

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

**TESIS**

**INFLUENCIA DE RED SOCIAL FACEBOOK EN LA  
FORMACIÓN DE AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES  
DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA SAN  
MIGUEL**

**DE ACHAYA, PUNO 2019**

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

**PRESENTADO POR:**

**Bach. LIDIA JOVITA QUISPE ARI**

**ASESORES:**

**Mg. Tony Samuel Silvera Quispe  
Mg. Dra. Enma Carrasco Campos**

**LIMA - PERÚ**

**2022**



## **DEDICATORIA**

Con mucho afecto y congratulación, a mi padre German por su apoyo incansable durante mi formación académica universitaria, y por haberme brindado paciencia y sabiduría al momento de solucionar los conflictos, que me permitió concluir el presente trabajo de investigación.

De igual manera a mi apreciado esposo jhon marcos Mamani Cama

## **AGRADECIMIENTO**

Por este medio hago presente el agradecimiento a mi Coordinadora Académica y Asesora: Dra Enma Carrasco Campos. Quien con sus sabias orientaciones y aportes condujeran a la finalización del trabajo de investigación. Del mismo modo a los docentes de la Universidad Alas Peruanas.

## RESUMEN

La investigación ha previsto como **objetivo de** determinar la influencia de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019, es de tipo investigación Básica, diseño relación de las variables y no experimental, se trabajó con una población de 48 estudiantes, de las cuales se seleccionó 46 estudiantes, nivel de investigación explicativa, con el aval de método científico, la técnica que apoyó la investigación la encuesta, instrumento empleado el cuestionario en el contexto de enfoque cuantitativo, el análisis e interpretación de los datos se realizó con el Software Estadístico SPSS. **Los resultados** demuestran, el Link de entrenamiento de Red Social Facebook si influye en la formación de autoestima, porque, el 61% de los estudiantes, frecuentemente sienten la necesidad de visualizar los mensajes por Facebook. Un 63% de los estudiantes tienen actitud negativa influenciado por la Red Social Facebook, por el constante mensajes que invocan e incitan a ofensa y violencia, sin embargo, un 37% tienen actitud positiva la cual es una minoría en los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya. **En conclusión**, la Red Social Facebook influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019, la cual es avalada con significancia de 0,00 la cual es menor a 0,05; con ello, se confirma la relación de las variables independiente y dependiente.

**Palabras clave:** Red, Facebook, formación, autoestima, estudiantes.

## ABSTRACT

The research has planned as an objective to determine the influence of the Facebook Social Network in the formation of self-esteem of the students of the San Miguel de Achaya Secondary Educational Institution, Puno-2019, it is of the Basic research type, design relationship of the variables and not experimental, We worked with a population of 48 students, of which 46 students were selected, level of explanatory research, with the endorsement of the scientific method, the technique that supported the research, the survey, the instrument used, the questionnaire in the context of quantitative approach, the Data analysis and interpretation was performed with SPSS Statistical Software. The results show that the Training Link of the Facebook Social Network does influence the formation of self-esteem, because 61% of the students frequently feel the need to view the messages on Facebook. 63% of the students have a negative attitude influenced by the Social Network Facebook, due to the constant messages that invoke and incite offense and violence, however, 37% have a positive attitude which is a minority in the students of Secondary Educational Institution San Miguel de Achaya. In conclusion, the Facebook Social Network significantly influences the formation of self-esteem of the students of the San Miguel de Achaya Secondary Educational Institution, Puno-2019, which is endorsed with a significance of 0.00, which is less than 0.05; with this, the relationship between the independent and dependent variables is confirmed.

**Keywords:** Network, Facebook, training, self-esteem, students.

## ÍNDICE

	Pág.
PASTA	vii

HOJA DE RESPETO	i
CARÁTULA	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
INTRODUCCIÓN	xii
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Descripción de la realidad problemática</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Delimitación de la Investigación</b> .....	<b>3</b>
1.2.1. Delimitación Social.....	3
1.2.2. Delimitación Temporal .....	3
1.2.3. Delimitación Espacial .....	3
<b>1.3. Formulación del problema</b> .....	<b>3</b>
1.3.1. Problema general.....	3
1.3.2. Problemas específicos .....	3
<b>1.4. Objetivos de la investigación</b> .....	<b>4</b>
1.4.1. Objetivo General .....	4
<b>1.4.2. Objetivos específicos</b> .....	<b>4</b>
<b>1.5. Hipótesis de la investigación</b> .....	<b>4</b>
1.5.1 Hipótesis General .....	5
1.5.2 Hipótesis Específicas .....	5
<b>1.6. Diseño de la Investigación</b> .....	<b>8</b>

1.6.1 Tipo de Investigación .....	9
1.6.2 Nivel de Investigación .....	9
1.6.3 Método.....	9
<b>1.7. Población y Muestra de la Investigación .....</b>	<b>10</b>
1.7.1 Población .....	10
<i>Cuadro 1. Población de estudiantes .....</i>	<i>10</i>
1.7.2 Muestra.....	10
<b>1.8. Técnicas e Instrumentos de la Recolección de Datos .....</b>	<b>11</b>
1.8.1 Técnicas .....	11
1.8.2 Instrumentos .....	11
1.8.3. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	11
<b>1.9 Justificación e Importancia de la Investigación .....</b>	<b>12</b>
<b>1.9.1. Justificación teórica .....</b>	<b>12</b>
1.9.2. Justificación práctica .....	13
1.9.3. Justificación social .....	13
1.9.4. Justificación legal.....	13
1.9.5. Justificación metodológica .....	13
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Antecedentes de la investigación .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.1. Tesis internacionales.....</b>	<b>15</b>
2.1.2. Tesis nacionales .....	17
<b>2.1.3. Tesis locales .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2. Bases teóricas .....</b>	<b>19</b>
2.2.1. Red Social Facebook.....	19
2.2.2. Formación de autoestima.....	22



El Autoconcepto y la autoestima .....	23
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>26</b>
<b>PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1.- TABLAS Y GRÁFICAS ESTADÍSTICAS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2.- CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS .....</b>	<b>37</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	
<b>ANEXOS</b>	
1 Matriz de Consistencia	
2 Instrumentos	
3 Base de datos	
4 Validación de instrumentos.	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Link de entretenimiento de Red Social Facebook

Tabla 2. Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook

Tabla 3. Visibilidad para el público

Tabla 4. Tipo de comunicación de los estudiantes mediante el Facebook

Tabla 5. Adicción a mensajería por Red Social Facebook

Tabla 6. Formación de identidad ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?

Tabla 7. Formación de identidad

Tabla 8. Reacciones de autoestima

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Link de entretenimiento de Red Social Facebook

Gráfico 2. Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook

Gráfico 3. Visibilidad para el público

Gráfico 4. Tipo de comunicación de los estudiantes mediante el Facebook

Gráfico 5. Adicción a mensajería por Red Social Facebook

Gráfico 6. Formación de identidad ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?

Gráfico 7. Formación de identidad

Gráfico 8. Reacciones de autoestima

## INTRODUCCIÓN

La Red Social Facebook en estos últimos años su influencia ha sido muy relevante en diversos grupos etarios sobre todo en los estudiantes, las que son los más adeptos, por ello, cobró gran importancia en la actualidad, ya que mediante él publica fotos editados y adornados con pergaminos, otros hacen notar la relación establecen con otros amigos (as) y desconocidos de manera sincrónica y efectiva, la cual son determinantes para la formación de autoestima ya sea negativo y/o positivo

Por ello, el presente trabajo de investigación hace conocer las formas de su influencia de la Red Social Facebook en la formación de autoestima, por lo mismo es una de las redes sociales más utilizadas en estos años, en el, intercambian y compartir fotos, mensajes, fotos con pergaminos, anécdotas, inclusive algún troll en contra de una determinada persona mediante los comentarios consistentes en chatear con otros usuarios.

El Facebook ha causado diversas manifestaciones que reflejan en su formación de autoestima, porque, destinan la mayor parte de su tiempo a la red social. Por tal, razón, se busca determinar la influencia de Red Social Facebook que ocasiona en la formación de la autoestima de los estudiantes considerando automotivación, autoregulación, seguridad, y las tensiones en el que se viven día a día en el ámbito educativo y la sociedad en conjunto.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

#### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

En la actualidad nos encontramos, en la era de las Redes Sociales, que permite una comunicación sincronizada entre una y/o varias personas para hacer a conocer, ideas, opiniones, publicación de actividades, fotos, video, entre acontecimientos de diversos índole, conectado entre sí, simultáneamente que se accede, desde la cuenta de correo electrónico o numero celular, adherido a internet, con sus respectivos accesorios de comunicación.

Como lo indica, Espinel, Hernández, Prada (2021). El promedio mundial de tiempo diario dedicado a las redes sociales es de 2 horas y 24 minutos, la que representa más de un tercio del total de nuestro tiempo en Internet. Las plataformas sociales más utilizadas en el mundo son Facebook, YouTube y WhatsApp, y la Facebook es la red más utilizadas por los usuarios, gracias a su nivel de interacción y entretenimiento, pero en Latinoamérica, Facebook, YouTube es la más activada. (p. 139)

Miles de personas se comunican de forma sincrónica y efectiva, aprovechando las bondades que ofrece las nuevas tecnologías, en este es el caso, la Red Social Facebook, por lo mismo, que permite crear con facilidad la página denominada perfil de muro, en ella, publican fotos, video, chatear, compartir las publicaciones, y mostrar contactos, ya sea de amigos, familiares, compañeros de estudio, mensajes de sentimiento inclusive con personas desconocidas, aceptando en su Link de conexión.

Benavides (2018). En el Perú, el 90.6% de la población, por lo menos un miembro tiene un teléfono celular y el 30% de los peruanos que accede a Internet lo hace mediante su celular, así como el mayor porcentaje de población que accedió a Internet son los jóvenes entre los 19 y 24 años con un 79.4%, seguido por los adolescentes entre los 12 y 18 años con un 72%. (p.98),

Sin embargo estas comunicaciones, trajeron controversias, que la Red Social Facebook si son buenas o malas dichos mensajes y como está influyendo en la formación de autoestima de los estudiantes, específicamente en la Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, la cual, ha motivado a desarrollar la presente investigación, puesto que tiene gran relevancia en la formación de autoestima debido la mayoría de los estudiantes utilizan celulares para chatear, escuchar música, observar películas, videos académicos, visualizan y mensajean por Facebook, disponiendo más número de horas conectadas a Facebook, de lo normal, en su quehacer diaria, inclusive causándoles alteraciones en su estado anímico, con manifestaciones de somnolencia en los estudiantes, aunque beneficia en uso personal e intercambio de formación al instante (en tiempo real)

La Red Social Facebook, siempre estuvo presente desde su aparición hasta la actualidad en la formación de autoestima de los jóvenes, y señoritas en edad escolar, al estar conectados sincrónicamente con personas de su entorno y personas desconocidos, al acceder a este red captan diversas informaciones, visualizan diversos videos, publicación de fotos diseñados con pergaminos, entre otras, la cual puede ser negativa y/o positiva; también, poco se sabe, de las conversaciones internas que realiza el estudiante por mensajería (MS) del Facebook. En ese contexto la investigación contribuye a los profesionales en educación, salud, u otras especialidades, para que los contenidos de estudio concluido podrán ser utilizados, en el desempeño de su profesión, a base, de ello, elaborar algún plan de intervención para mejorar la formación de autoestima adecuada.

## **1.2. Delimitación de la Investigación**

### **1.2.1. Delimitación Social**

La investigación ha focalizado como grupo social a los estudiantes en edad escolar, ya que están interrelacionados continuamente con la Red Social Facebook y la influencia que reciben cada una de ellas, en la formación de autoestima adherido al equipo móvil.

### **1.2.2. Delimitación Temporal**

El estudio de campo y de gabinete se desarrolló del 05 de mayo al 23 de setiembre del 2019, en las instalaciones de la institución educativa secundaria San Miguel de Achaya, y los espacios conexos.

### **1.2.3. Delimitación Espacial**

La investigación prevista se realizó en la Institución Educativa Secundaria San Miguel, ubicada en distrito de Achaya, provincia de Azángaro, región Puno.

## **1.3. Formulación del problema**

### **1.3.1. Problema general**

¿Cómo influye el Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?

### **1.3.2. Problemas específicos**

**P<sub>1</sub>:** ¿De qué manera influye el Link de entrenamiento de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?

**P<sub>2</sub>:** ¿Cómo influye fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?

**P<sub>3</sub>:** ¿De qué manera influye la adicción a mensajería por Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la influencia de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

**O<sub>1</sub>:** Determinar de qué manera influye el [Link de entrenamiento de Red Social Facebook](#) en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

**O<sub>2</sub>:** Identificar, cómo influye [fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook](#) en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

**O<sub>3</sub>:** Identificar de qué manera influye [la adicción a mensajería por Red Social Facebook](#) en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

#### **1.5. Hipótesis de la investigación**



### 1.5.1 Hipótesis General

La Red Social Facebook influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

### 1.5.2 Hipótesis Específicas

**H<sub>1</sub>:** El Link de entrenamiento de Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

**H<sub>2</sub>:** Los fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

**H<sub>3</sub>:** La adicción a mensajería por Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

### 1.5.3 Variables

#### 1.5.3.1. Variable Independiente

##### **Red Social Facebook (RSF)**

##### -Definición conceptual

Tafur, & Díaz (2021). "Las redes sociales forman parte de una plataforma de internet, utilizado por toda la población y los diferentes grupos etéreos, principalmente los jóvenes, pues a través de una pantalla, convirtiéndose una herramienta virtual que influye en la **formación autoestima**". (p.33)

##### -Definición operacional

CUADRO 1

Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
<p><b>Red Social Facebook:</b> Es uno de los medios de comunicación que permite intercambio de información entre dos o más personas</p> <p><b>Opinión:</b> Lidia Jovita Quispe Pari</p>	Link de entrenamiento de Red Social Facebook	-Apenas despierto comienzo a jugar, con los juegos grabados que están en mi celular y Facebook	Cuestionario	a) Frecuentemente b) Pocas veces c) Nunca
		-Escuchar música		
		-Observar videos		
	Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook	-Visualizas y mensajes por Facebook		
		-Uso de Red Social Facebook		
		-Amistades en Red		
		-Publicaste fotos con contenido de violencia		
		<b>Visibilidad para él publica</b>		
		-Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio		
	Adicción a mensajería por Red Social Facebook	-Compartiste troll del Alcalde Distrital		
		-Tipo de relación estableces con otros contactos		
		-Estableces continua comunicación con otras personas		
-Con qué frecuencia encuentras amistades				
-Concepto que tiene de otras personas				
-Temas de interés público				

Fuente: Elaboración propia.

