, p. 318).

Los instrumentos empleados fueron los siguientes:

➤ **Cuestionario para evaluar el nivel de uso de las redes sociales**

Este instrumento cuenta con 20 ítems.

Los ítems están planteados en una escala Likert de cuatro categorías (Muy a menudo – 4; A menudo – 3; Rara vez – 2; Muy rara vez – 1).

Se encuentra dirigido a estudiantes del nivel secundario.

➤ **Cuestionario para evaluar el nivel de autoestima**

Este instrumento cuenta con 30 ítems.

Los ítems están planteados en una escala Likert de cuatro categorías (Muy a menudo – 4; A menudo – 3; Rara vez – 2; Muy rara vez – 1).

Se encuentra dirigido a estudiantes del nivel secundario.

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 1

Nombre: Cuestionario para evaluar el nivel de uso de las redes sociales

Autor: Paniora, Fanny (UCV, Lima, 2016)

Duración: Tiempo aproximado de 15 a 20 minutos.

Aplicación: Estudiantes de nivel secundario

Dimensiones:

- **Dimensión 1:** Aspecto estructural
Se formularon 7 ítems (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7)

- **Dimensión 2:** Aspecto funcional
Se formularon 8 ítems (8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15)

- **Dimensión 3:** Atributos de vínculo
Se formularon 5 ítems (16, 17, 18, 19, 20)

Valoración: Likert

Muy a menudo... 4
A menudo..... 3
Rara vez..... 2
Muy rara vez..... 1

Niveles:

Alto	61 - 80
Medio	41 - 60
Bajo	20 - 40

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE 2

Nombre: Cuestionario para evaluar el nivel de autoestima

Autor: Stanley Copersmith

Adaptación: Félix, E. (UCV, Lima, 2015)

Duración: Tiempo aproximado de 20 a 30 minutos.

Aplicación: Estudiantes de secundaria.

Dimensiones:

- **Dimensión 1:** Nivel de autoestima general
Se formularon 8 ítems (1, 3, 8, 10, 14, 19, 26, 29)
- **Dimensión 2:** Nivel de autoestima social
Se formularon 15 ítems (4, 6, 11, 16, 20, 24, 5, 7, 9, 12, 15, 17, 21, 27, 30)
- **Dimensión 3:** Nivel de autoestima escolar
Se formularon 7 ítems (2, 13, 18, 22, 23, 25, 28)

Valoración:

Preguntas positivas

(3, 4, 6, 7, 9, 11, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 29)

Preguntas negativas

(1, 2, 5, 8, 10, 12, 13, 16, 17, 24, 27, 28, 30, 31, 32)

Niveles:

Alto	91 - 120
Medio	61 – 90
Bajo	30 – 60

1.9. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Dentro de la perspectiva teórica, el estudio se encuentra justificado por el aporte que pueda dar los resultados a la teoría existente sobre las variables nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima. Los datos recogidos de la realidad delimitada otorgan datos empíricos que contribuyen a dar sustento a los conceptos de las teorías abstractas sobre el tema. Así mismo, estos datos y su análisis pueden ser utilizado como antecedentes de estudios posteriores que puedan desarrollarse en torno con las variables estudiadas.

Así mismo, el informe de investigación se presenta como un elemento teórico elemental y básico para todos los interesados en la variable de estudio, ofreciendo así un manual que contiene de forma ordenada y sintetizada los conocimientos existentes obre las variables estudiadas.

1.9.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Dentro de la perspectiva práctica el estudio se justifica por los recursos que presenta para ser aprovechados por los profesionales interesados en las variables nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima. En primer lugar, los instrumentos de recolección de datos pueden ser empleados por los profesionales interesados para poder replicarlos en diferentes realidades y contribuir al aumento de conocimiento de forma comparativa producto del análisis en otras realidades. El informe también puede fundamentar la formación e implementación de metodologías innovadoras que usen los resultados de este estudio como base. Por otro lado, el informe en sí mismo puede servir de una manual de referencia para los interesados en el tema.

1.9.3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Dentro del enfoque social, el estudio está justificado porque pueden generar diferentes beneficios. En primer lugar, podríamos decir que los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque podrán encontrar una respuesta inmediata por parte de sus docentes en cuanto a la implementación de nuevos métodos de aprendizaje que logre mejorar su desarrollo integral, sobre todo en cuanto al uso de las redes sociales en el proceso de enseñanza aprendizaje y el fortalecimiento de la autoestima. Por otro lado, se considera importante los beneficios que puedan traer a toda la comunidad educativa, directivos y docentes la consideración de las conclusiones y las recomendaciones propuestas en base a los resultados.

1.9.4. JUSTIFICACIÓN LEGAL

La investigación dentro del marco legal se justifica en el requisito establecido por la normativa de la Universidad Alas Peruanas para alcanzar el título profesional de Licenciado en Educación Secundaria por medio de la presentación y sustentación de un trabajo de investigación. Estos requerimientos legales mencionados y asumidos por la universidad se encuentran en el marco de los estándares de calidad y las exigencias propuestas por la Ley Universitaria N° 30220, inmerso de la Ley de Educación N° 28044.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ESTUDIOS PREVIOS

El avance de la tecnología de la información y comunicación y el avance de los recursos o equipos tecnológicos han generado una oleada sin precedentes en las últimas décadas. El uso de la tecnología ha marcado un cambio de época en todas las interacciones sociales, tal es el caso del uso de las redes sociales. Las aplicaciones de redes sociales que permiten, entre otras cosas, la comunicación directa y el intercambio de información en distintos formatos, ha tenido consecuencias positivas como negativas. Para el proceso de enseñanza aprendizaje, ha tenido un impacto positivo en cuanto se ha podido generar estrategias adecuadas, y, dado que el uso de estas redes es masivo para las generaciones escolares, puede tener un impacto muy productivo. Así mismo, se puede asociar esta realidad con otros aspectos a desarrollar dentro de la persona como es la autoestima y preguntar si estas pueden estar relacionadas.

Por otra parte, en su relación con la autoestima, se puede observar diversidad de estudios referente a ello que pueda dar una perspectiva de la diversidad de formas para conocer sobre ellas y sus relaciones con otros factores del proceso de enseñanza aprendizaje. Por ejemplo, el

estudio realizado por Robles (2012) que titula “Relación entre clima social familiar y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa del Callao” en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Entre sus conclusiones se pueda encontrar que “el clima social familiar presenta una tendencia de una correlación baja que incide en la autoestima de los estudiantes de secundaria” (p. 48).

Por otro lado, se concluye que “la relación entre el clima social familiar en su dimensión relaciones y autoestima es baja porque los estudiantes manifiestan que en sus hogares existe poca comunicación con sus padres o familiares” (Robles, 2012, p. 48); por otro lado, “en los estudiantes evaluados la relación entre el clima social familiar en su dimensión desarrollo y autoestima es baja porque dentro de la familia escasamente se fomenta el desarrollo personal” (p. 48). También se concluye que “el clima social familiar en la dimensión estabilidad y autoestima la correlación es baja porque las familias de los estudiantes no tienen una orientación clara sobre el grado de control que ejercen unos miembros de la familia sobre otros” (p. 48).

Por otro lado, el estudio de Ávila (2015) titulado “Estudio correlacional entre la autoestima y el rendimiento escolar” de la Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador. La conclusión principal del estudio fue que “la autoimagen familiar tiene un nivel medio alto en base a factores positivos como las muy buenas relaciones madre-hijos, entre hermanos y al reconocimiento de los padres del esfuerzo de los adolescentes en el estudio” (p. 129).

Por otro lado, “mientras que como puntos críticos esta la relación padre-hijos que en algunos casos son padrastros hijas o hijos, y que son valorados con calificaciones negativas” (Ávila, 2015, p. 129); así mismo, “también existe caos de padres que han retornado del exterior lo que genera problemas de autoridad y surgen los conflictos no solo con los hijos sino con lo familia paterna que se torna conflictiva” (p. 129).

2.1.2. TESIS NACIONALES

Mauricio (2019) “Uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Ate – Vitarte”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología con mención en Psicología Clínica. Universidad Nacional Federico Villareal, Lima. El objetivo del estudio fue “establecer los niveles de uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Privada del distrito de Ate-Vitarte” (p. 19). La población estuvo conformada por 144 estudiantes.

Las principales conclusiones del estudio fueron, en primer lugar, que “el mayor porcentaje de los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Privada de Ate – Vitarte, se ubican en un nivel Medio de uso de las redes sociales con un (47%); seguido del Nivel Alto con un 28%” (Mauricio, 2019, p. 65). Por otro lado, se concluyó que “no existen diferencias en cuanto al Uso de las Redes sociales en los estudiantes según sexo., sin embargo, si existen diferencias con respecto a la edad, ya que, a mayor, edad grupo 2 de 15 a 17 años, presentan un Nivel Alto de 33% a diferencia del grupo 1 de 12 a14 años que solo obtiene un 26%” (p. 65).

Bravo (2019) “Relación del uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Trujillo”. Tesis para obtener el grado académico de maestra en psicología educativa. Universidad César Vallejo, Lima. El objetivo central del estudio fue “determinar la relación existente entre la adicción a las redes sociales y el nivel de las habilidades sociales en estudiantes del primero a quinto del nivel secundario” (p. 21). La población se conformó de 106 estudiantes. Las conclusiones que el estudio pudo llegar en relación con las variables son las siguientes.

En primer lugar, se concluye que “no existe una relación entre el nivel de habilidades sociales y el nivel de adicción a las redes sociales” (Bravo, 2019, p. 46). Por otro lado, “no existe una relación entre el nivel

de habilidades sociales y el nivel de obsesión por las redes sociales” (p. 47). Otra conclusión fue que “no existe una relación entre el nivel de habilidades sociales y el nivel de falta de control personal, como tampoco una relación entre el nivel de habilidades sociales y el nivel de uso excesivo de las redes sociales” (p. 47).

Quispe y Salvatierra (2017) “Autoestima en estudiantes de la Institución Educativa 20096 de Sicaya – Huancayo”. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Pedagogía y Humanidades en especialidad de Educación Primaria. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Su objetivo general fue determinar las diferencias esenciales de la autoestima. La población estuvo conformada por 190 estudiantes de la población delimitada.

Las conclusiones establecidas por el estudio son las siguientes. En primer lugar, “en los estudiantes predomina una autoestima difusa, con características multivariados. Los varones muestran una autoestima alta mientras que las mujeres evidencian mayormente una autoestima también alta” (Quispe y Salvatierra, 2017, p. 113). Así mismo, “se halló diferencias de autoestima a favor de los estudiantes de sexo masculino, aun cuando dicha diferencia no es significativa, entre los estudiantes varones y mujeres” (p. 113).

2.1.3. TESIS INTERNACIONALES

Ricardo (2019) “Autoestima y bajo rendimiento académico en los estudiantes del grado quinto de primaria de la Institución Educativa Don Bosco de Popayán”. Tesis para obtener el título de psicólogo. Fundación Universitaria de Popayán, Popayán, Colombia. El objetivo del estudio fue “describir la relación entre rendimiento académico y autoestima de los estudiantes de quinto de primaria” (p. 13). La muestra de estudio fue conformada por 30 estudiantes del quinto grado del nivel primario de la institución mencionada.

