

**INCIDENCIA DEL CONSUMO DE REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DEL
AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES.**

ANDREA GÁLVEZ PUERTA.

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCACIÓN.**

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA.

ENVIGADO

Junio 2024.

**INCIDENCIA DEL CONSUMO DE REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DEL
AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES.**

ANDREA GÁLVEZ PUERTA.

Trabajo de grado presentado para optar al título de psicóloga.

Asesor: Fredy Ricardo Moreno Chía Docente tiempo completo.

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCACIÓN.
PROGRAMA PSICOLOGÍA.
ENVIGADO
Junio 2024.**

Dedicatoria

Este proceso investigativo se lo dedico especialmente a mi madre y a mi padre que desde el día que inicie la carrera me han apoyado incondicionalmente, han sido mi mayor fuente de inspiración, me ha brindado palabras de alientos y las fuerzas para continuar día a día.

Agradecimientos

Agradezco a la comunidad educativa, quien día a día me fue formando académicamente para llegar a donde estoy el día de hoy y adicionalmente agradezco a mi asesor del trabajo de grado, ya que fue un gran apoyo durante toda la construcción y el proceso de la elaboración de la investigación.

Tabla de contenido.

Abstract	6
Introducción.	8
1. Planteamiento del Problema	9
2. Justificación	13
3. Objetivos.	14
3.1. Objetivo General.	15
3.2. Objetivos Específicos.....	15
4. Marco Referencial.....	16
4.1. Marco de antecedentes	16
4.2. Marco teórico	35
4.3. Marco ético legal.....	45
5. Metodología	45
5.1. Enfoque de estudio cualitativo.	46
5.2. Nivel y diseño de estudio.	46
6. Resultados.	51
7. Discusión.....	61
8. Conclusiones.	69
Referencias.....	72
Anexos.	81

Resumen.

Esta investigación ha sido realizada con el propósito de describir la percepción que tiene un grupo de adolescentes sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima y autoconcepto, durante el año 2024, y adicionalmente las características de uso que tienen los adolescentes en estas plataformas. Para esto se dio uso a una metodología con enfoque cualitativo con una entrevista semi – estructurada la cual fue aplicada a 10 estudiantes de la Institución Educativa Darío de Bedout, lo cuales participaron voluntariamente, por medio de ella y las fuentes bibliográficas consultadas, los resultados arrojaron que las redes sociales sí presentan influencia en el autoconcepto adolescente; especialmente en la apariencia física.

Palabras clave: Autoconcepto, Adolescentes, Consumo, Redes sociales.

Abstract

This research has been conducted with the purpose of describing the perception of a group of adolescents on the influence of the use of social networks on their self-esteem and self-concept, during the year 2024, and additionally the characteristics of use that adolescents have on

these platforms. For this purpose, a qualitative approach methodology was used with a semi-structured interview which was applied to 10 students of the Darío de Bedout Educational Institution, who participated voluntarily, through it and the bibliographic sources consulted, the results showed that social networks do have an influence on adolescent self-concept, especially in physical appearance.

Keywords: Self-concept, Adolescents, Consumption, Social networks.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 8 de 125

Introducción.

La presente investigación se realizó en el proceso de formación en el pregrado de Psicología, con el fin de obtener mayores y mejores competencias a nivel investigativo, se llevó a cabo con 10 estudiantes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout del municipio de Envigado – Antioquia con el objetivo de: Describir la percepción que tiene un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima y autoconcepto, durante el año 2024 y con la pregunta de investigación ¿Cómo influye el uso de las redes sociales en la creación del autoconcepto en un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío de Bedout?.

Las redes sociales son un medio de comunicación masivo, por medio del cual los adolescentes constantemente se ven expuestos a diversidad de contenidos como lo son: memes, reels, videos de todo tipo, diversidad de imágenes y diversidad de fotografías que tienen consecuencias en su uso, teniendo presente que estas actualmente hacen parte del contexto y del día a día de los adolescentes, por lo que presentar esta exposición constante va generando

cambios en ellos o también la procrastinación al momento de realizar tareas importantes o no hacerlas, buscando entretenimiento o la belleza de un mundo estereotipado al cual quizás quieran pertenecer para obtener la aceptación y la aprobación de los otros. Por lo anterior, es importante identificar este tipo de contenidos cómo afectan en la formación de autoconcepto en los adolescentes ya que se encuentran en el proceso de construcción de mismo.

1. Planteamiento del Problema

Las redes sociales desde sus inicios han venido siendo consideradas un canal de comunicación masivo permitiendo compartir contenidos de todo tipo. Entre ellos tenemos, videos, imágenes, mensajes y adicionalmente permiten a sus usuarios tener contacto con las personas a nivel mundial permitiendo un medio diferente para el relacionamiento; teniendo contacto con múltiples culturas junto con el acceso a gran cantidad de temas.

Teniendo un acercamiento a su definición específicamente La Real Academia de la Lengua Española, presenta que la red social es una “plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios” (RAE, s.Recuperado el 10 de octubre de 2023). Sin duda esta definición se puede corroborar si se tiene en cuenta que las redes sociales son, hoy

en día, el medio a partir del cual las personas en diferentes lugares del mundo y pertenecientes a diversas culturas establecen y mantienen relaciones, sociales, amorosas, educativas, laborales, amistosas, familiares, etc. Los beneficios de esta forma de relación permitida por las redes sociales no admiten discusión. No obstante, cuando se observan los efectos en el orden psicológico no parece poderse decretar que sus efectos sean del todo positivos.

Continuando con las redes sociales y conociendo su gran nivel de importancia se considera relevante generar un diálogo con datos más específicos; como lo expresa Murillo, A. (2022) *Influencia de las redes sociales en el autoconcepto físico en adolescentes. Trabajo de grado*, Universidad de Antioquia:

En el caso de Colombia, según los datos estadísticos expuestos en la página web IEDGE y recolectados por García (2020), el país tiene activos alrededor de 10,7 millones de usuarios en la red social Instagram, siendo el cuarto país con mayor número de usuarios dentro de Latinoamérica solo detrás de Brasil, México y Argentina. Dentro de la demografía colombiana se encuentra que el 43.5% son hombres mientras que las mujeres representan el 56.5% y, dentro de los rangos de edades, la gran mayoría de usuarios se encuentran entre los 18 y 34 años con una representación del 65% total de usuarios. De esta manera, Instagram es el cuarto medio social más utilizado en Colombia, con un alcance al 20% de la población. (Murillo, 2022, p.23)

Actualmente y dentro de todo lo que se ha logrado evidenciar, nos damos cuenta de que hoy en día las redes sociales llenan un espacio importante en la vida cotidiana, especialmente en los adolescentes teniendo consecuencias en muchos aspectos, fortaleciendo la realización de tareas en soledad, generando que se incrementen las relaciones que se encuentran mediadas por la virtualidad. Los adolescentes haciendo uso de las redes sociales quizás lo único que pretenden es conocer lo que el mundo exterior les puede brindar y quizás estén conectados a estas redes sin una finalidad específica, debido a que según las lecturas que se han realizado y los diferentes estudios ninguno da cuenta de lo que en realidad los adolescentes buscan o desean haciendo usos de ellas; como si simplemente desearan estar conectados con otra realidad.

La presencia en el mundo virtual se ha vuelto fundamental para que los individuos sean incluidos socialmente. Sin embargo, la necesidad de cumplir con los estándares de belleza y de vida impuestos por la sociedad ha incrementado, provocando una gran insatisfacción con la imagen corporal, reforzando patrones de comportamientos narcisistas y el consumismo. (Moreira et al, 2021). En las redes sociales resaltan la presencia de filtros (pretendiendo visualizar rostros perfectos), vidas perfectas, sin preocupaciones, sin sentimientos de tristeza y presentan una vida sin limitaciones económicas (los influencers cuentan con el dinero para sus lujos sin inconvenientes) y este es el contenido visto por los adolescentes; los cuales se encuentran precisamente en la etapa donde recién están adquiriendo experiencias y están descubriendo

quienes son; el estar inmersos en redes sociales en las cuales los estímulos audiovisuales son permanentes, los adolescentes pueden experimentar dudas tanto de ellos mismos como de sus decisiones al querer ser algo diferentes o algo que no se encuentre en muchas tendencias en las redes sociales y de su autoconcepto al no tener esa “perfección” que ven diariamente en redes. Estas discrepancias entre lo que se ve en las redes sociales, los estereotipos que allí circulan y las valoraciones de sí de los adolescentes, es lo que lleva al planteamiento de la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo influye el consumo de las redes sociales en la creación del autoconcepto en los adolescentes? Una pregunta que para el presente caso va a tener como población de indagación a los adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout.

2. Justificación

Con el conocimiento obtenido por medio de los antecedentes se hizo evidente y notorio el impacto que puede tener el uso de las redes sociales en el constante relacionamiento e interacción como likes, comentarios en publicaciones, e intercambio de mensajes, junto con el hecho que pueden llegar a ser consideradas como parte fundamental en el mundo o bien llamado era virtual, ya que, llegan a presentar funciones significativas en cuanto al relacionamiento, el aprendizaje y el mundo profesional.

El tener redes sociales como tal no es un inconveniente, el verdadero problema que se puede identificar es el uso que le dan a estas, especialmente la población adolescente; ya que en su etapa de desarrollo se encuentran en la construcción del autoconcepto, se debe tener presente que para su creación se toma en cuenta lo que se observa en el contexto, es decir, el medio que los rodea es bastante significativo junto con todos los medios audiovisuales, por los que se pueden ver y sentir altamente influenciados tanto positiva o negativamente.

Con lo anterior se tiene un mayor conocimiento sobre las redes sociales y se sabe que podemos encontrar varios estudios sobre ellas y sus efectos, estos estudios pueden ser considerados relativamente recientes, lo que nos hace comprender que es necesario la realización de mayores investigaciones en especial en el ámbito de la Psicología, ya que la redes sociales se encuentran íntimamente relacionadas con las maneras de interacción social de las cuales surgen formaciones psicológicas como el autoconcepto.

Se tiene presente entonces que referente a las redes sociales podemos encontrar diversas investigaciones. Sin embargo, con el hecho de que estas se encuentren relacionadas directamente con el autoconcepto en los adolescentes y su incidencia, la información encontrada como tal es poca, ya que, se presentan investigaciones referentes a otros temas psicológicos. Las redes sociales tienen un efecto de transformación con múltiples consecuencias y aún este efecto no es muy conocido; aspecto a tener en cuenta y del cual únicamente nos percatamos cuando realmente se realiza un proceso de pensamiento que va un poco más allá de lo que a simple vista observamos en el día a día.

Es importante tener presente que las consecuencias del consumo de las redes sociales, se presentan en muchos ámbitos de la salud mental, no únicamente se encuentra relacionado el autoconcepto de los adolescentes el cual es el tema principalmente abordado en esta investigación, si no también se presenta en el autoestima, depresión, ansiedad, fobia social debido a que todo se encuentra mediado por la virtualidad, relaciones afectivas débiles, y por último insomnio; se tiene el conocimiento de la importancia sobre el buen descanso o ahora comúnmente llamado higiene del sueño, el cual mediado por la virtualidad se ve alterado por el constante querer estar conectados sin estar presentes en el exterior.

3. Objetivos.

3.1. Objetivo General.

Describir la percepción que tiene un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima y autoconcepto, durante el año 2024.

3.2. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar las características del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout, durante el año 2024.
- ❖ Indagar por la percepción de un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima, durante el año 2024.
- ❖ Relacionar la percepción sobre la influencia del uso de redes sociales con las características del autoconcepto que tiene un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout, durante el año 2024

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 16 de 125

4. Marco Referencial

4.1. Marco de antecedentes

A continuación, se presentarán los antecedentes que fueron de ayuda para establecer un marco inicial de la problemática que se abordó en el actual estudio. Estos antecedentes fueron consultados en diversas bases de datos como los son Dialnet, Redalyc, Scielo y Google académico. Cuando se inició la búsqueda acerca de la incidencia en el consumo de redes sociales en la formación del autoconcepto en los adolescentes, se evidenció poca información cuando la búsqueda implica el tema específico que se propone en la presente investigación. Sin embargo, se encontraron investigaciones bastante significativas sobre las implicaciones que pueden tener las redes sociales en la identidad, autoestima, rendimiento académico, las consecuencias emocionales, conductas alimentarias y riesgos en la adicción a las redes sociales junto con su uso excesivo.

A continuación, se exponen aquellos artículos de investigación en los cuales aparecen vinculados a las tres grandes categorías de la presente propuesta: redes sociales, autoconcepto y adolescencia.

El artículo “Autoconcepto en las redes sociales y en su relación con el afecto en adolescentes” publicado por la *Revista Internacional de Psicología Clínica y de Salud*, en el año 2021 en su Vol. 29. n° 3, escrita por Morán y Castaño (2021) tuvo como objetivo principal analizar la relación entre la concordancia o discordancia del autoconcepto dentro y fuera de las redes sociales y la relación con el afecto; en el estudio participaron 350 adolescentes los cuales realizaron los cuestionarios AF-5 para la evaluación del autoconcepto, y el PANANS para la evaluación de estados afectivos o disposiciones personales de emocionalidad, ambos fueron realizados en 2 ocasiones por cada uno de los estudiantes teniendo en cuenta situaciones que se pueden presentar dentro y fuera de las redes sociales. En sus resultados se obtuvo información que adolescentes que muestran diferencias en su autoconcepto se describen con niveles más altos de bienestar que aquellos con perfiles más consecuentes. Llegando a la conclusión que las redes sociales logran que los adolescentes experimenten un autoconcepto diferente el cual presenta incidencias en sus afectos.

En el artículo de investigación titulado “Redes sociales e identidad social” en la *Revista de investigación, administración e inteligencia* Publicado en 2018 escrito por Cantor - Pérez et al (2018), con su pregunta de investigación ¿Qué características de las redes sociales digitales toman los adolescentes para formar su identidad social?, para dar respuesta a esta pregunta hicieron uso de una metodología cualitativa con enfoque hermenéutico, la cual fue aplicada en la ciudad de Cúcuta a adolescentes en etapa escolar y con un rango de edad entre los 14 a 18 años;

estos adolescentes fueron seleccionados por medio de una selección intencional, la participación se realizó con la recolección de información con entrevista y grupo focal. Otorgando la conclusión que los adolescentes adquieren características de las plataformas que colaboran en su desarrollo de la identidad en esta nueva era digital.

En una tercer artículo titulado “Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico, y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comuna de la Provincia de Concepción, Chile” *Revista perspectivas N°39*, publicada en el año 2022 por Vidal - Ninoska et al (2022); realizaron su estudio con el fin de investigar la relación entre el uso de las redes sociales virtuales con autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de segundo y tercero medio pertenecientes a establecimientos educativos de la Provincia de Concepción; su metodología utilizada fue realizar un estudio descriptivo y correlacional, de corte transversal y cuantitativo, para esto utilizaron 3 instrumentos uno de ellos el inventario de autoestima de Coopersmith, el cual fue adaptado para Chile por Hellmut Brinkman (1987), el siguiente escala de medición “Adicción en redes sociales” (ARS) y el último fue una batería de preguntas relacionada con el estudio. Los resultados de los instrumentos dieron a conocer que se encontró una asociación inversa y estadísticamente significativa entre autoestima y la adicción a las redes sociales.

En “Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad”, por la revista *Psicoperspectivas* con su año de publicación 2020, por Prete - Redon (2020). Su objetivo de hallar la identificación sobre cuáles son los mecanismos que presentan una influencia en la construcción de identidades on – line de los adolescentes como correlato en las formas de relacionamiento y reconocimiento con los otros, haciendo uso de una metodología basada en técnica de análisis de contenido dando relevancia a perspectiva interpretativa critica; en sus conclusiones y en sus resultados resalta que los adolescentes con el uso de las redes sociales y su construcción identitaria se les va acentuado el reconocimiento del otro, lo que induce a una subjetividad llena de exigencias con una audiencia cambiante y severo que puede llegar hasta la restricción de gestos u opiniones e incluso en la autonomía.

En el artículo “Modelo interdisciplinar para el estudio de adolescentes y autoconcepto a partir del consumo de redes sociales virtuales”, revista *Investigación e innovación en la Enseñanza Superior. Nuevos contextos, nuevas ideas*, escrita y publicada (Castillo et al. (2019)) realizaron su estudio con el objetivo de producir un planteamiento con diferentes tipos de redes, su consumo y su impacto en el desarrollo y variación de la juventud. Dieron uso de un instrumento el cual tuvo una composición por 3 modelos como lo son la LAEA enfocada en el autoconcepto como parte de la personalidad, un híbrido con el objetivo de realizar la medición de indicadores del uso de las redes sociales compuesto por La Teoría de la aceptación y uso de la tecnología y por último realizaron todo su procesamiento y lo correspondiente al análisis de datos

con ayuda de paquetería SPSS en el laboratorio que tiene por nombre, Laboratorio de Comunicación y Servicios Educativos de la universidad de Sonora. Su discusión y conclusión es que sin duda alguna todas las formas de socialización entre ellas las redes sociales virtuales, forman y formarán parte del contexto en el que dicho adolescente da fortalecimiento a su autoconcepto.