### 1.5.3.2. Variable Dependiente

#### Formación de autoestima

##### - Definición Conceptual

Cabrera-Saldaña (2020). La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad. Esta se aprende, cambia y la podemos mejorar. Es a partir de los 5-6 años cuando empezamos a formarnos un concepto de cómo nos ven nuestros mayores (padres, maestros), compañeros, amigos, etcétera y las

experiencias que vamos adquiriendo. (p.12), la cual se forman con el pasar de los años y con la influencia de su entorno.

-Definición operacional

CUADRO 2

Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
<b>Formación de autoestima:</b> Es importante el estudio de formación de autoestima porque el estudiante se encuentra en pleno desarrollo cognitivo y psicológico <b>Opinión:</b> Lidia Jovita Quispe Pari	Formación de identidad personal	Automotivación	Cuestionario	a) Frecuentemente b) Pocas veces c) Nunca
		Autorealización		
		Seguridad		
		<b>Reacciones de autoestima</b> -Actitud positiva -Actitud negativa		

Fuente: Elaboración propia.

1.5.3.2. Matriz de operacionalización de variables

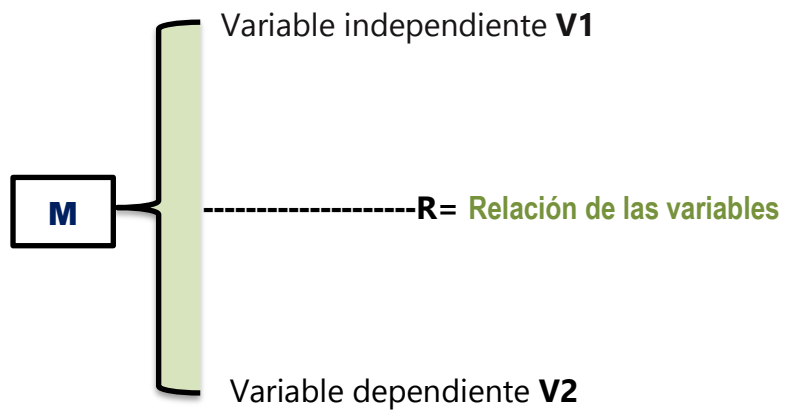
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
V <sub>1</sub>	1.1. Link de entrenamiento de Red Social Facebook	-Apenas despierto comienzo a jugar, con los juegos grabados que están en mi celular y Facebook -Escuchar música -Observar videos	

<b>Variable Independiente:</b> <b>Red Social Facebook</b>		-Visualizas y mensajes por Facebook	<b>Escala de Medición</b>  a) <i>Frecuentemente</i> b) <i>Pocas veces</i> c) <i>Nunca</i>
	1.2. Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook	-Uso de Red Social Facebook -Amistades en Red -Publicaste fotos con contenido de violencia <b>Visibilidad para él publica</b> -Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio -Compartiste troll del Alcalde Distrital -Tipo de relación estableces con otros contactos	
	1.3. Adicción a mensajería por Red Social Facebook	-Estableces continua comunicación con otras personas -Con qué frecuencia encuentras amistades -Concepto que tiene de otras personas -Temas de interés público	<b>Escala de Medición</b>  a) <i>Frecuentemente</i> b) <i>Pocas veces</i> c) <i>Nunca</i>
<b>Variable Dependiente:</b> <b>Formación de autoestima</b>	2.2. Formación de identidad personal	-Automotivación -Autorealización -Seguridad <b>Reacciones de autoestima</b> -Actitud positiva -Actitud negativa	a) <i>Frecuentemente</i> b) <i>Pocas veces</i> c) <i>Nunca</i>

## 1.6. Diseño de la Investigación

La presente investigación ha previsto determinar la relación de ambas variables, vale decir: Influencia de Red Social Facebook en la formación

de autoestima de los estudiantes de institución educativa secundaria San Miguel de Achaya, Puno 2019, tiene la siguiente configuración de diseño.



Fuente: Elaboración propia-2020.

Dónde: M = Muestra

V1 = Red Social Facebook

R = Relación de ambas variables

V2 = Formación de autoestima

### 1.6.1 Tipo de Investigación

Básica

### 1.6.2 Nivel de Investigación

Explicativa

### 1.6.3 Método

#### - Método científico

Método científico resulta ser ciertos planteamientos ontológicos desde los cuales es posible perfilar la que para Gadamer sería el “verdadero método” sería la comprensión de todo conocimiento y de ella un conjunto de conocimientos, sirva de soporte a la investigación. (Gama, 2021, p.18)

## 1.7. Población y Muestra de la Investigación

### 1.7.1 Población

La unidad de estudio está constituida por los estudiantes de la I. E. secundaria “San Miguel de Achaya” matriculados en el presente año académico en el VI ciclo, vale decir, estudiantes del segundo grado

*Cuadro 1. Población de estudiantes*

<b>Nº</b>	<b>GRADOS</b>	<b>SECCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>1.</b>	2do	A	25
<b>2.</b>	2do	B	23
<b>TOTAL</b>			<b>48</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 1.7.2 Muestra

La muestra ha sido seleccionada mediante un procedimiento técnico, basado en la teoría de la probabilidad de muestreo.

Moreno, et al (2021). Muestreo Simple: “Este genera una muestra aleatoria simple que resulta de aplicar procedimiento probabilístico que garantiza que todas las muestras posibles de un determinado tamaño tengan la misma probabilidad de ser elegidas”. (p.24). El resto de unidades de análisis que integran una población. Esto significa que tiene implícita la condición de probabilidad.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot e^2}$$

**N** = Universo u Población.....48

**P** = Probabilidad de ocurrencia 99%.....0.99

**Q** = Probabilidad de no ocurrencia 50%.....0.5

**Z<sup>2</sup>** = Nivel de confianza.....1.96

**e<sup>2</sup>** = Nivel de desconfianza.....0.04

$$n = ?$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.99) (0.5) (48)}{(1.96)^2 (0.99) (0.5) + (48) (0.04)^2}$$

$$n = \frac{(3.84) (0.495) (48)}{(3.84) (0.495) + (48) (0.0016)}$$

$$n = \frac{(3.84) (23.76)}{1.9008 + 0.0768}$$

$$n = \frac{91.2384}{1.9776}$$

$$n = 46 \text{ Estudiantes}$$

## 1.8. Técnicas e Instrumentos de la Recolección de Datos

### 1.8.1 Técnicas

**Encuesta.** – Es una de las técnicas que empleará a la unidad de estudio previsto en la investigación, vale decir los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria San Miguel de Ayachaya

### 1.8.2 Instrumentos

**Cuestionario.** – Está constituido por varias preguntas de acuerdo a los indicadores consignadas en el contenido.

### 1.8.3. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

**Cuadros estadísticos.** - El procesamiento y análisis de los datos se desarrolló con el Programa SPPSS, mediante la estadística descriptiva.

**Gráficos.** – Es la interpretación gráfica de los resultados obtenidos, previamente de haber aplicado el instrumento de investigación al grupo de estudio, adheridos a la misma los datos obtenidos

## **1.9 Justificación e Importancia de la Investigación**

Mediante, el link de entrenamiento de Facebook se transmiten los patrones de comportamiento de una persona hacia otras, por ello, influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes, que probablemente puede regir el resto de su vida tanto en el que hacer académico, y social, o en su forma de pensar, de opinar; por ello, consideró el interés de realizar la presente investigación al respecto de influencia de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno 2019

Su importancia de investigar radica; ¿Cómo influye el Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?, asimismo, este tipo de investigación no se ha desarrollado en ámbito educativo, por lo tanto, es una innovación. Además, las redes sociales son uno de los componentes de Computación Informática e indagar la evolución del estudiante en formación de autoestima, y la interacción con las personas de su entorno.

### **1.9.1. Justificación teórica**

La investigación buscar determinar con el sustento de las bases teóricas la influencia que ocasiona la Red Social Facebook en la formación de la autoestima de los adolescentes e interpretando las fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook, las conversaciones



continuas por mensajería, entre otras. A la vez, la comunicación por Red Social Facebook tiene doble vertiente llamadas y mensajerías escritas, que requieren ser descritas cada una de ellas.

### **1.9.2. Justificación práctica**

Se requiere conocer la influencia de Red Social Facebook en la formación de autoestima, puesto que los estudiantes se encuentran en pleno desarrollo cognitivo y comportamental, la cual puede ser positivo o negativo; si pertinente realizar los ajustes necesarios para el uso adecuado del mismo. A la labor del docente corresponde a desarrollar las orientaciones al respecto de formación de autoestima de los estudiantes para creen su identidad propia, sin antes se han perjudiciales la información que proviene de Facebook.

### **1.9.3. Justificación social**

La vertiente de Red Social Facebook, viene influenciando al grupo social de estudiantes, y la evolución en la formación de autoestima, ya que cada día aprenden e imitan de la red social, con el uso del internet adherido a Red Social Facebook, por lo tanto, no es ajeno en el distrito de Achaya, específicamente en los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel ya que se observa publicando y chateando en sus muros de perfil, desde la cabina de internet y/o equipo celular.

### **1.9.4. Justificación legal**

La investigación se desarrolla en el marco de la Ley General de Educación N° 28044, especificados en el Artículo 13°. Calidad de la educación en los ítems g) Investigación e innovación educativas. h) Organización institucional y relaciones humanas armoniosas que favorecen el proceso educativo.

### **1.9.5. Justificación metodológica**

La investigación tiene previsto, el empleo, del uso de procedimientos y técnicas de manera planificada y organizada con el fin de obtener datos necesarios en el trabajo de campo y gabinete y posteriormente el análisis e interpretación del problema planteado de influencia de Red Social

Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de institución educativa secundaria San Miguel de Achaya, Puno 2019

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Tesis internacionales

Zeler Pighin, I. L. (2020), quien ejecutó la investigación titulada: Facebook como instrumento de comunicación en las Empresas de América Latina, desarrollado por la Universitat Rovira i Virgili de **España** con el **objetivo** general de analizar cómo las empresas que operan en los principales países de América Latina gestionan la comunicación con sus públicos a través de Facebook, y ha empleada la metodología cualitativa, obtuvo como **resultado**, las redes sociales disponibles, Facebook es considerada la más popular y con mayor penetración. Entre las oportunidades que ofrece Facebook a las organizaciones se encuentra la posibilidad de crear fanpages, a través de las cuales se pueden difundir mensajes claves, compartir historias y conversar. Mantener una presencia de forma profesional en Facebook es un aspecto clave de la estrategia de comunicación, ya que las redes sociales permiten reforzar los vínculos y las relaciones de confianza entre las organizaciones y los públicos. Por lo tanto, es importante que las organizaciones consideren estar presentes en Facebook, a la vez que gestionen adecuadamente la comunicación con sus públicos en la red social; el autor **concluyó**, las empresas tienen una presencia destacada en Facebook, pero no tan buena como cabría esperar para una red social ya consolidada como es Facebook en este momento. A pesar de que tanto las empresas de

América Latina como las globales tienen amplia presencia en la red social, y que Facebook es la red social más consolidada y popular, en los resultados se detectó que en ambos casos todavía hay un número significativo de empresas que todavía no incorporan Facebook en sus estrategias de comunicación (un 15% las empresas de América Latina y el 25% las empresas globales).

Seguidamente, Corea, A. V. (2020), ha efectuado la investigación **titulada:** Riesgos a los que se enfrentan los jóvenes en las redes sociales, desarrollado por la Universidad de San Carlos de **Guatemala**, con el **objetivo general** determinar los riesgos a los que se enfrentan los jóvenes al utilizar las redes sociales, empleo el método del filósofo inglés Francis Bacon realizamos el seguimiento de una serie de premisas hasta llegar a la conclusión, obteniendo el **resultado**, la gran mayoría de los estudiantes tienen acceso a Internet, además se confirmó que la red social más visitada por los jóvenes es Facebook, en la cual el 66% indicó tener un perfil, algunos jóvenes proporcionaron su usuario de perfil. Considerando que el mayor porcentaje de la población que se encuestó es de 15 años puede concluirse que muchos de ellos abrieron un perfil a los 12 años o antes de cumplir esa edad lo cual no es permitido según los términos de uso de la mayoría de redes sociales, puesto que la edad mínima requerida para crear un perfil es de 13 años; el autor llegó a la **conclusión**, los jóvenes adolescentes debido a sus cambios emocionales se exponen a peligros en redes sociales debido a la presión de grupo y a la búsqueda de identidad, el principal riesgo al que se enfrentan es a la pérdida de privacidad, lo que genera más riesgos como el acoso, persecuciones, cyberbullying, secuestros y violaciones. Además, debido a la falta de madurez pretenden medir su popularidad por cuántos amigos tienen en redes sociales, por lo que aceptan personas desconocidas en sus perfiles, sin darse cuenta que le abren la puerta de su intimidad y vida social a desconocidos y no

solamente ponen en riesgo su vida si no también la de sus familiares

Por su parte, Novoa, K. K. & Romero, W. J. (2020) ha efectuado la investigación **titulada:** Fortalecimiento de la autoestima y las habilidades sociales de estudiantes de secundaria de la Institución Educativa San José para el mejoramiento de la convivencia escolar, desarrollado por la Universidad Cooperativa de **Colombia**, con el objetivo de fortalecer la autoestima y las habilidades sociales en los estudiantes del Grado 7º1 de la Institución Educativa San José, mediante un programa de intervención educativa basado en el aprendizaje cooperativo con la familia para el mejoramiento de la convivencia escolar, empleo el método cualitativo; los **resultados** encontrados en la primera aplicación de la Escala de Autoestima de Rosenberg indican que la autoestima de los estudiantes se encuentra mayormente en las categorías media y baja y las puntuaciones en habilidades sociales expresan dificultades en la forma de relacionamiento, especialmente en las conductas de agresión verbal, agresión física y agresión psicológica; lo anterior está en consonancia con Segura (2016), quien toma la baja autoestima de los estudiantes como un predictor que afecta de manera negativa la sana convivencia, y **concluyó** los programas educativos que involucran a los padres de familia son eficaces, teniendo en cuenta que el aprendizaje cooperativo tiene una incidencia positiva sobre la construcción de la autoestima y el aprendizaje de habilidades sociales en los jóvenes, afirma que las actividades cooperativas son un vehículo para la enseñanza de habilidades sociales.