La principal conclusión del estudio menciona que “el tener bajo rendimiento académico afecta la autoestima en la dimensión académica con puntuaciones bajas (inferiores a la media), mientras en los estudiantes con alto rendimiento están encima de la media en la dimensión académica” (Ricardo, 2019, p. 36); de este modo, tras el estudio, se conoce que “la autoestima que abarca el desarrollo emocional de los individuos es imprescindible para el aprendizaje y desempeño escolar como actitudinal a nivel laboral de los estudiantes por su formación técnica” (p. 36).

Balseca (2018) “Influencia de las redes sociales en los hábitos de estudio de los estudiantes de 8vo, 9no y 10mo año de Educación General Básica en el Colegio “Alangasí” de la ciudad de Quito en el año lectivo 2016-2017”. Tesis para obtener el Título de Licenciada en Ciencias de la Educación, mención Psicología Educativa Y Orientación. Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador. El objetivo del estudio fue “determinar la influencia de las redes sociales en los hábitos de estudio de los estudiantes de 8vo, 9no y 10mo año” (p. 8). La muestra de estudio fue conformada por 267 estudiantes.

La conclusión principal del estudio fue que “la frecuencia y tiempo de uso de las redes por parte de los adolescentes es alta por lo que se puede considerar que este medio de comunicación es algo muy constante” (Balseca, 2018, p. 90); así mismo, se manifiesta que “es un factor determinante en el tiempo de los adolescentes, ya que el uso frecuente de las redes sociales perturba la calidad de ambiente de estudio, el cual podría entonces ser un indicador para la familia de que los hijos estarían haciendo un uso que podría afectar sus hábitos de estudio” (p. 90).

Por otro lado, se observa también que “la conexión en las redes sociales por parte de los adolescentes se puede evidenciar que la mitad de su población la efectúan en sus tiempos libres, de preferencia en su hogar, sin intervenir en sus actividades diarias” (Balseca, 2018, p. 90); se

concluye además que “hay quienes la usan libremente y sin mayor control ya que es indispensable estar en contacto con sus amigos la principal causa de motivación para el acceso a las redes sociales” (p. 90).

Laguna (2017) “La autoestima como factor influyente en el rendimiento académico”. Tesis para obtener el grado de Magister en Educación. Universidad de Tolima, Ibagué, Tolima. El objetivo principal del estudio es determinar la relación existente entre las variables.

La principal conclusión del estudio fue que “existe una alta relación entre la autoestima y rendimiento académico al hacer un análisis cuantitativo, realizando una correlación de variables entre las notas de los estudiantes” (Laguna, 2017, p. 117). Por otro lado, “sus calificaciones respectivas en el cuestionario de autoestima se obtuvo una correlación de 85%” (p. 117); así mismo, el estudio también “sugiere una relación muy alta entre las variables dentro de la escala, lo que explica que sí existe una relación entre las notas que los estudiantes obtienen en su desempeño escolar y su nivel de autoestima” (p. 117).

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. VARIABLE NIVEL DE USO DE LAS REDES SOCIALES

2.2.1.1. TEORÍA EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

La realidad actual muestra que las tecnologías orientadas a la comunicación han dominado totalmente la actividad de la sociedad. Los diferentes aspectos de la vida social demandan y necesitan la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación. Por otro lado, la llegada y masificación del internet ha logrado derribar las diferentes brechas comunicativas y el acceso a la información, que, probablemente, en décadas anteriores constituía una dificultad

mayor. Más aún, hoy en día, cada año nos encontramos ante innovaciones y crecimiento tecnológico que nos hace visionar un futuro donde no haya ninguna limitación y acceso a este conocimiento aplicado.

Otro punto para considerar es que, concebir una idea en la cual exista una Sociedad donde haya una libertad de circulación para la información y así mismo, se desarrolle la capacidad de dar productividad a esta información para que pueda ser convertida en conocimiento aplicado al servicio del progreso humano.

Hoy esa capacidad de hacer uso de la información para generar verdadero conocimiento que pueda ayudar al desarrollo es valorada hoy en día y es, si no el principal, una importante fuente de poder y desarrollo de los países.

Esta realidad del acceso a la información dentro de una actualidad de acceso a dispositivos tecnológicos sin precedentes constituye una gran influencia para el mundo del proceso de aprendizaje. Como refiere Arias (1999) “existe un gran impacto en el mundo de la educación al convivir con las diferentes herramientas virtuales que colaboran potencialmente con el desarrollo de la enseñanza y el logro de sus objetivos” (p. 64). Uno de los principales sectores de la actividad humana que se ha visto muy beneficiado es el campo de la educación y el desarrollo de aprendizajes ya que, por medio de la tecnología, se puede experimentar con diferentes entornos virtuales de interacción y de aprendizajes digitalizado.

Desde la perspectiva de Drucker (1993) “hay diferentes beneficios que se pueden desarrollar al tener un mayor acceso a esta sociedad del conocimiento”. Dentro de los beneficios propuestos encontramos que “se puede observar la eliminación gradual de las fronteras de la información, la mejora en la velocidad de la comunicación y los diversos procesos de interacción, el mayor alcance del conocimiento, la revalorización de del talento humano

desde la construcción y el diseño, el capital intelectual que es valorado cada vez más, el desarrollo diferentes destrezas cognitivas y sociales junto con la cooperación del trabajo” (p. 39).

El avance de las TIC's nos permite observar el crecimiento en la formación de sociedades de conocimiento donde se cultiva su desarrollo y su producción. Estas sociedades formadas a partir de los docentes y estudiantes que conocen y aplican el buen manejo de las TIC's. Esta realidad debe tomar impulso sobre todo en las universidades donde se debe cultivar la producción del conocimiento aprovechando las ventajas que hoy en día se tiene. “Es necesario implementar una formación sistemática para que las tecnologías de la información y comunicación tengan un alcance de mayor calidad en el campo de la educación y dejar de lado algunas prácticas educativas tradicionales de la enseñanza que no son adecuadas para la actualidad y que permita ir involucrando a los estudiantes en el contexto que les toca vivir” (Sarmiento, 2007, p. 28).

2.2.1.2. INNOVACIÓN DE LAS APLICACIONES EN EL APRENDIZAJE

Para poder comprender el uso de las llamadas aplicaciones dentro del proceso de enseñanza, es necesario tener en claro la idea de gamificación que nos ofrece estas aplicaciones dentro de los dispositivos tecnológicos sobre todo los móviles. Este concepto de gamificación viene del idioma inglés en el cual “game” traducido como juego, puede definir o enmarcar un modo de generar aprendizaje en los estudiantes por medio de juegos. Así mismo hemos de considerar las formas de juego que pueden existir sea en un entorno físico o, sobre todo, en el marco de la investigación, un entorno digital o virtual. Analizando este concepto, observemos algunas propuestas. Por ejemplo, como afirma Gonzales (2016) quien citando a Molina (2014) nos dice que “la gamificación es el uso de mecanismos de juego en entornos lúdicos con el fin de lograr motivación en las estudiantes, así

como en la concentración, el esfuerzo y valores que se desarrollan en torno a los juegos, esta forma de llevar la enseñanza busca una nueva y útil estrategia para lograr la motivación en las personas” (p. 25).

Dentro de la misma línea, Prensky (2001) nos dice que “existe una importancia de los juegos para el logro de aprendizajes significativos debido a que esta estrategia permite que el estudiante puede llevar actividades de la vida real y fomentar el desarrollo de habilidades cotidianas”. Así mismo, se puede mencionar que “el juego permite el desarrollo de habilidades que van a lograr un mejor aprendizaje” (Gonzales, 2016, p. 28).

2.2.1.3. DEFINICIONES DE REDES SOCIALES

Para una mejor comprensión de la variable uso de las redes sociales, encontremos algunos conceptos sobre las redes sociales que nos puedan ampliar la visión sobre ellas. Por ejemplo, para Cobo y Pardo (2007) muestran que “las redes sociales son todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (p. 45). De esta referencia podemos mencionar que, dada las características propias de las redes sociales, estas permiten generar vínculos entre las personas sobre todo de forma comunitaria virtual, este último elemento característico es observado por la educación como un elemento de ayuda al proceso. Por otra parte, podemos mencionar que “las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos y las aristas, relaciones entre ellos” (Deitel y Deitel, 2012, p. 48). Así mismo, “las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas, también es el medio de interacción de distintas personas, como, por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, spaces, etc.” (p. 48).

Dentro de lo mencionado, podemos agregar también la concepción de Borja (2010) el cual, haciendo referencia a las redes sociales, menciona que “es una herramienta que permite a las personas entrelazarse para establecer comunicación, con otras personas o amistades que estén en la misma red, además de poder compartir diferentes opciones como fotos, videos , documentos, publicaciones, comentarios y mensajes” (p. 70).

Según lo referenciado, las redes sociales, tiene una finalidad de comunicación entre las personas y la formación de comunidades. Esta comunicación se da en diferentes planos y formas haciendo uso de las alternativas de multimedia que puede emplearse tales como audios, escritos, fotografías, videos, etc.

2.2.1.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES

Para poder establecer las características que tienen las redes sociales en general podemos tener en cuenta el planteamiento de Madariaga, Abellos y Sierra (2010) que nos mencionan que existe dos tipos de características “por un lado las características cuantitativas y por el otro las características cualitativas” (p. 59).

Dentro de las características cuantitativas, según Madariaga et al. (2010) podemos encontrar en primer lugar, “la densidad, la proximidad para alcanzar a otra persona en la red, la cantidad de contactos directos que puede tener, la cantidad total de usuarios, las características diferenciales entre los miembros, y la distancia real entre los diferentes usuarios” (p. 59).

Por otra parte, las características cualitativas pueden orientarse en aspectos como “la amistad o la tolerancia entre los distintos miembros” (Madariaga et al., 2010, p. 61). Dentro de las características encontramos, por ejemplo, “la dirección que se trata de la reciprocidad en las relaciones, el contenido, los vínculos que se

generan entre usuarios directos, el valor que otorgan los usuarios a las relaciones, la durabilidad de la red como tal y la multiplicidad que es el grado en que se puedan relacionar los miembros de diferentes formas” (p. 61).

2.2.1.5. DIMENSIONES DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

Para el proceso de operacionalización de las variables de estudio se ha considerado como dimensiones los aspectos de las redes sociales propuesta por Gallego (2012) la cual establece los:

A. DIMENSIÓN ASPECTO ESTRUCTURAL

En primer lugar, podemos mencionar que “las redes sociales tienen un patrón de lazos de interdependencia que afecta el flujo de recursos del individuo. Es decir, se refiere a la accesibilidad, tamaño, composición de la red y densidad del vínculo” (Gallego, 2012, p.89). De esta forma, se puede establecer la estructura que tienen las redes sociales como tal y lo que puede influir esta estructuración. Dentro de lo planteado por Gallego (2012) podemos entender que en esta dimensión encontramos la densidad el cual “consiste en el grado de interconexión que presentan los miembros de la red entre sí, independientemente de la persona de referencia” (p. 90).

De esta forma una red social con esta característica se relaciona el apoyo que pueda tener la red social y la búsqueda de un estado de salud de esta. Por otra parte, se manifiesta en su composición la cual “permite a las personas de la red y a la persona de referencia una flexibilidad de roles y relaciones que se manifiesta en el número de diferentes tipos de personas en la red: número de familiares, amigos, vecinos, compañeros” (Gallego, 2012, p. 90).

