

Cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Leonela Erazo Rosero, Marcela Estefanía Nasner Ascuntar y Katheryn Lucia Ramos Botina

Programa de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad CESMAG

Nota de los autores

El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para optar al título de pregrado como psicólogas en la Universidad CESMAG.

La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al Programa de Psicología de la Universidad CESMAG a través del correo: psicología@unicesmag.edu.co

Cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Leonela Erazo Rosero, Marcela Estefanía Nasner Ascuntar y Katheryn Lucia Ramos Botina

Programa de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad CESMAG

Asesora: Mg. Grace Susana Flórez Múnica

2 de junio del 2026

NOTA DE EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD INTELECTUAL

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autoras y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma Presidente del Jurado



Firma del Jurado



Firma del Jurado

San Juan de Pasto, junio del 2026

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos profundamente a Dios por guiarnos y acompañarnos durante todo este proceso académico, brindándonos fortaleza, sabiduría y perseverancia para afrontar cada uno de los retos presentados a lo largo de nuestra formación profesional, su bendición y apoyo espiritual fueron fundamentales para culminar esta importante etapa de nuestras vidas.

A nuestros padres y familias, expresamos nuestro más sincero agradecimiento por su amor incondicional, comprensión, esfuerzo y apoyo constante durante este camino. Gracias por motivarnos a seguir adelante, por confiar en nuestras capacidades y por convertirse en nuestro principal apoyo en los momentos de dificultad, cada sacrificio realizado y cada palabra de aliento fueron esenciales para alcanzar esta meta tan significativa.

De manera especial, agradecemos a la Mg. Susana Flórez por ser nuestra asesora de trabajo de grado, quien nos acompañó, orientó y sostuvo su compromiso durante el desarrollo de este trabajo investigativo. Gracias por compartir sus conocimientos, brindarnos su tiempo y guiarnos con dedicación y profesionalismo en cada etapa del proceso, contribuyendo significativamente a nuestro crecimiento académico y personal.

Asimismo, expresamos nuestra gratitud a la Universidad CESMAG por abrirnos las puertas y permitirnos formarnos como profesionales integrales. A cada uno de los docentes que hicieron parte de nuestro proceso formativo, gracias por sus enseñanzas, aportes y experiencias compartidas, las cuales fortalecieron nuestros conocimientos y contribuyeron a nuestra formación humana y profesional.

Agradecemos también a la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez - Sede San Rafael por permitir el desarrollo de esta investigación y por la disposición brindada durante el proceso. Extendemos igualmente nuestro agradecimiento a todas las personas que participaron y colaboraron de manera voluntaria, haciendo posible la realización de este trabajo.

De igual manera, queremos agradecerlos por el esfuerzo, la dedicación y la constancia demostrada a lo largo de este proceso. Cada reto enfrentado fortaleció nuestro compromiso, nuestra capacidad de trabajo en equipo y nuestro crecimiento tanto académico como personal. Gracias a la unión, el apoyo mutuo y la perseverancia, logramos culminar satisfactoriamente este importante proyecto, alcanzando una meta que representa el fruto de nuestro empeño, disciplina y dedicación.

También agradecemos a todas aquellas personas que, de una u otra manera, estuvieron presentes durante este recorrido académico, brindándonos apoyo, motivación y confianza. Cada experiencia vivida y cada aporte recibido dejaron una huella significativa en nuestra formación, permitiéndonos culminar esta etapa con satisfacción, aprendizaje y gratitud.

Tabla de contenido

Resumen de la investigación	10
Introducción.....	11
Objeto o tema de investigación	12
Campo de aplicación	12
Línea de investigación	13
Planteamiento del problema	13
Justificación	15
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos específicos.....	16
Marco de referencia	17
Marco de antecedentes.....	17
Marco contextual	25
Marco teórico- conceptual.....	26
Marco legal.....	36
Metodología.....	38
Enfoque.....	38
Método.....	39
Tipo de estudio	39
Unidad de análisis.....	40
Unidad de trabajo.....	40
Técnicas e instrumentos de recolección de información	41
Técnicas e instrumentos de análisis de la información.....	42
Matriz de categorías deductivas	43
Recursos de la investigación.....	44
Elementos éticos y bioéticos.....	45
Consentimiento informado	45