### **2.1.2. Tesis nacionales**

Mientras tanto, Quispe, B., y Pérez, G. A. (2021) ha efectuado la investigación titulada. Inteligencia emocional y autoestima en estudiantes de la institución educativa independencia de Sandía,

desarrollado por la Universidad Autónoma de Ica con el objetivo general determinar la relación entre inteligencia emocional y autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Independencia de Sandía, 2021, obteniendo el resultado, que existe una relación positiva entre las variables Inteligencia Emocional y Autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Independencia de Sandía, el mismo que alcanzó un coeficiente de correlación de  $r=0,411$ , con un P valor de  $p=0,000$ , por lo que se determina que existe una relación positiva media entre las variables de estudio, el autor llegó a la siguiente conclusión, como el valor de  $r=-132$ , se determina que existe relación negativa débil entre inteligencia interpersonal y autoestima, sin embargo, el P valor  $p=0,235$  es  $>0.05$ , ello obliga a inferir que dicha relación recae fuera del intervalo de confianza, en el mismo sentido, Esperanza A. J. D., y Urtecho, E. C. (2021) quien desarrollo la investigación titulada. Autoestima y rendimiento académico de los estudiantes de una Institución Educativa Rural de Cajamarca, con el objetivo general determinar la relación entre autoestima y rendimiento académico en estudiantes de una institución educativa rural de Cajamarca, empleo el método descriptivo, sus resultados indican en el sexo femenino un 47% con una calificación A y con 1% tiene una calificación AD, en el sexo masculino el 52% con una calificación A, el autor concluye, si existe relación entre variables al 0,848, se observó que esta relación es positiva porque a medida que una variable aumenta, la otra variable también aumenta, los resultados indican que el 55% tendencia a baja autoestima, el 33% tendencia a Alta autoestima, el 10% baja autoestima y el 2% alta autoestima. Con respecto al autoestima de acuerdo al sexo según el sexo femenino, el 23% tendencia a Alta autoestima, el 19% tendencia a baja autoestima, el 4% baja autoestima y el 1% alta autoestima, en el sexo masculino, el 30% tendencia Alta autoestima, el 16% tendencia a baja autoestima, el 5% baja autoestima y 1% alta autoestima. El nivel de rendimiento

académico un 98,8% con una calificación A y el 1,2% con una calificación AD y por último el nivel de rendimiento académico en estudiantes de acuerdo al sexo

### **2.1.3. Tesis locales**

Chinoapaza, Y. A., y Condo, M. Y. (2020) desarrollo la investigación titulada: La influencia de la red social Facebook en la escritura de los estudiantes del nivel secundario de la Institución Particular Adventista Luz y Ciencia de la ciudad de Juliaca, desarrollado por la Universidad Peruana Unión, con el **objetivo** general determinar la influencia de la red social Facebook en la escritura de los estudiantes del nivel secundario de la Institución Particular Adventista Luz y Ciencia, utilizo la **metodología** descriptiva, obtuvieron el **resultado**, el uso de Facebook muestran que, el 69,1% de los estudiantes presentan un nivel de uso moderado, y respecto a la escritura, el 69,9% de los estudiantes presentan un nivel de alteración regular en su escritura. Se concluye que la red social Facebook influye significativamente en la escritura de los estudiantes del nivel secundario de la Institución Particular Adventista Luz y Ciencia, de la ciudad de Juliaca (p-valor = 0,000), en su investigación concluye, la mayoría de los estudiantes (69,1%) presentan un nivel de uso moderado de Facebook, seguido de un 22,0% con un nivel de uso alto, y sólo un 8,9% presentan un nivel de uso bajo de esta red social. La mayoría de los estudiantes (69,9%) presentan un nivel de alteración regular en su escritura, seguido de un 19,5% con un nivel bajo y el 10,6% presentan un nivel de alteración alta en su escritura.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Red Social Facebook**

Surgido en febrero de 2004, Facebook es un sitio gratuito de relacionamiento social, creado por el estadounidense Mark Zuckerberg. Al principio, la página era restricta a los estudiantes de Harvard, pero después ganó dimensión global y hoy cuenta con

aproximadamente 500 millones de usuarios activos. (Herrero-Gutiérrez, Álvarez-Nobell & López-Ornelas, 2021, p.5)

Luhmann (como se citó en Jumbo, 2021). La opinión pública la define como un sistema interno social de las masas y las interacciones políticas parcialmente transitorias en la que las opiniones vertidas podrían llegar a convertirse en un punto de discusión y cuáles no. Ahora bien, pero no todos los actores de este fenómeno logran manifestar sus posturas con prudencia y exponer sus desaprobaciones con hidalguía. (p. 55)

García-Navas (2020) Es decir que las redes sociales cumplen la función de información permanente entre los usuarios en red ya se ha en personas adultas, estudiantes, profesionales y no profesionales, lo negativo es la desinformación y otros la formación de autoestima, al estar en plena formación de su aspecto biopsicológico solo por tener contenido que amarillista que impacta al usuario.

Estas redes sociales, han permitido conectar a varias personas, pero también, promueven la producción e intercambio de contenidos, de información y conocimientos entre varias organizaciones y sus usuarios o clientes, y a su vez moldean la **educación**, la cultura y actualizan sobre la ciencia y otros aspectos para la sociedad. (Stable Rodríguez, & Álvarez Calderón, 2021, p.125)

#### - **Link de entrenamiento de Red Social Facebook**

Según, Raffino (2020). Es un sitio conformada con opciones de escuchar música observar películas, observación de videos académicos, visualizar y mensajes por Facebook, con intereses de verla, de unos a los otros entre, que hace a través de ellas e virtualmente.

Renteria, Mayacela, Rojas, Mayacela (2021). El uso de las TIC y de plataformas alternativas, en este caso la red social Facebook, han permitido diversos grupos sociales, accedan al link de



entrenamiento, acentuada en sus intereses de sus publicaciones. Esto se puede evidenciar al establecer comunicación con otras personas

Bravo (como se citó en Marín-Cortés et al, 2021) La Red social Facebook permite a sus usuarios expresarse a través de la publicación de textos, imágenes y videos. Incluso brindan la posibilidad de que algunas personas acompañen los rituales funerarios de forma digital, permitiéndoles ver al fallecido o hablar con familiares y amigos por medio de video llamadas. (p.4)

#### **- Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook**

Mango-Yana (2021). Son acciones de una persona o varias personas editan en el aplicativo de su celular, con fines de agregar al dibujo algunos adornos, estilizar, pero al concluir enviar a una determina persona, la cual puede ser enaltecer o denigrar. Actualmente recibe el nombre de los menes de Facebook o WhatsApp y otras redes sociales. (p.51)

Dadas las posibilidades de interacción de Facebook, los públicos expuestos al mensaje de la campaña dieron cuenta de que, a través de los medios digitales, es posible que los ciudadanos adopten un mensaje y puedan volverse emisores de ese mensaje a través de sus redes personales. Esto se refleja en que, a la fecha, el mensaje se ha replicado 6.886 veces en Facebook. (Quirós-Ramírez & Quiceno-Castañeda, 2020, p. 267)

Laudano, Corda, Planas, & Kessler, (2019). Teniendo la página de Facebook posibilita la publicación de fotos previamente editadas y modificadas para fines de un interés objetivo y subjetivo, o en algunos casos indicando tal propósito en los espacios de Redes Sociales.

#### **- Adicción a mensajería por Red Social Facebook**

Gonzalo, Laaser y Adrián (como se citó en Gómez-Hurtado et al 2018). “Consideramos las redes sociales como “estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones y mediadas por plataformas tecnológicas que constituyen el canal de intercambios que posibilitan las interacciones definidas” (p.2).

Castillero-Ostio, Marta, & Castillo-Esparcia (2022). Comprobando la cantidad de entradas publicadas por cada perfil, son mecanismo de mensajería en Red Social Facebook, quintuplica el número de conversación o más; en líneas generales, establece comunicación con otras personas, encontrar amistades, concepto que tiene de otras personas, temas de interés, a través de sus redes sociales y un uso comunicativo adictiva al equipo móvil.

Hernández, párr. 4 (como se citó en Paredes, 2021) Facebook “cambió la manera de comunicarnos, ahora este proceso es más interactivo y se efectúa no sólo de los medios masivos a muchos individuos, sino de los individuos entre sí y con otros grupos”. (p. 143)

### **2.2.2. Formación de autoestima**

Etimológicamente la palabra autoestima proviene del prefijo griego autos, que significa por sí mismo y del verbo aestimare del latín, que significa valorar, tasar, evaluar; como la define como la valoración de sí mismo. Según Alcántara (1993) es un conglomerado de creencias y valores que un individuo posee de sus potencialidades, habilidades y capacidades; una imagen de sí mismo que se lleva en el interior, se desarrolla a lo largo de la vida y es reflejada a través de las experiencias que se tiene con otros individuos.

“Si el adolescente en edad escolar, termina esta etapa de su vida con una autoestima fuerte y bien desarrollada podrá entrar en la vida

adulta con buena parte de los cimientos necesarios para llevar una existencia productiva y satisfactoria". (Aranda-Salas, 2019, p.107)

Labrada, Acebo & Fernández (2021). La formación de autoestima es la dignidad quererse uno mismo, en edad escolar adquiere una relevancia importante porque se crea su personalidad, que perdura en el trayecto de la vida del individuo. Este valor sintetiza la esencia parte de la formación pedagógica, desde lo cognitivo hasta comportamental del individuo

También, la autoestima está asociada con la capacidad del docente para innovar en sus prácticas pedagógicas; una baja autoestima disminuye la potencial capacidad del docente en implementar de manera efectiva tales innovaciones, siendo la autoestima un factor mediador del cambio educativo, que influye en la formación de autoestima. (Aguilar, Talepcio, & Rodríguez, 2021, p.139).

Por su parte, Bonet(1997) define "La autoestima es la valoración que tiene una personade sí mismo, la actitud que manifiesta hacia sí mismo, la forma habitual de pensar, de sentir, de comportarse consigo mismo y que la autoestima puede ser interpersonal, académica o social" (p.38)

### **El Autoconcepto y la autoestima**

Pese a distintas definiciones de autoestima, la mayoría de autores concuerdan en considerarla como un componente del autoconcepto, porlo cual ambos se relacionan y se complementan. En el ámbito educativo el autoconcepto y la autoestima son dos aspectos esenciales que influyen en la conducta y el aprendizaje de los estudiantes. Poseer un autoconcepto y autoestima positivo o negativo determina y configura comportamientos y aprendizajes muy diferentes. La satisfacción o insatisfacción, los éxitos o fracasos, el bienestar personal, social y profesional son influenciados por estos.

García (como se citó en Llagas-Ochoa, 2021). El autoconcepto puede ser definido como una imagen mental y valoración personal,

que se formó como resultado de las opiniones de su entorno y la retroalimentación de personas significativas; en lo académico/laboral es la descripción personal del individuo en su rol como estudiante o trabajador, su desempeño, competitividad, ejecución de metas y relación con la autoridad. (p.2)

#### **- Formación de identidad personal**

Son imprescindibles para su futuro, pues en etapa la estimulación contribuye significativamente al desarrollo de todas sus áreas de identidad, (Autorealización, automotivación, seguridad, actitud positiva, actitud negativa) va desarrollándose día a día, por consiguiente, también se va formando la autoestima, en ello radica su importancia. (Llapa & Naula, 2021, p.22)

Santos-Pazos & Larzabal-Fernández (2021). Indica que, influye en la formación de autoestima porque capta la información de su entorno, la cual proviene de Red Social Facebook son trascendental como condicionante de experiencias y actividades, lo que constituyen aspectos relacionados a la personalidad y el comportamiento al crear espacios de seguridad, fortaleza y capacidad para afrontar los inconvenientes del entorno. (p. 5)

#### **-Autorealización**

Córdoba et al. (como se citó en Rodríguez, Villafuerte, Quijije, & Zambrano, 2021). Durante esta etapa de la vida de las personas surge la necesidad de auto realización, autonomía e independencia porque presentan los cambios psicológicos, físicos, socio afectivos que influyen en el desarrollo de autoestima de diversas maneras, dependiendo de la información y comportamientos que capta. (p.45)

#### **-Automotivación**

Pérez, J. H. (2021). “Automotivación en el alumnado para que desarrollen al máximo sus aptitudes. Para ello se deben detectar qué aspectos son más interesantes para ellos, personalizando los argumentos para cada estudiante”. (p.4). Es importante establecer

una relación clara entre el esfuerzo que ha de realizar el alumno y la utilidad que tendrá dicho esfuerzo en su futuro.