Por otra parte, encontramos la característica de la dispersión la cual “refleja la facilidad de contacto con los miembros de la red indicando la disponibilidad de apoyos, es decir, hace referencia a los niveles de relación en términos de tiempo y espacio” (Gallego, 2012, p. 91). Finalmente, se ha de considerar el tamaño que “consiste en el número de personas que componen la red social de una persona, por ejemplo, existen diferencias significativas entre el tamaño de las redes sociales de la población general, de la población con trastornos de personalidad y de la población psicótica en una determinada cultura” (p. 91).

B. DIMENSIÓN ASPECTO FUNCIONAL

Para esta dimensión, tengamos en cuenta lo que nos dice Gallego (2012) al referir que “es el tipo de intercambio interpersonal que prevalece entre los miembros de las redes sociales” (p. 95).

A lo mencionado, se agrega las características de la dimensión. En primer lugar, la direccionalidad el cual “es el grado en que la ayuda afectiva, material o instrumental es dada y recibida por la persona. Indica la reciprocidad y el flujo del apoyo social, así como, otro elemento es la multiplicidad que hace referencia a las relaciones que sirven para más de una función o que incluyen más de una actividad” (Gallego, 2012, p. 96).

Encontramos también, el “contenido transaccional el cual es Intercambio de ayuda material, emocional, instrumental entre la persona y los miembros de su red; la duración como una extensión en el tiempo de las relaciones de la persona con su red social. Indica estabilidad en las relaciones; la frecuencia con la que la persona mantiene contacto con los miembros de la red y finalmente la intensidad como la fuerza con la que es percibido el vínculo” (Gallego, 2012, p. 97).

C. DIMENSIÓN ATRIBUTOS DE VÍNCULO

Dentro de esta dimensión podemos considerar que se trata de la “interpretación personal de la red social y del apoyo que influye sobre el grado de satisfacción y expectativas de ayuda del individuo” (Gallego, 2012, p. 103). Esto nos dice que se considera la percepción o la interpretación que pueda tener la persona desde un punto de vista subjetivo en relación con sus relaciones, la calidad de ellas y su satisfacción.

Dentro de esta dimensión se hace referencia a la forma de apoyo que se trasmite en las red social en comunidad o en las personas. Se puede plantear la existencia de tres tipos de apoyo según Gallego (2012), estos tipos de apoyo más importantes para valorar en las redes son “el apoyo socioemocional: expresiones de afecto y cuidados positivos; apoyo instrumental: información y orientación en la resolución de los problemas; y apoyo material: a través del cual se da o se reciben bienes materiales” (p. 104).

2.2.2. VARIABLE NIVEL DE AUTOESTIMA

2.2.1.1. TEORÍAS SOBRE LAS NECESIDADES

Antes de definir la autoestima como tal, es necesario revisar el enfoque propuesto por Abraham Maslow sobre las necesidades humanas para dar comprensión a la noción referida a la estima en uno mismo que es el concepto de la variable de estudio. En la segunda mitad del siglo XX, Maslow presenta un orden jerárquico de las motivaciones conocida como la “pirámide motivacional”. Sobre este punto se menciona que “el ser humano tiene una capacidad inherente de autorrealización y que de él depende el gobierno y organización de las demás necesidades” (Monbourquette, 2009, p. 79).

Este concepto establece que las necesidades humanas obedecen un determinado orden con la siguiente estructura. En primer lugar, las necesidades fisiológicas, “las cuales representan la necesidad prioritaria de supervivencia; por ejemplo, el control de la temperatura corporal, la alimentación, saciar la sed, etc.; estas se puede agregar otras necesidades como el sexo, la maternidad, etc.” (Monbourquette, 2009, p. 81). Luego las necesidades de seguridad, las cuales “buscan crear un orden y protección al organismo. Por ejemplo, la necesidad de estabilidad, el temor a perder el control, el miedo, etc.” (p. 81).

Luego se encuentran las necesidades sociales, las cuales “se expresan en relación con la socialización; por ejemplo, la compañía de otros, la comunicación, la amistad, la convivencia, la pertenencia a un grupo, etc.” (Monbourquette, 2009, p. 81); las necesidades de reconocimiento, “son consideradas como las necesidades del ego. Por ejemplo, necesidad de sentirse apreciado, de prestigio, de destacar en el grupo, etc.” (p. 81); finalmente las necesidades de autosuperación, que “se indican como de autorrealización; por ejemplo, la necesidad de dejar una “marca” para el futuro, el deseo de dejar una obra para la posteridad donde se plasme su talento en esplendor” (p. 81).

2.2.1.2. DEFINICIONES DE AUTOESTIMA

Luego de presentar los conceptos planteados por Maslow, es necesario establecer algunas definiciones para la autoestima que guíe la comprensión del trabajo de investigación. De este modo, en primer lugar, se define la autoestima “como la percepción que elaboramos sobre nosotros mismos y que puede sufrir modificaciones con relación a factores internos o externos” (Rice, 2010, p. 33). En este sentido, podemos referirnos a la existencia de un concepto propio y subjetivo de lo que somos o podemos ser.

Por otro lado, “la autoestima se vive como un juicio positivo sobre uno mismo, al haber conseguido un entramado personal coherente basado en los cuatro elementos básicos del ser humano: físicos, psicológicos, sociales y culturales” (Monbourquette, 2009, p. 68). En esta referencia es posible observar la dirección de la percepción o juicio de valor, ya que, se manifiesta que debe tener una tendencia positiva y, además, debe contener a todas las dimensiones. Otra referencia la tenemos en Branden (1995) que manifiesta que “la autoestima constituye una experiencia fundamental que nos lleva hacia una vida significativa y el logro de exigencias” (p. 21).

2.2.1.3. NIVELES DE EVALUACIÓN DE LA AUTOESTIMA

Los niveles establecidos para la autoestima se proponen en base al instrumento que permitirá la medición de la autoestima propuesto y elaborado por Coopersmith (1990). A continuación, presentamos los niveles con sus características propias de análisis:

A. NIVEL DE AUTOESTIMA BAJO

Cuando una persona “es diagnosticada con baja autoestima su característica general será la percepción de poco valor frente a su persona y un grado de insatisfacción hacia sí misma que se manifiesta en un miedo a desagradar a los demás” (Coopersmith, 1990, p. 25).

Esta característica en un estudiante provoca sentimientos de temor y ansiedad al exponerse a situaciones que las percibe como no posibles. Por otro lado, es una persona vulnerable e influenciable con pensamientos que constantemente están devaluándose. Por ejemplo, es común las frases como “yo no sirvo”, “tengo muchos defectos”, “los problemas me persiguen”, etc.

La comprensión de que es una persona única y valiosa “le es esquivada por lo que siempre se sentirán menos que otras y culpase constantemente de sus acciones, distorsionar sus pensamientos convirtiéndolos en negativos” (Coopersmith, 1990, p. 25). Generalmente y, provocado por él mismo, el estudiante vive en un estado de frustración. Estas características hacen importante una oportuna intervención de parte de los docentes, profesionales y familia para no alimentar estos pensamientos.

B. NIVEL DE AUTOESTIMA MEDIO

Como ya se ha mencionado en párrafos anteriores, la normalidad del desarrollo de la autoestima tiene una dirección positiva. Quiere decir que “se debe desarrollar con el fin de alcanzar una autoestima alta, pero, justamente los problemas aparecen cuando se da en dirección contraria hacia una autoestima baja” (Coopersmith, 1990, p. 25). Por ello, se propone la existencia de una autoestima de nivel medio como tránsito de un nivel a otro y en ambos sentidos.

C. NIVEL DE AUTOESTIMA ALTA

Las características de una autoestima alta se han ido mencionando en las dimensiones establecidas para el estudio. Aquí recordamos algunas. Al desarrollarse saludablemente la autoestima “da fruto un nivel óptimo y alto de ella, una persona con un nivel alto de autoestima tendrá en primer lugar una valoración adecuada de sí misma, sin ningún extremo: ni subvaloración ni sobrevaloración” (Coopersmith, 1990, p. 25). A esta característica “se puede agregar la confianza en sí mismo, la autoconfianza en sus capacidades y la conciencia de sus limitaciones” (p. 25). Esto le da autonomía en sus acciones y decisiones porque no ha desarrollado nivel de dependencia con otras personas

2.2.1.4. DIMENSIONES DE LA AUTOESTIMA

Para el estudio de la variable autoestima, la investigación ha tomado como base las siguientes dimensiones:

A. NIVEL DE AUTOESTIMA GENERAL

Esta dimensión se refleja en la generalidad de la percepción subjetiva de la persona. Por ejemplo, da a conocer sus capacidades y su valor, el grado de seguridad en sí mismo, la confianza, la estabilidad, la responsabilidad que tiene de sus acciones. Lo mencionado, “en niveles positivos reflejan una autoestima de nivel alto, en el caso adverso al tener sentimientos negativos hacia sí mismo, al no sentirse en importancia, tener inestabilidad y contradicciones, manifestaría un nivel bajo de la autoestima” (Coopersmith, 1990, p. 31).

B. NIVEL DE AUTOESTIMA SOCIAL

En esta dimensión se consideran las percepciones frente al entorno social. Por ejemplo, en el desarrollo de las habilidades sociales y la calidad de relaciones con los amigos y colegas, el desarrollo la empatía y asertividad, el sentido de pertenencia a un grupo. “Dentro de esta dimensión se observa la aceptación social que podemos percibir en nosotros mismos, el nivel de participación, el ejercicio del liderazgo y la defensa de sus puntos de vista” (Coopersmith, 1990, p. 31).

Esta dimensión engloba las percepciones personales que se derivan de las relaciones en el hogar y el dinamismo de ellas. Se observa la aceptación del sujeto al entorno de la familia, así como el respeto mostrado y la comprensión. Por ejemplo, el “estilo de relaciones familiares, el sentirse considerados, la independencia, los valores compartidos, las reacciones con los distintos familiares y el aprecio que se tiene para cada uno” (Coopersmith, 1990, p. 31).

D. NIVEL DE AUTOESTIMA ESCOLAR

Esta dimensión se centra en el grado de satisfacción personal en el entorno educativo, hacia las personas y hacia el trabajo personal reflejado en el rendimiento. Por ejemplo, “los logros académicos, la planificación de metas, el interés hacia el aprendizaje, la reacción ante su participación en clase o frente a las evaluaciones, el espíritu de competencia y la conducta frente a los fracasos académicos” (Coopersmith, 1990, p. 31).

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Aprendizaje

“Proceso psíquico que permite una modificación perdurable del comportamiento por efecto de la experiencia. Con esta definición se excluyen todas las modificaciones de breve duración debidas a condiciones temporales, episodios aislados, acontecimientos ocasionales, hechos traumáticos, mientras que la referencia a la experiencia excluye todas aquellas modificaciones determinadas por factores innatos o por procesos biológicos de maduración” (Galimberti, 2002, p. 102).