Componente bioético.....	46
Presentación de resultados.....	47
Descripción general del método de análisis	47
Matriz de vaciado y depuración de información	49
Matriz de proposiciones agrupadas	66
Matriz de vaciado y depuración de información	76
Matriz de proposiciones agrupadas	81
Matriz de triangulación de información	85
Matriz de categorías inductivas	95
Análisis e interpretación de resultados	100
Autoestima en el área personal.....	100
Autoestima en el área familiar.....	102
Autoestima en el área social	106
Conclusiones.....	106
Recomendaciones	108
Referencias	112
Apéndices	120

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de categorías deductiva - Población adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.	43
Tabla 2. Descripción del procedimiento metodológico y Cronograma.	44
Tabla 3. Presupuesto.	44
Tabla 4. Matriz de vaciado y depuración de información entrevista semiestructurada	49
Tabla 5. Matriz de proposiciones agrupadas entrevista semiestructurada.	66
Tabla 6. Matriz de vaciado y depuración de información grupo focal.	77
Tabla 7. Matriz de proposiciones agrupadas grupo focal.	81
Tabla 8. Matriz de triangulación de información	85
Tabla 9. Matriz de categorías inductivas	95

Resumen de la investigación

La presente investigación se desarrolló en el contexto del creciente uso de las redes sociales en la adolescencia, una etapa crucial para la construcción de la identidad y la autoestima. El estudio tuvo como objetivo general comprender cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la Institución Educativa Municipal Aurelio Arturo Martínez, sede San Rafael, de la ciudad de Pasto, de manera específica, se buscó identificar las percepciones de la autoestima personal asociadas al uso de redes sociales, explorar la relación del entorno familiar con dicha percepción y analizar la influencia de la comparación social en el ámbito relacional. Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un método histórico-hermenéutico y un diseño fenomenológico, lo que permitió comprender las experiencias que los adolescentes atribuyen al uso de las redes sociales, por su parte, la recolección de la información se realizó mediante entrevistas semiestructuradas y grupos focales, aplicados a una muestra de diez adolescentes seleccionados bajo criterios previamente establecidos.

Los resultados obtenidos evidenciaron que el uso de redes sociales influye de manera significativa en la autoestima de los adolescentes, especialmente a través de procesos de comparación social, la búsqueda de validación externa y la exposición a estándares idealizados de imagen y éxito, asimismo, se identificó que el apoyo y la comunicación familiar actúan como factores protectores frente a posibles afectaciones en la autoestima. En conclusión, el estudio permite comprender que el impacto de las redes sociales en la autoestima adolescente es multifactorial, destacando la importancia de promover un uso consciente y responsable de estas plataformas, así como el fortalecimiento del acompañamiento familiar y educativo en esta etapa del desarrollo.

Palabras clave. Adolescencia, autoestima, redes sociales.

Introducción

En la actualidad, el uso de las redes sociales se consolida como una parte esencial de la vida cotidiana de los adolescentes, quienes se encuentran en una etapa decisiva de formación personal y emocional. Este fenómeno digital, aunque cuenta con múltiples beneficios comunicativos y de entretenimiento, genera preocupaciones respecto a su impacto en aspectos psicológicos claves, como la autoestima, es por esto que la presente investigación tuvo como objetivo general comprender cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes entre 14 y 17 años de la Institución Educativa Municipal Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto. A partir de este propósito, se plantearon tres objetivos específicos, los cuales buscaron: identificar las percepciones de la autoestima personal en relación con el uso de las redes sociales en los adolescentes; explorar cómo se relaciona el entorno familiar con la percepción de la autoestima en adolescentes que utilizan redes sociales; y analizar cómo las experiencias de comparación social en redes influyen en la construcción de la autoestima en el ámbito relacional de los adolescentes.

Asimismo, es importante mencionar que el problema de investigación partió de la creciente exposición de los adolescentes a las redes sociales y de cómo esta interacción pudo derivar en inseguridades, sentimientos de inferioridad, aislamiento y una construcción distorsionada de su autoimagen, especialmente en una etapa vital donde se afianzó la identidad. A partir de la revisión documental se encontraron, en diversas investigaciones tanto nacionales como internacionales, una serie de resultados mixtos sobre la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima, destacándose la influencia de factores individuales, sociales y culturales; sin embargo, no se encontraron antecedentes investigativos locales o regionales que examinaran esta problemática en el contexto de la ciudad de San Juan de Pasto o del departamento de Nariño; este vacío investigativo hizo aún más relevante la presente propuesta, al aportar un enfoque contextualizado a la región y la idiosincrasia nariñense actual.