**- Seguridad**

Olivar & Soza (2021). Conceptualmente “está asociada con las emociones es crucial para un desarrollo de autoestima, cumple un papel fundamental en acentuar las emociones y se sienta seguro de los demás. Generalmente es una condición premeditada en su actuación actual”. (p.89)

**Actitud**

Bisquerra y Pérez (como se citó en Sáenz López, y Medina Medel, 2021). Se entiende por competencia la capacidad para movilizar adecuadamente un conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para realizar actividades diversas con un cierto nivel de calidad y eficacia establece un modelo pentagonal de competencias o habilidades; conciencia emocional, regulación emocional, autonomía emocional, competencia social y habilidades de vida para el bienestar. (p. 31)

### CAPÍTULO III

#### PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

##### 3.1.- TABLAS Y GRÁFICAS ESTADÍSTICAS

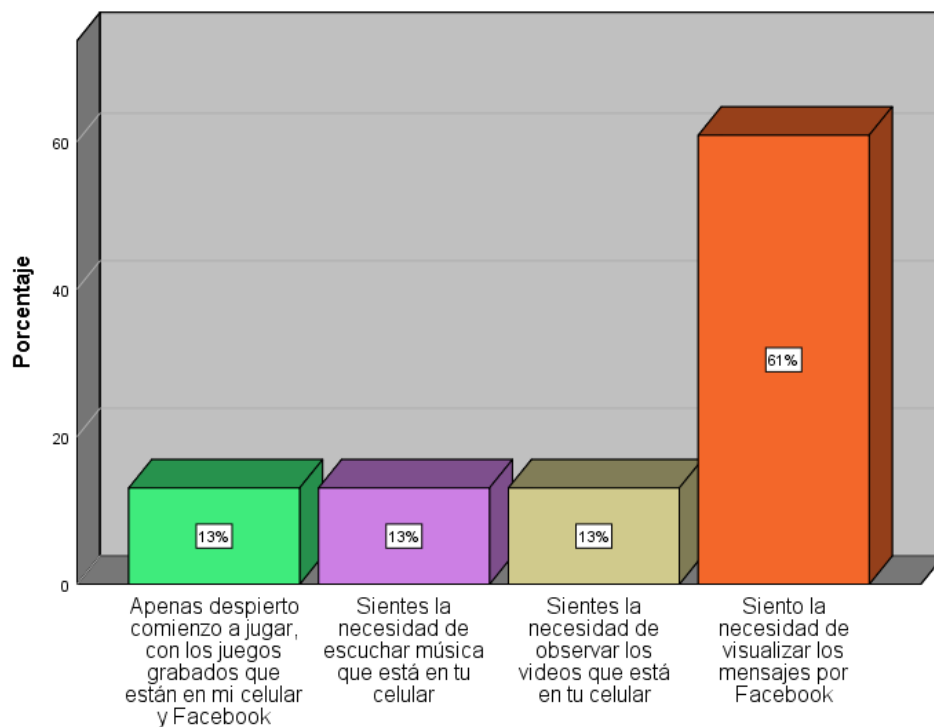
*Tabla 1. Link de entretenimiento de Red Social Facebook*

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Apenas despierto comienzo a jugar, con los juegos grabados que están en mi celular y Facebook	6	13%	13,0	13,0
	Sientes la necesidad de escuchar música que está en tu celular	6	13%	13,0	26,1
	Sientes la necesidad de observar los videos que está en tu celular	6	13%	13,0	39,1

Siento la necesidad de visualizar los mensajes por Facebook	28	61%	60,9	100,0
Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

Gráfico 1. Link de entretenimiento de Red Social Facebook



Describiendo los resultados, el 61% de los estudiantes, frecuentemente sienten la necesidad de visualizar los mensajes por Facebook. En cambio, otro grupo

estudiantes sientes la necesidad de observar los videos que está en su celular, sientes la necesidad de escuchar música que está en su celular, apenas despiertan comienzan a jugar, con los juegos grabados que están en su celular y Facebook, la cual está representando de manera homogénea con 13% de total de los encuestados.

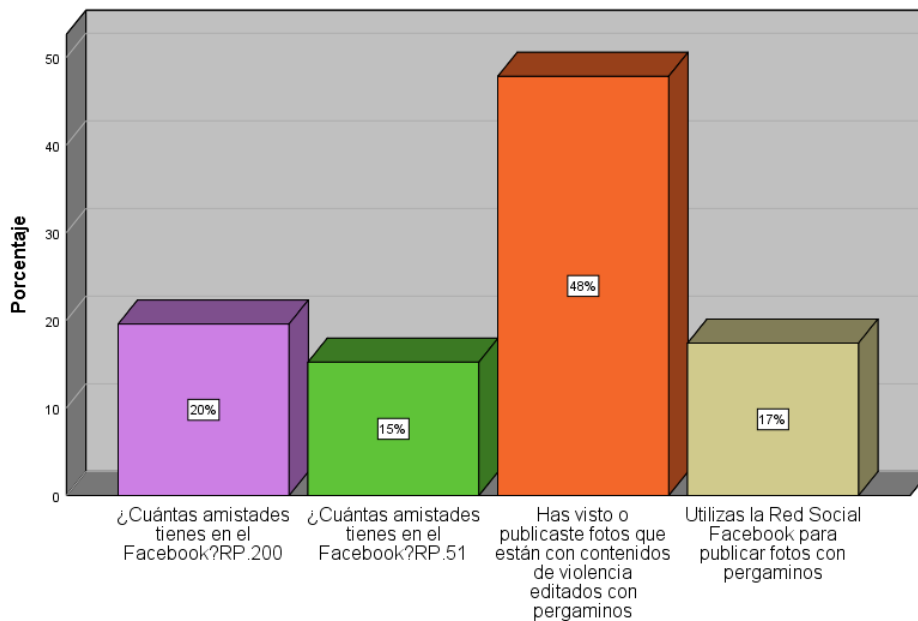
*Tabla 2. Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook*

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook? RP. 200	9	20%	19,6	19,6
	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook? RP .51	7	15%	15,2	34,8
	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergamino	22	48%	47,8	82,6
	Utilizas la Red Social Facebook para publicar fotos con pergaminos	8	17%	17,4	100,0
	Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

*Gráfico 2. Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook*





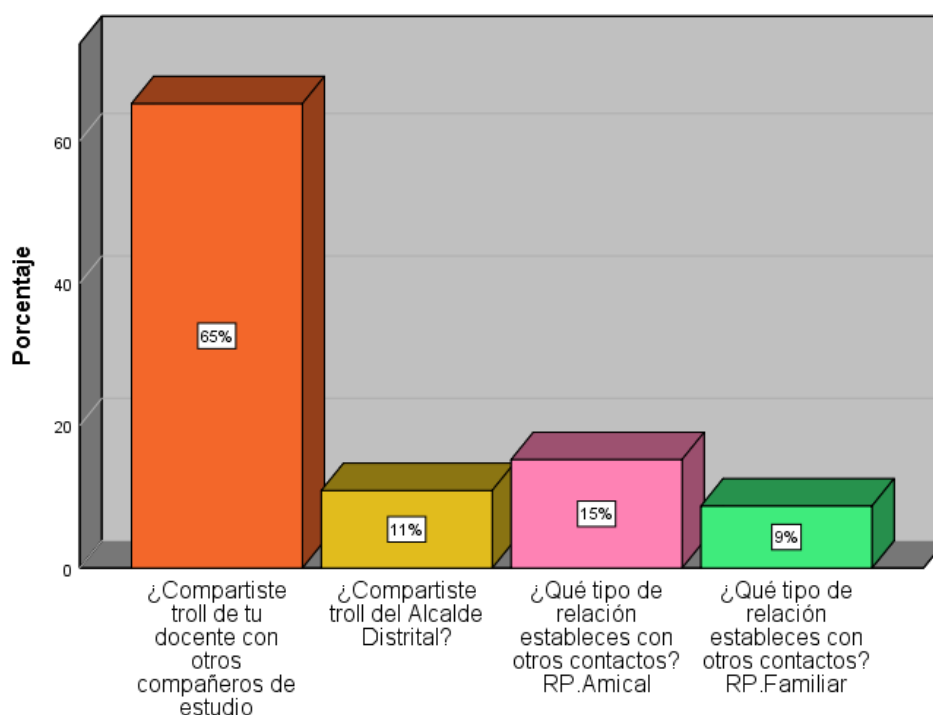
Los resultados de la investigación reportan que el 48% de los estudiantes **frecuentemente** ha visto o publicaron fotos que están con contenidos de violencia editados con pergamino en sus muros de perfil, un 20% de estudiantes tienen en número de 200 amistades en el Facebook, y el 15% de estudiantes con 51 amistades, que incluye las personas desconocidos, el 17% de los estudiantes hacen uso **pocas veces** la Red Social Facebook para publicar fotos con pergaminos. Desde esta perspectiva la Red Social Facebook está influyendo en la formación de autoestima de los estudiantes porque **frecuentemente** las fotos diseñados con pergaminos para publicarlos Red Social Facebook

*Tabla 3. Visibilidad para el público*

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio	30	65%	65,2	65,2
	¿Compartiste troll del Alcalde Distrital?	5	11%	10,9	76,1
	¿Qué tipo de relación estableces con otros contactos? RP. Amical	7	15%	15,2	91,3
	¿Qué tipo de relación estableces con otros contactos? RP. Familiar	4	9%	8,7	100,0
	Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

*Gráfico 3. Visibilidad para el público*



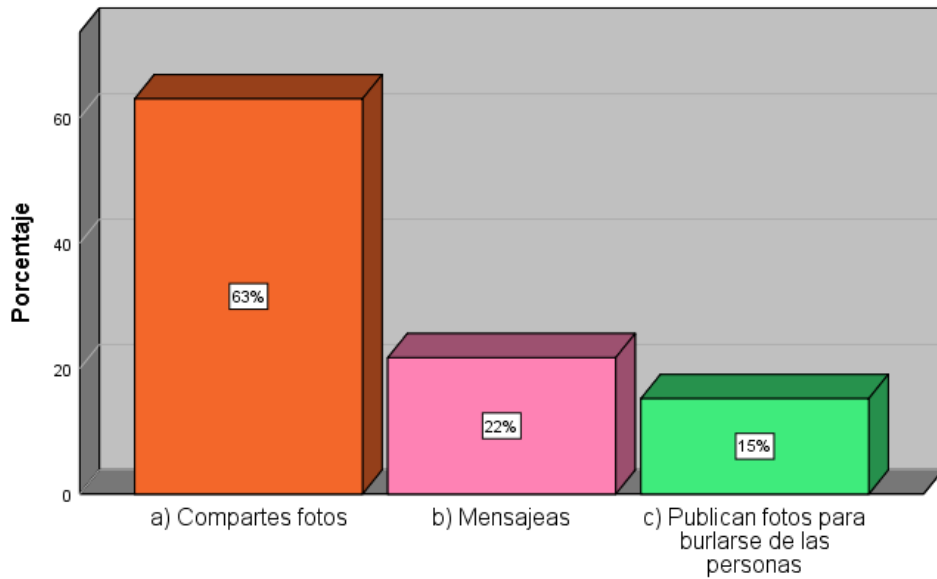
Con el propósito de lograr visibilidad del público, el 65% de los estudiantes frecuentemente compartieron troll de su docente con otros compañeros de estudio; un 15% con idea de establecer frecuentemente una o varias relaciones amicales, por otro lado, el 11% de los estudiantes indican pocas veces compartieron el troll del Alcalde Distrital con otras personas y/o amistades, en mismo contexto, un 9% de estudiantes establece una o varias relaciones con el grupo familiar más cercano a ellas.

Tabla 4. Tipo de comunicación de los estudiantes mediante el Facebook

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a) Compartes fotos	29	63%	63,0	63,0
b) Mensajeas	10	22%	21,7	84,8
Válido c) Publican fotos para burlarse de las personas	7	15%	15,2	100,0
Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

Gráfico 4. Tipo de comunicación de los estudiantes mediante el Facebook



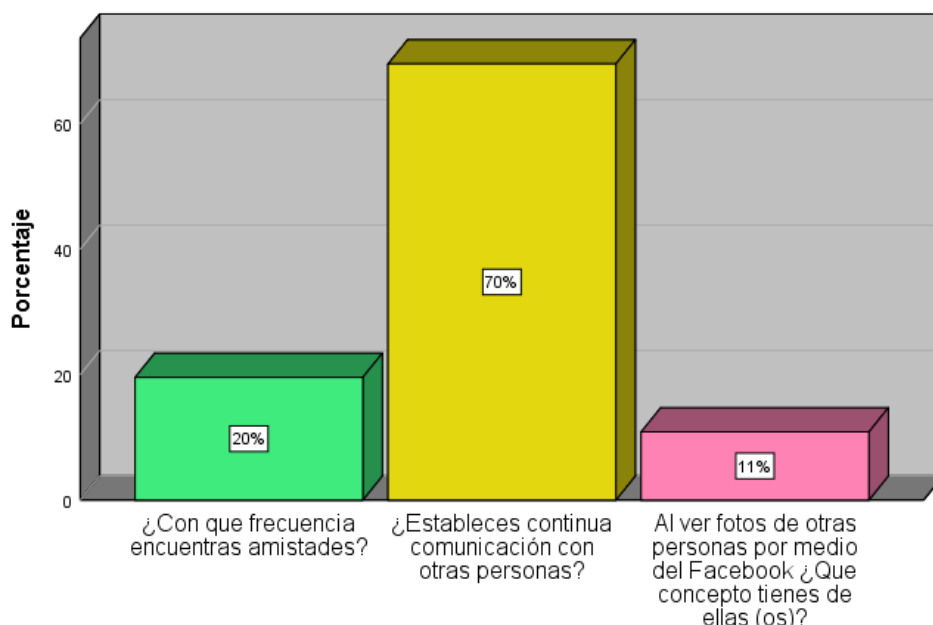
Los resultados de la investigación reportan, que el 63% compartes frecuentemente fotos mediante la Red Social Facebook; mientras tanto, el 22% mensajan pocas veces, otro grupo de estudiantes publican frecuentemente fotos para burlarse de las personas, que representa el 15% de total de los encuestados. Desde perspectiva el tipo de comunicación que practican los estudiantes mediante el Facebook está influenciando la formación de autoestima.