Autoestima

“Consideración que un individuo tiene de sí mismo. La autoestima se mantiene constante y es difícil modificarla, aunque las pruebas objetivas desmientan la concepción subjetiva que el individuo tiene de sí. Desde el punto de vista psicoanalítico la autoestima se explica como un apoyo de naturaleza narcisista que el yo recibe del superyó, por lo que el sujeto no teme castigos o reproches. La autoestima disminuye en los estados de depresión, en los que el individuo se desprecia y se autodevalúa, mientras aumenta en los estados maniacos” (Galimberti, 2002, p. 137)

Capacidad

“Término genérico para designar la posibilidad y la idoneidad de un sujeto para desarrollar una actividad o para cumplir con una tarea. De ahí que cada definición de capacidad remita a la actividad en la cual ésta se ejerce y a la serie de operaciones que requiere y que no se pueden relacionar con un solo tipo de asunto” (Galimberti, 2002, p. 162)

Estrategia

“Es un sistema de acciones que se realizan con un ordenamiento lógico y coherente en función del cumplimiento de objetivos, es decir, constituye cualquier método o actividad planificada que mejore el aprendizaje y facilite el crecimiento personal del estudiante” (Picardo, 2005, p. 162).

Estimulo.

“Cualquier manifestación o variación de energía fuera o dentro del organismo que tenga lugar con cierta rapidez, que alcance una determinada intensidad y que perdure un determinado período” (Galimberti, 2002, p. 450).

Evaluación

“Juicio de valor que encuentra sus principales campos de aplicación en la psicología del trabajo, donde el examen de la productividad y de la eficiencia de cada individuo sirve para la selección, la promoción y el mejor uso del personal, y en la formación escolar, donde atañe al aprovechamiento de un alumno o la eficiencia de una intervención educativa” (Galimberti, 2002, p. 463).

Motivación

“Factor dinámico del comportamiento animal y humano que activa y dirige a un organismo hacia una meta. Las motivaciones pueden ser conscientes o inconscientes, simples y complejas, transitorias permanentes, primarias o sea de naturaleza fisiológica, o secundarias, de naturaleza personal o

social; a ellas se agregan las motivaciones superiores, como los ideales existenciales que el individuo asume con miras a su autorrealización” (Galimberti, 2002, p. 714).

Socialización

“Mecanismo por el cual una comunidad enseña a descubrir a sus nuevos integrantes, las normas, los valores y las creencias que ellos mismos guardan en lo más profundo de su ser, como signo de su individualidad, y que invariablemente coinciden con las normas, valores y creencias que profesa la comunidad en que habitan” (De los Campos, 2007, p. 28).

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. TABLAS Y GRÁFICAS ESTADÍSTICAS

La presentación de los resultados del análisis de los datos por medio del software estadístico SPSS para la realidad en que se encuentran las variables estudiadas se presentarán por medio de tablas y gráficos. Esta presentación se desarrollará con el fin de conocer el diagnóstico situacional del estado de las variables en la realidad delimitada por la investigación. Estos datos posteriormente serán analizados para encontrar alguna relación y dirección entre ellos.

Para tener un panorama ordenado, se ha dividido este segmento en dos subapartados que dividen los resultados y porcentajes estadísticos para cada variable:

A. Nivel de uso de las redes sociales

B. Nivel de autoestima

A. RESULTADOS DE LA VARIABLE NIVEL DE USO DE LAS REDES SOCIALES

Tabla 4. *Porcentajes para la variable nivel de uso de las redes sociales*

Niveles	fi	F%
Alto	8	18
Medio	24	51
Bajo	15	31
Total	47	100

Fuente: Base de datos

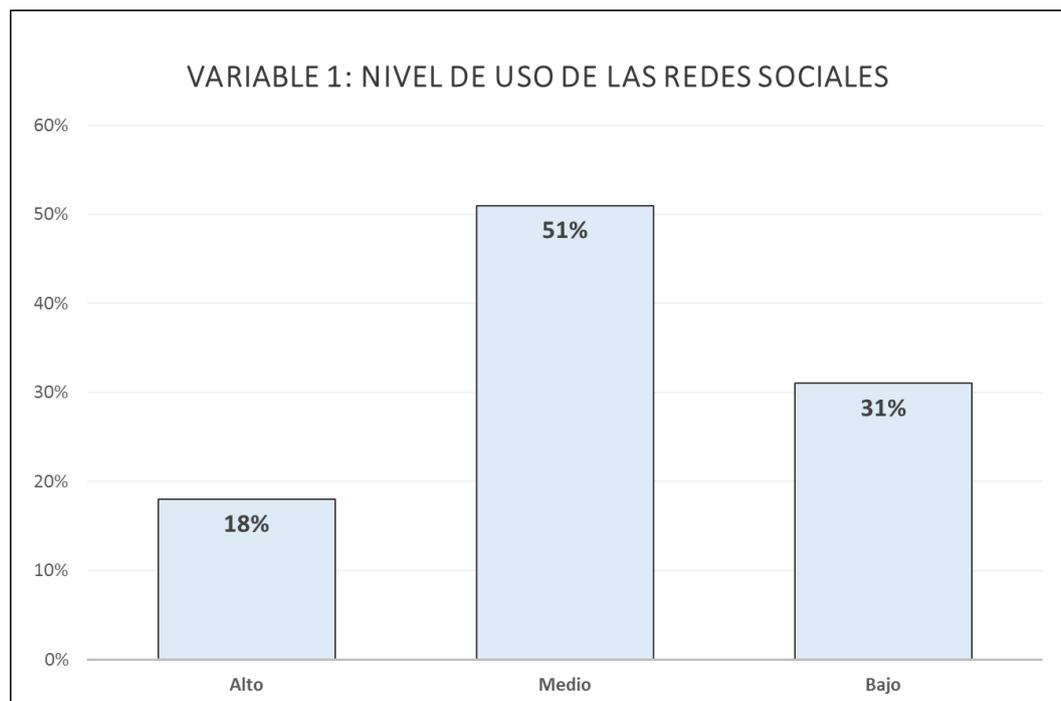


Gráfico 1. Variable nivel de uso de las redes sociales

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la variable nivel de uso de las redes sociales se encuentra en el nivel Medio con 51%. También podemos observar que el 31% se ubica en el nivel Bajo, mientras que un 18% alcanzó el nivel Alto.

Tabla 5. Porcentajes para la dimensión aspecto estructural

Niveles	fi	F%
Alto	9	19
Medio	25	54
Bajo	13	27
Total	47	100

Fuente: Base de datos

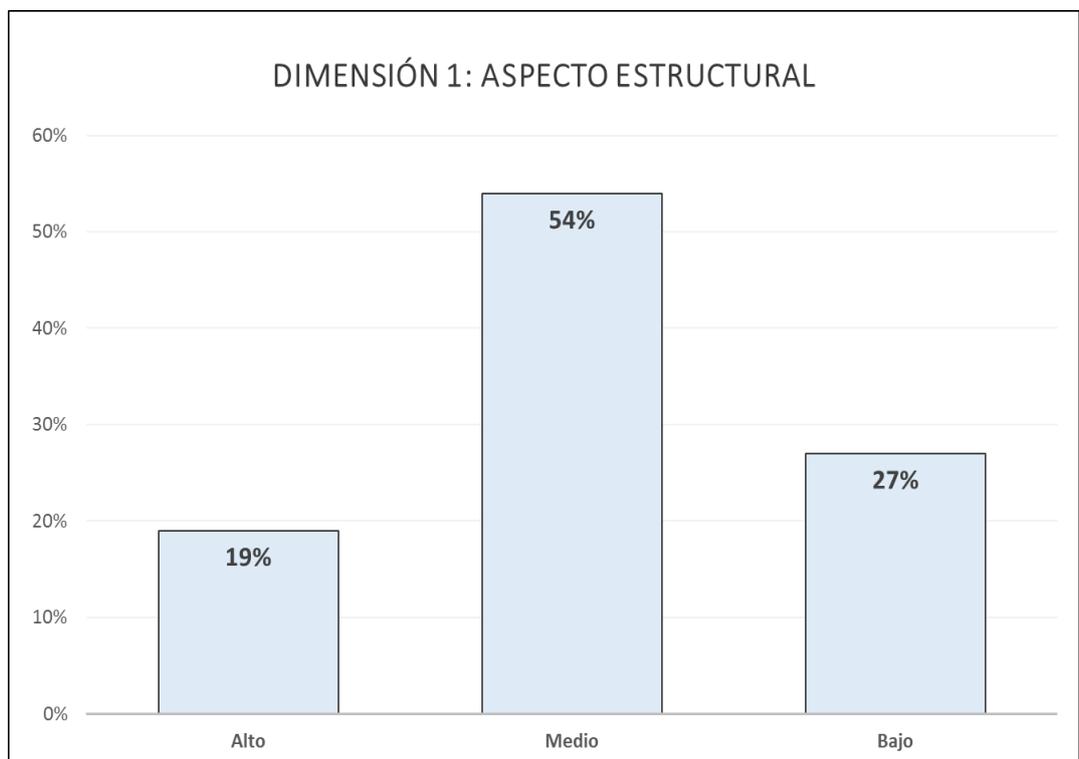


Gráfico 2. Dimensión aspecto estructural

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión aspecto estructural de la variable nivel de uso de las redes sociales se encuentra en el nivel Medio con 54%. También podemos observar que el 27% se ubica en el nivel Bajo, mientras que un 19% alcanzó el nivel Alto.

Tabla 6. Porcentajes para la dimensión aspecto funcional

Niveles	fi	F%
Alto	8	17
Medio	24	52
Bajo	15	31
Total	47	100

Fuente: Base de datos

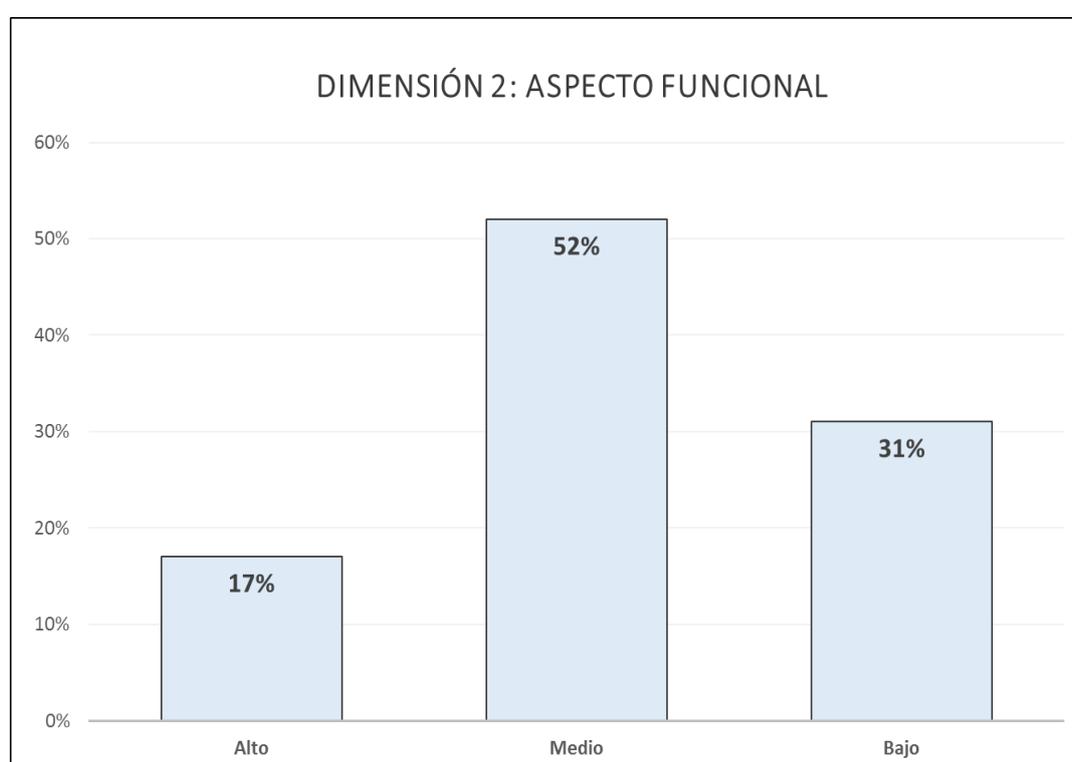


Gráfico 3. Dimensión aspecto funcional

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión aspecto funcional de la variable nivel de uso de las redes sociales se encuentra en el nivel Medio con 52%. También podemos observar que el 31% se ubica en el nivel Bajo, mientras que un 17% alcanzó el nivel Alto.