El artículo titulado “Perfiles de redes sociales de estudiantes de necesidades psicológicas básicas, autoconcepto e intención de ser físicamente activo” publicado por la revista *Psicología Conductual*, Vol. 30, N° 3 escrito por (Martínez et al 2022), el objetivo del estudio fue identificar perfiles que pueden ser de adicción en las redes sociales y si estos presentan alguna conexión con las necesidades psicológicas básicas, el autoconcepto y la intención de ser físicamente activo; este fue un estudio de tipo transversal que contó con la colaboración de 276 estudiantes, muestreo intencional y pertenecientes a 10 universidades españolas, en el presente fueron utilizados varios instrumentos entre ellos: “Escala de autoconcepto” El AF-5 (Five-Factor Self-Concept Questionnaire; García y Musitu, 1999) y “Escala de Medida de la intención de ser físicamente activo” (Intention to be physically active; Hein et al., 2004), Como conclusiones particulares del estudio se encontraron dos perfiles, el primero de ellos con particularidades en puntuaciones altas en síntomas de adicción, uso social, friki y nomofobia y el segundo perfil con puntuaciones exageradas y extremas en síntomas de adicción, uso social, uso friki y nomofobia; lo que dio a conocer desigualdad entre autonomía, competencia y autoconcepto emocional.

El artículo que se presenta a continuación lleva por nombre “El autoconcepto en mujeres usuarias de Instagram: un modelo de mediación de la autocompasión” presentado en la revista “*tesis psicología*” por (Moreno et al 2021), con su objetivo de investigar la representación de la autocompasión entre el autoconcepto y la apariencia, para el estudio dieron utilización a estudio no experimental de corte transversal, cuantitativo con alcance explicativo, las mujeres Colombianas utilizadas para el estudio todas en edades de 18 a 29 años y se les suministraron 4 cuestionarios los cuales fueron: cuestionario online de datos sociodemográficos y de caracterización de uso de la red social Instagram, la escala de auto-compasión (SCS), el inventario de Esquemas Sobre la Apariencia-Revisado (ASIR) y el cuestionario de Autoconcepto Personal (APE). Dejando a la luz la negativa relación entre autoconcepto y preocupación el físico en cuanto a su apariencia y entre ambos se da a conocer la relación mediadora que tiene la autocompasión con sus dimensiones y como conclusión presenta, que es conveniente reducir el malestar provocado por el uso de las redes sociales, especialmente Instagram, por medio de la comprensión y reforzamiento de la autocompasión en las mujeres.

En el texto “Acceso no regulado a internet y autopercepción de la imagen en las redes sociales” por “*Revista científica electrónica de educación y comunicación en la sociedad del conocimiento*” (Canton et al 2019). La investigación peculiarmente conto con 2 objetivos el primero descubrir el acceso no regularizado en adolescentes y examinar la autopercepción que

tienen de su imagen en redes sociales. Su muestra estuvo compuesta por 1424 alumnos de educación secundaria obligatoria en la provincia del León (España) y 1536 en La Guajira (Colombia) a cada uno se le empleo un cuestionario construido ad hoc validado por expertos, como hallazgos finales y conclusiones realizando un comparativo con ambos sexos se percibe que las mujeres calificaron su imagen en línea más bajo que los hombres y los hombres se percibieron a sí mismos como más tolerantes. En general, las mujeres permanecen más conectadas a las redes sociales y están más abiertas a tener mayor contacto lo que aumenta la probabilidad que se sientan en mayor amenaza que los hombres, y su autoestima los alienta a la protección, y en cuanto a ambos lugares como comparativo no fueron descubiertas diferencias con características significativas, aunque se presenta algunos matices que están a favor de España en la utilización, frecuencia y riesgos que se pueden asumir.

En el texto “El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente.” publicado por *Revista internacional de ciencias sociales* en el año 2019 (Garzón et al 2019) La investigación es realizada con el fin de abordar aspectos sobre la aprobación que es buscada por estudiantes en etapa de adolescencia cuando usan Instagram; para llegar a sus conclusiones dieron utilización a una metodología cualitativa basada en un estudio instrumental de casos en adolescentes con edades entre los 15 y 18 años, en sus análisis estadísticos dieron a conocer que los adolescentes no tienen problemas relacionados con la autoestima que sean evidentemente asociados a Instagram; sin embargo, la investigación arroja una importante

información y esta hace referencia en que para los adolescentes si es importante mostrarse o bien tener la apariencia de una persona físicamente atractiva en esta red social.

En el artículo titulado “Influencia de Instagram sobre la autoestima en los adolescentes. Intervención de enfermera. (Proyecto de investigación) publicado por “*Revista Sanitaria de investigación* (De la Osa et al 2021) El objetivo principal del proyecto investigativo fue enriquecer la autoestima en los adolescentes que pertenecen a la red social Instagram; presentado en su metodología un estudio cuasi experimental pre post test en el cual tuvo la aplicación de varias escalas las cuales fueron: Escala de comparación social, Escala de Goldbeg, Escala de autoestima de Rosemberg, escala Instagram, escala de riesgo de suicidio y para tener conocimiento sobre el buen uso de las redes sociales se les aplico pre- test al inicio de las sesiones y un por-test al finalizar; adicionalmente a cada uno de los estudiantes de la muestra se les realizo intervención psicoeducativa. En sus conclusiones observa que Instagram como red social se encuentra reconocida actualmente entre las peores por el daño que puede causar en la salud mental de los adolescentes ya que llega hasta a causar ansiedad en ellos e indica que adolescentes que en su día pasan más de 2 horas en ellas son los que están más expuestos a tener problemas de salud mental. En las niñas o mujeres ocasionan el sentir que su cuerpo es insuficiente, mientras muchas más personas se encargan en la creación de filtros para parecer perfectos, generando afectaciones muy significativas en su autoestima.

En el artículo “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de lima del sur” *Acta psicológica peruana*, con su año de publicación en 2019 (Pillaca – 2019), su objetivo fue hallar la correspondencia entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes universitarios con una edad entre los 16 a 35 años, dando uso a una metodología de tipo no experimental y correlacional para llegar a los resultados utilizaron 2 instrumentos los cuales tienen por nombre Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) propuesto por Escurra y Salas (2014) y el Inventario de autoestima de Stantey Coopersmith (SEI) –Adultos y estos dieron a conocer “Los resultados indicaron que existe una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima” (Pillaca, 2019, pág.357)

En el texto “Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios” *Enseñanza e investigación en Psicología* en el año 2021 (Portillo et al 2021) su principal objetivo fue establecer la existencia de una asociación entre adicción a las redes sociales, la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios, su metodología fue un diseño comparativo y correlacional en el cual contaron con la participación de 100 alumnos de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez con edad entre los 18 y 44 años entre ellos 36 hombre y 64 mujeres, a cada uno se le asignaron 3 instrumentos lo cuales fueron: Adicción a Redes Sociales (ARS), la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos (AMAS-A) y la Escala de Autoestima de Rosenberg, dando como resultados que la adicción a redes sociales se correlaciona

negativamente con los niveles de autoestima y significativamente con niveles de ansiedad, lo que da indicios e indica que estudiantes con adicción a redes sociales más alta también presentan mayores niveles de ansiedad.

Como se puede notar los 12 estudios antes referidos plantean que hay una incidencia sea positiva (socialización) o negativa (silenciamiento) del consumo de redes sociales por parte de adolescentes en la formación de su identidad y autoconcepto, se puede apreciar además que las investigaciones se realizaron a partir de metodologías diversas cualitativas, cuantitativas, mixtas, transversales y críticas, los adolescentes que fueron objeto de estudio casi todos estaban articulados a instituciones educativas en edades que se corresponden dentro de la etapa etérea de la adolescencia, llama la atención que solo 12 estudios tienen en cuenta población Colombiana, uno de ellos para hacer comparación con población Española y el otro enfocado a mujeres en el contexto Colombiano, no existen estudios relacionado entorno a este tema con población de Valle de Aburra y que además conduzca a conclusiones comparativamente antagónicas entre ellos.

A continuación, se exponen aquellos artículos de investigación en los cuales aparecen vinculadas 2 categorías de la propuesta: redes sociales y adolescencia.

El artículo “El self, constructo performativo de la identidad contemporánea. Reflexiones sobre la presentación y representación del “yo” en las redes sociales” publicado por la revista *El ornitorrinco Tachado*” en su versión núm 17 (Gutiérrez - 2023) su objetivo es basado en la descripción y análisis de la relación existente de la autoimagen en medios digitales o llamadas redes sociales y como estos logran un cambio en la identificación. Para el cumplimiento de dicho objetivo se tuvieron presentes exploraciones teóricas relacionadas con estudios empíricos que permitieron llegar a la conclusión que realizando un análisis sobre la selfie como instrumento performativo de creación de identidad ya que por medio de ella se determinan componentes culturales y construcciones identitarias los cuales precisan concepciones actuales y como yo junto con el otro son reconocidos, lo que conduce a la deducción que las identidades personales son proyectadas y repartidas en un mundo digital en el que se crean relaciones.

En el artículo “Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario” *Revista electrónica de investigación educativa, vol.20, núm 3*” con su año de publicación en 2018 (Ureña- Valdivi 2018) su objetivo fue indagar una posible relación entre el bienestar psicológico de estudiantes en etapa universitaria y la intensidad con la cual le dan uso a la red social (Facebook), hicieron un análisis cuantitativo con alcance exploratorio en el cual le realizaron entrevista a 200 estudiantes pertenecientes a una universidad privada de México , encontrando la existencia de una correlación negativa entre la cantidad de horas pasadas en Facebook con su

bienestar psicológico subjetivo y adicionalmente una correlación positiva con la cantidad de fotos compartidas y su bienestar psicológico subjetivo.

Otro estudio publicado con el título “Ciberostracismo: Consecuencias emocionales y conductuales en las interacciones en redes sociales” *R2evista científica de Educomunicación* publicada en el año 2021 (Galvaba et al 2021) con su objetivo de comprobar la reacción de los jóvenes a la experiencia del ostracismo en los sitios de redes sociales (RRSS) con el método experimental Ostracism Online (Ostracismo en línea, realizando uso del método experimental propuesto por Wolf et al. (2015), Ostracism Online [Ostracismo en línea] (Schneider et al., 2017; Tobin et al., 2018). Para esto contaron con la participación de 196 adultos – jóvenes que se encontraban en edades de 18 a 30 años, los resultados y a las conclusiones llegadas es que hubo un fuerte impacto en necesidades relacionadas con la pertenencia y la existencia significativa; sin embargo, un impacto medido en la autoestima, necesidad de control y estado de ánimo.

El texto “Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado” *Psicogente* en el año 2021 (Klimenco et al 2021) Este artículo de investigación lo realizaron con el objetivo de evaluar el peligro de adicción a redes sociales e internet y su vínculo con habilidades para la vida y sociemocionales en jóvenes, contaron con la participación

de 221 estudiantes pertenecientes a un colegio público con los cuales realizaron un estudio cuantitativo, no experimental de nivel correlacional, con diseño transversal. A los estudiantes para la recopilación de la información se les suministraron 9 instrumentos, algunos de ellos fueron: Escala de Riesgo de Adicción-Adolescente a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI), elaborada y validada por Peris et al. 2018, Test de Habilidades para la Vida, diseñado por Díaz et al. (2013), el Cuestionario de Resiliencia para Niños y Adolescentes, diseñado por González (2016), llegando a concluir que la carencia en cuanto a habilidades blandas en adolescentes puede tener asociación con presentar un mayor riesgo de dependencia a las redes sociales e internet. Un buen acrecentamiento en estas habilidades unido con otros elementos protectores podría ayudar a una utilización responsable del mundo de la virtualidad.

El artículo “Uso problemático de las redes sociales: el caso de estudiantes mexicanos.” *Alteridad. Revista de educación*, vol. 18 núm. 1, 2023 (Valencia et al 2023) La investigación particularmente cuenta con 2 objetivos: el primero de ellos es investigar el nivel de adicción que presentan los jóvenes mexicanos en cuanto a redes sociales y el segundo objetivo es la identificación de la correlación entre el género y la adicción a redes sociales. Para dar respuesta al objetivo contaron con un estudio exploratorio donde participaron 17.600 estudiantes pertenecientes al sistema de educación secundaria pública para esto contaron únicamente con un instrumento el cual fue: Social Media Addiction Scale-Student Form (SMAS-SF) (escala de medición de la adicción a las redes sociales en los estudiantes) el cual realizaron en base al

elaborado por Sahin (2018) y llegaron a la conclusión los adolescentes no se distinguen como adictos y en cuanto a la correlación que plantea uno de los objetivos no se evidencio tal correlación referente al género.

La publicación “Incidencia de las redes sociales y su impacto en el ámbito educativo” *Polo del Conocimiento (Edición núm. 70) Vol,7 No 8* con su año de publicación en 2022 (Macias et al 2022) Este articulo investigativo tuvo como objetivo alcanzar un acercamiento entre los diferentes conceptos, para esto fue empleado un método descriptivo, con método de aproximación cuantitativa y cualitativa, llegando a la conclusión que las redes sociales apoyan en la comprensión de la correlación entre conceptos, estilos de aprendizaje planteado por diferentes autores y conceptos que los estudiantes amplifican con el uso de las redes sociales.

En “Relatos digitales personales y las redes sociales en adolescentes” *Revista e-Curriculum, São Paulo*2 con su año de publicación en 2019 (Illera et al 2019), su objetivo más general intentar llegar a buscar una comprensión más profunda de prácticas digitales en los adolescentes, teniendo presente prácticas digitales como redes sociales; para realizar una adaptación de los relatos digitales personales a la secundaria y a otros escenarios que presenten actividades educativas, para lograr su objetivo su metodología de estudio fue por encuesta; por medio de un cuestionario ad hoc el cual fue tan elaborado como validado por el equipo que

realizo parte de la investigación. En cuanto a las técnicas de análisis utilizadas estas fueron exploratorias descriptivas y pruebas de contraste como chi – cuadrado, t de Student y ANOVA en función de la naturaleza y tipología de las distribuciones analizadas (Berlanga Silvestre & Rubio Hurtado, 2012; Rubio Hurtado & Berlanga Silvestre, 2012). Sus resultados dan cuenta del hecho que se demuestran dificultades al utilizar una metodología tradicional en cuanto a los relatos digitales personales.

En el artículo “Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles” *Revista científica de educomunicación* con su año de publicación en 2018 (Cerrato et al 2018) Su principal objetivo es realizar un estudio a los perfiles tanto psicológicos como sociales en los adolescentes que presentan un uso excesivo en las redes sociales. Para lograr su objetivo dieron uso a 8 escalas, los nombres de algunas de ellas son: Tipología autoatribuida de consumo a redes sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat), Escalas de actitudes y tecnologías (Media and technology usage and attitude scale: MTUA) (Rosen, Whaling, Carrier, rokum, 2013) y NEO Five Factors Inventory (Costa et Mc – Rae,1992, 2004) : Versión reducida de NEO PI-R. En la población utilizada se debe de tener presente que se realizó un uso de muestreo multi – étápico, donde seleccionaron un muestra aleatoria, en total fueron 5.365 alumnos de ESO y en proceso de formación profesional de la comarca de Alto Ampurdán en Gerona (España), teniendo una muestra final de 1.102 alumnos correspondientes a 6 centros educativos; Y obtuvieron como resultado general que los adolescentes al hacer un uso

excesivo de las redes sociales pueden enfrentarse a un alto riesgo en la interrupción de sus actividades diarias y se hace necesario más investigaciones en cuanto a los rasgos de personalidad y el contexto inmediato en el aprenden e inician con el uso de las TIC.

El artículo “características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes” por la *Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria* por los autores Jiménez, A. G., de Ayala López, M. C. L., & Vozmediano, M. M. (2020). Tuvo en cuenta diversos objetivos con el fin de tener una investigación con una dimensión mayor, estos estuvieron relacionados con: La edad en la cual se tuvo el primer smartphone, desde que tipo de dispositivo suele acceder a las redes sociales, la frecuencia de su uso, frecuencia de ciertas actividades en las redes sociales, percepción del tiempo que es dedicado o impacto en la vida diaria y por último las actividades que son realizadas por los menores en redes sociales. Este estudio fue realizado en Madrid a alumnos matriculados en Educación Secundaria Obligatoria, fue realizado por medio de una encuesta aplicada a una muestra representativa, el análisis de los datos fue mediante el programa SPSS, llegando a conclusiones variadas entre las cuales para la investigación resaltan las siguiente:

- El uso de redes sociales se enfoca en la socialización y el entretenimiento y no difiere mucho del uso de Internet en general.

- Además de las necesidades sociales, la búsqueda de entretenimiento también determina el uso de Internet por parte de los adolescentes. Por un lado, destaca la cultura musical y, por otro, el consumo de contenidos (muchos de ellos supuestamente divertidos) que fluyen desde las propias plataformas en forma de recomendaciones y memes contribuye a una cultura del exceso. y uso incontrolado de pantallas. Esto coincide con la opinión mayoritaria de que las redes sociales hacen perder mucho tiempo.