*Tabla 5. Adicción a mensajería por Red Social Facebook*

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	¿Con que frecuencia encuentras amistades?	9	20%	19,6	19,6
	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	32	70%	69,6	89,1
	Al ver fotos de otras personas por medio del Facebook ¿Que concepto tienes de ellas (os)	5	11%	10,9	100,0
	Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

*Gráfico 5. Adicción a mensajería por Red Social Facebook*



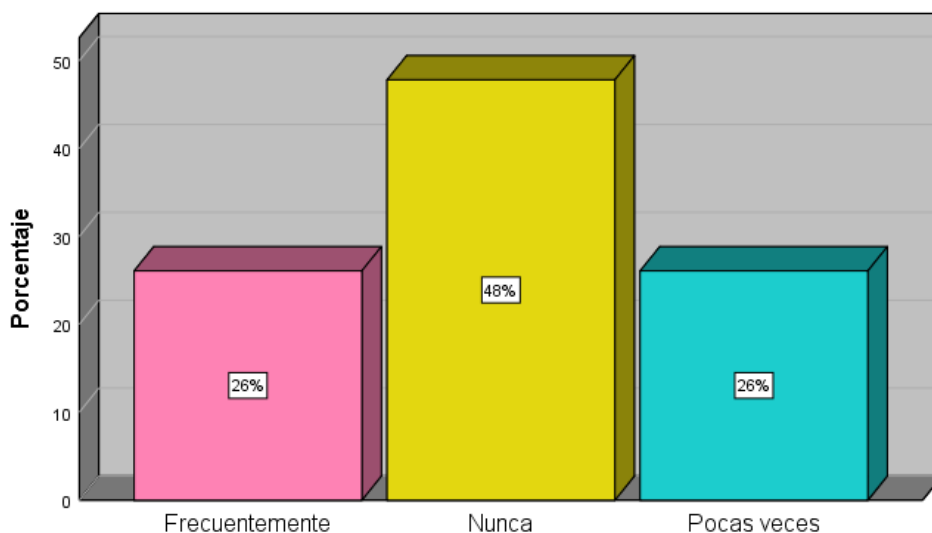
Los resultados reportan que el 70% de estudiantes frecuentemente establecieron continua comunicación con otras personas, después haber conocido por la Red Social Facebook, un 20% de estudiantes respondieron pocas veces encuentran amistades, un 11% indicaron que nunca han opinado al ver fotos de otras personas por medio del Facebook.

Tabla 6. Formación de identidad ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Frecuentemente	12	26%	26,1	26,1
Nunca	22	48%	47,8	73,9
Válido Pocas veces	12	26%	26,1	100,0
Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

Gráfico 6. Formación de identidad ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?



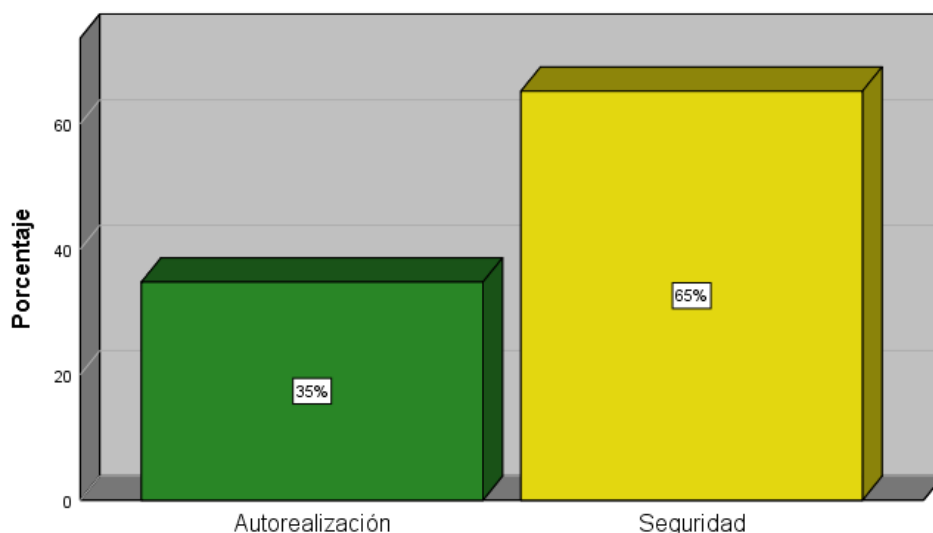
Con respecto a la formación de identidad, el 48% estudiantes nunca se quieren en sí mismo, el 26% frecuentemente se quiere en sí mismo, igual cifra de 26% pocas veces se quieren en sí mismo. Con los resultados se puede predecir con la influencia de Facebook nunca tuvieron identidad propia, tampoco lo están desarrollando, según datos reportados, solamente algunos estudiantes si están auto motivándose.

*Tabla 7. Formación de identidad*

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autorealización	16	35%	34,8	34,8
	Seguridad	30	65%	65,2	100,0
	Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

*Gráfico 7. Formación de identidad*



Los resultados de la investigación reportan, que el 65% frecuentemente tiene plena seguridad de lo que están haciendo, confían en otras personas, y en ellos mismos, por otro lado, un 35% pocas veces se autocontrolan por la influencia de Red Social Facebook, porque están en permanente contacto, y se ha vuelto dependiente de ellos.

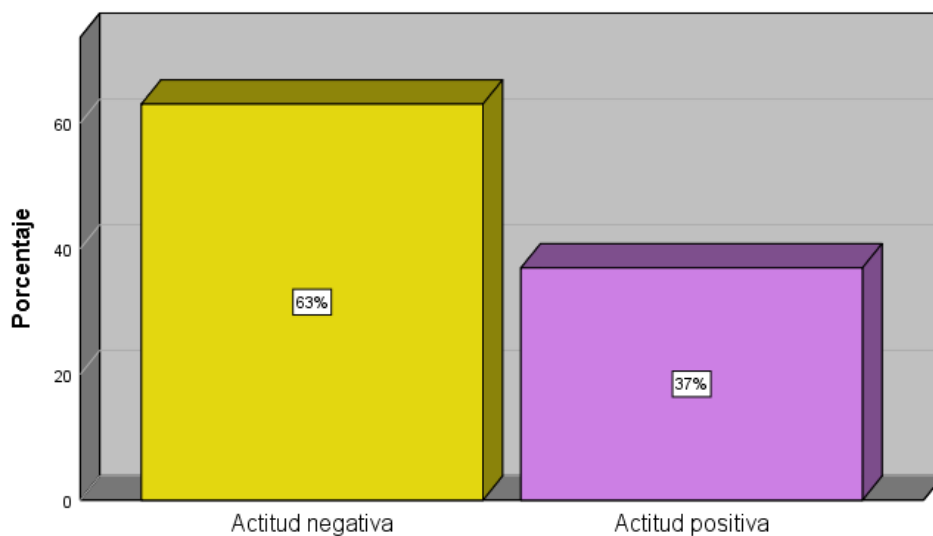
*Tabla 8. Reacciones de autoestima*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Actitud negativa	29	63%	63,0	63,0
Válido Actitud positiva	17	37%	37,0	100,0
Total	46	100%	100,0	

Fuente: Encuesta aplicado a los estudiantes

*Gráfico 8. Reacciones de autoestima*





Como se observa en los resultados, 63% de los estudiantes tienen actitud negativa influenciado por la Red Social Facebook, donde observan constantemente mensajes que invocan a diversas incitaciones de ofensa y violencia y otros acontecimientos; sin embargo, un 37% tienen actitud positiva la cual es una minoría en los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya.

### 3.2.- CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

#### Prueba T de Student con el programa SPSS

##### Estadísticas de muestras emparejadas

		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	Red Social Facebook	2,3478	46	,87477	,12898
	Formación de autoestima	1,6522	46	,48154	,07100

##### Prueba de muestras emparejadas

Diferencias emparejadas

t

gl

Par	Red Social	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia		4,786	45	Sig. (bilateral)
					Inferior	Superior			
1	Facebook - Formación de autoestima	,69565	,98589	,14536	,40288	,98843			,000

Teniendo los datos de n.s. = 0.05      probabilidad de 0,000

La  $p = 0,000 < 0.05$ , por ello, rechaza la Hipótesis Nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alterna  $H_a$ , con ello, se confirmaría, la Red Social Facebook influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019

### CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se determinó que la Red Social Facebook influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019, por lo mismo, el valor de significancia es 0,00 la cual es menor a 0,05; con ello, se confirma la relación de las variables independiente y dependiente.

**SEGUNDA:** Se determinó el Link de entrenamiento de Red Social Facebook si influye en la formación de autoestima, porque, el 61% de los estudiantes, frecuentemente sienten la necesidad de visualizar los mensajes por Facebook.

**TERCERA:** Se identificó las fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook influye en la formación de autoestima de los estudiantes,

por el mismo hecho, que el 48% estudiantes nunca se quieren en sí mismo, y solamente el 26% frecuentemente se quiere en sí mismo.

La misma es corroborado, un 63% de los estudiantes tienen actitud negativa influenciado por la Red Social Facebook, por el constante mensajes que invocan e incitan a ofensa y violencia, sin embargo, un 37% tienen actitud positiva la cual es una minoría en los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya.

**CUARTA:** Se identificó la adicción a mensajería por Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes, de acuerdo al reporte, que el 70% de estudiantes frecuentemente se comunican con otras personas, después haber conocido por la Red Social Facebook, un 20% de estudiantes respondieron pocas veces encuentran amistades, y en menor cuantía el 11% indicaron que nunca han opinado al ver fotos de otras personas por medio del Facebook, de manera negativa.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda utilizar la Red Social Facebook con fines educativos y no para realizar una o varios troll en contra de una determinada persona, estas funciones deben asumir los docentes de la Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, para orientar a sus estudiantes, con ello, generar una imagen personal positiva y atractiva, así fortalecer, la formación de autoestima del alumno.

A los padres de familia, controlar y verificar que tipo de mensajes o comentarios publica su hijo (a) en el muro de su perfil, ya que muchos de ellas, están publicando términos ofensivos o agresivos, de tal manera se cultive una comunicación continua y asertiva entre padres e hijos, que fortalezca el vínculo afectivo entre ellos.

A seguir investigando, porque la influencia de Red Social Facebook, es continua que va permanecer siglos de vida, vale decir existe mucho que descubrir, sobre todo en la formación de autoestima, y especialmente en los grupos etarios de adolescencia donde se produce cambios biológicos y psicológicos con mayor incidencia del yo personal.

#### **FUENTES DE INFORMACIÓN**

Aranda-Salas, I. (2019). La educación ambiental para el desarrollo de la autoestima en los adolescentes con discapacidad intelectual leve. *Ciencia en su PC*, 1(4), pp.102-111. Recuperado en 22 de enero de 2022 de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1813/181360994008/181360994008.pdf>

Aguilar, W. F. P., Talepcio, J. D., & Rodríguez, C. L. A. (2021). Autoestima y eneatis de personalidad del docente de primaria, en tiempos de Covid-19. *Revista Ciencia y Tecnología*, 17(2), 137-145. Recuperado en 25 de diciembre de 2021 de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3571>.

Alcántara, J. (1993). *¿Cómo educar la autoestima?* Barcelona. España: Editorial CEAC. S.A.

- Benavides, Y. A. S. D. (2018). Impacto del uso inadecuado del internet sobre el sistema osteomuscular y posturas de los discentes. *Educación*, 24(1), 97-103. Recuperado en 8 de diciembre de 2021 de <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/educacion/articulo/view/1320>.
- Bonet, J. (1997). *Se amigó de tí mismo. Manual de autoestima*. España: Editorial sol terrea.
- Bravo, V. (2017). Coping with dying and deaths at home: how undocumented migrants in the United States experience the process of transnational grieving. *Mortality*, 22(1), 33-44. <http://dx.doi.org/10.1080/13576275.2016.1192590>
- Castillero-Ostio, E., Marta, G. R., & Castillo-Esparcia, A. (2022). Redes sociales como espacios comunicativos de articulación de movimientos sociales: Revolución de los Frijoleros (Guatemala). *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(148), 67-88. Recuperado en 25 de diciembre de 2021 de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4561>
- Cabrera-Saldaña, C. R. (2020). *Niveles de autoestima y habilidades sociales en estudiantes de 5º secundaria de una Institución Educativa - San Juan Bautista* (tesis pregrado). Universidad Científica del Perú. Equitos-Perú. Recuperado en 22 de enero de 2022 de <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1176/cinthy%20ruth%20cabrera%20salda%c3%91a%20-%20tesis.pdf?sequence=1>
- Espinel, G. A., Hernández, C. A., & Prada, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Universidad Autónoma del Caribe-Colombia/ Revista Encuentros*, 19(1 (2021)), 137-156.

Recuperado en 29 de enero de 2022 de <https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/1260/Usos%2>

García-Navas, X. E. (2020) *Análisis de la información difundida en la Red Social Facebook sobre el virus covid-19 durante la pandemia y su influencia negativa* (tesis pregrado). Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado en 23 de diciembre de 2021 de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54556>.

Gama, L. E. (2021). El método hermenéutico de Hans-Georg Gadamer. *Escritos*, 29(62), 17-32. Recuperado en 22 de enero de 2022 <https://revistas.upb.edu.co/index.php/escritos/article/view/6966>.