Tabla 7. Porcentajes para la dimensión atributos de vínculo

Niveles	fi	F%
Alto	9	18
Medio	24	52
Bajo	14	30
Total	47	100

Fuente: Base de datos

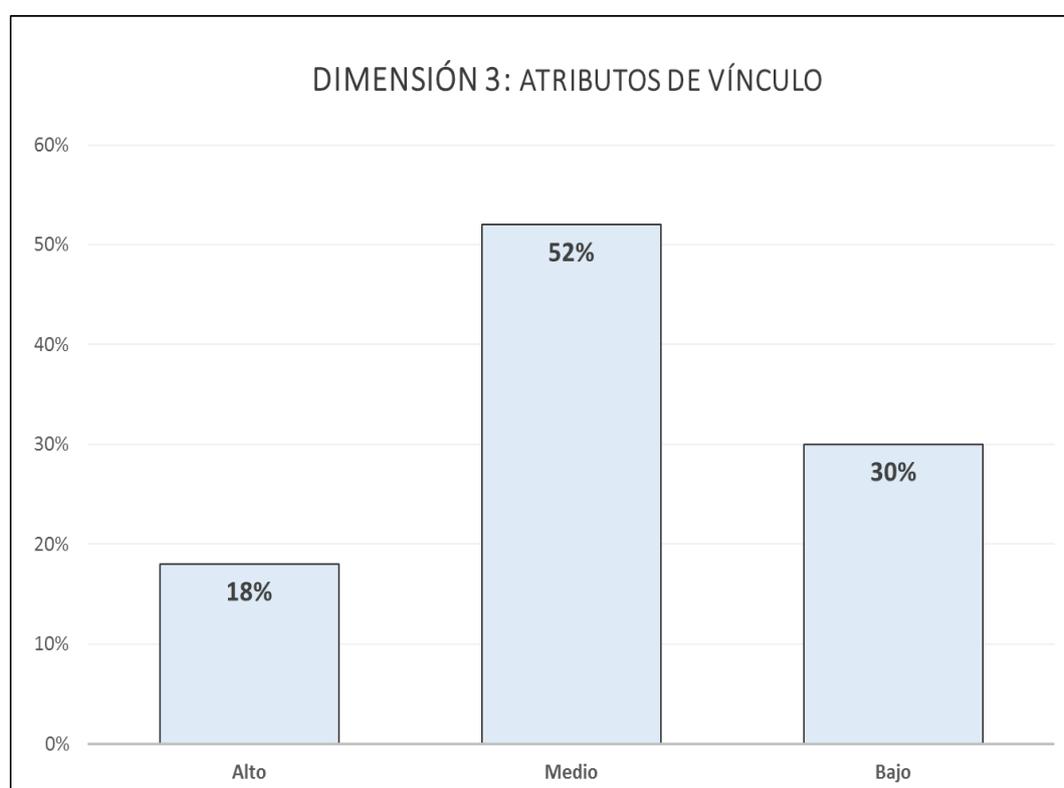


Gráfico 4. Dimensión atributos de vínculo

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión atributos de vínculo de la variable nivel de uso de las redes sociales se encuentra en el nivel Medio con 52%. También podemos observar que el 30% se ubica en el nivel Bajo, mientras que un 18% alcanzó el nivel Alto.

B. RESULTADOS DE LA VARIABLE NIVEL DE AUTOESTIMA

Tabla 8. Porcentajes para la variable nivel de autoestima

Niveles	fi	F%
Alto	5	12
Medio	29	61
Bajo	13	27
Total	47	100

Fuente: Base de datos

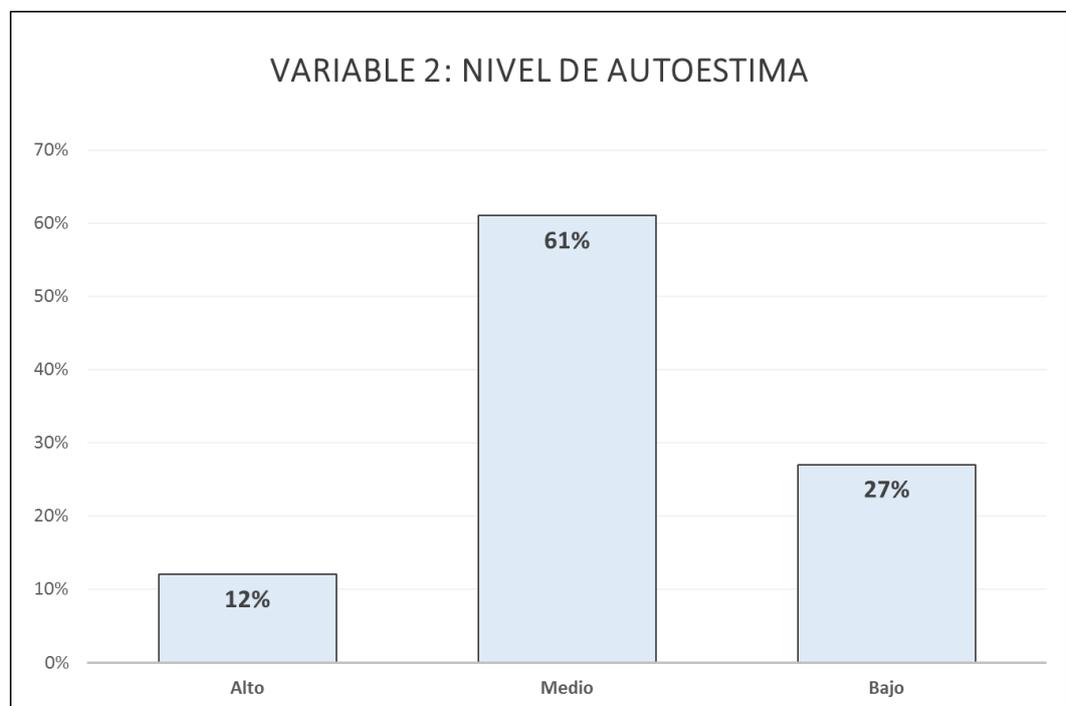


Gráfico 5. Variable nivel de autoestima

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la variable nivel de autoestima se encuentra en el nivel Medio con 61%. También podemos observar que el 12% se ubica en el nivel Alto, mientras que un 27% alcanzó el nivel Bajo.

Tabla 9. Porcentajes para la dimensión nivel de autoestima general

Niveles	fi	F%
Alto	5	11
Medio	29	62
Bajo	13	27
Total	47	100

Fuente: Base de datos

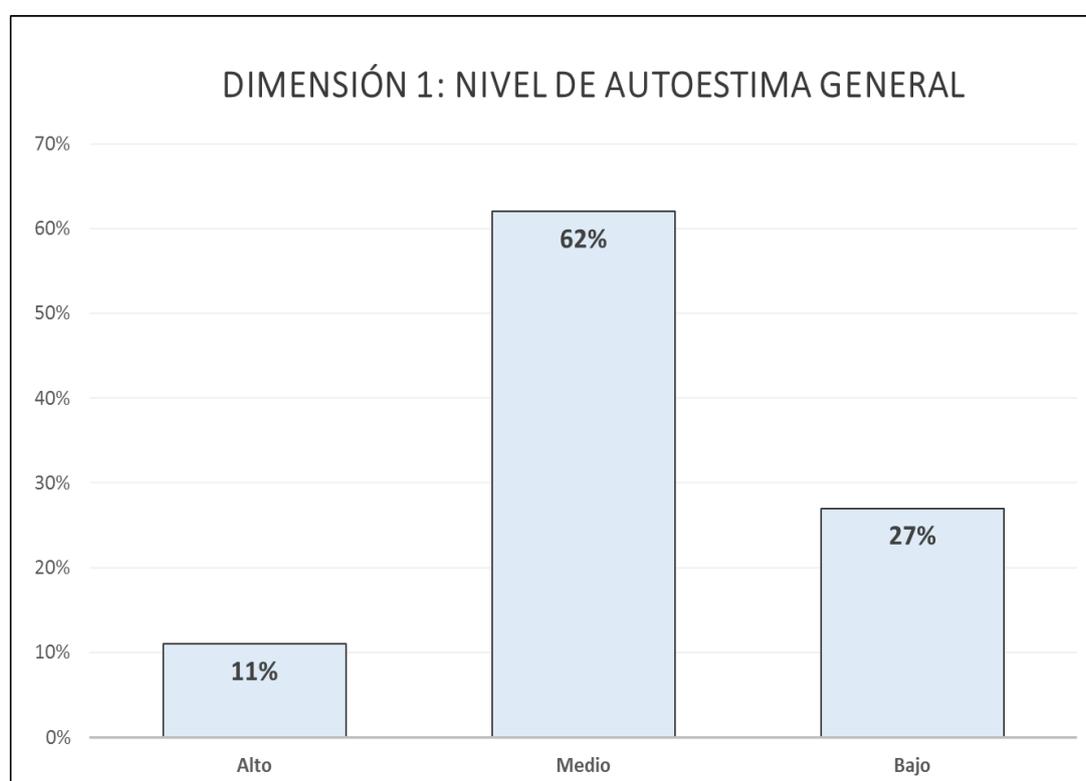


Gráfico 6. Dimensión nivel de autoestima general

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión nivel de autoestima general se encuentra en el nivel Medio con 62%. También podemos observar que el 11% se ubica en el nivel Alto, mientras que un 27% alcanzó el nivel Bajo.