- Las redes sociales, en particular, se han convertido en un elemento central de la vida digital de adolescentes y jóvenes, convirtiéndose en un espacio pleno para la práctica de todo tipo de actividades, con sus propias normas de comportamiento, diferenciación de significados y tendencias.

En los 9 estudios recientemente nombrados podemos hallar diferentes metodologías utilizadas como lo son: exploraciones relacionadas con estudios empíricos, análisis cuantitativos con alcances exploratorios, metodologías descriptivas con método de aproximación cualitativo y cuantitativo, cuestionario ad hoc y método experimental; de estos estudios es de resaltar que solo uno de ellos fue realizado en el municipio de Envigado. Por último cada uno de estos estudios tuvo presente el uso de las redes sociales con posibles afectaciones en diferentes ámbitos de la vida en el mundo de la virtualidad como lo es la selfie con su importancia en las identidades personales, afectaciones en el bienestar psicológico, la influencia de las mismas con las

habilidades blandas y el impacto que pueden tener en el contexto educativo, sin embargo, también resaltan en sus conclusiones que el uso de las redes sociales también tienen propósitos que pueden ser positivos como lo son el relacionamiento con diversas personas y la ayuda que puede tener para los estudiantes al momento de desear tener mayores conceptos y afianzar su aprendizaje.

Para finalizar con los antecedentes se expone un artículo que incluye una de las grandes categorías propuestas: redes sociales.

“Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática” *Revista española de comunicación en salud* (García – 2020) Con el objetivo de detallar posibles efectos y resultados en la utilización de la red social Instagram frente al desarrollo de conductas alimentarias y trastornos afectivos en los adolescentes, su metodología fue basada en estudios sistemáticos de 13 artículos, como sus resultados encontraron que el uso de Instagram va ligado a la imagen corporal junto con ciertos hábitos alimenticios y emocionales; el uso muy prolongado se relaciona a la posibilidad de desarrollar trastornos alimenticios y también se ha percibido que puede ocasionar una disminución en la autoestima, así como también causa ansiedad y depresión.

Este último artículo nos brinda un panorama diferente y no encontrado en los anteriores y es el hecho que el uso de Instagram una red social bastante conocida, puede llegar a tener efectos más profundos a niveles alimentarios y emocionales; todo lo visto en la red social va ligado como el artículo lo menciona a una imagen corporal y nos permite realizar la siguiente pregunta ¿A que están dispuestos los adolescentes por mantener una imagen corporal según las redes sociales y que riesgos están dispuestos a tomar en cuanto a su salud mental?

Anteriormente se realizó mención a 22 artículos, los cuales todos son considerados con un alto valor para el presente trabajo investigativo, cada uno de ellos deja plasmadas las evidencias sobre las consecuencias psicológicas del uso de las redes sociales, estas son en diversos niveles como: el autoconcepto, la autopercepción, la autoestima, la identidad, la necesidad de ser físicamente atractivo, a nivel psicosocial, en habilidades para la vida y en el ámbito educativo. En los artículos analizados se hace referencia a múltiples metodologías de estudios (Metodología cualitativa con enfoque hermenéutico, estudio descriptivo y correlacional de corte transversal y cuantitativo, estudio no experimental de corte transversal, cuantitativo con alcance explicativo, metodología no experimental y correlacional, análisis cuantitativo con alcance exploratorio, método descriptivo con método de aproximación cuantitativo y cualitativo) y muestras (Adolescentes en etapa escolar entre 14 – 18 años, estudiantes de 10 universidades colombianas entre 18 – 29 años, alumnos de universidades entre 18- 44 años y adultos jóvenes entre 18 – 30 años), en los cuales en la gran mayoría se logran evidenciar los aspectos negativos (aislamientos,

falsos conceptos, ostracismo, riesgos psicológicos y silenciamiento) ya que; los adolescentes desean demostrar al mundo exterior que se pueden esconder en un caparazón en el cuál todo aparentemente se encuentra bien; sin embargo; a nivel interno y psicológico es todo lo contrario, ya que cargan con diversos imaginarios sobre estereotipos dentro de sí; llegando hasta la mención del último artículo tener influencia sobre la conducta alimentaria y los trastornos emocionales.

Por último, pocos artículos mencionan en sus conclusiones, la existencia de una respuesta positiva en algunos campos como lo es el campo educativo en el que las redes sociales, pueden llegar a servir de medio para la ampliación de conceptos; y a nivel de la interacción con las demás personas también juegan un papel importante, esto da a entender que las redes sociales pueden ser consideradas recursos que son utilizadas tanto con consecuencias negativas o positivas y que pueden traer vivencias a nivel psicológico nada favorables para los adolescentes.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Autoconcepto.

El artículo “Predominancia del autoconcepto en estudiantes con conductas antisociales del Callao” *Propósitos y Representaciones* con su año de publicación en 2019, nos da a conocer la

definición propuesta por García y Musitu (1999), este concepto puede ser entendido como la percepción que los individuos tienen de sí mismos, esto dado por experiencias con los demás y por sus propios comportamientos. Esto incluye varios componentes: emocional, social, físico y académico. Tratándose de una configuración organizada sobre sí mismo, siendo un esquema cognitivo con complejidad ya que es una construcción dada por medio de vivencias con el mundo que el ser humano percibe, o por el mundo en el que se ha encontrado sumergido. (Palacio y Coveñas 2019).

Según esta definición inicial todo en el sujeto esta mediado por sus vivencias junto con su conciencia y la forma en las cuales son procesadas internamente, si las vivencias quedan positivas dentro de sí le van a ayudar al individuo a tener un mejor autoconcepto, en cambio, si se presentan vivencias y experiencias no tan gratificantes pueden llegar a ocasionar que el autoconcepto no sea tan sólido como el anterior.

El autoconcepto brindándole una mirada más general y sencilla es la construcción del ser mediante el relacionamiento con las personas junto con las experiencias y vivencias.

En el artículo mencionado anteriormente nos presenta varios autores con sus definiciones del autoconcepto, los cuales son:

- Kimmel y Weiner (1998, citado en Schmidt, 2010) sostuvieron que “el autoconcepto es la opinión que uno tiene de su persona y es un conjunto de ideas y sentimientos que uno tiene de sí mismo” (p.96)
- La definición más sustantiva es la propuesta por Byrne y Baron (2005), quienes afirman que es la opinión que se tiene de sí, son las actitudes, emociones y el conocimiento con relación a las capacidades y aceptación social (p. 169).
- Cerviño (2008) nos dice que: El autoconcepto no nace con las personas, por el contrario, se edifica y define en el trayecto de toda la vida y está influido por las diversas experiencias que las personas presentan en medio de su ámbito escolar, social y familiar que haya vivido.

Todas las definiciones dan a entender que el autoconcepto es la opinión o bien la percepción que la persona tiene de sí misma y esta se encuentra dada por muchos factores que se van dando a lo largo de la vida. La creación del autoconcepto la encontramos adicionalmente mediada por la descripción de características internas junto con las físicas; es de importancia mencionar se encuentra también que esta creación está mediada por lo subjetivo y se encuentra

muy relacionada con la autoestima, siendo ambas diferentes. Por último, el autoconcepto también se puede relacionar con la imagen personal, el desarrollo personal y la interacción.

4.2.2 Adolescencia.

Etimológicamente, la palabra adolescente viene, como lo señaló Terencio Varrón, escritor romano (116-27 a. C) del participio latino adolescens, que significa “que crece” y “se desarrolla” (Etimología de adolescente, s.f.). Es una definición que incluye variación y adaptaciones que se presentan constantemente en el curso de la vida en diversos ámbitos como el físico, emocional social y cultural. Por lo anterior se ha generado rigidez entre las diferentes perspectivas que tratan de llegar a una definición, creando así dificultades en la conciliación de un significado para el concepto mencionado. (García y Parada, 2018)

Continuando con su significado, la adolescencia es la edad del cambio, como la etimología de la palabra lo indica adolesceré en latín significa «crecer» o «madurar», pero también se define con relación a la raíz griega adolescer que significa caer enfermo o padecer, tener algún tipo de vicio o pasión; e incluso puede significar carecer de algo, que podría interpretarse como no tener ya la infancia ni acceder aún a la adultez. (Sierra 2008)

Ambas definiciones desde el punto de vista etimológico nos sirven para llegar a la conclusión que la adolescencia, como la conocemos, es una etapa que se encuentra permeada por los cambios, vivencias y experiencias, etapa en la cual se presenta también crecimiento junto con la maduración en el día a día, en esta etapa de desarrollo se puede llegar a presentar adicionalmente algún tipo de vicio o de pasión y por último se puede presentar una sensación de vacío o de falta, puesto que se está situado en una parte media de la existencia en la cual ya se perdió la infancia, sin embargo, aún no se llega a la etapa adulta.

Ya saliéndonos un poco de su definición y entrando más en el adolescente actual y contemporáneo, tenemos que los adolescentes ven la mente como un procesador activo, que se debe de ir llenando de experiencias y por lo tanto gradualmente van adquiriendo la capacidad para tener el control de sus propias experiencias. Esta emergencia de la autoconciencia se encuentra reflejada en ciertos comportamientos, como la introspección y el retraimiento y se encuentra bien documentado en la literatura sobre la personalidad. (DÖRR 2005).

Continuando con el adolescente actual y contemporáneo, Bueno, D. (2022) nos plantea que: En la adolescencia, los adolescentes deben primero definir su identidad. El cerebro de un adolescente está lleno de preguntas, pero las que deben responder de forma más crucial son las siguientes: ¿Quién soy yo? y ¿Cómo me relaciono con mi entorno? La identidad implica adquirir la

conciencia de ser diferente de los demás, y este proceso suele ir ensayando una variedad de identificaciones diferentes. Esto significa que se identifican parcialmente con diferentes personas en su entorno. Aunque estas identificaciones les brindan cierta seguridad, la identidad final no debe ser la suma de todas las identificaciones parciales que están estableciendo, sino una forma nueva e imprevisible, como es común. Adicionalmente realiza una comparación metafórica interesante entre los adolescentes y los insectos y esta consiste en que: El adolescente busca la mariposa contenida dentro de la larva y el adulto contenido dentro del niño, pero la mariposa debe desarrollarse antes de que pueda crecer completamente y volar libremente. No basta con encontrar y solidificar su identidad, necesita crear unas nuevas visiones de sí mismo con las que esté contento. Además, no es una identidad fija, sino flexible y adaptable dentro de su propio contexto.

Los adolescentes al ver la mente como un procesador activo buscan llenarla de múltiples estímulos que encuentran en su contexto, en su cotidianidad y entre estos se encuentran las redes sociales en las cuales pueden encontrar experiencias que pueden llegar solo por medio de la virtualidad. Y en la búsqueda de su identidad también se encuentra permeados por las diversidades situaciones y visiones dadas por las redes sociales.

4.2.3 Redes sociales.

El artículo “Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales”

(Castañeda et al 2011) nos dice que las redes sociales:

“Son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil, desde el que hacer públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características publicadas en sus perfiles”. En esta definición se focaliza en dos aspectos claves para poder distinguir las RS de otros sitios Web, la creación de un perfil por los que se organiza la red social y la comunicación entre los usuarios. (Castañeda et al, 2011. p. 4)

Continuando, el mismo texto nos presenta la definición dada por dos autores y una revista que se consideran pertinentes:

- Benevenuto et al. (2009), quienes afirman que a través de las RS se presenta una conexión de varios usuarios entre sí, comparten y buscan contenido, y difunden información.
- *Childnet International* (2008), que define las RS como espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos y con las que los usuarios pueden administrar, construir y representar a sus redes sociales en línea.

- Kaplan y Haenlien (2009), que las describen como las aplicaciones que permiten a los usuarios conectarse mediante la creación de perfiles personales de información, invitando a amigos a ver su perfil, y enviar correos electrónicos y mensajes instantáneos entre sí.

Prete - Redon (2020) en su artículo “Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad”, define las redes sociales como exhibiciones públicas de conexión, como dispositivos para la definición de la identidad ante otros, en el cual la alteridad pasa a formar parte de la amplia red del sujeto, y este red de contactos también funciona como un mecanismo validador del propio perfil, las redes son por tanto, espacios en los cuales las identidades individuales y colectivas se fortalecen continuamente, haciendo tangible el yo construido en las interrelaciones de los individuos y la sociedad, haciendo así que la identidad del sujeto dependa de si el colectivo se encuentra incluido.

Por último y no menos importante se tiene la definición del concepto que nos presenta la Real Academia Española, que entiende las redes sociales como un: Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo. (RAE, s.f), Recuperado el 13 de octubre de 2023).

Cada una de las diversas definiciones nos dejan entrar un poco más en contexto y nos permiten comprender que cuando se habla de redes sociales, nos sumergimos en un medio virtual en el cual se realiza la construcción de un perfil que en ocasiones puede ser falso o en otras ocasiones puede ser verdadero, lo cual sería lo ideal, este perfil permite la interacción con otras personas permitiendo realizar la exploración de información que compartan, fotos, videos y mensajes instantáneos si ambos lo desean; adicionalmente se pueden encontrar perfiles con interés en común ya sea a nivel corporativo, profesional o personal.

4.2.4 Consumo:

Iniciaremos teniendo en cuenta que el consumo que se tiene presente para la investigación es en sí, es un nuevo habito de consumo que es dado a partir del descubrimiento de noticias inesperadas las cuales los autores Medina, F. J. F., Proust, V., & Núñez-Mussa, E. (2018). En su artículo “Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas” publicado por la *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de la Información*, las nombran noticias incidentales o también noticias aleatorias, esto dando explicación a las nuevas dinámicas sociales de los usuarios en plataformas digitales y la influencia en la participación de la vida en sociedad. Este nuevo habito de consumo ocasiona que los usuarios se encuentren más expuestos a toda la información y cambia la forma en que los usuarios interactúan, este impacto en cuanto al contexto digital no solo

cambia la dinámica de consumo en cada una de las plataformas, sino también los lugares en los cuales acceden a las noticias, puesto que ahora los usuarios acceden a las noticias en cualquier momento, rompiendo la dinámica tradicional de consumo en el hogar, adicionalmente también genera cambios en el comportamiento de la audiencia, ya que dejan de adoptar una actitud pasiva e inician a tomar decisiones sobre que aprender, aunque según los autores requiera un menos esfuerzo cognitivo que los medios tradicionales. La motivación se puede encontrar determinada por la búsqueda de contenidos, entretenimiento, utilidad social, entre otros.

Para finalizar se tienen otros dos conceptos brindados en el artículo “Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios, caso universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, en Boyacá – Colombia”, los cuales son:

- Mejía y Arboleda (2004), conceptúan que éste es una acción que se realiza de manera constante, que, para el caso del consumo, se identifica a partir de lo que se acostumbra a adquirir y lógicamente a consumir.

- Barrientos (2007), propone que, por naturaleza, los seres humanos poseemos innumerables conductas repetitivas que van desde practicas normales, hasta llegar a excentricidades en el desarrollo comunitario e inclusive del medio ambiente.

4.3. Marco ético legal

De acuerdo con los principios establecidos en la Resolución 8430 de octubre 4 de 1993: y el código deontológico del psicólogo, se obtuvo el consentimiento informado de cada uno de los participantes al considerar que esta investigación no representa ningún riesgo. Este proceso se realiza con el objetivo de garantizar que cada uno de los participantes tengan la información sobre la naturaleza de la investigación y los pasos de esta, se realiza especial énfasis en la naturaleza voluntaria de la participación que permite interrumpir la participación en el momento en que se desee sin ningún tipo de consecuencias. Adicionalmente se pone especial cuidado en la confidencial de la información recopilada, garantizando que se evite la identificación directa de cada uno de los participantes.

5. Metodología

5.1. Enfoque de estudio cualitativo.

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo. Este estudio se centra en la comprensión del significado subjetivo que tiene la experiencia humana con diversidad de métodos y técnicas de investigación (Lisboa, J.L.C. 2018). En esta investigación buscó describir la percepción que tiene un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de las redes sociales en su autoestima y autoconcepto, por medio de entrevista semiestructurada y luego realizar el análisis de los datos obtenidos de cada uno de los participantes según su subjetividad y así dar cuenta del fenómeno social.

5.2. Nivel y diseño de estudio.

Hernández et al. (2014), para ellos el diseño fenomenológico tiene como su objetivo principal la descripción y la investigación, para dar entendimiento a las experiencias de los sujetos con relación a fenómenos que sean específicos; con el fin de obtener los elementos que son compartidos por las vivencias. El fenómeno de la investigación se da en sus inicios y puede ser de naturalezas múltiples, con diferentes ámbitos de experiencias humanas. El principal enfoque es centrado en lo esencial de la experiencia que se comparte, ya que, es importante tener presente que en la investigación fenomenológica se tiene presente la descripción frente a las

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 47 de 125

diferentes experiencias que se comparten y como estas cambian entre los sujetos que se encuentran siendo estudiados.

