

FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de Psicología

Tesis

**Uso del Facebook y autoestima en estudiantes de
secundaria del Colegio de Nuestra Señora de Fátima
del distrito de El Tambo-Huancayo**

Nilian Diana Ceras Alvarez

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Psicología

Huancayo, 2020

Lista de Contenido

Portada.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Lista de Contenido	iv
Lista De Tablas	ix
Lista de Figuras.....	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción.....	xiii
Capítulo I.....	15
Planteamiento del Estudio	15
1.1. Planteamiento y Formulación del Problema	15
1.2. Formulación del Problema	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos.....	18
1.3. Objetivos de la Investigación	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Justificación de la Investigación.....	20
Capítulo II.....	22
Marco Teórico	22
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	22
2.1.1. Antecedentes internacionales	22

2.1.2.	Antecedentes nacionales	24
2.1.3.	Antecedentes locales	26
2.2.	Bases Teóricas	29
2.2.1.	Facebook.....	29
2.2.2.	Desarrollo histórico y origen del Facebook.....	30
2.2.3.	Creación del perfil de Facebook.....	31
2.2.4.	¿Qué ofrece la aplicación de Facebook?	32
2.2.5.	Facebook como una herramienta académica	34
2.2.6.	Análisis funcional de la conducta adictiva al Facebook.....	36
2.2.7.	Conductismo	37
2.2.8.	Bases del condicionamiento.....	38
2.2.9.	Uso de Facebook	42
2.3.	Autoestima.....	48
2.3.1.	Definición de autoestima	48
2.3.2.	Niveles de autoestima.....	49
2.3.3.	Indicadores de la autoestima	51
2.3.4.	Dimensiones de la autoestima.....	52
2.3.5.	Pilares de la autoestima	54
2.4.	Adolescencia y Autoestima	55
2.4.1.	Cierto rasgo de un adolescente actual.....	56
2.5.	Autoestima y la red social	57
	Capítulo III	58
	Hipótesis y Variables	58
3.1.	Hipótesis.....	58

3.1.1.	Hipótesis general	58
3.1.2.	Hipótesis específicas	58
3.2.	Identificación de las Variables	58
3.2.1.	Variable 1	58
3.2.2.	Variable 2	60
Capítulo IV	63
Metodología	63
4.1.	Metodología.....	63
4.1.1.	Métodos y alcance de la investigación	63
4.1.2.	Nivel de investigación	63
4.1.3.	Tipo de investigación.....	63
4.1.4.	Diseño de la investigación	63
4.2.	Población.....	64
4.3.	Muestra.....	64
4.4.	Unidad de Observación	65
4.4.1.	Criterios de inclusión.....	65
4.4.2.	Criterios de exclusión	65
4.5.	Instrumento I	65
4.5.1.	Ficha técnica N. 01	65
4.6.	Instrumento II	66
4.6.1.	Ficha técnica N. 02	66
Capítulo V	68
Resultados y Discusión	68
5.1.	Descripción de Trabajo de Campo.....	68

5.2.	Resultados y Análisis de la Información.....	68
5.3.	Prueba de Normalidad.....	82
5.4.	Contrastación de Resultados.....	83
5.4.1.	Hipótesis general.....	83
5.4.2.	Hipótesis específica 1.....	84
5.4.3.	Hipótesis específica 2.....	85
5.4.4.	Hipótesis específica 3.....	86
5.4.5.	Hipótesis específica 4.....	86
5.5.	Discusión de Resultados.....	87
	Conclusiones.....	94
	Recomendaciones.....	95
	Referencias Bibliográficas.....	96
	Apéndices.....	100
	Apéndice 1: Matriz de consistencia.....	101
	Apéndice 2: Estadística de fiabilidad para la EREAF.....	103
	Apéndice 3: Estadística de fiabilidad para el Inventario de autoestima.....	105
	Apéndice 4: Adaptación semántica y criterio de jueces (validez de contenido). ..	107
	Apéndice 5: Instrumentos de recolección de datos.....	109
	Apéndice 6: Validación de expertos N. 1.....	114
	Apéndice 7: Validación de expertos N. 2.....	116
	Apéndice 8: Validación de expertos N. 3.....	118
	Apéndice 9: Una muestra de la evaluación Facebook.....	120
	Apéndice 10: Una muestra de la evaluación de autoestima de Coopersmith.....	121