Teóricamente, este estudio se fundamentó en autores como Stanley Coopersmith (1996), quien conceptualizó la autoestima como una evaluación personal y constante sobre la valía individual. Además, se consideraron los aportes de David Caldevilla (2010) e Ibeth Aucapiña y Nicolás Campodínoco (2024) sobre los efectos psicológicos y sociales del uso de redes, y se contextualizó la etapa adolescente desde las teorías de Erik Erikson (1968) y Jhon Santrock

(2004), quienes destacaron la búsqueda de identidad y los procesos de autoevaluación propios de esta etapa.

Por su parte, la metodología adoptada correspondió a un enfoque cualitativo con método histórico-hermenéutico y un diseño fenomenológico, que permitió comprender las experiencias atribuidos por los adolescentes al uso de redes sociales y su impacto en la autoestima. Además, se usaron técnicas de recolección de información como entrevistas semiestructuradas y grupos focales, dirigidos a una muestra de 10 adolescentes seleccionados bajo criterios específicos, lo cual facilitó el análisis profundo y contextualizado de la problemática.

En este sentido, esta investigación pretendió no solo aportar conocimientos actuales y contextualizados a la región sobre la relación entre las redes sociales y la autoestima en la población adolescente, sino también contribuir a la reflexión académica y social sobre la necesidad de un uso responsable y saludable de estas plataformas en una etapa tan sensible del desarrollo humano como lo es la adolescencia.

Objeto o tema de investigación

Redes sociales y autoestima en adolescentes.

Campo de aplicación

En relación al campo de aplicación, la psicología clínica está orientada al estudio y cuidado de la salud mental y del comportamiento de los individuos y grupos, como también está dirigido a la promoción de la adaptación y del desarrollo personal. Se centra en el desarrollo intelectual, emocional, biológico, psicológico, social y en los aspectos conductuales del funcionamiento humano durante toda la vida, en diferentes culturas y en todos los niveles socioeconómicos. (APA, 2015 citado por Bregman et al., p. 206)

Por tal razón, para la presente investigación resulta conveniente trabajar desde este campo, dado que permite comprender las diversas dimensiones del comportamiento humano desde la subjetividad y cómo se pueden abordar académicamente a la luz de nuevos conocimientos las dificultades emocionales y psicológicas de la autoestima, que pueden surgir a través del uso inadecuado de redes sociales.

Línea de investigación

Según el formato establecido para la institucionalización o resignificación de líneas de investigación de la Universidad Cesmag, la línea de investigación psicología clínica y de la salud se define como:

La integración de dos campos de especialización separados: la primera dedicada a los trastornos considerados clásicamente clínicos o mentales y centrada en los tratamientos; y la segunda a los fenómenos y trastornos psicológicos relacionados con los problemas médicos o de salud en general, centrándose también en la prevención y promoción de la salud. (p. 15)

En este contexto, el presente proyecto se enmarca dentro de la mencionada línea, puesto que las redes sociales pueden afectar negativamente en la autoestima de los adolescentes, dando lugar a una baja autoestima o trastornos mentales como la depresión, ansiedad, etc. (Aucapiña y Campodinoco, 2024)

Planteamiento del problema

Fátima Llamas e Isabel Pagador (2014), mencionan que el término Red Social va vinculado a la integración de las tecnologías que acompañan a los adolescentes en cada momento, puesto que éstos se han convertido en los principales usuarios activos de estas plataformas surgidas en el seno del Internet. A propósito de esto, mencionan que la mayor incidencia del uso de las redes sociales se da entre los jóvenes de 14 a 24 años.

En este sentido es importante destacar lo que menciona Loreto Vergara (2020), quien sugiere que exponerse a una edad temprana y de forma abrupta a las redes sociales, en la cual se registra una exposición hacia terceros de manera permanente, donde tanto la imagen corporal, como el desarrollo identitario y la autoestima, pueden verse perjudicados. De esta manera, el uso incontrolado de las redes sociales puede llegar a incrementar la inseguridad, incentivar el aislamiento, la sensación de soledad, y desestimar la imagen corporal tal y como lo menciona, Además, la adolescencia es una etapa donde se presentan múltiples cambios y comienza la preocupación por la imagen corporal y el grado de aceptación entre pares.