Rizo- Patrón (2015) citados por Fuster (2019), nos dice en sus palabras que la fenomenología nos lleva a encontrar la relación dada por lo objetivo y subjetivo, que se ve presente en las experiencias de la existencia de la humanidad. Para ambos la trascendencia no se da únicamente por el conocimiento de los relatos u objetos que sean físicos, en contrariedad, intenta reunir estos relatos desde una perspectiva diferente valorativa, normativa y práctica.

Con estas definiciones, la investigación deseó llegar a la identificación de como las redes sociales logran incidir en el autoconcepto en los adolescentes, llegando a una conceptualización más exacta, sobre como perciben el autoconcepto por la influencia del fenómeno de las redes sociales, características, vivencias e indagación sobre los motivos por los cuales el autoconcepto se puede ver influenciado a cambiar.

5.3. Población y muestra

La población para la investigación fueron adolescentes, para lo cual es importante tener conocimiento que para ser considerado adolescente debe estar en una edad entre los 13 a los 18 años; estos adolescentes, en el momento de la investigación, se encontraban ubicados en el

departamento de Antioquia, municipio de Envigado y pertenecientes a la Institución Educativa Darío de Bedout, la cual es de carácter público.

La muestra fue de 10 adolescentes de ambos sexos y para ser parte de ella el adolescente deberá ser consumidor de redes sociales, cumplir con la edad requerida para ser considerado adolescente y firmar el consentimiento informado.

Adicionalmente según Otzen y Monterola (2017) se dio uso a la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, la cual permite seleccionar los casos de personas dispuestas a pertenecer a la participación, de forma que la muestra es seleccionada según disponibilidad y disposición para la participación en la investigación. (Tamayo. 2001)

5.4. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

La entrevista es un instrumento para la recolección de la información en las investigaciones cualitativas, siendo una herramienta bastante significativa, para llegar a datos relevantes para el que hacer investigativo en la salud. Ya que está a diferencia de la investigación cuantitativa permite una mayor profundidad, lo que no permite la investigación cuantitativa por pretender la rapidez de generalizar y realizar la reducción en el mínimo de errores. La investigación cualitativa permite en cuanto a la recolección de datos la neutralidad del investigador, considerando un factor importante de la entrevista, el cual es la habilidad pertinente

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 49 de 125

para la realización de una entrevista, es la conversación cotidiana de los sujetos. Troncoso y Amaya (2016)

Dicho por Van Dijk en el año 2001, citado por Soledad et al (2023) nos dice que la entrevista semiestructurada permite llegar más allá referente a la opinión de la o las personas que son entrevistadas, permitiendo el conocimiento adicional de él medio contextual por el cual se encuentra rodeado, el cual es de vital importancia para la representación individual y subjetiva de lo que es relevante en cada persona y esto como bien se conoce es de importancia en su discurso.

Hernández et al. (2010) plantean que la entrevista semiestructurada cualitativa como método investigativo contiene más acercamiento entre entrevistado y entrevistador, llegando a la obtención de toda la información requerida por la comodidad del método y no es manipulada de ninguna manera ya que generalmente se realiza una grabación.

Para la investigación actual la metodología fue cualitativa usando como técnica la entrevista semiestructurada, la cual requiere de aplicación de técnicas para la recopilación de la información y al ser con entrevista semiestructurada también contiene nivel análisis de datos. De esta manera se realizó entrevista semiestructurada, la cual fue evaluada por el par experto Elena Klimenco, docente de la Institución Universitaria de Envigado. Para recolectar información relevante con preguntas que permitan respuestas abiertas; se dará uso como es el caso a una guía

de preguntas que serán formuladas de una manera que sean claras, directas y que no sean tomadas como amenazantes, todo se realizará como la entrevista semiestructurada lo requiere y esto quiere decir en un lugar tranquilo garantizando la neutralidad, donde se puede realizar la grabación pertinente y el entrevistado, se logre sentir en confianza para brindar sus respuestas; adicionalmente se realizó uso de un lenguaje accesible y no técnico, esto con el objetivo de lograr la identificación y posterior comprensión sobre la influencia o bien la incidencia que puede llegar a tener el uso de las redes sociales en el autoconcepto de los adolescentes.

La entrevista semiestructurada que es conversacional se utilizó en la presente investigación con el objetivo de tener un conocimiento a mayor profundidad y a detalle, ya que al lograr una interacción más directa con los adolescentes que realizaron parte de la investigación se pueden explorar varios aspectos contextuales, culturales y sociales que presentan influencia con su experiencia al consumir redes sociales y si las mismas han tenido influencia en su autoconcepto.

Los datos serán posteriormente analizados realizando por cada una de las respuestas obtenidas una identificación de patrones y se realizarán conclusiones por cada una de las entrevistas, logrando la obtención de los resultados esperados teniendo en cuenta y presente los objetivos de la presente investigación.

5.5. Procedimiento.

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 51 de 125

Para la realización de la entrevista semiestructurada, inicialmente se solicitó el permiso en la institución educativa con la rectora y el docente orientador, dando a conocer el proceso de investigación y que la información recolectada era con un único fin académico. Posteriormente la firma del consentimiento informado, en el cual se encuentra la firma del menor de edad, siendo este el asentimiento para la participación de manera voluntaria y como lo debían de firmar los padres de familia se designó de un día para hacer la entrega presencialmente y luego en el momento de realizar la entrevista se realizaba la recolección de este, garantizando la firma del acudiente o padre de familia y del adolescente a entrevistar.

Cada una de las entrevistas fue realizada de manera presencial y se transcribieron a partir de la grabación de audio, para la que cada uno de los participantes brindó su consentimiento, adicionalmente se realizó en análisis de las respuestas obtenidas por medio del análisis categorial, en el cual se realizó la descomposición de cada una de las respuestas en unidades y por último se agruparon convirtiéndolas en un criterio para llegar a los resultados

6. Resultados.

A continuación, se presentan, de manera ordenada la información que resultó de la aplicación de las entrevistas semi – estructuradas a 10 estudiantes adolescentes pertenecientes a la

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 52 de 125

Institución Educativa Darío De Bedout en el municipio de Envigado, Antioquia. El orden en el cuál será presentada es la siguiente:

1. Características del uso de las redes sociales.
2. Percepción de un grupo de adolescentes sobre la influencia del uso de las redes sociales en su autoestima.
3. Percepción sobre la influencia del uso de redes sociales con las características del autoconcepto.

6.1 Características del uso de las redes sociales.

- A. **Tiempo de uso y lugares:** Las respuestas nos dicen que no existe una única forma temporal del uso de las redes sociales. En algunos casos ese uso es muy amplio, llegando a ser de todo el día, el cual es el caso por ejemplo de E2, quien afirma que “todo el día estoy en las redes sociales”, en otros casos nos encontramos que el uso es regulado, como E8 quien comenta “No suelo utilizar mucho las redes y trato de controlar el tiempo que permanezco en ellas” y que en términos de uso este lo restringe a una hora aproximadamente. Adicionalmente existe un dato particular que llama la atención en cuanto a los lugares en los cuales realizan uso de las redes sociales, en los que predomina el uso en la casa y en un solo caso (E9) se manifiesta que en la casa y en el Colegio, dando a entender que el uso de las redes sociales se podría considerar en los adolescentes de uso doméstico, aunque E2, E5

y E10 indican que el uso es en “Todos los lugares” y E1 manifiestan que “En la mayoría de los lugares”.

B. Motivos de uso: En esta categoría particularmente nos encontramos con que el motivo más frecuente por el cual les gusta hacer uso de las redes sociales es por entretenimiento, es la respuesta que más resalta y lo que hacen normalmente es ver contenido variado o quedarse en el inicio de la aplicación buscando que ver o, bien, buscando en que entretenerse. Únicamente E3 y E5 indican que las utilizan como medio de comunicación, manifestando lo siguiente: “Por medio de la red social me puedo comunicar con mis familiares mis amigos”, “Ya tengo como una vida social en esas redes, tengo amigos.” y únicamente E8 manifiesta que su motivo de uso es que “he encontrado que algunas personas si comparten contenido de valor sobre mentalidad y cosas así que me pueden aportar”. De lo anterior, se podría inferir que el uso de las redes sociales es más utilizado como una forma de entretenimiento o quizás como una forma de escape del mundo real.

C. Presencia en las redes sociales: Se evidencia que, al momento de tomar decisiones, las redes sociales tienen un papel importante, más que todo cuando se trata de asuntos sobre consumismo o dicho de otra manera de compras, siendo así que para los entrevistados E1, E9 y E10 presentan influencia en esta área. De otra parte resalta la respuesta de E6 para quien la influencia es diferente y esta hace énfasis en el conocimiento diciendo: “es como una enseñanza de tutoriales ver de medicina, comprensión lectora y así entonces me

influyen de manera positiva” y particularmente para E7 y E8 la influencia recae en la mentalidad, adicionalmente cuando los entrevistados por algún motivo no pueden pasar mucho en las redes sociales o el tiempo que desean en la mayoría de ellos, esto no causa ninguna reacción en sus pensamientos o emociones, sin embargo, por ejemplo en el caso de E1 se presenta la rabia junto con el enojo, para E9 se da la sensación de estrés y E10 manifiesta sentir desespero. A partir de estas respuestas se puede afirmar que las redes sociales tienen una influencia no solo en la posibilidad de la visualización de sus contenidos si no que la imposibilidad de acceso o un acceso restringido a ellas da lugar en algunos de los entrevistados a emociones negativas como el enojo y el desespero.

Continuando con esta categoría en la presencia de las redes, haciendo referencia a sus formas de expresión, es particular que en la mayoría los mensajes escritos son el medio por el cual se establece comunicación con otros, en algunos casos como es el de E3 y E4 estos mensajes van acompañados de algún sticker, y únicamente el entrevistado E1 no tiene ninguna forma de expresión por este medio indicando que: “expresarme o hablar con nadie no, no me gusta.”

Por último y para finalizar esta categoría se hace referencia a la apariencia, y la presencia en las redes teniendo presente que al momento de compartir alguna foto o historia, la respuesta más reiterativa es “Natural”, en la cual se puede inferir que no desean en su mayoría dar apariencia de una imagen distorsionada, o una imagen que no corresponde a

ellas ya que no manifiestan el uso de filtros ni de nada que altere la apariencia que desean tener, únicamente se encuentran 2 casos con singularidad: el de E5 quien indica que le gusta dar apariencia de “Sexy y sería.” O como fue su respuesta de “Me gusta que me vean como una niña malota.” Y en el caso del entrevistado E6 encontramos que le gusta que lo vean “sensual” y su respuesta a la pregunta que hace referencia a esta parte de la categoría fue “Me tomo fotos de mi cuerpo y las subo, subo fotos en boxers y ese tipo de cosas.” Como se puede notar el interés de mostrarse de otro modo o de presentarse de una manera alterada en el nivel de la imagen no es generalizable, solo algunos casos nos presentan la situación de causar una lectura (malota, sexy, sensual) en los observadores. Resalta el hecho de que esas lecturas estén vinculadas al erotismo.

D. Temas consultados y seguimiento en redes: Para esta categoría se tiene una particularidad en la cual a la pregunta ¿Que moda o retos de las redes sociales sueles seguir? la respuesta más predominante fue “ninguna” y solo en el caso de E4 y E6 coincidieron en la moda llamada aesthetic. Continuando con el seguimiento en redes o con los influencers a los cuales siguen se enfocan en que el contenido que publican estas personas produzca risas o bien sea contenido chistoso y que sean bonitos o bonitas físicamente, es decir, se centra en su apariencia física, como es el caso de E10 quien en uno de los aspectos en los cuales se centra es que las personas a las cuales sigue tengan bonitas fotos.

Haciendo referencia a los temas que son consultados con mayor frecuencia, predomina en que el contenido es variado y nos encontramos con 4 respuestas que hacen la diferencia y estos son: para E5 videos de infieles y series, E6 películas y series, E7 juegos de series y para E8 contenido que sea de valor. Y en cuanto al contenido que es buscado o encontrado que les gusta compartir, las respuestas son muy diversas: Reels, videos graciosos, videos de animales, memes, videos que sean chistosos, frases motivacionales, recetas, videos aportantes. Llama la atención que en estas respuestas los contenidos compartidos son publicados inicialmente por otras personas, sin embargo, se encuentra una particularidad y es en la respuesta dada por el entrevistado E6 la cual hace referencia al cuerpo y su respuesta literal fue “Me gusta compartir las fotos de mi cuerpo, mis fotos sensuales.” De este conjunto de respuestas en esta categoría podemos anotar que los contenidos habitualmente visualizados no se concentran en una temática específica.

6.2 Percepción de un grupo de adolescentes sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima.

A. Influencia sobre la valoración de sí mismo: Para hacer referencia al valor de sí mismo fue considerado pertinente realizar la unión de las categorías que tienen por nombre influencia en el valor de si, decisiones, en la apariencia e influencia de la imagen a futuro.

Para obtener las respuestas dadas sobre la influencia en el valor de si, se realizó la pregunta ¿De qué forma las redes sociales influyen sobre lo que tu piensas acerca de si mismo(a)? otorgando respuestas para E1 y E6 no tienen ninguna influencia, para E4 y E8 tiene una influencia positiva ya que se encuentra relacionada con el reto a ser mejor y a obtener mayores conocimientos, sin embargo, también nos muestra una influencia negativa como es por ejemplo el caso de E5 para quien genera influencia en presentar una baja autoestima ya que menciona “ojalá yo tuviera lo que tiene la otra persona, entonces es una forma negativa porque afecta mi autoestima.”, esta pregunta se encuentra altamente relacionada con la categoría decisiones en la apariencia ya que 6 de los entrevistados coinciden en que las redes sociales si presentan influencia al momento de tomar decisiones sobre su físico en diferentes aspectos como: el cuidado, estar bien físicamente y en formas de vestir y otros como son E2, E3 y E4 en la apariencia física en general. Adicionalmente llama la atención que solo para 2 de los entrevistados no presenta influencia alguna en este aspecto como es el caso de E1 y E6, lo cual puede dar a pensar o a realizar el cuestionamiento sobre la formación o bien la visión que pueden tener sobre su autoconcepto.

Para finalizar con la categoría presente tenemos la influencia que pueden tener las redes sociales con la imagen de esa persona que les gustaría ser y tenemos el caso de E1, E2 y E3 para quienes las redes en este aspecto no presentan influencia de ningún tipo, sin embargo, para los demás sí la presenta y es en diversos aspectos

como los son: estudios, mentalidad, formas de ver la vida, apariencia física y acciones positivas. Al interrogar acerca de la influencia de las redes sociales tanto en el autoconcepto, en el valor de sí y en la imagen a futuro encontramos que en efecto se reconoce una influencia que incide en algún grado en el nivel de autoestima y como una referencia de los ideales que se quisieran conquistar, que esta influencia es tanto positiva como negativa en la medida en que aporta referencias orientadoras, pero también en la medida en que esas referencias resultan inalcanzables.

B. Influencia sobre la percepción de sí mismo: Las categorías que hacen referencia a la percepción que pueden tener los adolescentes son: influencia en el presente y actitud personal. Se encuentra que para la mayoría, las redes sociales no presentan ninguna influencia en cuanto a la actitud que pueden tener hacia ellos, sin embargo, se tiene el caso de E2 para quien la influencia es de una manera positiva ya que le dan motivación para ser mejor en cuanto a su aspecto físico y a realizar ejercicio constantemente para lograr ideales de lo que ve, siguiendo por esta misma línea de influencia positiva tenemos a E7 para quien las redes influyen en los pensamientos que puede llegar a tener tanto de él, como de diversas situaciones que se pueden presentar en el día a día y, por último, se tiene el caso de E5 para quien esta influencia no es tan positiva como los mencionados anteriormente, ya que le genera inconformidad frente a todas las personas que ve

en redes. Continuando con la influencia en el presente a partir de diversos contenidos se encuentra que: en la mayoría estos contenidos no tienen ninguna influencia, llama la atención que para E7 y E10 la influencia sea en la forma de ser, sin embargo, no tienen algún modelo a seguir como si ocurre en el caso de E5 y E6, quienes mencionaron que las redes sociales no tienen ninguna influencia en el tipo de persona que se consideran que son, sin embargo, ambos presentan un modelo a seguir en el tema del amor propio como lo son: Michael Jackson y Karol G. E8 no menciona algún modelo a seguir en particular debido a que sigue a varias personas con mentalidad fuerte, como la que quisiera tener. Teniendo en cuenta lo anterior encontramos que en varios casos esa referencia a seguir es una referencia concreta y se sitúa en el nivel de una referencia con una alta autoestima, en otro caso esa referencia no es concreta, es decir, no obedece a una personalidad pública en particular, pero se resalta el hecho de un rasgo deseado en este caso lo que se denomina una mentalidad fuerte, que no parece muy distante de la idea de un gran amor propio.