Tabla 10. Porcentajes para la dimensión nivel de autoestima social

Niveles	fi	F%
Alto	5	11
Medio	29	61
Bajo	13	28
Total	47	100

Fuente: Base de datos

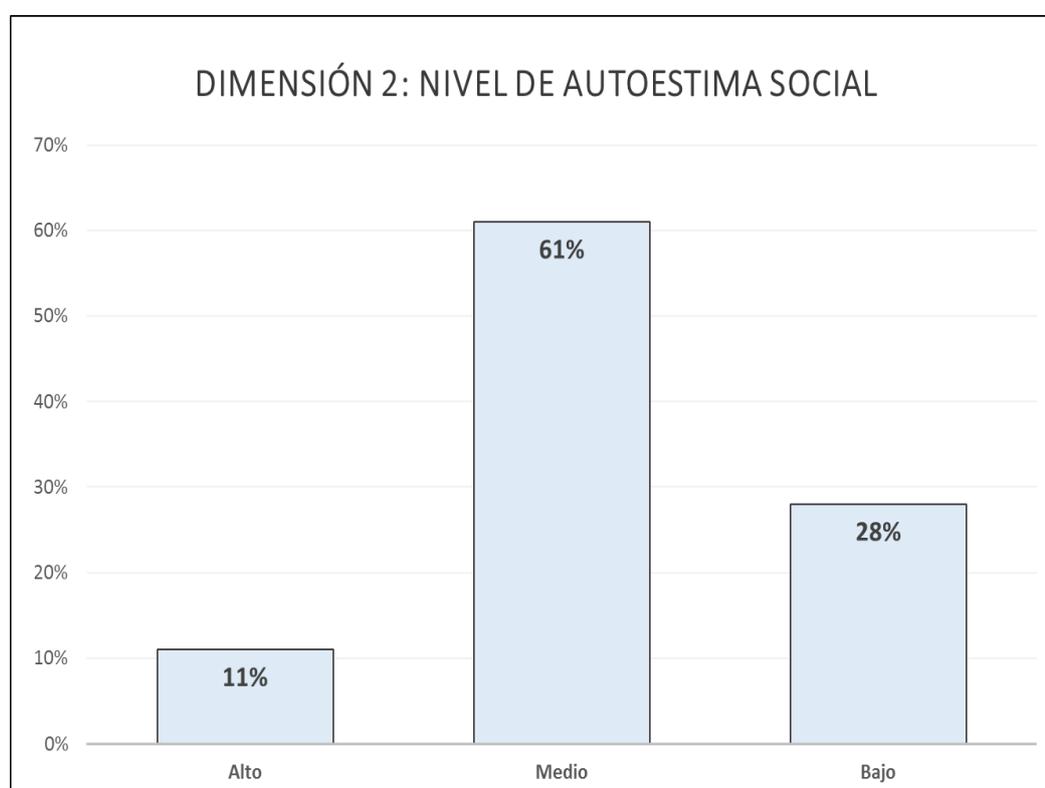


Gráfico 7. Dimensión nivel de autoestima social

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión nivel de autoestima social se encuentra en el nivel Medio con 61%. También podemos observar que el 11% se ubica en el nivel Alto, mientras que un 28% alcanzó el nivel Bajo.

Tabla 11. Porcentajes para el nivel de autoestima escolar

Niveles	fi	F%
Alto	7	14
Medio	28	60
Bajo	12	26
Total	47	100

Fuente: Base de datos

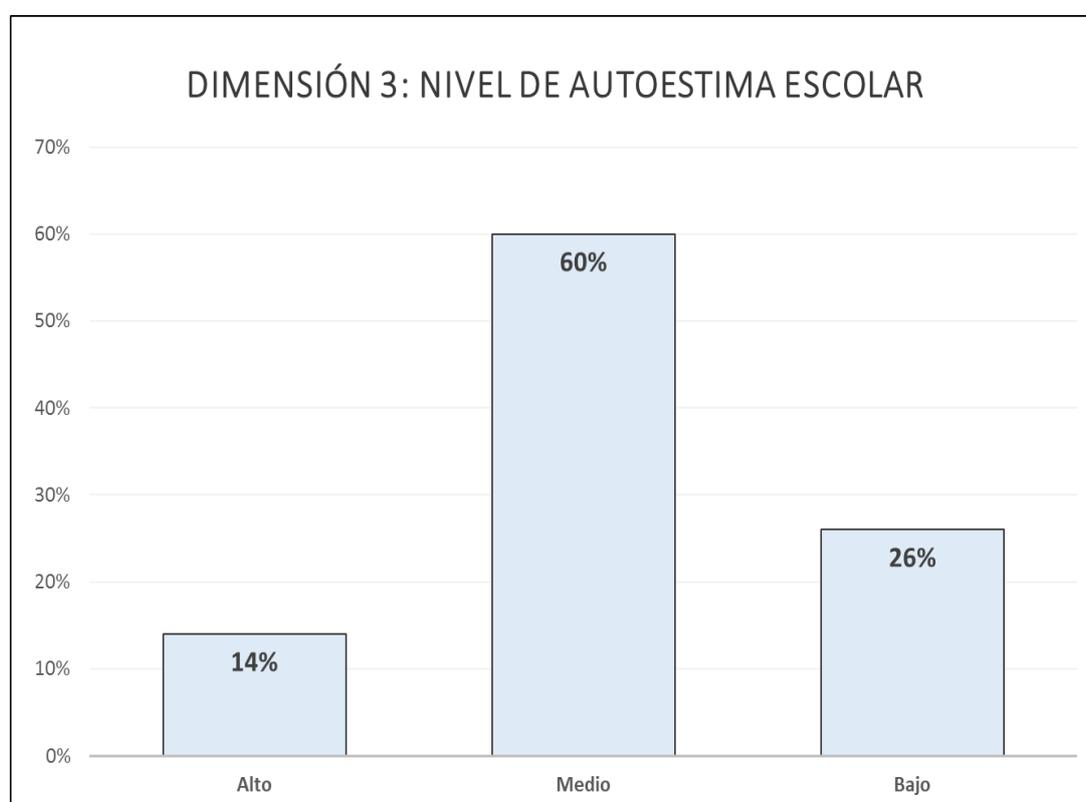


Gráfico 8. Dimensión nivel de autoestima escolar

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra que el mayor porcentaje para la dimensión nivel de autoestima escolar se encuentra en el nivel Medio con 60%. También podemos observar que el 14% se ubica en el nivel Alto, mientras que un 26% alcanzó el nivel Bajo.

3.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

a) Hipótesis General

Ho No existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

H₁ Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

Tabla 12. Prueba de hipótesis general

			Redes sociales	Nivel de Autoestima
Rho de Spearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,416
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	47	47
	Nivel de Autoestima	Coeficiente de correlación	,416	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	47	47

Fuente: Programa SPSS

DECISIÓN

El coeficiente de correlación rho de Spearman de valor 0,416 muestra una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima con una significancia de $p = 0,002 < 0,05$. Por lo tanto, se rechaza Ho y se acepta la hipótesis general.

b) Hipótesis Específica 1

Ho No existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

H₁ Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

Tabla 13. Prueba de hipótesis específica (H1)

			Redes sociales	Autoestima general
Rho de Spearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,414
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	47	47
	Autoestima general	Coeficiente de correlación	,414	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	47	47

Fuente: Programa SPSS

DECISIÓN

El coeficiente de correlación rho de Spearman de valor 0,414 muestra una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general con una significancia de $p = 0,002 < 0,05$. Por lo tanto, se rechaza Ho y se acepta la hipótesis específica de la investigación (H1).

c) Hipótesis Específica 2

Ho No existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

H₁ Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

Tabla 14. *Prueba de hipótesis específica (H2)*

			Redes sociales	Autoestima social
Rho de Spearman	Redes sociales	Coefficiente de correlación	1,000	,417
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	47	47
	Autoestima social	Coefficiente de correlación	,417	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	47	47

Fuente: Programa SPSS

DECISIÓN

El coeficiente de correlación rho de Spearman de valor 0,417 muestra una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social con una significancia de $p= 0,002 < 0,05$. Por lo tanto, se rechaza Ho y se acepta la hipótesis específica de la investigación (H2).

d) Hipótesis Específica 3

Ho No existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

H₁ Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

Tabla 15. Prueba de hipótesis específica (H3)

			Redes sociales	Autoestima escolar
Rho de Spearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,419
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	47	47
	Autoestima escolar	Coeficiente de correlación	,419	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	47	47

Fuente: Programa SPSS

DECISIÓN

El coeficiente de correlación rho de Spearman de valor 0,419 muestra una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar con una significancia de $p= 0,002 < 0,05$. Por lo tanto, se rechaza Ho y se acepta la hipótesis específica de la investigación (H3).

CONCLUSIONES

- Primera.-** La prueba de hipótesis general muestra un coeficiente de correlación de Spearman con valor de 0,416 y una significancia estimada de $0,002 < 0,05$. Esto evidencia una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.
- Segunda.-** La prueba de hipótesis específica H1 muestra un coeficiente de correlación de Spearman con valor de 0,414 y una significancia estimada de $0,002 < 0,05$. Esto evidencia una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.
- Tercera.-** La prueba de hipótesis específica H2 muestra un coeficiente de correlación de Spearman con valor de 0,417 y una significancia estimada de $0,002 < 0,05$. Esto evidencia una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.
- Cuarta.-** La prueba de hipótesis específica H3 muestra un coeficiente de correlación de Spearman con valor de 0,419 y una significancia estimada de $0,002 < 0,05$. Esto evidencia una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado

de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.

RECOMENDACIONES

- Primera.-** A la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque se le recomienda que pueda implementar nuevas políticas educativas que permitan mejorar los niveles de uso de las redes sociales teniendo en cuenta los beneficios que pueden sacarse de estas en favor del proceso enseñanza aprendizaje. Así mismo, es necesario considerar en la institución la importancia del desarrollo de la autoestima en los estudiantes sobre todo del nivel secundario. En este respecto, se recomienda que la institución pueda gestionar la colaboración de profesionales especializados para generar taller con los estudiantes mejorar sus niveles de autoestima. Así mismo, se hace necesaria la implementación del programa curricular institucional para que se oriente en el desarrollo de ambas variables presentadas.
- Segunda.-** A los docentes de la institución se les recomienda, en primer lugar, que pueda capacitarse en estrategias que permitan usar las redes sociales en beneficio del proceso enseñanza aprendizaje. Por otro lado, es necesario asimilar recursos metodológicos para poder trabajar el desarrollo de la autoestima en las aulas con los estudiantes de secundaria y colaborar con las decisiones que tome la institución con relación a esto. Por otro lado, se hace necesario que se organice jornadas de reflexión pedagógica donde se pueda compartir perspectivas, conocimientos y experiencias sobre el tema.
- Tercera.-** A las instancias del Ministerio de Educación de la región Lambayeque se le recomienda que pueda establecer alianzas con las empresas de servicios en redes sociales y puedan disponer al

alcance de los estudiantes el uso de ellas en beneficio de su educación. Por otro lado, se recomienda al Ministerio que pueda organizar programas de capacitación para los docentes tanto en el desarrollo de metodologías que usen las redes sociales, así como, la especialización de los docentes en el desarrollo y fortalecimiento de la autoestima en el trabajo de aula. Del mismo modo, se hace necesario que el Ministerio colabore con la formación de equipos especialistas de la psicología que puedan brindar asesoría y acompañamiento constante en las instituciones educativas dentro del proceso enseñanza aprendizaje como en la organización de talleres.