Por su parte Erick Erikson (1968), hace mención a que, en la etapa de la adolescencia, el individuo se encuentra en una confrontación frente a la crisis y confusión para lograr la identidad; por tal razón, se plantea la posibilidad de que las redes sociales pueden tener mayor incidencia frente a la autoestima, como también en el proceso de identidad, debido a que las plataformas

digitales presentan diversos estereotipos que cumplen con una función identitaria. En relación a esto Milagros Manotti (2023), refiere que las redes sociales brindan al individuo la idea de un mundo moldeado con base a sus prejuicios o ideales de belleza, que resultan imposibles de alcanzar, ocasionando un complejo de inferioridad y una constante comparación con los demás, rechazando la persona que se es en realidad, y, en consecuencia, se pueden presentar dificultades para alcanzar todos los propósitos y objetivos, causando así depresión, ansiedad, ira, vergüenza o culpa.

De este modo es importante mencionar que, si no se tiene un control adecuado y si se permite que las redes sociales incidan en estos ámbitos de la vida, podrían desencadenar ciertas afectaciones en la persona tal y como lo refiere Shapira et al. (2000), citado por Ferran Viñas (2009), que a partir de 20-28 horas semanales (un promedio de entre 3 y 4 horas diarias) se está ante un uso excesivo de las redes sociales que generalmente conlleva una interferencia de la actividad social y/o escolar o bien la presencia de malestar psicológico en el individuo como ansiedad, estrés, depresión, dificultades en la regulación emocional o afectación en la autoestima.

Esta misma problemática se evidenció en la investigación realizada por Pamela Soria y Narcisca Villegas (2023), quienes mencionan que existe una mayor vulnerabilidad en la autoestima de los adolescentes por el uso de las redes sociales. Además, señalaron que al estar en una etapa de alta fragilidad se llegan a presentar problemas de inmadurez emocional buscando aceptación de los pares.

Sin embargo, esta problemática no se observó en el estudio realizado por Acuña et al. (2019), donde los autores refieren que no se encontró una relación entre el uso de redes sociales y el nivel de autoestima en estudiantes de sexto y séptimo semestre del programa de Psicología de la UNAB, es decir, que no existe una afectación en la autoestima por parte de la frecuencia con la que se accede a las redes sociales. Los autores de la investigación señalan que esto podría explicarse debido a que los estudiantes, al encontrarse en semestres superiores, son en su mayoría adultos, por lo que su identidad y autoestima ya se encuentran más consolidadas y estructuradas.

Esta discrepancia en los resultados de las investigaciones previas evidencia la necesidad de profundizar en el análisis de la relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima, especialmente en la etapa de la adolescencia, debido a que se trata de un periodo evolutivo caracterizado por una mayor sensibilidad a la aceptación social, la construcción de la identidad y la autoimagen. A diferencia de los jóvenes adultos, los adolescentes se encuentran en un proceso

de desarrollo psicológico y emocional en el que la exposición constante a contenidos digitales, estereotipos sociales y dinámicas de comparación podría generar efectos diferenciados en su percepción personal y valoración de sí mismos.

De igual manera, se identifica una limitada producción investigativa que aborde esta problemática en poblaciones adolescentes, particularmente en el contexto local de la ciudad de Pasto. En este sentido, se considera pertinente realizar una investigación actualizada y contextualizada a nuestra región que permita aportar mayor claridad y evidencia científica sobre cómo el uso de las redes sociales puede influir en la autoestima de los adolescentes. Todo esto conduce a formular la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto?

Justificación

La presente investigación se enfoca en comprender cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes, debido a que, en la actualidad los medios tecnológicos han tomado más relevancia en la vida de los mismos convirtiéndose en una herramienta fundamental para la formación de su identidad y autoestima. El desarrollo de la autoestima en esta etapa es importante debido a que influye en la formación de su personalidad, su bienestar emocional y también en sus relaciones interpersonales, además, es una construcción subjetiva y dinámica por lo cual es esencial comprender y analizar las experiencias y percepciones que los adolescentes otorgan a través de la interacción que tienen con estas plataformas digitales.

Si bien, las plataformas digitales funcionan como un espacio de interacción y expresión, a través de las mismas, los adolescentes buscan un reconocimiento, validación y pertenencia, siendo estos elementos clave en la autoestima. Asimismo, la interpretación a comentarios digitales, reacciones, comparaciones con sus pares y la exposición a estándares de belleza poco realistas pueden generar inseguridad, afectando el bienestar emocional como también generar problemas en el desarrollo de la autoestima.