Gómez-Hurtado, Inmaculada, García Prieto, Francisco Javier, & Delgado-García, Manuel. (2018). Uso de la red social Facebook como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios: estudio integrado sobre percepciones. *Perspectiva Educativa*, 57(1), 99-119. <https://dx.doi.org/10.4151/07189729-vol.57-iss.1-art.645>

Herrero-Gutiérrez, F. J., Álvarez-Nobell, A., & López-Ornelas, M. (2021). Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook. *Revista latina de comunicación social*, (66), 1-23. Recuperado el 15 de enero de 2022 de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81921340001.pdf>

Jumbo, B. J. (2021) *Uso de la Red Social Facebook como instrumento para generar “noticias falsas” y su efecto en la opinión pública* (tesis pregrado). Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado en 23 de diciembre de 2021 de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54564>.

- Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J., & Kessler, M. I. (2019). Los usos de la red social Facebook en las bibliotecas de institutos y centros de investigación en Argentina. *Palabra Clave (La Plata)*, 4(1), 20-32. Recuperado en 22 de diciembre de 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/3505/350539939002.pdf>
- Labrada, M., Acebo, M., & Fernández, R. (2021). La formación del valor dignidad pedagógica en estudiantes de carreras pedagógicas. *Opuntia Brava*, 13(1), 338-348. Recuperado a partir de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/1219>
- Llapa, D. A. & Naula, M. A. (2021) *Estrategias didácticas para la formación de la identidad en niños de 3 a 4 años de edad jornada matutina del Centro de Educación Inicial “Alberto Astudillo Montesinos* (tesis pregrado). Universidad Nacional de Educación. Cuenca Ecuador. Recuperado en 15 de enero de 2022 de <http://repositorio.unae.edu.ec/bitstream/123456789/1740/1/TIC7EI-Educaci%C3%B3nInicial-Llapa-Naula.pdf>
- Llagas-Ochoa, M. K. (2021). *Autoconcepto Personal y Regulación Emocional en Role-players entre 18 y 35 años de Lima Metropolitana* (tesis pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Recuperado en 15 de enero de 2022 de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654819/LlagasO\\_M.pdf?sequence=3](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654819/LlagasO_M.pdf?sequence=3)
- Mango-Yana, C. (2021) *Adicción al celular y su repercusión en el rendimiento académico de los estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos de las provincias de Azángaro y Carabaya* (tesis posgrado) Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Juliaca, Puno.

- Marín-Cortés, A., Quintero, S., Acosta, S., García, A., & Gómez, F. (2021). Usos de Facebook y duelo: expresión emocional y búsqueda de apoyo en redes sociales. *Comunicación Y Sociedad*, pp.1-18. Recuperado en 30 de diciembre de 2021 de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7911/6350>
- Moreno, A. S., Herrera, C. B., Vallejo, J. M. S., Rojas, N. B. A., & Yordanka, Y. (2021) Sobre el tamaño de muestra para un estudio de la prevalencia de enfermedades coronarias. *Desarrollo de nuevos modelos y métodos matemáticos para la toma de decisiones Tomo I*. [https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Bouza/publication/351299071\\_Desarrollo\\_de\\_nuevos\\_modelos\\_y\\_metodos\\_matematicos\\_para\\_la\\_toma\\_de\\_decisiones\\_Tomo\\_1](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Bouza/publication/351299071_Desarrollo_de_nuevos_modelos_y_metodos_matematicos_para_la_toma_de_decisiones_Tomo_1)
- Olivar, R. R., & Soza, P. E. (2021). La optimización prosocial: un camino seguro para la educación y el bienestar emocional. *Revista Internacional de Educación Emocional y Bienestar*, 1(1), 85-118. Recuperado en 23 de diciembre de 2021 de <https://riieb.iberu.mx/index.php/riieb/article/view/8>.
- Paredes, A. S. (2021). El uso de Facebook en estudiantes de quinto y sexto grado de educación primaria en escuelas públicas del Estado de México, un estudio cualitativo. *Revista Sintaxis*, 0(7), 135-154. Recuperado en 01 de enero de 2022 de <https://publicaciones.anahuac.mx/sintaxis/article/view/895>.
- Pérez, J. H. (2021). Generación de expectativas y automotivación en el alumnado de Trabajo Final de Grado. *Revista del Congreso Internacional de Docencia Universitaria e Innovación (CIDUI)*, 0(5), pp. 1-6, Recuperado en 31 de



diciembre de 2021  
de <https://www.raco.cat/index.php/RevistaCIDUI/articloe/view/380414>

- Quirós-Ramírez, A. C., & Quiceno-Castañeda, B. E. (2020). Campañas publicitarias con enfoque diferencial, para la prevención de las violencias basadas en género en Colombia. Caso Natalia Ponce de León en Facebook. *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*, 0(1), pp. 5-1254. Recuperado en 15 de enero de 2022 de [https://www.researchgate.net/profile/Joao-Sousa-27/publication/351625196\\_Redessociaisonlineexposicao\\_digital\\_e\\_cyberbullying\\_perfis\\_de\\_vulnerabilidade\\_de\\_universitarios\\_de\\_Cabo\\_Verde/links/60a22b5792851cfd33ba6e1/Redes-sociais-online-exposicao-digital-e-cyberbullying-perfis-de-vulnerabilidade-de-universitarios-de-Cabo-Verde.pdf#page=253](https://www.researchgate.net/profile/Joao-Sousa-27/publication/351625196_Redessociaisonlineexposicao_digital_e_cyberbullying_perfis_de_vulnerabilidade_de_universitarios_de_Cabo_Verde/links/60a22b5792851cfd33ba6e1/Redes-sociais-online-exposicao-digital-e-cyberbullying-perfis-de-vulnerabilidade-de-universitarios-de-Cabo-Verde.pdf#page=253)
- Renteria, L., Mayacela, A., Rojas, M., Mayacela, M., & Mayacela, A., (2021). Facebook como herramienta educativa emergente en el proceso de enseñanza-aprendizaje de nivel inicial en tiempos de pandemia. *Novasinerгия*. 4(1). 42-52. <https://doi.org/10.37135/ns.01.07.02>
- Raffino, M. E. (2020). Concepto de Redes Sociales. Recuperado en 25 de diciembre de 2021 de <https://concepto.de/redes-sociales>
- Rodríguez, A., Villafuerte, J., Quijije, N. & Zambrano, C. (2021). Entornos sociales y emocionales de un adolescente con síndrome de Down; La historia de vida de Mateo. *MODULEMA. Revista Científica sobre Diversidad Cultural*, 0(5), pp. 37-56. <http://dx.doi.org/10.30827/modulema.v5i0.17797>
- Sáenz López, P. y Medina Medel, A. (2021). La educación emocional en la legislación educativa en España y Andalucía.

*Investigación en la Escuela*, (104), pp. 29-40. doi:  
<http://dx.doi.org/10.12795/IE.2021.i104.03>

Stable Rodríguez, Y., & Álvarez Calderón, E. (2021). Uso de la red social Facebook en las organizaciones de Ciencia, Tecnología e Innovación en Cuba. *Avances*, 23(2), 123-138. <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/608/1764>

Santos-Pazos, D. A., & Larzabal-Fernández, A. (2021). Apego, autoestima y funcionamiento familiar en estudiantes de bachillerato de los cantones Riobamba y Guano. *Revista Eugenio Espejo*, 15(3), 4-15. Recuperado en 23 de diciembre de 2021 de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/ree/v15n3/2661-6742-ree-15-03-00002.pdf>

Segura, M., Muñoz, A., & Mar Gil, M. (2016). El aula de convivencia. Narcea. Obtenido de <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:4058/es/lc/ucc/titulos/46069>

Tafur, T. R. E., & Díaz, Y. A. S. (2021). Uso de redes sociales y rendimiento académico en estudiantes universitarios, Chachapoyas, Perú. *Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 32-37. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/viewFile/682/942>

## **ANEXOS**

## ANEXO: 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERALES	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	MÉTODO
¿Cómo influye el Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?	Determinar la influencia de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	La Red Social Facebook influye significativamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Red Social Facebook (RSF) <b>DIMENSIONES</b> <b>Link de entrenamiento de Red Social Facebook</b>	<b>TÉCNICAS</b> - Encuesta - Participación
PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	-Apenas despierto comienzo a jugar, con los juegos grabados que están en mi celular y Facebook -Escuchar música -Observar videos -Visualizas y mensajes por Facebook -Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook -Uso de Red Social Facebook -Amistades en Red -Publicaste fotos con contenido de violencia <b>Visibilidad para él publica</b> -Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio -Compartiste troll del Alcalde Distrital -Tipo de relación estableces con otros contactos - Tipo de comunicación	<b>INSTRUMENTO</b> - Cuestionario  <b>MÉTODO</b> -Método científico  <b>DISEÑO</b> -Relación de las variables y no experimental <b>TIPO</b> -Básica <b>NIVEL</b> -Explicativo.  <b>POBLACIÓN</b> Está constituida por 48 estudiantes de I.E.S. San Miguel de Achaya <b>MUESTRA</b> 46 estudiantes  <b>ENFOQUE</b> Cuantitativo
<b>P1:</b> ¿De qué manera influye el Link de entrenamiento de Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?	<b>O1:</b> Determinar de qué manera influye el <b>Link de entrenamiento de Red Social Facebook</b> en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>H1:</b> El Link de entrenamiento de Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>Adicción a mensajería por Red Social Facebook</b>	
<b>P2:</b> ¿Cómo influye fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?	<b>O2:</b> Identificar, cómo influye <b>fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook</b> en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>H2:</b> Los fotos diseñados con pergaminos publicados por Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>Estableces continua comunicación con otras personas</b>	
<b>P3:</b> ¿De qué manera influye la adicción a mensajería por Red Social Facebook en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019?	<b>O3:</b> Identificar de qué manera influye <b>la adicción a mensajería por Red Social Facebook</b> en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>H3:</b> La adicción a mensajería por Red Social Facebook influye directamente en la formación de autoestima de los estudiantes de Institución Educativa Secundaria San Miguel de Achaya, Puno-2019	<b>Con qué frecuencia encuentras amistades</b>	

			<ul style="list-style-type: none"><li>-Concepto que tiene de otras personas</li><li>-Temas de interés público</li></ul> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Formación de autoestima</p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <p><b>Formación de identidad personal</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Automotivación ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?</li><li>-Autorealización</li><li>--Seguridad</li></ul> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <p><b>Reacciones de autoestima</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Actitud positiva</li><li>-Actitud negativa</li></ul>
--	--	--	---

## INSTRUMENTO

### ANEXO: 2

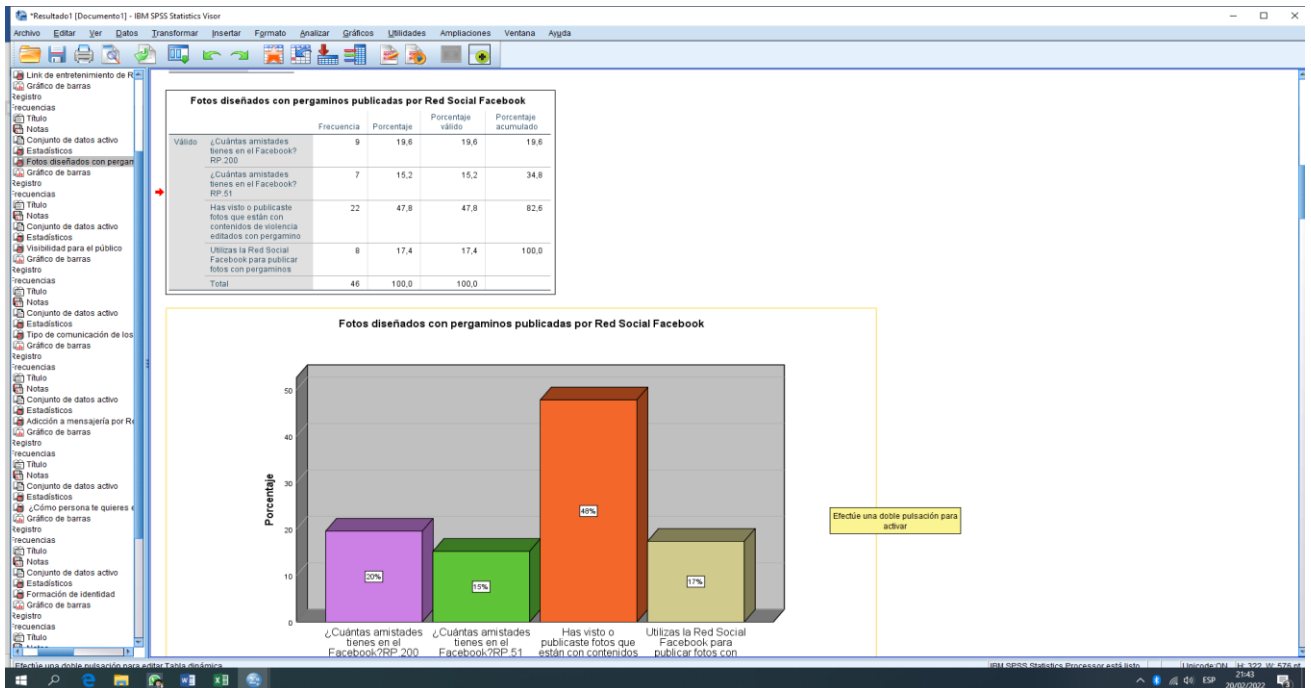
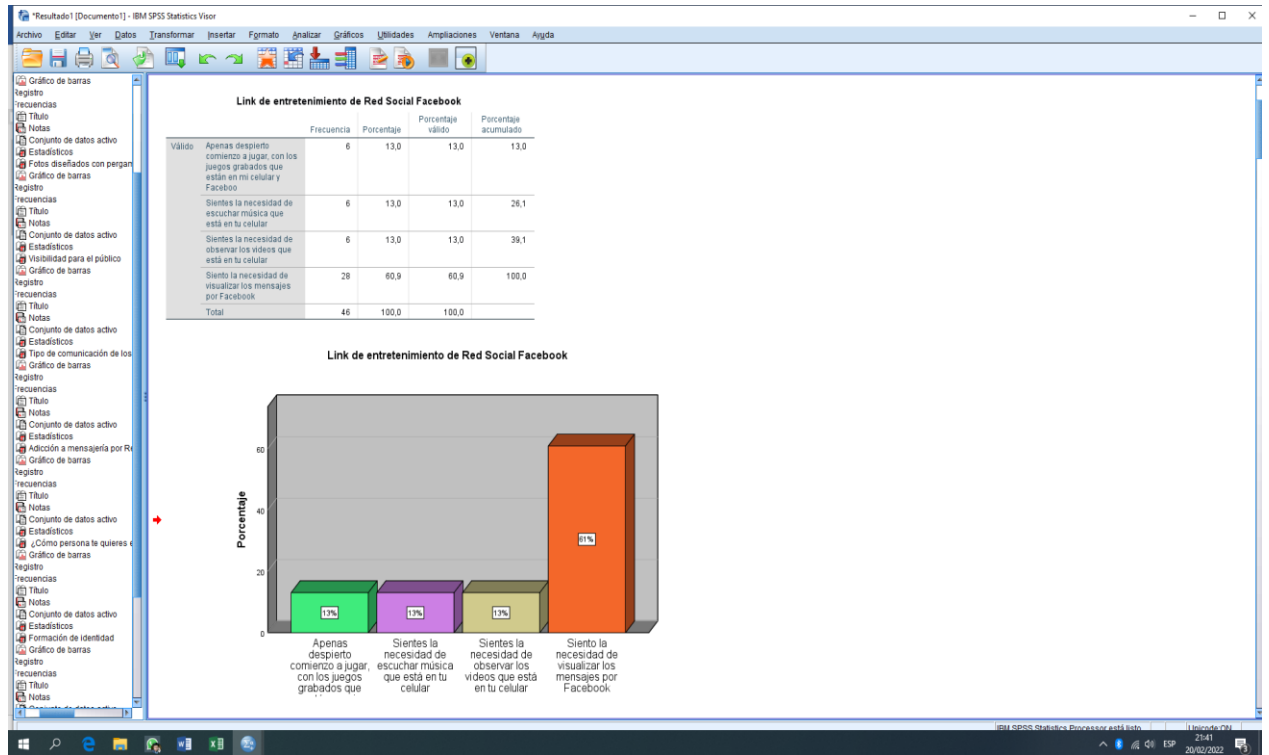
**Apreciado (a) estudiante.** La encuesta es de carácter personal, los datos que nos proporciones deben ser verdaderos, aspeando (X) una sola respuesta correcta, la misma permitirá el desarrollar del plan de tesis denominada: **INFLUENCIA DE RED SOCIAL FACEBOOK EN LA FORMACIÓN DE AUTOESTIMA DE LOS ESTUDIANTES DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA SAN MIGUEL DE ACHAYA, PUNO 2019**