Cuarta.- A los padres de familia de los estudiantes de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque se recomienda la organización, en coordinación con los docentes y directivos del colegio, de espacios formativos para padres que les permita capacitarse en el conocimiento de las redes sociales, sus usos y limitaciones, así como, talleres relacionados a la importancia del desarrollo de la autoestima en los estudiantes. Los padres de familia deben comprometerse a colaborar con el desarrollo de estas competencias en sus hijos desde sus hogares. Se recomienda también que los padres de familia puedan establecer una comunicación más cercana con los docentes para poder seguir el proceso de aprendizaje integral de sus hijos y poder apoyarlos adecuada y oportunamente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguilar, J. (2006). *Teoría de aprendizaje de Robert Gagné*. Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- Aliaga, D. (2013) Supremo académico. Diccionario Español, aplicación peruana. Lima, Perú: DECY.
- Ávila, A. (2015) Estudio correlacional entre la autoestima y el rendimiento escolar (Tesis de maestría) Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5398/1/T2114-MGE-Avila-Estudio.pdf>
- Ausubel, D. (1983). *Psicología Educativa: Un punto de vista cognoscitivo*. 2ª Edición. México D.F. Trillas.
- Ausubel, D. (1978). *Psicología Educativa: Un Enfoque Cognoscitivo*. Traducción de Educational Psychology: A Cognitive View. México: Trillas.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y Acción*. Barcelona: Martínez Roca.
- Balseca, F. (2018) Influencia de las redes sociales en los hábitos de estudio de los estudiantes de 8vo, 9no y 10mo año de Educación General Básica en el Colegio "Alangasí" de la ciudad de Quito en el año lectivo 2016-2017 (Tesis de licenciatura) Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/14222/1/T-UCE-0010-PEO047-2018.pdf>

Borja, C. (2010). *Redes Sociales: Lo que hacen sus Hijos en Internet*. Madrid: Editorial: Club Universitario.

Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Barcelona: Paidós.

Bravo, A. (2019) *Relación del uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Trujillo (Tesis de maestría)* Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31117/bravo_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CAF (23 de abril de 2014) *El avance de las TIC en América Latina*. Banco de Desarrollo de América Latina. Recuperado de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2014/04/el-avance-de-las-tic-en-america-latina/#:~:text=Las%20industrias%20manufactureras%20y%20de,mejora%20C%20como%20Bolivia%20y%20Paraguay>

Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.

Castro, M. (2010). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas - Venezuela: Uyapal.

Chadwick, C. (2001). *Teoría del aprendizaje*. Santiago de Chile: Tecla.

Cobo, C. y Pardo, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Barcelona: Universitat de Vic. Flasco

Coopersmith, S. (1989). *Escala de Autoestima niños y adultos*. ACP. México: Trillas.

- Covey, S. (1989). *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. Buenos Aires: Paidós.
- Cuevas, A. (2002). *El rendimiento escolar*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México
- De los Campos, H. (2007) *Diccionario de Sociología*. Recuperado de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/sociodic/tododic.pdf>
- De los Campos, H. (2007) *Diccionario de Sociología*. Recuperado de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/sociodic/tododic.pdf>
- Deitel, P. y Deitel, H. (2012). *Ajax, Rich Internet Applications y Desarrollo Web para programadores*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Douillard, S. (28 de noviembre, 2018) *Autoestima Escolar: ¿Cómo influye el éxito académico en la valoración de los jóvenes?* Santiago de Chile: Grupoeducar. Recuperado de <https://www.grupoeducar.cl/noticia/autoestima-escolar-como-influye-el-exito-academico-en-la-valoracion-de-los-jovenes/>
- El País (24 de febrero, 2016) *La baja autoestima y la soledad también son indicadores de pobreza*. Bogotá. Recuperado de https://elpais.com/economia/2016/02/23/actualidad/1456266634_217188.html
- El Peruano (18 de noviembre de 2020) *Estas son las redes sociales preferidas por usuarios móviles en el Perú*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/108270-estas-son-las-redes-sociales-preferidas-por-usuarios-moviles-en-el-peru>
- Enciso, M. y Benavente, A. (2016). *Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y su relación con el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes del tercer grado de secundaria de la institución educativa Manuel Gonzales Prada, Chosica, 2016*. Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1207/TESIS%205.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Fernández, J. (2002). *Evaluación del rendimiento, evaluación del aprendizaje*. Madrid: Akal.
- Ferreiro, R. (2006). *Nuevas alternativas de aprender y enseñar*. México, Trillas.
- Galimberti, U. (2002) *Diccionario de Psicología*. México D.F., Siglo XXI editores, s.a. Recuperado de <https://saberespsi.files.wordpress.com/2016/09/galimberti-umberto-diccionario-de-psicologc3ada.pdf>
- Gallego, J. (2012). *Comunidades virtuales y redes sociales. el libro*. Barcelona: Kindle.
- García, R. y Otros. (2008) *Estrategias de enseñanza aprendizaje en la investigación educativa para una enseñanza de calidad*. Perú, 1ra edición.
- Gomero, G. y Moreno, J. (2008). *Proceso de investigación científica*. Lima: Fakir.
- Grajeda, M (2011). *Transformar la Práctica Educativa. Didáctica para nuestro Tiempo*. Guatemala. Saqiltzij.
- Gutiérrez, J. (2018) *Estrategias de enseñanza y aprendizaje para mejorar el rendimiento académico del área de ciencias sociales en el grupo 8-1 del colegio Juan de Ampudia (Tesis de pregrado) Universidad Santo Tomás, Santiago de Cali, Colombia*.
- Gutiérrez, D. y Montañez, G. (2012). *Análisis teórico sobre el concepto de rendimiento escolar y la influencia de factores socioculturales*. Medellín: *Revista iberoamericana para la investigación y desarrollo educativo*
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Mc Graw Hill.
- Herrera, M. (2011). *Tratamiento de las creencias motivacionales en contextos educativos pluriculturales*. *Revista iberoamericana de educación*. Recuperado de <https://goo.gl/uCllyx>

Hilgard, E. (2008). Teorías de Aprendizaje. La Habana: Ediciones Revolucionarias

Infobae (26 de abril, 2015) Autoestima baja: sólo el 3% de las jóvenes se considera "hermosa". Argentina. Recuperado de <https://www.infobae.com/2015/04/27/1724532-autoestima-baja-solo-el-3-las-jovenes-se-considera-hermosa/>

Ipsos (06 de agosto de 2020) Uso de Redes Sociales entre peruanos conectados 2020. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020>

Johnson, D., Johnson, R. y Holubec, E. (1999). El aprendizaje cooperativo en el aula. Buenos Aires, Paidós.

Kong, N. (2011). Establishing a Comprehensive English Teaching Pattern Combining the Communicative Teaching Method and the Grammar-Translation Method. English Language Teaching. (4) 1, 76-78. Recuperado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1080388.pdf>

La Cámara (03 de junio de 2020) Urgen medidas para ampliar el acceso de las TIC en el Perú. Recuperado de <https://lacamara.pe/urgen-medidas-para-ampliar-el-acceso-de-las-tic-en-el-peru/#:~:text=El%2093%2C9%25%20de%20los,%2C%20internet%2C%20televisi%C3%B3n%20y%20radio.&text=A%20nivel%20nacional%2C%20solo%20el,los%20hogares%20tiene%20este%20servicio.>

Laguna, N. (2017) La autoestima como factor influyente en el rendimiento académico. (Trabajo de Maestría). Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia.

Madariaga, C., Abellos, R., y Sierra, O. (2010). Redes sociales: infancia, familia y comunidad. Barranquilla: Uninorte.

Maddox, H. (2006). *Cómo Estudiar*. Barcelona: Ediciones Oikos. Tau.

- Massiah M. (01 de agosto de 2019) Las redes sociales más utilizadas en Latinoamérica. Trece Bits. Recuperado de <https://www.trecebits.com/2019/08/01/conoce-cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-latinoamerica/>
- Mauricio, E. (2019) Uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Ate – Vitarte (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Federico Villareal, Lima. Recuperado de http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3160/UNFV_MAURICIO_DONGO_ENMA_DORIS_TITULO_PROFESIONAL_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mejía, V. (2015) Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegio del Cantón Yaguachi (Tesis de licenciatura) Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>
- MINEDU (2019) Evaluaciones nacionales de logros de aprendizajes. Recuperado de <http://umc.minedu.gob.pe/resultadosnacionales2019/>
- MINEDU (21 de noviembre, 2017) PISA 2015: se dieron a conocer los resultados de la evaluación sobre Resolución colaborativa de problemas. Recuperado de <http://umc.minedu.gob.pe/pisa-2015-se-dieron-a-conocer-los-resultados-de-la-evaluacion-sobre-resolucion-colaborativa-de-problemas/>
- MINEDU (2016) Currículo Nacional de la Educación Básica. Ministerio de Educación, Perú. Recuperado de <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-de-la-educacion-basica.pdf>
- Monbourquette, J. (2009). La autoestima a la estima del yo profundo. Madrid: Sal Terrae.

- Mujica, R. (14 de agosto 2018) El uso de TIC en educación en América Latina y el Caribe. Blog Docentes2.0. Recuperado de <https://blog.docentes20.com/2018/08/el-uso-de-tic-en-educacion-en-america-latina-y-el-caribe-docentes-2-0/>
- Nacional.pe (29 de enero, 2015) Maltrato infantil hace que niños sean más propensos a depresión y baja autoestima. Recuperado de <https://www.radionacional.com.pe/informa/locales/maltrato-infantil-hace-que-ni-os-sean-m-s-propensos-la-depresi-n-y-baja-autoestima>
- Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. Revista de Educación. Recuperado de <https://goo.gl/gFeXsS>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. Lima – Perú, Editorial San Marcos.
- Picardo, O. (2005) Diccionario pedagógico. San Salvador, Colegio García Flamenco. Recuperado de <https://online.upaep.mx/campusvirtual/ebooks/diccionario.pdf>
- Pintrich, P. & Schunk, D. (2012). Motivación en contextos educativos. Recuperado de <https://goo.gl/iRU54O>
- Pizarro, R (1985) Rasgos y actitudes del profesor efectivo. Tesis para optar el grado de Magister en Ciencias de la educación”. Pontificia Universidad Católica de Chile. Chile.
- Quispe, R. y Salvatierra, M. (2017) Autoestima en estudiantes de la Institución Educativa 20096 de Sicaya – Huancayo. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Ramón, G. & Calderón, M. (2007). El ABC Aprendizaje Cooperativo: Trabajo en equipo para enseñar y aprender. México D.F., Editorial Trillas.

Redacción Gestión (16 de agosto, 2017) ¿Qué habilidades nos ayudan a alcanzar el éxito en el mercado laboral? Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/habilidades-ayudan-alcanzar-exito-mercado-laboral-141663-noticia/?ref=gesr>

Ricardo, M. (2019) Autoestima y bajo rendimiento académico en los estudiantes del grado quinto de primaria de la Institución Educativa Don Bosco de Popayán (Tesis de licenciatura) Fundación Universitaria de Popayán, Popayán, Colombia. Recuperado de <http://unividaufup.edu.co/repositorio/files/original/4b0a17f685bfb225463e7a2ccf8065c1.pdf>

Rice, P. (2010). Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura. Madrid: Prentice.

Robles, L. (2012) Relación entre clima social familiar y autoestima en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa del Callao (Tesis de maestría) Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1255/1/2012_Robles_Relaci%C3%B3n%20entre%20clima%20social%20familiar%20y%20autoestima%20en%20estudiantes%20de%20secundaria%20de%20una%20instituci%C3%B3n%20educativa%20del%20Callao.pdf

Sabino, C. (2012). *El proceso de investigación*. Venezuela: Panapo.