6.3 Percepción sobre la influencia del uso de redes sociales con las características del autoconcepto.

A. Influencia del uso de redes sociales en sus cualidades y capacidades: En esta categoría se encuentra la particularidad que tienen tanto influencia positiva como también presenta una influencia negativa. Se tiene el caso de E2 para quien por medio de las redes sociales tiene más conciencia en su alimentación, sin embargo, las redes sociales influyen en que procrastine cuando debe realizar ciertas actividades importantes y en E9 la influencia en cualidades se ve más orientada hacia su forma de actuar aun cuando las redes sociales afectan sus capacidades personales en momentos de socialización. Estas respuestas ponen en conocimiento que varios adolescentes, en total 4 de 10, coinciden en que el uso de las redes sociales podríamos decir presenta una influencia negativa, experimentada en el nivel de la procrastinación, de esto se puede inferir que las redes sociales pueden aportar referencias importantes respecto a esas imágenes ideales que se quisieran lograr y que son presentadas de un modo realizado, pero que para el usuario de estas redes el aplazamiento de acciones para lograr esta imagen o realizar otras acciones resulta motivo de un malestar con respecto a sí mismo.

B. Influencia del uso de redes sociales en la apariencia: Las redes sociales según las respuestas obtenidas presentan alta influencia en este ámbito, ya que en la mayoría de las respuestas predomina que sí se presenta una influencia en el aspecto físico, teniendo en cuenta el maquillaje, peinados, cuerpos bonitos, prototipos de belleza y aspectos físicos en general. E10 dice “En mi físico si siento

que influyen, porque a veces quisiera ser como ellos que se ven con esos cuerpos super lindos.” Y esta respuesta se puede relacionar con ese prototipo de belleza. Resalta la respuesta de E3 para quien no tienen ninguna influencia debido a lo bien que se siente con su cuerpo. Esto nos conduce a pensar lo que parece obvio y es que a una mayor conformidad con el aspecto propio del cuerpo las imágenes de cuerpo prototípicos en las redes sociales, no tiene una influencia tal, como ocurre en los casos de la valoración del cuerpo propio no es tan positiva.

C. Influencia del uso de redes sociales en sus defectos y cambios: En esta categoría se encuentra la particularidad que los defectos y los cambios son relacionados con la apariencia física, solo en el caso de E8 los cambios que realizarían teniendo en cuenta las redes sociales se encuentran en relación con la mentalidad, en el caso de E2 ni los defectos, ni los cambios los encuentra influenciados por las redes sociales. Llama la atención la alta influencia de las redes sociales en la apariencia física de los adolescentes y más aún que si fueran a realizar algún cambio en ellos las tengan presente.

7. Discusión.

En este proyecto de investigación se buscó identificar la manera en que las redes sociales influyen en la creación del autoconcepto en un grupo de adolescentes pertenecientes a Institución Educativa Darío de Bedout, para esto se utilizó una entrevista semi-estructurada, la cual fue aplicada a 10 adolescentes con edades entre los 14 y 17 años. En este apartado se realizará una triangulación entre los hallazgos a partir de las entrevistas individuales, el marco teórico y los antecedentes.

Para iniciar Cerviño (2008) nos dice que: El autoconcepto no nace con las personas, por el contrario, se edifica y define en el trayecto de toda la vida y está influido por las diversas experiencias que las personas presentan en medio de su ámbito escolar, social y familiar que haya vivido. Y continuamente al hablar sobre el autoconcepto y la influencia que las redes sociales pueden tener sobre los adolescentes, nos encontramos según lo planteado por (Palacio y Coveñas 2019), que este concepto puede ser entendido como la percepción que los individuos tienen de sí mismos, esto dado por experiencias con los demás y por sus propios comportamientos. Esto incluye varios componentes: emocional, social, físico y académico. Lo cual se confirma con algunos de nuestros hallazgos en la medida en que ciertos contenidos presentan influencia en los adolescentes, sobre todo en temas relacionados con su aspecto físico o en ocasiones con el deseo de ser vistos de maneras particulares. Las palabras de E5 a quien le gusta dar apariencia de “Sexy y sería” y el caso de E10 quien afirma que “En mi físico si siento que influyen, porque a veces quisiera ser como ellos que se ven con esos cuerpos super lindos.”. Estas palabras por un

lado confirman la influencia en la creación del autoconcepto, pero es notorio que lo hace a nivel de la sensualidad y al nivel de la apariencia corporal que no está deslindada de la anterior. De este modo se puede decir que los aspectos relativos a la sexualidad y al aspecto corporal resultan relevantes en el autoconcepto de estos adolescentes y dejando de lado otros aspectos como: lo espiritual, lo intelectual, lo profesional etc. Se evidencia además una suerte de interés del modo en que son vistos por los otros, lo cual plantea la idea de que el autoconcepto no refiere a un concepto individualizado y cerrado de sí, si no que la mirada de los otros y en ese mismo sentido la presencia de los otros y las valoraciones de los otros, son determinantes en el autoconcepto.

Continuando con las miradas del otro Prete - Redon (2020) en sus conclusiones nos menciona que la construcción identitaria está fuertemente determinada por el reconocimiento de los otros en la virtualidad, lo que genera una subjetividad llena de exigencias, y en la que una audiencia cambiante y severa puede llegar a ocasionar restricciones con gestos u opiniones, e incluso se puede notar en la pérdida de la autonomía.

Por último, se puede decir como afirma Gutiérrez (2023) que la mirada dada por la selfie, la cual considera como creación de identidad -por la determinación de los componentes culturales, construcciones identitarias que en ella se pueden evidenciar y precisando concepciones actuales en las cuales, el yo junto con el otro son reconocidos- concluyendo de esta manera que las identidades personales que se dan por medio de estas

fotografías son mostradas en un mundo digital en que se crean relaciones. Con los contenidos que son puestos en plataformas digitales, ya sea en historias o en el perfil, se pretende un reconocimiento o aprobación de los usuarios de este mundo o como son llamados la comunidad o seguidores, para así crear relaciones respecto a la mirada o reacción que puede tener por medio de las diversas redes sociales.

Particularmente para los dos casos mencionados no se evidencian restricciones en los gestos u opiniones, si es de notar que al desear brindar esta apariencia se encuentren en la búsqueda de reconocimiento por los usuarios que ven sus fotografías, estos podrían darse por medio de *like* o por medio de algún mensaje instantáneo, buscando constantemente esa aprobación relevante de su construcción identitaria y de su autoconcepto. Así podemos ver que el autoconcepto no es una construcción endógena ni estable, en el deseo de obtener valoraciones que se encuentran mediadas por la subjetividad de cada observador; se reafirma o se afecta dicho autoconcepto. Teniendo presente que para todos los seres humanos la belleza es relativa, aun cuando culturalmente se tengan prototipos e ideales de belleza ya establecidos, es decir, lo que se busca o se pretende obtener son diversas opiniones para la aceptación de una comunidad y así obtener la identidad personal mediada por el otro.

Tengamos presente lo que menciona Bueno, D. (2022), quien manifiesta que el adolescente en su búsqueda de identidad necesita crear nuevas visiones de sí mismo con las que esté contento. Además, no es una identidad fija, sino flexible y adaptable dentro de su propio contexto. Los adolescentes actualmente se encuentran, en su mayoría, muy involucrados en las

redes sociales, estás son medios que utilizan constantemente, por lo que este mundo virtual hace parte de su contexto y en concordancia con lo que dice el autor se encuentran en la creación de diversas visiones de sí mismos y lo que muestran, por lo que desean obtener la valoración subjetiva ya que el contexto en el que se mueven es el lugar donde encuentran una aceptación de sí mediando la aceptación de otros.

Para el siguiente aparatado se inicia teniendo presente el articulo “características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes” Jiménez, A. G et al (2020), en el cual sus autores llegaron a varias conclusiones, tendremos en cuenta dos, que son las siguientes:

- El uso de redes sociales se enfoca en la socialización y el entretenimiento y no difiere mucho del uso de Internet en general.
- Las necesidades sociales, la búsqueda de entretenimiento también determina el uso de Internet por parte de los adolescentes. Por un lado, destaca la cultura musical y, por otro, el consumo de contenidos (muchos de ellos supuestamente divertidos) que fluyen desde las propias plataformas en forma de recomendaciones y memes contribuye a una cultura del exceso. y uso incontrolado de pantallas. Esto coincide con la opinión mayoritaria de que las redes sociales hacen perder mucho tiempo.

Estas conclusiones van en concordancia con los resultados obtenidos, respecto a la categoría sobre el uso de las redes sociales, puesto que en los adolescentes entrevistados se presenta una predominancia tanto en el contenido que comparten como el que suelen ver, uno y otro tienden a ser variados.

Este contenido variado no es un contenido previamente seleccionado, sino que es el contenido que les aparece al inicio de las aplicaciones, siendo estos: reels, videos graciosos, videos de animales, memes, videos que sean chistosos, frases motivacionales, recetas, videos aportantes. Esto nos muestra que la ausencia de criterios de búsqueda conlleva al encuentro de contenidos que se articulen a un interés previamente definido, la única razón de esta “búsqueda” es la de un entretenimiento y de un pasa tiempo.

Benevenuto et al. (2009), afirman que a través de las RS se presenta una conexión de varios usuarios entre sí, comparten y buscan contenido, y difunden información junto con el planteamiento adicionalmente por *Childnet International* (2008), que define las Redes Sociales como espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos y con las que los usuarios pueden administrar, construir y representar a sus redes sociales en línea. Y es exactamente lo que se pudo evidenciar en los resultados. Al mismo tiempo de que las RS son un espacio en el que se comparten contenidos es importante resaltar como lo hacen estos mismos autores que los adolescentes, lo único que hacen es ser consumidores de los contenidos presentados de forma aleatoria por las plataformas, llegando así a su único fin de entretenerse.

Morán y Castaño (2021) en su investigación pudieron llegar a la conclusión de que las redes sociales logran que los adolescentes experimenten un autoconcepto diferente el cual presenta incidencias en sus afectos. Garzón et al (2019) en sus análisis estadísticos dieron a conocer que los adolescentes no tienen problemas relacionados con la autoestima que estén, evidentemente, asociados a Instagram; sin embargo, nuestra investigación arrojó una importante información que hace referencia al hecho de que para los adolescentes si es importante mostrarse o bien tener la apariencia de una persona físicamente atractiva en esta red social. Prete - Redon (2020) en su artículo “Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad”, define las redes sociales como exhibiciones públicas de conexión, como dispositivos para la definición de la identidad ante otros, en el cual la alteridad pasa a formar parte de la amplia red del sujeto, y este red de contactos también funciona como un mecanismo validador del propio perfil, las redes son por tanto, espacios en los cuales las identidades individuales y colectivas se fortalecen continuamente, haciendo tangible el yo construido en las interrelaciones de los individuos y la sociedad, haciendo así que la identidad del sujeto dependa de si el colectivo se encuentra incluido.

Estas posturas se encuentran muy relacionadas con los resultados obtenidos, ya que es notoria la incidencia que las redes sociales presenta en especial en la apariencia física. Para la mayoría de los entrevistados es así, y quieren verse bien ante los demás, resaltan que no quieren dar una imagen de lo que no son, ya que, manifestaron no realizar uso de filtros y de querer dar una apariencia “natural”, pero sí que se vean bien, adicionalmente estas redes presentan un alto

impacto en el físico siendo para algunos motivador, porque los impulsa a estar bien o a realizar ejercicio para mantener en buen estado físico que desean por medio de lo que ven o también pretender tener una mentalidad fuerte, como los son: E2 para quien la influencia es de una manera positiva ya que le dan motivación para ser mejor en cuanto a su aspecto físico y a realizar ejercicio constantemente para lograr ideales de lo que ve, E10 dice “En mi físico si siento que influyen, porque a veces quisiera ser como ellos que se ven con esos cuerpos super lindos.” y E7 que su influencia se encuentra ligada a los pensamientos que puede llegar a tener tanto de él, como de diversas situaciones que se pueden presentar en el día a día. Por la perspectiva que se mire va todo muy centrado por el amor propio y apariencia física en ciertos ideales y estándares de belleza. Únicamente la postura de Garzón et al (2019) al hacer referencia cuando habla de la autoestima y no encontrar una relación evidente en especial con Instagram, es contradictoria, en cuanto a los hallazgos obtenidos, aunque no se tiene una red social en particular, si se encuentra la relación de todas las imágenes vistas con la autoestima, siendo este el caso de E5 para quien genera influencia en presentar una baja autoestima mencionando “ ojalá yo tuviera lo que tiene la otra persona, entonces es una forma negativa porque afecta mi autoestima.”

Con lo anteriormente mencionado se considera relevante lo que dice Bueno, D. (2022) cuando afirma que el cerebro de un adolescente está lleno de preguntas, pero las que deben responder de forma más crucial son las siguientes: ¿Quién soy yo? y ¿Cómo me relaciono con mi entorno? La identidad implica adquirir la conciencia de ser diferente de los demás, y este proceso suele ir ensayando una variedad de identificaciones diferentes. Esto significa que se identifican

parcialmente con diferentes personas en su entorno. Aunque estas identificaciones les brindan cierta seguridad, la identidad final no debe ser la suma de todas las identificaciones parciales que están estableciendo, sino una forma nueva e imprevisible, como es común. Lo que nos conduce a pensar que todo esto de las redes sociales y su apariencia los adolescentes lo realizan en esa búsqueda de responder a las preguntas existenciales propias de la humanidad y se encuentran en ese proceso de ensayar diversas identidades dentro de su contexto y como no es definitiva puede ser generadora de seguridad y así ir construyendo paso a paso su identidad final con la cual se sientan cómodos y plenamente identificados, es decir, llegando poco a poco a tener su autoconcepto más definido y definitivo.

8. Conclusiones.

La investigación presente fue planteada con la pregunta de investigación ¿Cómo influye el uso de las redes sociales en la creación del autoconcepto en un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío de Bedout?, para dar respuesta a esta pregunta se acudió a recolectar información a partir de una entrevista semi – estructurada, esta entrevista fue aplicada a 10 estudiantes pertenecientes a la Institución Darío de Bedout, la información recaudada fue sometida a un proceso categorial de análisis, es decir, relacionar la información de las fuentes primarias con lo establecido en los antecedentes de la investigación y los conceptos del marco teórico.

Para decir cómo influyen las redes sociales en el autoconcepto de los adolescentes entrevistados, es importante comprender el autoconcepto no de una forma unilateral, es decir, que este, se encuentra dado o bien construido por diversas situaciones y contextos, en especial es una construcción del individuo en relación con el mundo social y este mundo social hoy en los adolescentes en especial se encuentra mediado por la virtualidad.

El mundo virtual es un espacio que permite el intercambio de múltiples contenidos, adicionalmente es un medio de relacionamiento e interacción con los otros, los cuales se convierten en determinantes en el proceso de creación del autoconcepto. Las imágenes y contenidos que suelen tener un efecto directo se circunscriben particularmente en la forma de percepción del cuerpo por los adolescentes, y esta concepción se encuentra determinada por las imágenes de otros cuerpos que están en las redes sociales, todo esto se da con la aprobación y la desaprobación por compartir imágenes que son propias, es decir, como fotografías (Selfies), compartir algún momento especial o también el hecho de compartir cierta imagen que se desee dar.

Los resultados obtenidos en la investigación que realizamos demuestran la influencia que tienen las redes sociales en el proceso de desarrollo del autoconcepto en los adolescentes, en especial en aspectos como la apariencia física y la búsqueda de aprobación de los otros que ven estas imágenes en sus redes sociales. La exposición a esta gran cantidad de contenidos y el deseo de aprobación presenta un efecto significativo en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismo. Este fenómeno adicionalmente genera una subjetividad en la cual el otro con su mirada y reconocimiento juega un papel importante en la construcción identitaria.

Lo mencionado anteriormente presenta efectos en varios aspectos como lo son: las emociones, valoración de sí mismo, transformaciones realizadas en el orden de lo físico como es el hecho de ir al gimnasio para tener una mejor apariencia física, cambiar el color de cabello, como consecuencia de las imágenes y el deseo de obtener validación de su imagen en las redes sociales.

Adicionalmente se evidencia que el uso no controlado o excesivo de las redes sociales genera una cultura del exceso en la cual se ve afectado la organización del tiempo para muchas actividades por la procrastinación constante que estar en ellas genera, no se puede dejar atrás el hecho de que algunos adolescentes tienen afectaciones en su autoestima y en sus emociones. Los adolescentes no solo se encuentran en la búsqueda de identidad, también se encuentran en la búsqueda de aceptación y aprobación del otro. Esta construcción identitaria y autoconcepto para la investigación llevada a cabo se tuvieron presente en la relación con las redes sociales, las cuales forman parte de la exploración de diferentes identidades; teniendo presente que esta creación no es lineal ni estable en el tiempo, puesto que puede ser cambiante según el contexto en el cual se encuentren los adolescentes.