De igual manera, este estudio es novedoso porque permite obtener resultados actualizados en relación a investigaciones pasadas, cuando las redes sociales aún no tenían la relevancia social y psicológica que han adquirido actualmente. Siendo así, al realizar esta investigación en esta época, donde las plataformas digitales y las redes sociales se encuentran en el auge del consumo

masivo, puede brindar visiones o perspectivas diferentes. En este mismo sentido, Javier Serrano (2012), manifiesta que las personas están a diario más interesadas en el mundo digital, con ello se adentran cada vez más en las redes sociales, incluso llegando a convertirlas en una necesidad. Este panorama permite obtener resultados contundentes en cuanto a la comprensión de cómo influyen las redes sociales en el desarrollo de la autoestima. De este modo, al no contar con investigaciones regionales, se da una oportunidad mucho más interesante, debido a que los resultados pueden incentivar a investigar desde diferentes enfoques dicha problemática.

Siendo así, esta pertinente, pues genera nuevos conocimientos y proporciona una perspectiva de análisis novedoso, permitiendo la posibilidad de identificar formas de abordaje a partir de información científica. Entorno a ella, el desarrollo del estudio beneficia principalmente a los investigadores, ampliando su conocimiento y atribuyéndose mayor dominio del tema de estudio, como también se verá beneficiada la población a investigar y la comunidad educativa, debido a que la investigación puede aportar información valiosa sobre los efectos positivos y negativos que pueden generar las redes sociales en la autoestima, permitiendo que la institución implemente medidas preventivas frente a la importancia de un uso saludable de estas plataformas. Además, genera un aporte investigativo novedoso a la Universidad Cesmag, puesto que, este proyecto permite a través de la población abordada obtener una nueva visión ante una problemática que no ha sido investigada a nivel regional, al ser un nuevo fenómeno social.

Objetivos

Objetivo General

Comprender cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Objetivos específicos

1. Identificar las percepciones de la autoestima personal en relación al uso de las redes sociales en los adolescentes.
2. Explorar cómo se relaciona el entorno familiar con la percepción de la autoestima en adolescentes que usan redes sociales.
3. Analizar cómo las experiencias de comparación social en redes influyen en la construcción de la autoestima en el ámbito relacional de los adolescentes.

Marco de referencia

Marco de antecedentes

Investigaciones internacionales. En el marco de la presente investigación, resulta fundamental examinar antecedentes internacionales que aborden la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. Esta revisión permite contextualizar el problema en diversos entornos socioculturales, identificar enfoques metodológicos pertinentes y reconocer patrones comunes en los hallazgos. A partir del análisis de diferentes estudios realizados en países como Ecuador, Perú y Pakistán, se busca establecer una base que respalde el desarrollo del presente proyecto.

Una vez dicho esto, se encuentra inicialmente, la investigación denominada "El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes en Ecuador" realizada por Bernal et al. (2025) la cual, tuvo como objetivo examinar el efecto de la utilización de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes, identificando elementos moderadores y proponiendo estrategias de intervención a través de una metodología integrada que combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Participaron 250 adolescentes entre las edades 13 a 18 años, para la recolección de datos utilizaron cuestionarios estandarizados, entrevistas semiestructuradas y el análisis del tiempo de uso y contenido en las redes sociales. Los hallazgos cuantitativos evidenciaron una correlación entre la utilización intensiva de plataformas digitales como Instagram, TikTok y Snapchat y niveles reducidos de autoestima, particularmente en adolescentes que comparan sus vidas con las de sus pares o influencers. En este sentido la evaluación cualitativa subrayó que los adolescentes con una autoestima más vulnerable enfrentan una presión incrementada para cumplir con los estándares de belleza y éxito social propagados en las redes sociales, mientras que aquellos con una perspectiva más crítica demuestran una mayor resiliencia frente a dichas influencias. Además, detectaron diferencias de género, dado que las mujeres mostraron una mayor tendencia a una reducción en su autoestima atribuible a las comparaciones físicas, mientras que los varones mostraron un mayor énfasis en logros y popularidad en línea.