3	2	1
Frecuentemente	Pocas veces	Nunca

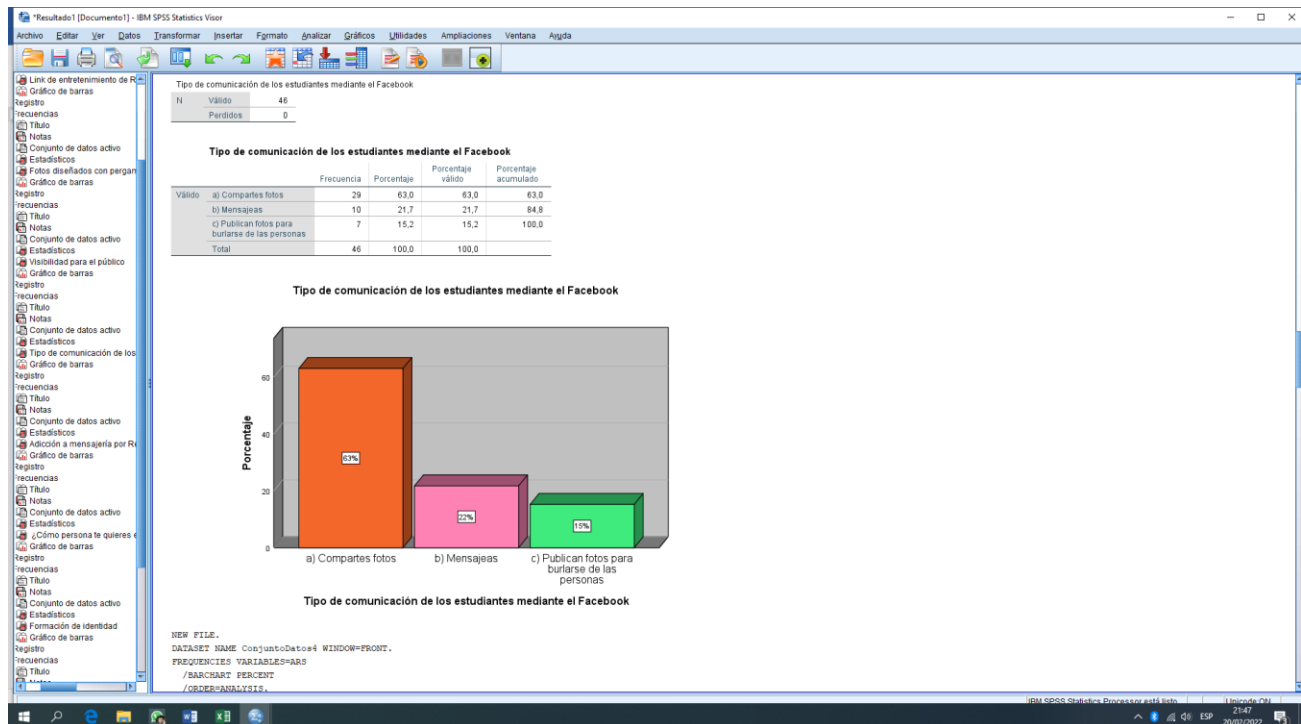
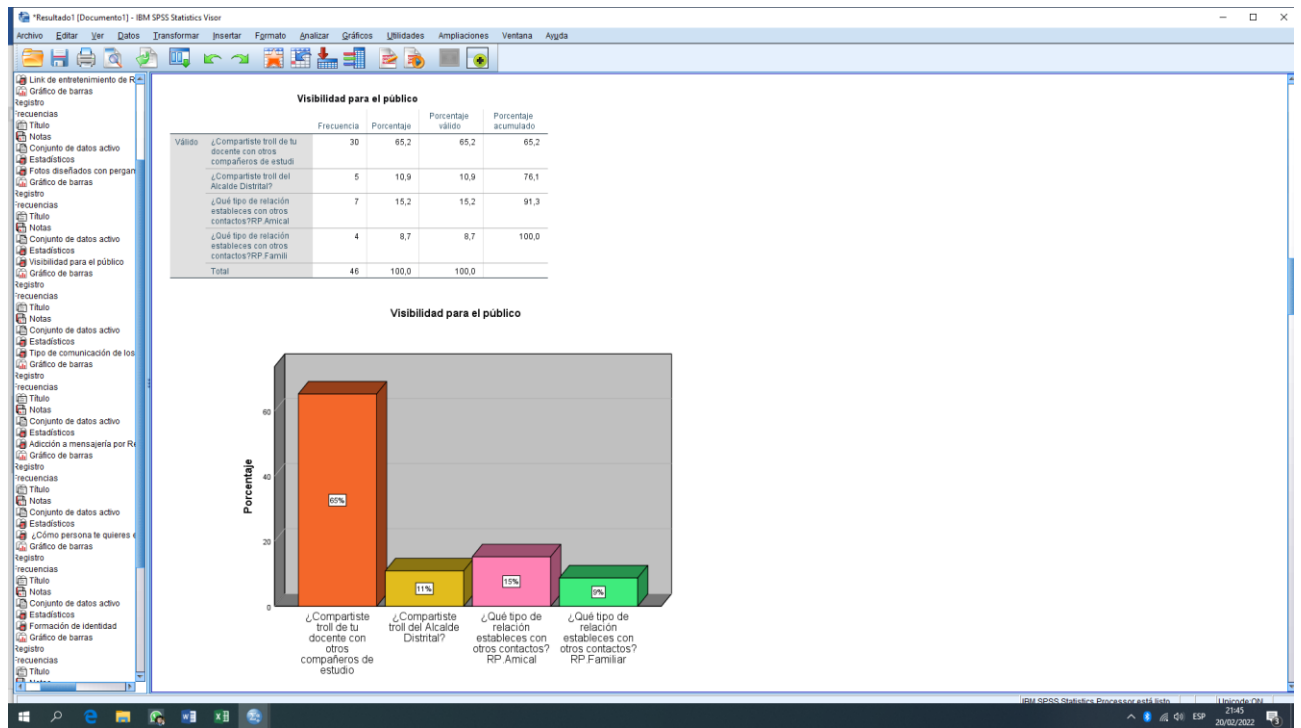
VARIABLE DEPENDIENTE: Red Social Facebook					
<b>DIMENSIÓN: Link de entretenimiento de Red Social Facebook</b>		1	2	3	4
<b>Indicador:</b>					
	Apenas despierto comienzo a jugar, con los juegos grabados que están en mi celular y Facebook				
1	Sientes la necesidad de escuchar música que está en tu celular				
2	Sientes la necesidad de observar los videos que está en tu celular				
4	Siento la necesidad de visualizar los mensajes por Facebook				
<b>DIMENSION: Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook</b>		1	2	3	4
<b>Indicador:</b>					
8.	Utilizas la Red Social Facebook para publicar fotos con pergaminos?				
	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook? RP. 200.....				
	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook? RP. 51.....				
9.	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos				
<b>DIMENSIÓN: Visibilidad para el público</b>					
<b>Indicador:</b>					
11	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?				
	¿Compartiste troll del Alcalde Distrital?				
12	¿Qué tipo de relación estableces con otros contactos? a) Familiar b) Amical c) Otro tipo de relación				
13	¿Encontraste amistades, que tipo de comunicación tienes? a) Compartes fotos b) Mensajeas c) Publican fotos para burlarse de las personas				
<b>DIMENSIÓN: Adicción a mensajería por Red Social Facebook</b>					

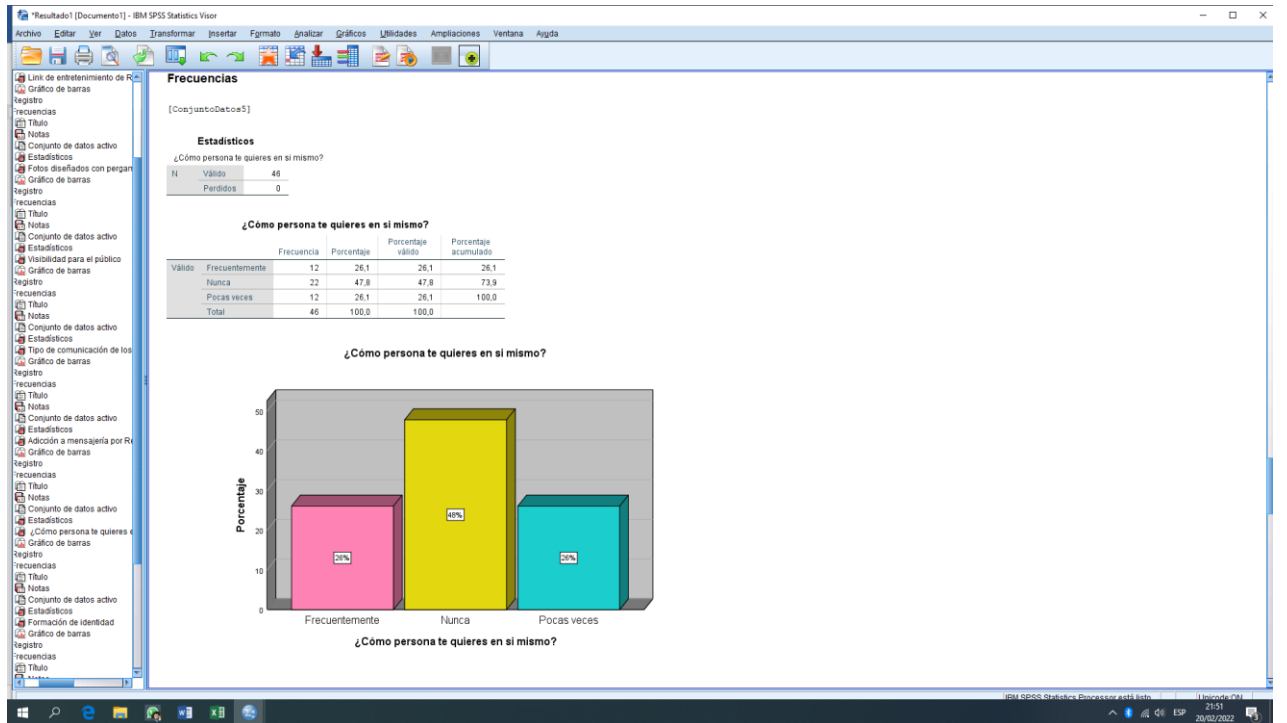
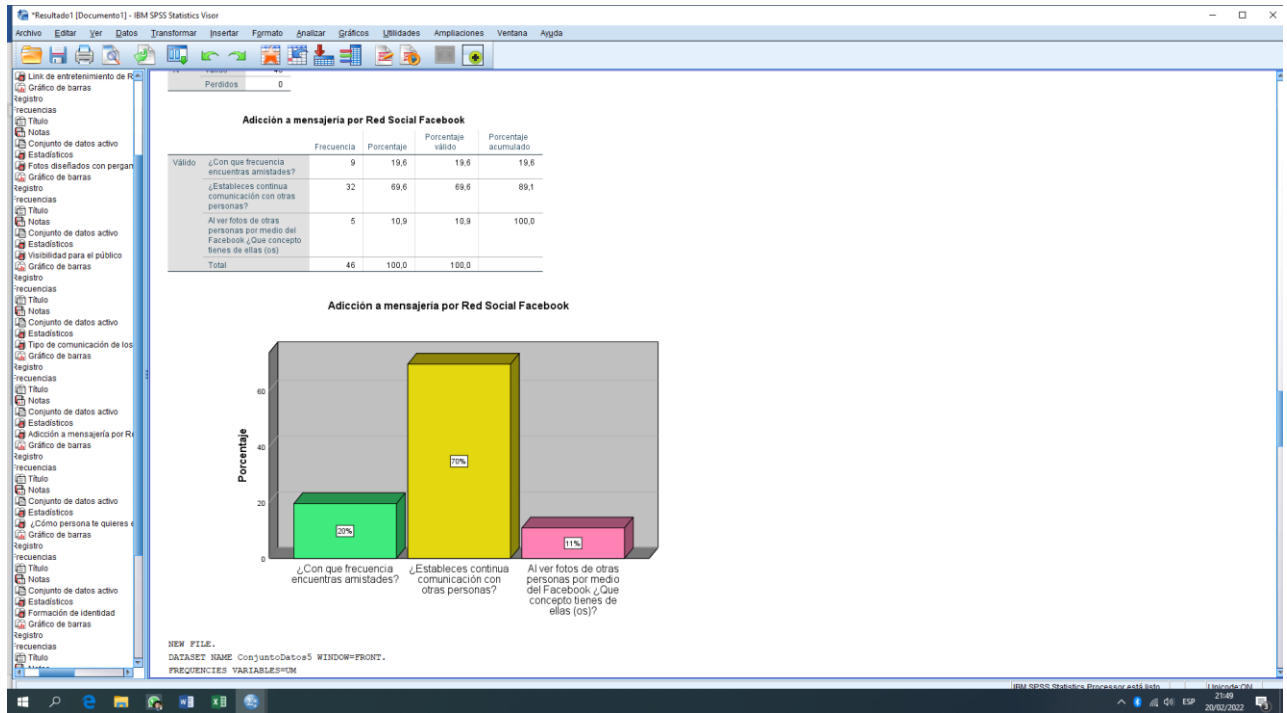
	<b>Indicador:</b>				
15	¿Estableces continua comunicación con otras personas?				
16	¿Con que frecuencia encuentras amistades?				
	Al ver fotos de otras personas por medio del Facebook ¿Que concepto tienes de ellas (os)?				
	<b>VARIABLE DEPENDIENTE: Formación de autoestima</b>				
	<b>DIMENSION: Formación de identidad</b>	1	2	3	4
	<b>Indicador:</b>				
17	Automotivación: ¿Cómo persona te quieres en sí mismo?				
18	Autorealización ¿Tienes capacidad de autocontrolarte, por la influencia directa de Red Social Facebook				
19	Seguridad: ¿Confianzas en otras personas, también en sí mismo?				
	<b>Reacciones de autoestima</b>				
	<b>Indicador</b>				
20	Actitud positiva ¿Qué actitud tomas ante las adversidad en el estudio?				
21	Actitud negativa ¿Tienes una actitud negativa con otras personas?				