Referencias

Abad, P. (S.f). La entrevista semi-estructurada reflexive, una técnica cualitativa alternativa para explorar la contribución del liderazgo a los equipos de trabajo en el campo de la educación. *Instituto Tecnológico Superior Almirante LIngworth. (AICTEC).*

<https://www.pedagogia.edu.ec/public/docs/fdf4d41b689533bcaf864f848e0cbf13.pdf>

Bauman, Z. (2022). *Vida de consumo*. Fondo de cultura económica. Tomado de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2gp0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=concepto+de+consumo&ots=H2YfG6o95B&sig=VzoyIXQipNozvEaLBgybl4wSKLw#v=onepage&q=concepto%20de%20consumo&f=false>

Bueno, D. (2022). *El cerebro del adolescente: Descubre cómo funciona para entenderlos y acompañarlos*. Grijalbo. Tomado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=wTlQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=El+cerebro+adolescente+david+bueno&ots=jKfElzNQ25&sig=GgG8S1hzx6BKkJ8XjQ90NKBjh44#v=onepage&q&f=false

Cabero, J. Pérez, J.L. & Valencia, R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia: Revista de ciencias sociales*, Vol 27, N° 1.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7185800>

Callejero, I. González, I. Pinilla, M. Barrena, S. Loraque, M. & Barreu, C. (2021). Influencia de Instagram sobre la autoestima en los adolescentes. Intervención enfermera. (proyecto de investigación). *Revsita sanitaria de investigación*, Vol 2, N° 11.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8210235>

Cantón, I. Arias, A.R. & Pinto, A.R. (2019). Acceso no regulado a internet y autopercepción de su imagen en las redes sociales. *Etic@net: Revista Científica electronica de Educación y de Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, Vol 19, N° 1.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7032613>

Cantor, M.I. Pérez, E. & Carrillo, S.M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi: Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, Vol 6, N° 1.

<https://doi.org/10.15649/2346030X.477>

Castañeda, L. González, V. & Serrano, J.L. (2011). Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. *Comunicación y relaciones sociales de lo jóvenes en la red*.

https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/25353/1/castaneda_gonzalez_serrano.pdf

Del Prete, A. & Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Piscoperspectivas. Individuo y Sociedad*, Vol 19, N°

1. [10.5027/piscoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834](https://doi.org/10.5027/piscoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834)

Dorr, A. (2005). *Estudio comparativo de autoconcepto en niños de diferente nivel socio económico. [Tesis para optar al grado de Magíster en Clínica Infanto Juvenil]*.

Universidad de Chile.

https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/105977/dorr_a.pdf?sequence=3#:~:text=Para%20Piaget%2C%20el%20nacimiento%20del,son%20la%20clave%20del%20problema.

Fuster, E.D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico.

Revista de psicología educativa: propósitos y representaciones, Vol 7, N° 1.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010

Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Fondo editorial

Universidad EAFIT.

Galvaba, S. Machackoa, H. & Dedkova, L. (2021). Ciberostracismo: Consecuencias emocionales

y conductuales en las interacciones en redes sociales. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, N° 67.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7831207>

García, C.I & Parada, D.A. (2018). *“Construcción de adolescencia” una concepción Histórica y social inserta en las políticas públicas. [Trabajo de grado del doctorado en ciencias sociales, niñez y juventud]*. Universidad de Manizales.

<file:///C:/Users/galve/Downloads/UH+85+-+4.2+-+ESPACIO+ABIERTO.pdf>

García-Jiménez, A., López-de-Ayala López, M. C., & Montes-Vozmediano, M. (2020).

Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. Tomado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7444654>

Garzón, R. León, K. & Trejo, S. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *SOCIAL REVIEW: International Social Sciences Review/ Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Vol 8, N° 23.

<https://doi.org/10.37467/gka-revsocial.v8.2324>

Gutiérrez, D. Higuera, S. & Romero, B. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *Revista perspectivas* N°39.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8537419>

Gutiérrez, M. (2022). El self, constructo performativo de la identidad contemporánea.

Reflexiones sobre la presentación y representación del “yo” en las redes sociales. *El*

Ornitorrinco Tachado, N° 17. <https://doi.org/10.36677/eot.v0i17.19474>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.).

McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.

<https://link.springer.com/article/10.1023/a:1011189416600>

https://www.researchgate.net/publication/277682193_Self-Perception_Theory

Klimenko, O. Cataño, Y.A. Otálvaro, I. & Úsuga, S.J. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente*, Vol 27, N° 46.

<https://doi.org/10.17081/psico.24.46.4382>

Lisboa, J. L. C. (2018). Investigación cualitativa: fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos. *Vivat academia*, 69-76. Tomado de

<https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1087>

Lopera, M. M. (2017). Revisión comentada de la legislación colombiana en ética de la investigación en salud. *Biomédica*, 37(4), 577-589. Tomado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-41572017000400577&script=sci_arttext

Macías, J. Pivaque, E.J. Giler, P.R. & Guerrero, D.R. (2022). Incidencia de las redes sociales y su impacto en el ámbito educativo. *Polo del Conocimiento: Revista científico – professional*, Vol 7, N° 8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9042849>

Malo, S. Martín, M. & Viñas, F.(2018). Uso excesivo de las redes sociales: Perfil psicosocial de adolescents españoles. *Revista científica de educomunicación*, Vol. XXVI, N° 56.

[file:///C:/Users/galve/Downloads/Dialnet-UsoExcesivoDeRedesSociales-6483057%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/galve/Downloads/Dialnet-UsoExcesivoDeRedesSociales-6483057%20(1).pdf)

Martínez, F.D & González, H.(2022). Perfiles de redes sociales de estudiantes, necesidades psicológicas básicas, autoconcepto e intención de ser físicamente activo. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, Vol. 30, N° 3, 2022, pp. 757-772.

<https://www.behavioralpsycho.com/producto/perfiles-de-redes-sociales-de-estudiantes-necesidades-psicologicas-basicas-autoconcepto-e-intencion-de-ser-fisicamente-activo/>

Medina, F. J. F., Proust, V., & Núñez-Mussa, E. (2018). Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de la Información*, (E16), 308-320. Tomado de:

<https://www.proquest.com/openview/a4d199afabea24f597a35d5f6f8a4367/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

Montes, M. Gracia, P. Valencia, F. & Oliveros, L. (2019). *Modelo interdisciplinar para el estudio de jóvenes y autoconcepto a partir del consumo de redes sociales virtuales*, Octadero. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/99015>

Morán, N. & Castaño, E. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, Vol. 29, N° 3, 2021, pp. 611-62. <https://www.behavioralpsycho.com/producto/autoconcepto-en-las-redes-sociales-y-su-relacion-con-el-afecto-en-adolescentes/>

Moreira, R.J. Carvalho, T.N. Lopez, J.A. Do Vale, J. De Oliviera, K.C. & Fontes, S. (2021).

Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Revista electronica de Enfermería*. N° 64.

<https://doi.org/10.6018/eglobal.462631>

Moreno, E. Chávez, M. Puerta, D.M & García, A.M. (2022). *El autoconcepto en mujeres*

usuarias de Instagram: un modelo de mediación de la autocompasión [Tesis psicológica].

Universidad de Ibagué. <https://doi.org/10.37511/tesis.v17n2a6>

Murillo, A. (2022). *Influencia de las redes sociales en el autoconcepto físico en adolescentes,*

2021 - 2022 [Trabajo de grado psicología]. Universidad de Antioquia, Medellín,

Colombia.

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/32816/21/MurilloAna_2022_InfluenciaRedessocialesAutoconceptoAdolescentes.pdf

Otzen, T., & Monterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International*

Jorunal of Morphology, 35(1), 227-232. Tomado de:

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt

Palacio, J. & Coveñas, J. (2019). Predominancia del autoconcepto en estudiantes con conductas

antisociales de Callao. *Revista de psocología educative: Propósitos y representaciones*,

Vol 7, N°2. <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n2/a13v7n2.pdf>

Pillaca, J. (2019). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima del Sur. *Acta psicológica peruana*, Vol 4, N° 2.

<http://201.234.119.250/index.php/ACPP/article/view/237>

Portillo, V. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, Vol 3, N° 1.

<http://cathi.uacj.mx/handle/20.500.11961/19171>

Puertas, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española de Comunicación en Salud*, Vol 11, N° 2. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>

Real Academia Española – Diccionario panhispánico del español jurídico (RAE, s.f) Recuperado el 13 de octubre de 2023. <https://dpej.rae.es/lema/red-social>

Rodríguez, J.L. Martínez, F. & Galván, C. (2019). Los relatos digitales personales y las redes sociales en adolescentes. *E- Curriculum*, Vol 17, N° 1. <https://doi.org/10.23925/1809-3876.2019v17i1p10-27>

Rodríguez, M. (2018). Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios, caso universidad pedagógica y tecnológica de Colombia. *Revista Espacios*, 39(9). Tomado de: https://scholar.google.es/scholar?cluster=7047297912863029720&hl=es&as_sdt=0,5

Sierra, S. M. (2008). La cultura contemporánea y la adolescencia.

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/7123/1/Sierrasandra_2008_CulturaContempor%C3%A1neaAdolescencia.pdf

Soledad, M. González, A. & Rodríguez, R. (2023). Aportaciones metodológicas para el uso de la entrevista semiestructurada en la investigación educativa a partir de un estudio de caso multiple. *Revista de investigación educativa*, Vol 41, N° 2.

<https://doi.org/10.6018/rie.546401>

Tamayo, G. (2000). Diseños muestrales en la investigación. Semestre económico, 4(7). Tomado de:

<https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1410>

Troncoso, C. & Amaya, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la facultad de Medicina*, Vol 65, N°2.

<http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Valencia, R. Garay, U. & Cabero. J. (2023). Uso problemático de las redes sociales: el caso de estudiantes mexicanos. *Alteridad: Revista de educación*, Vol 18, N°

1. <https://doi.org/10.17163/alt.v18n1.2023.02>

Valerio, G & Serna, R. (2017). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante

Universitario. *REDIE: Revista Electrónica de investigación educativa*, Vol 20, N° 3.

[10.24320/redie.2018.20.3.1796](https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796)

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 81 de 125

Anexos.

Carta de autorización de la institución educativa.

24 de julio de 2024.

Institución Universitaria de Envigado.



Mi nombre es Yahir Esneider Serna, docente orientador de la Institución Educativa Darío de Bedout, me dirijo a ustedes brindando la autorización tanto para la utilización del logo en los consentimientos informados ya aplicados y el uso del nombre de la Institución Educativa Darío de Bedout, en el trabajo investigativo llamado: Incidencia del consumo de redes sociales en la formación del autoconcepto en adolescentes, presentado por Andrea Gálvez Puerta, quien fue practicante de la institución en el año 2.023.

Teniendo presente que el nombre y el logo de la institución serán utilizados de forma respetuosa, responsable y únicamente con fines académicos.

Agradezco su atención.

	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F-DO-0029
		Versión: 01
		Página 82 de 125

Atentamente,

*Yahir Serna.
Docente orientador.*

Yahir Esneider Serna.
Docente orientador.

Consentimiento informado.

Institución Educativa Darío de Bedout.	
Consentimiento informado.	

Fecha: _____

Hora: _____

El presente trabajo de investigación es realizado por la alumna Andrea Gálvez Puerta, estudiante de Psicología de la Institución Universitaria de Envigado, el objetivo general de la investigación es “Describir la percepción que tiene un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima y autoconcepto, durante el año 2024”

La participación en el trabajo de investigación es voluntaria y la información recogida será confidencial y no se utilizará para ningún propósito fuera del académico.

Yo _____ identificad@ con documento de identidad número _____ manifiesto que, habiendo recibido toda la información,

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	PLANTILLA TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	Código: F- DO-0029
		Versión: 01
		Página 83 de 125

aclarando todas mis dudas y teniendo presente que no habrá devolución de los resultados, acerca del trabajo académico a realizar, acepto participar voluntariamente.

Firma de madre/ padre/acudiente.

Firma del entrevistador.

Tabla 1.

Operacionalización de categorías previas del estudio.

Realizada con la ayuda y evaluación de par experto Elena Klimenco, docente de la Institución Universitaria de Envigado.

Objetivos	Categorías previas	Preguntas
Identificar las características del uso de redes sociales en un grupo de	Frecuencia, tiempo y lugar de uso de redes sociales	¿Describe como transcurre un día en el uso de las redes sociales?

adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout durante el año 2024		¿Diariamente cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales? ¿En qué lugares frecuentes más el uso de las redes sociales?
	Motivos de uso de redes sociales	¿Qué haces normalmente cuando ingresas a las redes sociales? ¿Porque te gusta utilizar las redes sociales?
	Presencia en las redes sociales.	¿Cómo influyen los contenidos vistos en las redes sociales en tus decisiones? ¿Cuáles son tus sentimientos, pensamientos o emociones cuando no puedes

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 85 de
125

		ingresar a tus redes sociales por mucho tiempo? ¿Cómo te expresas con las demás personas en las redes sociales? ¿Cuál es la apariencia que te gusta dar en tus redes sociales?
	Temas e influencers más consultados	¿Cuáles son los contenidos que prefieres ver en las redes sociales? ¿Qué contenidos te gusta compartir en las redes sociales? ¿Qué modas o retos de las redes sociales sueles seguir? ¿En qué te enfocas para tomar la decisión seguir a alguien

		y ver su contenido en las redes sociales?
Indagar por la percepción de un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima, durante el año 2024.	Influencia sobre la valoración de sí mismo	¿De qué forma las redes sociales influyen sobre lo que tu piensas acerca de si mismo(a)? ¿Cómo el uso de redes sociales influye en la toma de las decisiones sobre tu apariencia? ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen de la de persona te gustaría ser?
	Influencia sobre la percepción de sí mismo	¿Cómo influyen las redes sociales en los pensamientos que sueles tener sobre ti mismo (a)? ¿De qué manera los contenidos vistos en las redes sociales determinan el tipo de

		personas que consideras que eres? ¿Tienes algún modelo a seguir que influya en lo que piensas sobre ti?
Inquirir por la percepción de un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoconcepto, durante el año 2024	Influencia del uso de redes sociales en sus cualidades y capacidades	¿Tus cualidades personales como están influidas por las redes sociales? ¿De qué manera el uso de las redes sociales afecta tus capacidades personales?
	Influencia del uso de redes sociales en su aspecto físico	¿De qué manera los influencers que sigues en las redes sociales influyen en tu apariencia física? ¿Como crees que la imagen de tu cuerpo esta influenciada por las imágenes que ves en las redes sociales?

	Influencia del uso de redes sociales en sus defectos	¿De qué forma las cosas que no te gustan de ti mismo están relacionadas con los contenidos que ves en las redes sociales? ¿Si tuvieras la posibilidad de cambiar algo de ti mismo, lo harías tomando como referencia lo que ves en las redes sociales?
--	---	--

Entrevista semi – estructurada.

Preguntas.

1. ¿Describe como transcurre un día en el uso de las redes sociales?
2. ¿Diariamente cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales?
3. ¿En qué lugares frecuentes más el uso de las redes sociales?
4. ¿Qué haces normalmente cuando ingresas a las redes sociales?
5. ¿Porque te gusta utilizar las redes sociales?
6. ¿Cómo influyen los contenidos vistos en las redes sociales en tus decisiones?

7. ¿Cuáles son tus sentimientos, pensamientos o emociones cuando no puedes ingresar a tus redes sociales por mucho tiempo?
8. ¿Cómo te expresas con las demás personas en las redes sociales?
9. ¿Cuál es la apariencia que te gusta dar en tus redes sociales?
10. ¿Cuáles son los contenidos que prefieres ver en las redes sociales?
11. ¿Qué contenidos te gusta compartir en las redes sociales?
12. ¿Qué modas o retos de las redes sociales sueles seguir?
13. ¿En qué te enfocas para tomar la decisión seguir a alguien y ver su contenido en las redes sociales?
14. ¿De qué forma las redes sociales influyen sobre lo que tu piensas acerca de si mismo(a)?
15. ¿Cómo el uso de redes sociales influye en la toma de las decisiones sobre tu apariencia?
16. ¿De qué forma el uso de redes sociales influye en la actitud que sueles tener hacia ti mismo (a)?
17. ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen de la de persona te gustaría ser?
18. ¿De qué manera los contenidos vistos en las redes sociales determinan el tipo de personas que consideras que eres?
19. ¿Tienes algún modelo a seguir que influya en lo que piensas sobre ti?
20. ¿Tus cualidades personales como están influidas por las redes sociales?
21. ¿De qué manera el uso de las redes sociales afecta tus capacidades personales?
22. ¿De qué manera los influencers que sigues en las redes sociales influyen en tu apariencia física?
23. ¿Como crees que la imagen de tu cuerpo esta influenciada por las imágenes que ves en las redes sociales?
24. ¿De qué forma las cosas que no te gustan de ti mismo están relacionadas con los contenidos que ves en las redes sociales?
25. ¿Si tuvieras la posibilidad de cambiar algo de ti mismo, lo harías tomando como referencia lo que ves en las redes sociales?

Tabla 2.

Tabla de categorización.

OBJETIVOS.	PREGUNTAS.	UNIDADES DE REGISTRO.	CATEGORÍA.	SUBCATEGORÍAS.
1. Identificar las características del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout durante el año 2024.	1. ¿Describe como transcurre un día en el uso de las redes sociales?	E1. También entro a ellas hasta que me da sueño.	Tiempo de uso.	Durante el día constantemente.
		E2. Todo el día estoy en las redes sociales.	Tiempo de uso.	Todo el día.
		E3. No mantengo mucho en las redes sociales trato de regularlo	Tiempo de uso.	Regulado.
		E4. Voy revisando de a poquitos de acuerdo con las notificaciones que estén llegando.	Tiempo de uso.	Durante el día constantemente.