Apéndice 11: Permiso de evaluación.....	122
Apéndice 12: Operacionalización de la Variable 1	123
Apéndice 13: Consentimiento informado	125
Apéndice 14: Autorización de participación.....	126
Apéndice 15: Evidencias fotográficas	127

Lista de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable 1	59
Tabla 2 Operacionalización de la variable 2	61
Tabla 3 Niveles del uso de Facebook	68
Tabla 4 Niveles de reforzamiento positivo	69
Tabla 5 Niveles de refuerzo negativo	70
Tabla 6 Niveles de exposición positiva	71
Tabla 7 Niveles de exposición negativa	72
Tabla 8 Niveles de autoestima	73
Tabla 9 Niveles del uso de Facebook y nivel de autoestima	74
Tabla 10 Refuerzo positivo y nivel de autoestima	76
Tabla 11 Refuerzo negativo y nivel de autoestima	77
Tabla 12 Exposición positiva y nivel de autoestima	79
Tabla 13 Exposición negativa y nivel de autoestima	80
Tabla 14 Prueba de Kolmogorov-Smirnov	82
Tabla 15 Hipótesis general.....	83
Tabla 16 Hipótesis específica 1	84
Tabla 17 Hipótesis específica 2.....	85
Tabla 18 Hipótesis específica 3	86
Tabla 19 Hipótesis específica 4.....	87

Lista de Figuras

Figura 1. Niveles del uso de Facebook.....	69
Figura 2. Niveles de refuerzo positivo.....	70
Figura 3. Niveles de refuerzo negativo.....	71
Figura 4. Niveles de exposición positiva.....	72
Figura 5. Niveles de Exposición negativa.....	73
Figura 6. Niveles de autoestima.....	74
Figura 7. Niveles del uso de Facebook y nivel de autoestima.....	75
Figura 8. refuerzo positivo y nivel de autoestima.....	77
Figura 9. Refuerzo negativo y nivel de autoestima.....	78
Figura 10. Exposición positiva y nivel de autoestima.....	80
Figura 11. Exposición negativa al Facebook y los niveles de autoestima.....	81

Resumen

La presente investigación titulada “Uso del Facebook y autoestima en estudiantes de secundaria del Colegio Nuestra Señora de Fátima del distrito de El Tambo-Huancayo”, se enmarca en el objetivo de identificar la relación entre el uso del Facebook y la autoestima, para ello esta investigación utilizó el método científico, a través del diseño no experimental descriptivo-correlacional. Se utilizó un tipo de muestreo censal, por lo cual participaron el total de estudiantes (255 estudiantes) del 3.º, 4.º y 5.º grado de secundaria de ambos sexos. En la presente investigación se pudo determinar que existe correlación indirectamente proporcional de nivel muy bajo entre la variable uso de Facebook y autoestima ($Rho=-.160^*$); de la misma manera se hallaron correlaciones indirectamente proporcionales de nivel muy bajo para las variables refuerzo positivo y autoestima ($Rho=-.196^{**}$), también para las variables refuerzo negativo y autoestima ($Rho=-.158^*$). Esto significa que, si los puntajes para las variables uso de Facebook, la dimensión refuerzo positivo y la dimensión refuerzo negativo son mayores; los puntajes para la autoestima serán menores.

Palabras claves: uso de Facebook, autoestima, reforzamiento positivo, reforzamiento negativo, exposición positiva, exposición negativa.

Abstract

The present research titled "Use of Facebook and Self-esteem in High School Students of Our Lady of Fatima College of El Tambo District-Huancayo", is framed in the objective of identifying the relationship between the use of Facebook and self-esteem, For this purpose this research used the scientific method, through the descriptive nonexperimental design [correlational. A type of census sample was used, which involved the total number of students (255 students) in the third, fourth and fifth grades of both sexes. In the present investigation it was possible to determine that there is indirectly proportional correlation of very low level between the variable Facebook Use and Self-esteem ($Rho=-.160^*$); in the same way indirect proportional correlations of very low level were found for the variables Positive reinforcement and Self-esteem ($Rho=-.196^{**}$), also for the variables Negative reinforcement and Self-esteem ($Rho=-.158^*$). This means that, if the scores for the Facebook Usage variables, the Positive Reinforcement dimension and the Negative Reinforcement dimension are higher; the scores for self-esteem will be lower.

Keywords: Facebook use, Self-esteem, Positive reinforcement, Negative reinforcement, Positive exposure, Negative exposure.