La investigación anterior al tener una metodología mixta aporta inicialmente conceptos teóricos claves, los cuales permiten identificar cómo las redes sociales están actualmente más presentes en la vida de las personas, especialmente en los adolescentes, además, desde el punto de vista cualitativo ofrece una visión más clara en la aplicación de la entrevista semiestructurada,

la cual es una de las técnicas que se utilizarán dentro de esta investigación, proporcionando aspectos que se pueden tener en cuenta para realizar su estructuración y finalmente, los resultados permiten identificar factores específicos que sería importantes considerar para el presente proyecto, como lo es la comparación social, el tipo de plataformas más utilizada y las diferencias de género.

Otra de los estudios se denomina “Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito Ecuador” llevada a cabo por Karen Espinosa (2024), la cual tuvo como objetivo relacionar el uso de las redes sociales con la autoestima en los adolescentes estudiantes de un colegio de Quito. La investigación es de enfoque cuantitativo, empleando un diseño transversal, de igual manera, participaron 30 adolescentes entre 15 a 17 años. En cuanto a los resultados, obtuvieron que el uso intensivo de redes sociales puede tener un impacto negativo en la autoestima de los adolescentes, debido a la exposición constante a estándares idealizados de belleza y vida, junto con la validación a través de "likes" y comentarios, lo cual lleva a que aquellos individuos que no reciben la validación esperada experimenten sentimientos de insuficiencia o baja autoestima y finalmente encontraron que existen diferencias de género, dado que las adolescentes en particular, parecen ser más vulnerables a los efectos negativos debido a la presión social y los estándares de belleza.

Esta investigación aporta, inicialmente, conceptos teóricos relevantes como autoestima y redes sociales, de los cuales en ese estudio se puede tener una mayor profundización, logrando una visión más clara sobre la temática que se aborda en el presente proyecto. Además, a partir de los resultados obtenidos, este análisis ofrece la importancia de indagar con la población participante, los efectos negativos que pueden traer la cantidad de likes; entendidos por Davinia Martín & Marta Medina (2021) como señales de retroalimentación que expresan aprobación, interés o reconocimiento hacia una publicación, imagen o comentario, y los comentarios desfavorables en las publicaciones que los adolescentes realizan, los cuales se pueden explorar a través de la entrevista o grupo focal.

Por otra parte, el estudio “Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de nivel secundario de una Institución Educativa Estatal, Tacna-Perú, 2018” fue realizada por Felix Ururi (2018), teniendo como objetivo hallar la relación entre redes sociales y autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa Fortunato Zora Carvajal de la ciudad de Tacna. Para la cual contó con la participación de 150 alumnos entre las edades de 14 y 17 años, evaluados por el

Test de Adicción a Redes Sociales de Ecurra y Autoestima por el Test de Coopersmith. La investigación corresponde a un enfoque cuantitativo y descriptivo correlacional. En lo que respecta a los resultados se evidenció que el uso inadecuado de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundario, afecta determinadamente en su vida cotidiana, obviando muchos aspectos que suprimen el buen nivel de autoestima.

Esta investigación brinda bases teóricas con gran información de redes sociales y autoestima, las cuales resultan significativas para el presente proyecto, dado que, al tener diferentes posturas permiten a las investigadoras tener un mayor conocimiento y apropiación de la temática; en este sentido, los resultados obtenidos dan lugar a un acercamiento de las posibles circunstancias que se pueden encontrar en el actual proyecto, como lo es el uso inadecuado que los adolescentes le dan a las redes sociales y cómo afecta en la vida cotidiana y autoestima de estos.

Asimismo, la investigación realizada por Pamela Soria y Narcisa Villegas (2023), denominada adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima de los adolescentes, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de la Unidad Educativa “San Luis Gonzaga” de la ciudad de Quito, Ecuador. La metodología utilizada en esta investigación fue de enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, correlacional de corte transversal, de igual manera la recolección de información se obtuvo mediante la aplicación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), y la Escala de Autoestima de Rosemberg. Esta investigación se realizó con una población de 406 estudiantes con los siguientes criterios de inclusión: tener entre 14 y 17 años. Finalmente, los resultados que se obtuvieron refieren que existe una correlación significativa negativa entre la obsesión, de manera que entre mayor es la adicción, menor es la autoestima de los adolescentes. En este sentido, se evidenció que un 40,6% de la población presenta autoestima baja, el 27,1% con autoestima media y 32,2% con autoestima elevada en la población adolescentes. De esta manera el estudio concluye que la población adolescente al pasar mayor tiempo a las redes sociales genera incidencia o afectación en la autoestima de los mismos, además de eso cabe señalar que al estar en una etapa de alta fragilidad se llegan a presentar problemas de inmadurez emocional buscando aceptación de los pares e incremento del ego afectando de esta manera a la autoestima del adolescente.

