

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO

FACULTAD DE HUMANIDADES

CARRERA DE PSICOLOGÍA



**“RELACIÓN ENTRE LA ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN
LOS ESTUDIANTES DEL TERCER CURSO DE SECUNDARIA DE LAS UNIDADES
EDUCATIVAS MARÍA LAURA JUSTINIANO II Y ALEMÁN DEL SUD DE LA
CIUDAD DE TARIJA EN LA GESTIÓN 2022”**

POR:

MELINA RAMOS ESPÍNDOLA

**Trabajo de Investigación presentado a consideración de la UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el Grado
académico de Licenciatura en Psicología**

2022

TARIJA – BOLIVIA

V° B°

.....
Msc. Lic. Morales Vásquez María Isabel
**DOCENTE DE LA MATERIA DE ACTIVIDAD
PROFESIONALIZACIÓN III
ÁREA SOCIOEDUCATIVA**

.....
Msc. Lic. Cary Condori Reynaldo
**DIRECTOR DE DPTOS. ADM
CONJUNTO DE PSICOLOGÍA**

.....
Dr. Bladés Pacheco Javier Ph. D
**DECANO DE LA
FACULTAD DE HUMANIDADES**

.....
Msc. Lic. Berciano Francisco
**VICE-DECANO DE LA
FACULTAD DE HUMANIDADES**

APROBADA POR:

TRIBUNAL:

.....
TRIBUNAL I

.....
TRIBUNAL II

El tribunal calificador no se solidariza con los términos, modos y expresiones vertidos en el presente trabajo de investigación, que son única y exclusiva responsabilidad de la autora.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi esposo Luis Alejandro Ortega Vargas; tu amor, tu paciencia y tu sacrificio hacen que cada lucha sea más llevadera.

Agradecimiento

A Dios, por su fidelidad, su amor inagotable y su gracia.

A mi esposo, por ser mi compañero de vida, por proveerme y protegerme.

A mis padres, por hacer de mí lo que hoy soy, inculcando valores y convicciones de vida.

A mis tutores, por la dedicación brindada para la culminación de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Justificación.....	8

CAPÍTULO II

DISEÑO TEÓRICO

2.1.Problema de investigación	12
2.2.Objetivos.....	12
2.2.1.Objetivo general.....	12
2.2.2.Objetivos específicos.....	12
2.3.Hipótesis	12
2.3.1.Hipótesis general.....	12
2.3.2.Hipótesis específicas.....	12
2.4.Operacionalización de variables	14

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1.Adicción a Redes Sociales	16
3.1.1.Definición de redes sociales.....	16
3.1.2.Principales redes sociales.....	17
3.1.3.Uso de las redes sociales.....	18
3.1.4.Beneficios y riesgos de las redes sociales.....	19

3.1.5. Definición de adicción a las redes sociales	21
3.1.6. Criterios para establecer una adicción	23
3.1.7. Dimensiones de la adicción a redes sociales	23
3.1.8. Causas de la adicción a redes sociales	24
3.1.9. Repercusión de la adicción a redes sociales	25
3.1.10. Enfoques teóricos relacionados a la adicción a las redes sociales	26
3.2. Adolescencia.....	28
3.2.1. Definición de adolescencia	28
3.2.2. Etapas de la adolescencia	28
3.2.3. Influencias socioculturales en la adolescencia	33
3.2.4. Los adolescentes y el comportamiento social.....	34
3.2.5. Los jóvenes y las nuevas tecnologías	36
3.3. Autoestima.....	36
3.3.1. Definición de autoestima	36
3.3.2. Componentes de la autoestima	37
3.3.3. Contenidos de la autoestima	39
3.3.4. Niveles de autoestima.....	39
3.3.5. La importancia de la autoestima según Alcántara	41
3.3.6. La importancia de la autoestima según Brander.....	43
3.3.7. Autoestima en la adolescencia.....	44
3.4. Relación del uso de redes sociales con la autoestima.....	45
3.4.1. Atractivos de las redes sociales y formación de la identidad.....	48

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Área de Investigación.....	50
4.2. Tipificación de la Investigación.....	50
4.3. Población.....	52
4.4. Métodos, técnicas e instrumentos.....	54
4.4.1. Métodos	54
4.4.2. Técnicas	57

4.4.3.Instrumentos	58
4.5.Procedimiento.....	62

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1.Primer objetivo específico.....	65
5.2.Segundo objetivo específico.....	76
5.3.Tercer objetivo específico.....	88
5.4.Cuarto objetivo específico.....	92

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.Conclusiones.....	96
6.2.Recomendaciones.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
REFERENCIAS DE PÁGINAS WEB.....	104
REFERENCIAS DE REVISTA.....	106

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Distribución de la población.....	53
CUADRO N° 2 Interpretación del coeficiente de Pearson.....	57
CUADRO N° 3 Tabla diagnóstica del nivel de autoestima.....	60
CUADRO N° 4 Cuadro referencial	62
CUADRO N° 5 Datos sociodemográficos.....	64
CUADRO N° 6 Nivel de adicción a redes sociales	65
CUADRO N° 7 Ítems correspondientes a la dimensión obsesión.....	68
CUADRO N° 8 Ítems correspondientes a la dimensión falta de control.....	71
CUADRO N° 9 Ítems correspondientes a la dimensión uso excesivo	74
CUADRO N° 10 Nivel de autoestima	76
CUADRO N° 11 Análisis de la dimensión autoeficiencia	80
CUADRO N° 12 Análisis de la dimensión autoconfianza	81
CUADRO N° 13 Análisis de la dimensión autodignidad.....	82
CUADRO N° 14 Análisis de la dimensión buenas relaciones	84
CUADRO N° 15 Análisis de la dimensión dignidad, principios, valores y responsabilidad ...	86
CUADRO N° 16 Correlación de las variables estudiadas.....	88
CUADRO N° 17 Relación de la autoestima y de la adicción a redes sociales.....	89
CUADRO N° 18 Relación del nivel de adicción a redes sociales y tipo de colegio	92
CUADRO N° 19 Relación del nivel de autoestima y tipo de colegio	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Nivel de adicción según la dimensión obsesión.....	68
GRÁFICO N° 2 Nivel de adicción según la dimensión falta de control personal	71
GRÁFICO N° 3 Nivel de adicción según la dimensión uso excesivo	74

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Cuestionario de Adicción a Redes Sociales	107
ANEXO N° 2 Cuestionario de 35b	109
ANEXO N° 3 Matriz de datos del Cuestionario de Autoestima 35B.....	112
ANEXO N° 4 Matriz de datos del Cuestionario de Adicción a redes sociales.....	124
ANEXO N° 5 Carta de solicitud.....	130