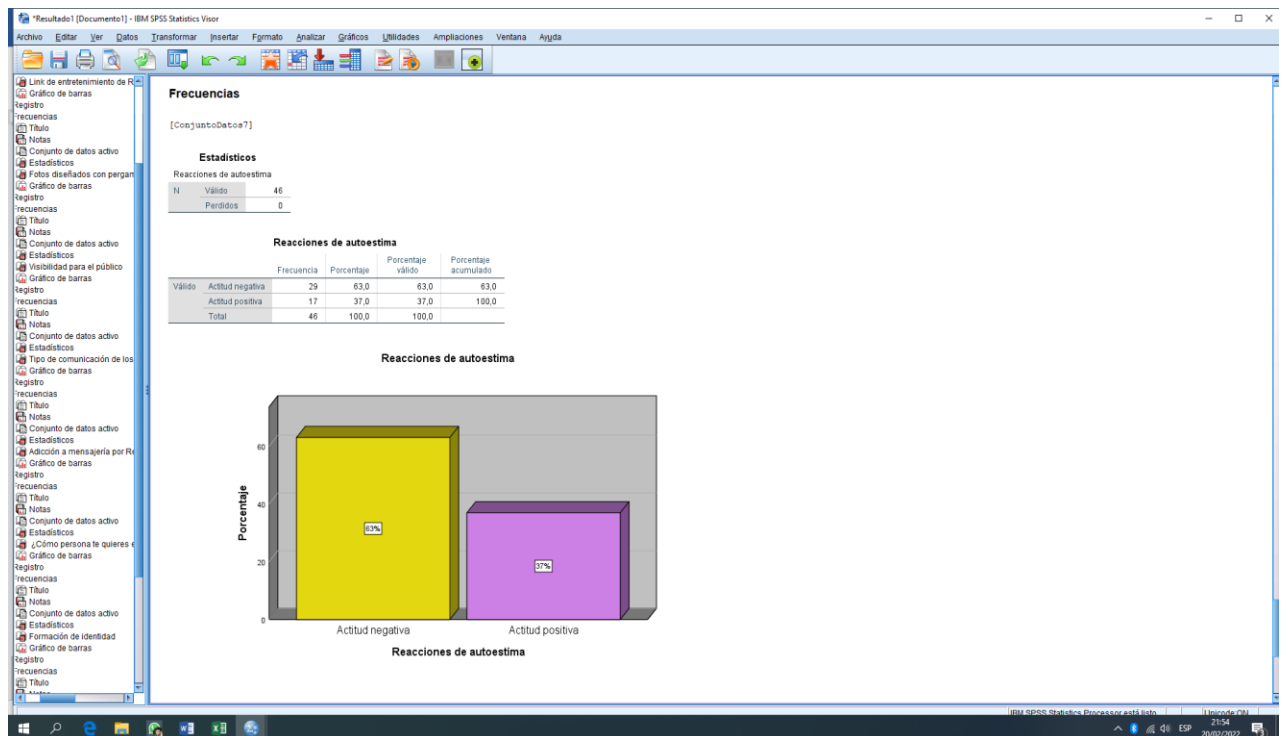
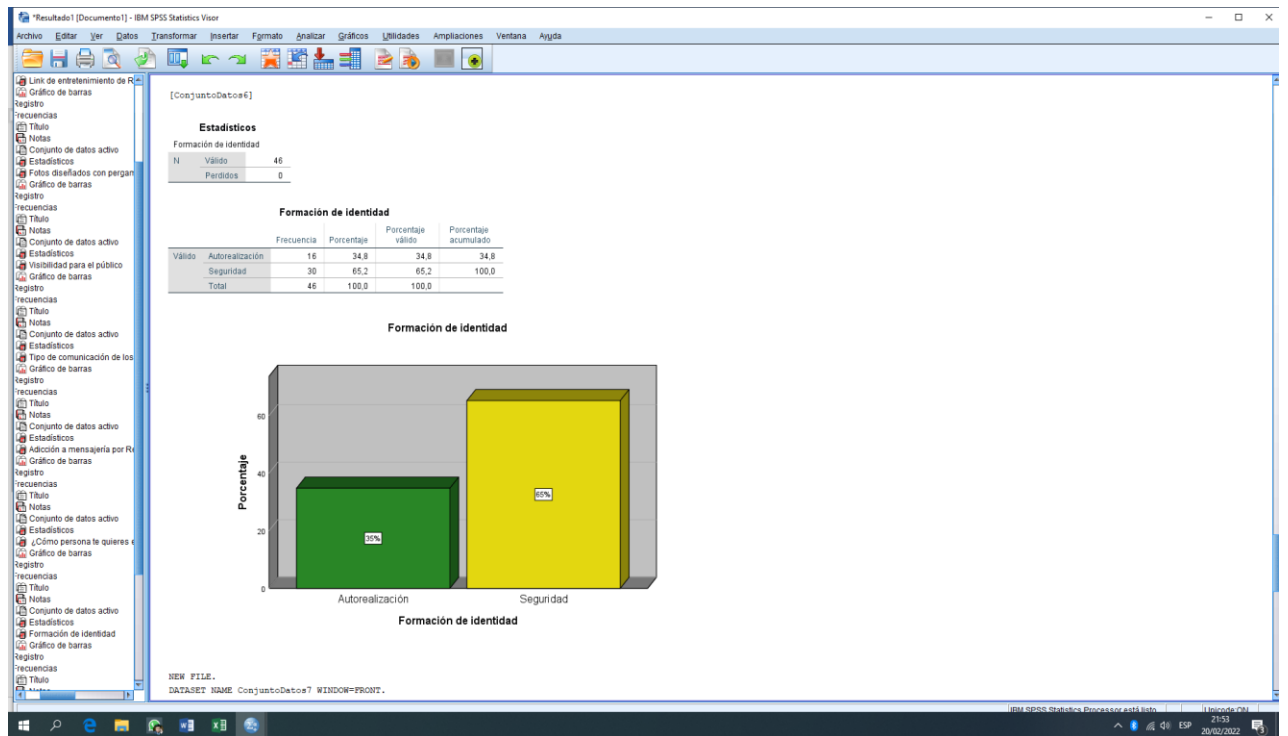
### ANEXO: 3 BASE DE DATOS











## Prueba T

### Estadísticas de muestras emparejadas

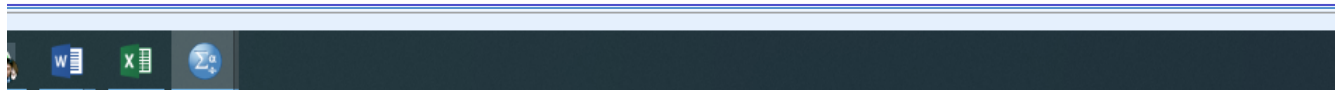
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	Red Social Facebook	2,3478	46	,87477	,12898
	Formación de autoestima	1,6522	46	,48154	,07100

### Correlaciones de muestras emparejadas

		N	Correlación	Sig.
Par 1	Red Social Facebook & Formación de autoestima	46	,030	,844

### Prueba de muestras emparejadas

		Diferencias emparejadas							
		Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
					Inferior	Superior			
Par 1	Red Social Facebook - Formación de autoestima	,69565	,98589	,14536	,40288	,98843	4,786	45	,000



Libro1 - Excel

Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Iniciar sesión Compartir

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Normal Bueno Incorrecto Neutral Cálculo Celda de co... Celda vincul... Entrada Hipervínculo Hipervínculo...

Autosuma Rellenar Borrar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

b) Mensajes

VARIABLE INDEPENDIENTE: RED SOCIAL FACEBOOK				VARIABLE DEPENDIENTE: FORMACIÓN DE AUTOESTIMA			
	Fotos diseñados con pergaminos publicadas por Red Social Facebook	Visibilidad para el público	Tipo de comunicación de los estudiantes mediante el Facebook	Adición a mensajería por Red Social Facebook	¿Cómo persona te quieres en si mismo?	Formación de identidad	Reacciones de autoestima
1	Utilizas la Red Social Facebook para publicar fotos con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	c) Publican fotos para burlarse de las personas	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
1	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?RP. 200	¿Compartiste troll del Alcalde Distrital?	b) Mensajes	¿Con que frecuencia encuentras amistades?	Pocas veces	Seguridad	2 Actitud negativa
2	¿Cuántas amistades tienes en el Facebook?RP. 51	¿Qué tipo de relación estableces con otros contactos?RP Familiar	a) Compartes fotos	Al ver fotos de otras personas por medio del Facebook ¿Que concepto tienes de ellas (as)?	Nunca	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Qué tipo de relación estableces con otros contactos?RP Amical	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Frecuentemente	Autorealización	1 Actitud positiva
3	Has visto o publicaste fotos que están con contenidos de violencia editados con pergaminos	¿Compartiste troll de tu docente con otros compañeros de estudio?	b) Mensajes	¿Estableces continua comunicación con otras personas?	Pocas veces	Autorealización	1 Actitud positiva
	Has visto o publicaste fotos que están con	¿Compartiste troll de tu		¿Estableces continua			

Hoja1

Listo 22:05 ESP 20/10/2022 100%

## ANEXO: 4 VALIDACIÓN DEL EXPERTO A INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES.

1.1. Nombres y apellidos del experto: .....

1.2. Grado académico: .....

1.3. Institución donde labora: .....

1.4. Cargo que desempeña: .....

1.5. Nivel del graduando.....

### II. VALIDACIÓN

1.- Muy Malo (07-08) 2.- Malo (09-10) 3.- Regular (11-12) 4.- Bueno (13-14) 5.- Muy Bueno (15-16)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CALIFICACIÓN DE ÍTEMS	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	<i>Están formuladas con lenguaje apropiado que facilita su comprensión</i>					
2. OBJETIVIDAD	<i>Están expresadas con mecanismos observables, medibles.</i>					
3. CONSISTENCIA	<i>Existe una organización lógica en los contenidos y la relación con la teoría</i>					
4. COHERENCIA	<i>Existe relación de los contenidos con los indicadores de las variables</i>					
5. PERTINENCIA	<i>Las categorías de respuestas están relacionados al tema de estudio</i>					
6. SUFICIENCIA	<i>Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.</i>					
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>						
<b>RESULTADO DE VALIDACIÓN</b>						

Fuente: Ficha de American Pontifical Catholic University de Estados Unidos de Norteamérica.

III. Observaciones: .....

a) Aprobado:

b) Desaprobado:

Sello y firma del experto

DNI. N° ..... Celular .....