		E5. Todo el día depende de lo que haga.	Tiempo de uso.	Todo el día.
		E6. Pues la verdad yo me excedo mucho en las redes sociales	Tiempo de uso.	En exceso.
		E7. Diariamente no las utilizo como de forma constante	Tiempo de uso.	Poco.
		E8. No suelo utilizar mucho las redes y trato de controlar el tiempo que permanezco en ellas.	Tiempo de uso.	Regulado.
		E9. Voy realizando mis actividades normalmente y voy viendo las redes cada cierto tiempo	Tiempo de uso.	Durante el día constantemente.
		E10. Cuando llego a mi casa casi toda la tarde y mucha parte de la noche	Tiempo de uso.	Durante el día constantemente.
	2. ¿Diariamente cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales?	E1. Aproximadamente 5 o 6 hora	Horas de uso.	Mucho tiempo.
		E2. Mas o menos 15 horas.	Horas de uso.	En exceso.
		E3. Yo como 6 horas.	Horas de uso.	Mucho tiempo.

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 92 de
125

		E4. Mas o menos 4 o 5 horas yo creo.	Horas de uso.	Mucho tiempo.
		E5. Póngale unas 9 horas diarias	Horas de uso.	En exceso.
		E6. Por ahí 6 horas.	Horas de uso.	Mucho tiempo.
		E7. En un día que no tenga como nada para hacer las podría utilizar como 5 o 6 horas, ya los otros días si aproximadamente 2 o 3 horas.	Horas de uso.	Dependiendo del día.
		E8. Aproximadamente una hora.	Horas de uso.	Poco tiempo.
		E9. Fácilmente se vuelven más de 3h a 6h diarias.	Horas de uso.	Mucho tiempo.
		E10. Unas 6 horas creería yo.	Horas de uso.	Mucho tiempo.
	3. ¿En qué lugares frecuentes más el uso de las redes sociales?	E1. En casi todos los lugares.	Lugares de uso.	En la mayoría de los lugares.
		E2. En todos los lugares, Colegio, casa, en todos.	Lugares de uso.	Todos los lugares.

		E3. Solo en mi casa.	Lugares de uso.	Casa.
		E4. En mi casa.	Lugares de uso.	Casa.
		E5. Yo en todo lado.	Lugares de uso.	Todos los lugares.
		E6. Mas que todo en mi casa, en el mueble.	Lugares de uso.	Casa.
		E7. Pues lugar es en mi casa.	Lugares de uso.	Casa.
		E8. Como las veo tan poco, normalmente es mi casa.	Lugares de uso.	Casa.
		E9. Normalmente en la casa o cuando tengo recesos en el estudio.	Lugares de uso.	Casa y colegio.
		E10. Pues en todas partes.	Lugares de uso.	En todos los lugares.
	4. ¿Qué haces normalmente cuando ingresas a las redes sociales? (Motivos de uso de redes sociales)	E1. Ver historias, fotos, videos chistosos y cosas así.	Motivos de uso.	Ver contenido variado.

		E2. ver cosas que me parezcan interesantes	Motivos de uso.	Videos de interés.
		E3. Por lo general me quedo como mirando el inicio.	Motivos de uso.	Ver el inicio de la aplicación.
		E4. Cosas variadas para entretenerme.	Motivos de uso.	Ver contenido variado.
		E5. En Facebook como a ver historias de influencer, en Instagram también que sigo gente famosa, en youtube escuchar música todo el tiempo y tiktok también.	Motivos de uso.	Depende de la aplicación.
		E6. Es diferente porque el contenido que tiene cada una.	Motivos de uso.	Depende de la aplicación.
		E7. Lo que más hago es mirar lo que han subido otras personas.	Motivos de uso.	Contenido de otras personas.
		E8. Me quedo como mirando el inicio y ya.	Motivos de uso.	Ver contenido variado.
		E9. Revisar los mensajes que me enviaron e ir mirando historias de las demás personas y que cosas están pasando	Motivos de uso.	Ver mensajes e historias.

		E10. Normalmente miro como las historias de las personas que sigo y me quedo viendo el inicio.	Motivos de uso.	Ver contenido variado.
	5. ¿Porque te gusta utilizar las redes sociales?	E1. Porque me entretengo y es una buena forma de matar el tiempo de desparche	Motivos de uso.	Entrettenimiento
		E2. Cosas interesantes y otras no y eso lo emboba a uno.	Motivos de uso.	Entrettenimiento
		E3. por medio de la red social me puedo comunicar con mis familiares mis amigos.	Motivos de uso.	Comunicación.
		E4. Las utilizo también para pasar un buen momento, me rio mucho y pues en ocasiones tienen cosas que también ayudan como tips para estudiar y cosas para la casa, cosas para hacer, entonces si es de parte y parte. las utilizo también para pasar un buen momento, me rio mucho y pues en ocasiones tienen cosas que también ayudan como tips para estudiar y cosas para la casa, cosas para hacer, entonces si es de parte y parte.	Motivos de uso.	Entrettenimiento

		E5. No sé, porque ya tengo como una vida social en esas redes, tengo amigos.	Motivos de uso.	Comunicación.
		E6. Porque la verdad es una gran forma de entretenimiento.	Motivos de uso.	Entretenimiento
		E7. A mí me gustan más como para mantenerme informada, como entretenimiento.	Motivos de uso.	Entretenimiento
		E8. Normalmente es porque he encontrado que algunas personas si comparten contenido de valor sobre mentalidad y cosas así que me pueden aportar.	Motivos de uso.	Valioso.
		E9. Es algo que genera distracción y lo ayuda a escapar a una de las obligaciones diarias.	Motivos de uso.	Entretenimiento
		E10. por ellas puedo saber cómo que pasa o algún chisme y cosas así, pues más que todo porque me entretienen.	Motivos de uso.	Entretenimiento
	6. ¿Cómo influyen los contenidos vistos en las redes sociales en tus decisiones? (Presencia en las redes sociales)	E1. A veces con cosas que quiero comprar o que me interesen.	Presencia en las redes.	Compras.

		E2. Creo que sí puede influir en las decisiones que tomo.	Presencia en las redes.	Decisiones buenas.
		E3. No influyen mucho en mis decisiones.	Presencia en las redes.	Poca.
		E4. Influencia para hacer ciertas cosas o a tener nuevos intereses.	Presencia en las redes.	Nuevos intereses.
		E5. Si influye es como muy real.	Presencia en las redes.	En general.
		E6. Es como una enseñanza de tutoriales ver de medicina, comprensión lectora y así entonces me influyen de manera positiva.	Presencia en las redes.	Conocimiento.
		E7. Yo veo algún video con algún punto de vista a veces de que yo estoy de acuerdo con ello, digo como que podría empezar a implementar esto o así.	Presencia en las redes.	Mentalidad.
		E8. videos sobre temas de cosas que me pueden estar pasando y lo pienso y muchas veces las tomo en cuenta.	Presencia en las redes.	Mentalidad.

		E9. Hay ciertas cosas que si llaman la atención e influyen en lo que uno quiere conseguir o usar.	Presencia en las redes.	Compras.
		E10. como al momento de comprar maquillaje, ropa o cosas así más que todo.	Presencia en las redes.	Compras.
	7. ¿Cuáles son tus sentimientos, pensamientos o emociones cuando no puedes ingresar a tus redes sociales por mucho tiempo?	E1. Cuando es por un regaño o cosas así si me da como algo de rabia y enojo no poder estar matando el tiempo.	Presencia en las redes.	Rabia y Enojo.
		E2. Sí no estoy me da como igual.	Presencia en las redes.	Ninguna.
		E3. No me desespero pues me da igual estar en una red social.	Presencia en las redes.	Ninguna.
		E4. Me da lo mismo, no me importa.	Presencia en las redes.	Ninguna.
		E5. Si siento la necesidad más que todo por los mensajes pues tengo mi vida social.	Presencia en las redes.	Desespero.
		E6. Yo necesito siempre un celular o algo.	Presencia en las redes.	Desespero.

		E7. Simplemente no se me da nada porque yo también puedo entretenerme con otras cosas.	Presencia en las redes.	Ninguna.
		E8. Me es indiferente.	Presencia en las redes.	Ninguna.
		E9. Siento que no tengo nada que hacer o con que distraerme.	Presencia en las redes.	Estrés
		E10. Como sin nada para hacer y siento como que si algo me faltara.	Presencia en las redes.	Desespero.
	8. ¿Cómo te expresas con las demás personas en las redes sociales?	E1. pero de expresarme o hablar con nadie no, no me gusta.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Ninguna.
		E2. Siempre va con un sticker.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Stickers y pocas veces notas de voz.
		E3. Yo soy de las que manda mensajes separados puede ser algo largo, pero lo mandó separado y utilizo demasiado stickers.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Stickers, mensajes escritos y pocas veces notas de voz.
		E4. Mensaje y stickers yo creo.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Mensajes escritos y stickers.

		E5. como dependiendo de la persona.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Notas de voz y stickers.
		E6. Pero sueles ser por mensajes de texto o enviar algún video.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Mensajes escritos y videos.
		E7. En redes normalmente por los mensajes privados de Instagram o de Tik Tok.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Mensajes escritos.
		E8. Es con un grupo pequeño porque soy muy selectivo.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Mensajes escritos.
		E9. Soy más un observador.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Poco por mensajes escritos.
		E10. solo como de compartirles cosas, pocas veces interactuó más con las personas.	Presencia en las redes Formas de expresión.	Enviando videos o imágenes.
	9. ¿Cuál es la apariencia que te gusta dar en tus redes sociales?	E1. Ni fotos tengo y no monto ni publico nada.	Presencia en la apariencia.	Ninguna.
		E2. cuando me tomé fotos siempre me las tomo como al natural.	Presencia en la apariencia.	Natural.
		E3. Yo me muestro en redes sociales como soy a día.	Presencia en la apariencia.	Filtros naturales.

		E4. Más que todo como fotos y videos, estos sin filtros con nada de eso.	Presencia en la apariencia.	Natural.
		E5. Me gusta que me vean como una niña malota.	Presencia en la apariencia.	Sexy y sería.
		E6. Me tomo fotos de mi cuerpo y las subo, subo fotos en boxers y ese tipo de cosas.	Presencia en la apariencia.	Sensual.
		E7. Que yo me vea como que esta foto quedo bien la voy a subir.	Presencia en la apariencia.	Natural.
		E8. Muy como yo soy y ya.	Presencia en la apariencia.	Natural.
		E9. Soy el típico "fantasma" que solo está observando.	Presencia en la apariencia.	Ninguna.
		E10. Soy de publicar pocas y más que todo es solo en las historias.	Presencia en la apariencia.	Natural.
	10. ¿Cuáles son los contenidos que prefieres ver en las redes sociales? (Temas e influencers más consultados)	E1. Me gusta ver videos chistosos, como cosas de caídas, sobre música, y así por el estilo y ya.	Temas consultados.	Variado.
		E2. Chinos que hacen casas, me gusta mucho ver bailes, risas y ahí también veo muchos videos de	Temas consultados.	Variado.

		terror eh, pero de todo, muy variada.		
		E3. Recetas hay como arreglan celulares, pero yo soy así me gusta como bailan me gusta cómo se maquillan cuando hacen un boxing de lo que les llega cuando piden cosas o sea yo soy súper variada veo rosas de Guadalupe ahí.	Temas consultados.	Variado.
		E4. Tik toks, videos como de maquillaje, peinados, cosas para la casa de todo o así y en Instagram como memes.	Temas consultados.	Variado.
		E5. Series, videos en Facebook como lo que me aparezca como videos de relaciones así que son infieles y cosas así entonces me entretengo mucho en eso.	Temas consultados.	Videos de infieles y series.
		E6. Me gusta ver, películas, series y ya.	Temas consultados.	Películas y series.
		E7. Pero contenido que yo vea que van como más con mis gustos serian de juegos de series.	Temas consultados.	Juegos de series.

		E8. Como te mencione contenidos de valor como sobre mentalidad, sobre libros o canciones con buenas letras y cosas así.	Temas consultados.	De valor.
		E9. Me gusta de todo un poco.	Temas consultados.	Variado.
		E10. Es un contenido muy variado.	Temas consultados.	Variado.
	11. ¿Qué contenidos te gusta compartir en las redes sociales?	E1. Solo los reels y videos graciosos que comparto con mis amigos y ya, nada más.	Temas consultados para compartir.	Reels y videos graciosos.
		E2. Cuando los tik toks tienen una situación que a mí ya me haya pasado yo la comparto o tik toks que me parezcan de animales tiernos o graciosos o cosas así.	Temas consultados para compartir.	Videos con situaciones similares a las vividas y de animales.
		E3. Pues si me gusta lo comparto.	Temas consultados para compartir.	Variado.
		E4. Como videos que me parezcan interesantes o memes.	Temas consultados para compartir.	Videos interesantes y memes.
		E5. Me gusta compartir memes, más que todo.	Temas consultados para compartir.	Memes.

		E6. Me gusta compartir las fotos de mi cuerpo, mis fotos sensuales.	Temas consultados para compartir.	El cuerpo.
		E7. Normalmente videos que sean como chistosos y si alguien subo contenido dando su opinión de algo que me parezca interesante también lo comparto.	Temas consultados para compartir.	Videos chistosos.
		E8. Tienen un alto valor, una mentalidad en grande y cosas así.	Temas consultados para compartir.	Videos aportantes.
		E9. Aunque las pocas veces que lo hago suelen ser frases motivacionales o recetas que me gustan mucho.	Temas consultados para compartir.	Frases motivacionales y recetas.
		E10. A veces comparto canciones, frases que me parecen interesantes de algunas imágenes y cosas así.	Temas consultados para compartir.	Variado.
	12. ¿Qué modas o retos de las redes sociales sueles seguir?	E1. No le prestó atención, no es algo que me interese.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
		E2. En Instagram no salen para hacer esos retos, ni nada, y yo en tik tok nunca publico nada.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
		E3. No, la verdad ninguna.	Temas consultados sobre	Ninguna.

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 105
de 125

			modas o retos.	
		E4. Pues de pronto las tendencias de moda.	Moda.	Aesthetic y Coquette.
		E5. No, a mí no me gustan esas cosas.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
		E6. No la verdad, nada de eso.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
		E7. A veces astetic	Temas consultados sobre modas o retos.	Astetic, a veces.
		E8. La verdad ninguna, como el contenido que veo no es como de ese tipo entonces no estoy con nada de eso.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
		E9. los bailes que están de moda o las imágenes generadas por IA.	Temas consultados sobre modas o retos.	Bailes e imágenes de IA.
		E10. Ninguna, la verdad no he encontrado alguna moda con la que me sienta identificada y lo de los retos no me gustan.	Temas consultados sobre modas o retos.	Ninguna.
	13. ¿En qué te enfocas para tomar la decisión seguir a	E1. Solo en que sea entretenido y ya para pasar el rato.	Seguimientos en redes.	Entretenimiento

	alguien y ver su contenido en las redes sociales?			
		E2. Cuando el contenido me gusta pues yo más que todos digo contenidos como de niñas.	Seguimien tos en redes.	Solo en que guste.
		E3. no soy como que, este tiene que tener como algo bueno también tienen que ser.	Seguimien tos en redes.	Por contenido de risa.
		E4. pero más que todo si veo como un video que me gusto lo sigo y ya.	Seguimien tos en redes.	Solo en que guste.
		E5. Yo los sigo más que todo por la parte chistosa y pues por la apariencia también que sean lindos.	Seguimien tos en redes.	Contenido de risa y apariencia.
		E6. Yo me enfoco mucho en la apariencia física, en si son chistosos, si les gustan las mismas cosas que a mí.	Seguimien tos en redes.	Apariencia física.
		E7. Yo la sigo pues si veo que me interese.	Seguimien tos en redes.	Contenido de risa.
		E8. En que sea contenido de valor, que la persona tenga contenido que me aporte en mi desarrollo y en mi crecimiento personal.	Seguimien tos en redes.	Aporte personal.

		E9. Que el contenido que sube sea atractivo para mí, que los videos sean entretenidos y no muy sobreactuados, que uno vea algo más cercano a la realidad.	Seguimien tos en redes.	Realidad.
		E10. No tengo como algo en específico para seguirlos, solo que el contenido me parezca como interesante o si tienen bonitas fotos y ya.	Seguimien tos en redes.	Apariencia física.
Indagar por la percepción de un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoestima, durante el año 2024.	14. ¿De qué forma las redes sociales influyen sobre lo que tu piensas acerca de si mismo(a)? (Influencia sobre la valoración de sí mismo)	E1. De ninguna manera creo yo, pues no le pongo cuidado a muchas cosas, tengo mi estilo y ya.	Influencia en el valor de sí.	Ninguna.
		E2. Eso sí influye mucho porque pues por ejemplo 1 se basa, por ejemplo, yo me baso mucho en el físico	Influencia en el valor de sí.	Baja autoestima.
		E3. Yo también pero no es tanto ver el físico de las personas sino como los mensajes que dejan	Influencia en el valor de sí.	Comentarios.