Sacristán, G. (1987). *El currículo: una reflexión sobre la práctica*. España: Morata

Santillana (2005). Promover el aprendizaje cooperativo desde la enseñanza. Página web educativa. Volumen (37), pp. 4-10

Schwartzman, E. (14 de agosto de 2020) Redes Sociales en América Latina y el Caribe del Sector Privado. BID Invest. Recuperado de <https://idbinvest.org/es/blog/redes-sociales-en-america-latina-y-el-caribe-del-sector-privado>

Soriano, D. (2016). Antología de Motivación Escolar en el Aula. México DF: UNIDEDU

- Suárez, C. (2003). *El aprendizaje cooperativo como herramienta pedagógica*. Perú, Ediciones Fargraf. SRL.
- Sullucucho, V y Vilchez, L. (1997) *Actitud al castigo y su relación con el rendimiento académico del sexto grado, nivel primario de Huancayo*.
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica.*, México D.F., Limusa.
- Trechera, J. (2005). Saber motivar: ¿el palo o la zanahoria? Recuperado de <https://goo.gl/PFyDcj>
- Tello, J. y Ríos, M. (2013). *Diseño y metodología de investigación educativa*. Huancayo – Perú, UNCP.
- Torres, D. (2016). Implementación de Apps educativas para dispositivos móviles orientado al aprendizaje del idioma Inglés en los estudiantes del primer semestre de la Carrera Inglés, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central del Ecuador. Recuperada de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6615>
- Valles, A. y Valles, T. (2006) *Las habilidades sociales en la escuela*. Madrid, EO.
- Vigotsky, L. (1999). *Teoría e método em psicología*. São Paulo, Martins, Fontes.
- Waldie, I. (31 de mayo, 2018) El 19% de las adolescentes tiene una autoestima baja, frente al 7% de los chicos. Barcelona, Infosalus. Recuperado de <https://www.infosalus.com/salud-investigacion/noticia-19-adolescentes-tiene-autoestima-baja-frente-chicos-20180531141701.html>
- Winebrenner, S. (2007) *Cómo enseñar a niños con diferencias de aprendizaje en el salón de clases*. (1ª. ed.). México D. F., Editorial Pax México.
- Woolfolk, A. (2010). *Psicología educativa*. (10 Ed.). Ohio: Pearson.

Zapata, L., De Los Reyes, C., Lewis, S. y Barceló, E. (2009). *Memoria de trabajo y rendimiento académico en estudiantes de primer semestre de una universidad de la ciudad de Barranquilla*. Colombia: El Caribe.

Zoido, P. (21 de noviembre, 2017) El desafío de trabajar en equipo en América Latina - ¿Cómo le fue a la región en la evaluación PISA de competencias sociales? Enfoque Educación. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/educacion/es/competenciassocialespisa/>

A N E X O S

Anexo 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: NIVEL DE USO DE LAS REDES SOCIALES Y NIVEL DE AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER Y SEGUNDO GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA “SANTA LUCÍA” DEL DISTRITO DE FERREÑAFAE, PROVINCIA FERREÑAFAE, REGIÓN LAMBAYEQUE, 2021.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?</p>	<p>Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p>	<p>Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y el nivel de autoestima en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Nivel de uso de las redes sociales</p>	<p>Diseño: No experimental, transversal</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>PE 1: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?</p> <p>PE 2: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?</p> <p>PE 3: ¿Qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>OE 1: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p> <p>OE 2: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p> <p>OE 3: Determinar qué relación existe entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>HE 1: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima general en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p> <p>HE 2: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima social en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p> <p>HE 3: Existe una relación directa entre el nivel de uso de las redes sociales y la dimensión nivel de autoestima escolar en los estudiantes de primer y segundo grado de secundaria de la Institución Educativa “Santa Lucía” del distrito de Ferreñafe, provincia Ferreñafe, región Lambayeque, 2021.</p>	<p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspecto estructural - Aspecto funcional - Atributos de vínculo <p>Variable 2:</p> <p>Nivel de autoestima</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de autoestima general - Nivel de autoestima social - Nivel de autoestima escolar 	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Descriptivo - correlacional</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p> <p>Población: 47 estudiantes de primer y segundo grado de secundaria</p> <p>Muestra: N=n</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario para evaluar el nivel de uso de redes sociales - Cuestionario para evaluar el nivel de autoestima

Anexo 2
INSTRUMENTOS

**CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE
USO DE LAS REDES SOCIALES**

Datos Generales:

Edad: _____ Sexo: _____ Grado: _____

Instrucciones:

A continuación, se le presenta un conjunto de afirmaciones para que pueda ser valorada por usted considerando cuatro posibles alternativas de respuesta. Responda marcando con un aspa (X) en solo una alternativa.

Valoración:

1	2	3	4
Muy rara vez	Rara vez	A menudo	Muy a menudo

Nº	Ítems	Muy rara vez	Rara vez	A menudo	Muy a menudo
1.	¿Utilizas las redes sociales desde tu celular, cabina de internet o computadora personal?				
2.	¿Accedes con frecuencia a las redes sociales?				
3.	¿Utilizas el Facebook para la publicación y ayuda para el desarrollo de tus actividades escolares?				
4.	¿Publicas archivos de trabajos académicos en las redes sociales?				

5.	¿Tienes cuentas de acceso en diversas redes sociales?				
6.	¿Prefieres interactuar con tus amigos(as) a través de redes sociales en lugar de conversar cara a cara?				
7.	¿Utilizas el Skype para conectarte con estudiantes de otros lugares?				
8.	¿Tus padres o responsables de tu crianza saben que tienes diversas cuentas en las redes sociales?				
9.	¿El uso de las redes sociales para realizar un trabajo académico te ha distanciado de tus familiares?				
10.	Desde que utilizas las redes sociales ¿te preocupas por el contenido que emites?				
11.	¿Has notado cambios en tu forma de ser desde que interactúas en las redes sociales?				
12.	¿Consideras que las redes sociales sirven de apoyo para mejorar tu rendimiento académico en el área de comunicación?				
13.	¿Comentas a tus padres sobre cuánto tiempo pasas conectado en las redes sociales?				
14.	¿Consideras que las redes sociales son importantes en tu vida y desarrollo educativo?				
15.	¿Consideras que no debes añadir a tu lista de contactos a gente que nunca has conocido?				
16.	¿Crees que el uso de Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube Instagram, Skype y otros, te ayuda de alguna manera en tu rendimiento académico en el área de comunicación?				
17.	¿Visualizas por interés propio videos en YouTube para reforzar algún tema tratado en clase en el área de comunicación?				
18.	¿Utilizas cualquiera de las redes sociales en horas de recreo?				
19.	¿Utilizas las redes sociales para el desarrollo de tareas y fortalecimiento de los temas de la asignatura de comunicación?				
20.	¿Mantienes comunicación con tus profesores por las redes sociales para el desarrollo de tus tareas escolares?				

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE AUTOESTIMA

Datos Generales:

Edad: _____ Sexo: _____ Grado: _____

Instrucciones:

A continuación, se le presenta un conjunto de afirmaciones para que pueda ser valorada por usted considerando cuatro posibles alternativas de respuesta. Responda marcando con un aspa (X) en solo una alternativa.

Valoración:

1	2	3	4
Muy rara vez	Rara vez	A menudo	Muy a menudo

Nº	Ítems	Muy rara vez	Rara vez	A menudo	Muy a menudo
1.	Paso mucho tiempo soñando despierto.				
2.	Estoy seguro de mí mismo.				
3.	Pienso con frecuencia que sería mejor ser otra persona.				
4.	Soy simpático.				
5.	Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.				
6.	Nunca me preocupo por nada.				
7.	Me avergüenzo (me da palta) pararme frente a la clase para hablar.				
8.	Desearía ser más joven.				
9.	Hay muchas cosas acerca de mí mismo que me gustaría cambiar si pudiera.				
10.	Puedo tomar decisiones fácilmente.				

11.	Mis amigos gozan cuando están conmigo.				
12.	Me incomodo en casa fácilmente.				
13.	Siempre hago lo correcto.				
14.	Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela).				
15.	Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer.				
16.	Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas.				
17.	Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago.				
18.	Soy popular entre mis compañeros de la misma edad.				
19.	Usualmente mis padres consideran mis sentimientos.				
20.	Nunca estoy triste.				
21.	Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo.				
22.	Me doy por vencido fácilmente.				
23.	Usualmente puedo cuidarme de mí mismo.				
24.	Siento que soy feliz.				
25.	Preferiría jugar con compañeros menores que yo.				
26.	Mis padres esperaban demasiado de mí.				
27.	Me agradan todas las personas que conozco.				
28.	Me gusta que el profesor me pregunte en clase.				
29.	Me entiendo a mí mismo.				
30.	Me cuesta comportarme como en realidad soy.				

Anexo 3

BASE DE DATOS DE LAS VARIABLES

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE NIVEL DE USO DE LAS REDES SOCIALES

	ÍTMES																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	2	2	2	2	4	2	3	1	2	2
2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	2	3	1	4	4
3	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	3	1	3	1	2	1
4	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1	1	2	4	2	1	3	1	2	3
5	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
7	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
8	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
11	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
12	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
15	3	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
16	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4
17	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1
18	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	4	1	2	1	2	1	2	1	2	1
19	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	4	1	4	1	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1
21	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
22	4	1	2	1	2	1	2	2	4	2	3	4	3	3	4	2	4	3	2	2
23	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2

24	3	4	3	2	4	2	3	4	2	2	4	2	2	3	3	4	4	4	3	4
25	3	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	4	1	2	1	3	4
26	3	3	2	4	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1	3	1	4	1	4	1
27	4	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	4	1	1	1	1	1
28	1	3	2	1	4	2	1	1	1	4	1	1	4	2	3	4	2	1	2	1
29	2	1	2	1	3	2	1	3	2	2	1	2	2	3	4	4	2	1	2	1
30	4	1	4	3	2	1	1	2	4	1	4	1	4	1	4	1	3	3	3	3
31	1	1	3	2	4	4	4	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
32	2	4	1	4	1	4	1	4	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1
33	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
34	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	3	3
35	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
37	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3
39	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1
40	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	4	2	1	2	1
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3	3
43	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	4	1	1	1	1	1
44	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1
46	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	1	1	2
47	4	4	4	1	2	2	1	4	1	2	1	3	4	2	1	2	3	1	3	3

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE NIVEL DE AUTOESTIMA

Nº	ÍTEMS																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	2	3	1	2	2	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
3	2	1	4	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	
4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	2	3	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	1	2	2	1
6	2	1	4	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	2	1	
7	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	
9	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1
10	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	
12	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	
13	4	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
14	2	3	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
15	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	
16	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	4	
17	3	2	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
18	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	
20	2	1	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	
21	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
22	4	4	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	3	3	4	2	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	

23	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	3	2	1	1	2	
24	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	1	1	1	2	2	1	2	
25	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	2	
26	3	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	3	2	3	2	3	4	2	1	3	3	4	2	2	1	3	3	3	1	
27	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	1	1	3	
28	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1	3	
29	1	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	
30	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	3	3	3	
31	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	3	
32	2	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	3	2	2	1	2
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	
35	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	1	
36	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	4	
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	3	3	2	3	3	2	
40	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	1	1	1	
41	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	
42	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	4	4	3	2	
44	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	
45	2	3	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	4	2	
46	4	4	2	2	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	3	
47	4	4	4	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	4	1	2	