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 108
de 125

		E4. Pensando influye más para bien	Influencia en el valor de sí.	Conocimiento.
		E5. Yo me comparo mucho con las personas	Influencia en el valor de sí.	Baja autoestima.
		E6. pues yo no me comparo con nadie ni nada de eso yo pienso que cada uno tiene como su esencia	Influencia en el valor de sí.	Ninguna.
		E7. donde ve una niña linda como con el cuerpo se dice ojalá yo, ojalá yo, entonces uno como a veces si se deprime	Influencia en el valor de sí.	Inseguridades.
		E8. A veces me retan y me hacen sentir que me falta mucho para desarrollar una mentalidad de alto valor y poder	Influencia en el valor de sí.	Reto a ser mejor.
		E9. Trato de que no me afecte mucho, intento no dejarme influenciar mucho por modas	Influencia en el valor de sí.	Afectación poco.
		E10. en ocasiones es más por el físico, como que a veces me comparo y quisiera ser físicamente.	Influencia en el valor de sí.	Apariencia física.
	15. ¿Cómo el uso de redes sociales influye en la toma de las decisiones sobre tu apariencia?	E1. Tengo mi estilo y ya.	Decisiones en la apariencia.	Ninguna.

		E2. Pero en este momento todo el mundo esta como en la época que vuelven a su cabello natural.	Decisiones en la apariencia.	Apariencia física.
		E3. Entonces como que cada que sale alguna moda o algo así trato, entonces si desde que me gusten las trato de hacer y si no me queda bien no lo hago.	Decisiones en la apariencia.	Apariencia física.
		E4. Video de otra niña y veo como que a esto le queda lindo entonces pues yo también lo intento.	Decisiones en la apariencia.	Apariencia física.
		E5. Yo empiezo a buscar productos y todo para también estar así, entonces pienso que sí.	Decisiones en la apariencia.	Cuidado.
		E6. Bueno yo no, yo digo como que tiene algo muy lindo y ya, pero no me comparo con nadie.	Decisiones en la apariencia.	Ninguna.
		E7. Yo sigo lo que dice y pienso como que me puede gustar.	Decisiones en la apariencia.	Regulado.
		E8. Cosas así para mantenerme bien físicamente y también ser saludable que es importante para la mentalidad que quiero tener.	Decisiones en la apariencia.	Bien físicamente.

		E9. Algunas veces uno si ve cierto tipo de ropa que es bonita o atractiva y me gustaría conseguirla	Decisiones en la apariencia.	Forma de vestir.
		E10. a veces trato de hacer cosas como para cambiar mi apariencia solo por lo que veo.	Decisiones en la apariencia.	Apariencia física.
	16. ¿De qué forma el uso de redes sociales influye en la actitud que sueles tener hacia ti mismo (a)? (Influencia sobre la percepción de sí mismo)	E1. No, de ninguna manera, tengo mi estilo, mis gustos y ya.	Actitud personal.	Ninguna.
		E2. veo es gente así que es como super fitnes y así, que va todos los días al gimnasio, y si me digo como yo debería ser así, yo debería hacer eso.	Actitud personal.	Motivación a ser mejor.
		E3. de pronto veo a una persona como super poderosa o algo así, pues poderosa en el sentido de que logro muchas cosas.	Actitud personal.	Ninguna.
		E4. No, pues en ese sentido no siento que tenga como influencia.	Actitud personal.	Ninguna.
		E5. Influye mucho, me genera inconformidad e inseguridad por lo	Actitud personal.	Inconformidad.

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 111
de 125

		que veo en las personas.		
		E6. No, la verdad no tiene ninguna influencia por lo que le digo cada persona tiene su esencia entonces, yo también tengo la mía.	Actitud personal.	Ninguna.
		E7. Dicen que las personas que hacen esto pueden ser malas y yo pienso como que hay yo hago eso, entonces soy mala, pero yo lo miro, pero pues no cada quien, entonces no es como que influya mucho.	Actitud personal.	Pensamiento.
		E8. En esta parte considero que no tiene ningún tipo de influencia.	Actitud personal.	Ninguna.
		E9. yo diría que poco ya que trato de que no me inflencie demasiado.	Actitud personal.	Ninguna.
		E10. Uno ve muchas cosas que quisiera tener o que quisiera ser como muchas personas entonces si influye.	Actitud personal.	General.
	17. ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen de la de persona te gustaría ser?	E1. No nada, de ninguna manera.	Influencia imagen a futuro	Ninguna.

		E2. pero en este momento como que no influye, pues no sería otra persona, en este momento	Influencia imagen a futuro	Ninguna.
		E3. No influyen para nada en mí	Influencia imagen a futuro	Ninguna.
		E4. sí, porque igual uno veo a otras personas que ya son más avanzadas, que hacen contenido que es como más de calidad, contenido útil	Influencia imagen a futuro	Formas de ver la vida.
		E5. La verdad siento que influyen siento que de una manera positiva porque cuando sigo a una persona y las veo haciendo cosas positivas, buenas yo pienso que quiero ser así.	Influencia imagen a futuro	Acciones positivas.
		E6. No sé, yo digo que como más que todo en el sentido de la universidad.	Influencia imagen a futuro	Estudios.
		E7. Si influye un poquito, porque es que yo digo bueno estos consejos o como que esta persona me parece chévere o como el físico.	Influencia imagen a futuro	Apariencia física.
		E8. En este si influye debido a que me gustaría ser una persona con una mentalidad muy	Influencia imagen a futuro	Formas de ver la vida.

		sólida y muy bien constituida en cuanto a pensamientos y eso.		
		E9. Esto si considero que bastante, uno logra observar todo lo que puede llegar a hacer y uno se identifica mucho en todas las profesiones o videos que va mirando.	Influencia imagen a futuro	Visión general.
		E10. Pues a veces sí, me doy como muy duro por no ser como otras personas.	Influencia imagen a futuro	Comparación.
	18. ¿De qué manera los contenidos vistos en las redes sociales determinan el tipo de personas que consideras que eres?	E1. Con cosas que dicen que se me pegan y ya.	Influencia en el presente.	Actitudes.
		E2. No pues no, para mí no influyen, pues no lo determinan.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E3. La verdad considero que no lo determinan.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E4. No, porque el tipo de persona que soy es como en la vida real, y en las redes sociales son como otra cosa diferente como aparte.	Influencia en el presente.	Ninguna.

		E5. Pues la verdad no, para nada lo determinan.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E6. No lo determinan para nada.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E7. Yo siento que voy a adaptando como que un poquito a la personalidad de esa persona intentando tomar lo bueno.	Influencia en el presente.	Forma de ser.
		E8. Me parece que no lo determinan.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E9. Uno se va viendo en todas y va mirando en que se siente más identificado y que le gustaría ser.	Influencia en el presente.	Identificación.
		E10. uno a veces hace como ciertos cambios o aplica ciertas cosas que ve.	Influencia en el presente.	Forma de ser.
	19. ¿Tienes algún modelo a seguir que influya en lo que piensas sobre ti?	E1. Solo los que tienen mucha plata.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E2. No, la verdad es que yo no soy tanto de influencers.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E3. La verdad no tengo ninguno en especial.	Influencia en el presente.	Ninguna.

		E4. No, la verdad no tengo a nadie en especial.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E5. La verdad sí es un cantante Michael Jackson, me influye mucho porque él dice que las personas se deben de amar a sí mismas.	Influencia en el presente.	Amor propio.
		E6. Para mí es Karol g, la bichota, ella empezó a dar mensajes a las personas para que se quieran.	Influencia en el presente.	Amor propio.
		E7. La verdad no, porque lo que yo sigo y lo que yo veo es como muy variado.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E8. No tengo uno en particular, son varias las personas que conozco con mentalidad fuerte como la que quiero.	Influencia en el presente.	Mentalidad.
		E9. Creo que no, veo tantas personas y tantas cosas en redes que no podría identificarme.	Influencia en el presente.	Ninguna.
		E10. No, como el contenido que veo es tan variado.	Influencia en el presente.	Ninguna.
Inquirir por la percepción de un grupo de adolescentes pertenecientes a la Institución Educativa Darío	20. Tus cualidades personales como están influidas por las redes sociales? (Influencia del	E1. Nada, yo soy como soy y ya.	Cualidades .	No influye.

De Bedout sobre la influencia del uso de redes sociales en su autoconcepto, durante el año 2024.	uso de redes sociales en sus cualidades y capacidades)			
		E2. Algo que yo cambie este año fue la alimentación, pero entonces fue porque vi que en tiktok existen muchas recetas que uno puede hacer, entonces yo como hagámoslo.	Cualidades .	Conciencia en la alimentación.
		E3. De pronto en la disciplina, que es algo que veo en las personas poderosas que sigo y trato de tomar eso para mí.	Cualidades .	Más disciplina.
		E4. No, soy muy firme con mis cualidades y con como soy en mi forma de ser entonces no.	Cualidades .	Ninguna.
		E5. Ninguna, mis cualidades pues las he venido teniendo desde pequeño entonces no.	Cualidades .	Ninguna.
		E6. Ninguna, las he ido forjando mientras he estado creciendo y todo, entonces no.	Cualidades .	Ninguna.
		E7. Pues, en esto considero que no, de ninguna manera.	Cualidades .	Ninguna.

		E8. Considero que los contenidos que busco me ayudan a potenciarlas más, como en mi disciplina y esas cosas, entonces están influidas de una buena manera.	Cualidades	Más disciplina.
		E9. Aunque no niego que hay ciertas acciones o conductas que a uno se le van pegando de tanto verlas	Cualidades	Forma de actuar.
		E10. porque veo personas muy disciplinadas y ordenadas y pienso que quisiera tener esas cualidades en mí, entonces trato de hacerlo	Cualidades	Más disciplina y orden.
	21. ¿De qué manera el uso de las redes sociales afecta tus capacidades personales?	E1. De pronto a veces que mato mucho tiempo en ellas y descuido otras cosas por hacer y ya.	Afectación en capacidades.	Procrastinar.
		E2. Pues a veces que paso mucho tiempo en el celular, entonces dejo de hacer otras cosas que puedan ser como importantes.	Afectación en capacidades.	Procrastinar.
		E3. Pues la verdad no, siento que la mayoría de las cosas que veo antes me aportan y ayudan de cierta manera.	Afectación en capacidades.	Ninguna.

		E4. a veces como que me entretengo mucho y me quitan mucho tiempo.	Afectación en capacidades.	Procrastinar.
		E5. veo en videos que se debe de ser amable con todas las personas porque no saben por lo que están pasado y entonces de esa forma si influyen en mis capacidades.	Afectación en capacidades.	Forma de ser.
		E6. Pues la verdad no encuentro manera en que las afecte.	Afectación en capacidades.	Ninguna.
		E7. como que sea algo que este en contra de mi personalidad tal vez si me afecte un poco.	Afectación en capacidades.	Personalidad
		E8. Como las utilizo poco, siento que no las afecta.	Afectación en capacidades.	Ninguna.
		E9. anteriormente estando más pequeño salía a jugar con amigos y cosas así, hoy en día todo es más virtual	Afectación en capacidades.	Socialización.
		E10. Porque a veces paso mucho tiempo en ellas y descuido ciertas cosas que son importante	Afectación en capacidades.	Procrastinar.
	22. ¿De qué manera los influencers que sigues en las redes sociales influyen en tu	E1. Pues unos manes son muy monstruos, pero nada yo solo me cuido.	Influencia en la apariencia.	Ninguna.

	apariciencia física? (Influencia del uso de redes sociales en su aspecto físico)			
		E2. como en el color de cabello y así, de resto no.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E3. De pronto con esas personas poderosas que tienen como diferentes estilos.	Influencia en la apariencia.	Muchos aspectos.
		E4. Sí, de pronto como se arreglan, se peinan, ese tipo de cosas.	Influencia en la apariencia.	Muchos aspectos.
		E5. La verdad sí, porque me gustaría ser como ellos, me gustaría ser como ellos en el ideal de belleza que tengo.	Influencia en la apariencia.	Prototipo de belleza.
		E6. No, yo, así como soy y todo físicamente tengo mi esencia entonces no influyen.	Influencia en la apariencia.	Ninguna.
		E7. Es que a veces que dicen cosas o dan consejos de estética y si influye en esa manera.	Influencia en la apariencia.	Muchos aspectos.
		E8. Lo que veo es para que me ayude o me guie para estar mejor en muchos aspectos incluyendo el físico.	Influencia en la apariencia.	Muchos aspectos.

		E9. Poco, debido a que sigo a tantos y veo tantos vídeos siento que no se me pega algo específico de alguno.	Influencia en la apariencia.	Poco.
		E10. En mi físico si siento que influyen porque a veces quisiera ser como ellos que se ven con esos cuerpos super lindos.	Influencia en la apariencia.	Físico.
	23. ¿Como crees que la imagen de tu cuerpo esta influenciada por las imágenes que ves en las redes sociales?	E1. Por esos monstruos a veces dan ganas de ser así.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E2. No pues, a mí me gustaría ser así super fit pero como que yo me empiece a ver fea porque le veo el cuerpo bonito a los demás, pues no.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E3. En mí no, me siento muy bien con mi cuerpo.	Influencia en la apariencia.	Ninguna.
		E4. Así que yo quiera cambiar algo o me sienta mal por lo que veo como que no.	Influencia en la apariencia.	Ninguna.
		E5. Pienso que si esta influenciada porque a veces quisiera ser un poco diferente y como te decía afecta mi autoestima.	Influencia en la apariencia.	Físico.

		E6. No se influencia para nada.	Influencia en la apariencia.	Ninguna.
		E7. No como un cuerpo lindo y tienen un cuerpo bien, entonces digo ojalá yo, pero yo digo que es de manera positiva porque yo digo ojalá tener eso, entonces yo me pongo a trabajar en mí misma.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E9. Trato de aplicar lo que sea mejor para mí como el hacer ejercicio constante para mantener un buen cuerpo.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E9. Uno ve en la mayoría de los videos a gente con cuerpos bonitos y musculosos, entonces uno trata de estar así.	Influencia en la apariencia.	Físico.
		E10. Por las imágenes creo que poco.	Influencia en la apariencia.	Poco.
	24. ¿De qué forma las cosas que no te gustan de ti mismo están relacionadas con los contenidos que ves en las redes sociales? (Influencia del uso de redes	E1. Nada, yo soy como soy y ya, o solo el físico para estar mejor.	Defectos.	Ninguna.

	sociales en sus defectos)			
		E2. Lo admiro, pero no me empiezo a degradar a mí misma, no.	Defectos.	Ninguna.
		E3. A mi si me afectan como cosas así.	Defectos.	Poca relación.
		E4. Uno se pone a ver las redes sociales y como que no ellos todo el tiempo están como lindo y así.	Defectos.	Apariencia física.
		E5. Hago todo lo posible por estar bien y si algo no me gusta de mi trato de cambiarlo desde que se pueda según lo que voy viendo.	Defectos.	Apariencia física.
		E6. No pues, la verdad ósea ya no me afecta nada de eso.	Defectos.	Ninguna.
		E7. Por lo del físico, entonces también uno a veces como que si se deprime.	Defectos.	Apariencia física.
		E8. De ninguna manera, pue si tengo mis inseguridades, pero trato mucho de no pensar en ellas.	Defectos.	Ninguna.

		E9. Entonces no podría asegurar que algo de mí no me gusta solo por verlo en redes.	Defectos.	Ninguna.
		E10. En lo físico pues sí, porque por lo que veo lo quisiera cambiar y bueno con algunas cositas que uno ve de mentalidad.	Defectos.	Apariencia física.
	25. ¿Si tuvieras la posibilidad de cambiar algo de ti mismo, lo harías tomando como referencia lo que ves en las redes sociales?	E1. De pronto por los manes con monstruo de cuerpo.	Cambios	Apariencia física
		E2. No, yo cambiaría porque es una decisión mía.	Cambios	Ninguna
		E3. No, no tendría que pensar en cambiar algo por las redes sociales, no.	Cambios	Ninguna
		E4. No, las cosas que quisiera cambiar serían por mí.	Cambios	Ninguna
		E5. Si un poquito, por ejemplo, la nariz buscaría un prototipo de nariz.	Cambios	Apariencia física
		E6. Yo digo que los dientes, y si tomaría en cuenta las redes.	Cambios	Apariencia física
		E7. Si, pero moderadamente, es decir, tomaría como en cuenta	Cambios	Pocas cosas.

		solo algunas cosas para cambiar.		
		E8. Las tendría en cuenta como lo vengo haciendo, para cambiar mi mentalidad poco.	Cambios	Mentalidad.
		E9. Yo creería que no, si pudiera cambiar algo de mi lo haría por qué puedo y no por el contenido que veo.	Cambios	Ninguna
		E10. Si es algo físico que es en lo que a veces me siento más insegura, si tuviera en cuenta a ciertas personas que sigo en las redes sociales.	Cambios	Apariencia física

**PLANTILLA TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Código: F-
DO-0029

Versión: 01

Página 125
de 125