Esta investigación cuantitativa aporta elementos teóricos claves respecto al tema de autoestima y redes sociales de lo cual esta investigación puede nutrirse frente a esos aportes conceptuales,

por su parte, en cuanto a los resultados obtenidos en dicha investigación, se determina, una problemática la cual va acorde al tiempo dedicado a redes sociales siendo este un criterio de inclusión en la presente investigación, por ende, brinda una perspectiva amplia sobre dicha problemática.

Finalmente, la investigación denominada el impacto de las redes sociales en la autoestima, desarrollada por Jan et al. (2017) en la Universidad de Iqra, Pakistán, dentro de la cual expresan que las redes sociales han ganado una inmensa popularidad en la última década y su poder ha tenido efectos duraderos en las personas. Las comparaciones ascendentes realizadas en redes sociales han provocado una baja autoestima. Para probar esta hipótesis, se encuestó a 150 estudiantes del Instituto de Administración de Empresas mediante cuestionarios y entrevistas. Esta investigación se limitó a los estudiantes del Instituto de Administración de Empresas (IoBM) y Facebook, la red social más popular, como representante de las redes sociales; se aplicó un modelo de correlación y regresión a los datos con la ayuda del programa estadístico SPSS para evaluar la relación entre las redes sociales y la autoestima. Los principales hallazgos sugieren que aproximadamente el 88% de las personas realiza comparaciones sociales en Facebook y, de ese 88%, el 98% de las comparaciones son ascendentes, además, esta investigación demuestra que existe una fuerte relación entre las redes sociales y la autoestima, manifestando que el aumento del uso de redes sociales provoca una disminución de la autoestima y el pasar una hora diaria en Facebook resulta en una disminución de 5.574 en la puntuación de autoestima de una persona.

Esta investigación aporta referentes teóricos frente al autoestima y redes sociales, lo cual brinda mayor apropiación de estos conceptos claves. De esta manera, en cuanto a los resultados genera un amplio panorama de dicha problemática ayudando así a una mejor comprensión de la misma.

En conjunto, los antecedentes internacionales analizados permiten identificar una tendencia consistente que relaciona el uso excesivo o inadecuado de redes sociales con una disminución de la autoestima en adolescentes, especialmente debido a factores como la comparación social, la búsqueda de validación externa y los estándares idealizados. Igualmente, se destacan variables relevantes como el género, el tipo de plataforma utilizada y el nivel de adicción digital. Las distintas metodologías empleadas, desde enfoques cuantitativos, hasta diseños mixtos, ofrecen recursos valiosos tanto teóricos como técnicos y aportan evidencia empírica que respalda la pertinencia del tema de investigación.

Investigaciones Nacionales. En el contexto colombiano, se han desarrollado diversas investigaciones orientadas a comprender la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, estos estudios permiten no solo identificar tendencias particulares dentro de la población juvenil nacional, sino también reconocer cómo factores culturales, sociales y educativos influyen en esta dinámica. La siguiente revisión de antecedentes nacionales resulta clave para contextualizar la problemática desde una perspectiva local y brindar aportes significativos al marco teórico y metodológico del presente proyecto.

Inicialmente, en la investigación desarrollada por Acosta, et al., (2022), denominada uso de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia - Colombia, se pretendió identificar la incidencia del uso de redes sociales en el desarrollo de la autoimagen en adolescentes escolarizados en diferentes Instituciones Educativas de Antioquia, Colombia. Mediante un diseño de investigación cuantitativa de tipo descriptivo, con una muestra de 117 participantes, donde se implementaron tres instrumentos los cuales fueron: autoinforme ad hoc, cuestionario de adicción a las redes sociales y cuestionario de autoimagen. A partir de esto, se concluye de manera significativa que no se puede generalizar la asociación entre el uso de redes sociales y el desarrollo de una autoimagen negativa en los adolescentes. Los resultados muestran que la autoimagen no se ve necesariamente afectada por el uso de plataformas virtuales, y que en muchos casos los adolescentes manifiestan una aceptación positiva de sí mismos, mencionando también que se debe tener en cuenta las condiciones individuales, sociales y familiares, las cuales son determinantes en el desarrollo de estrategias cognitivas protectoras y en el uso funcional de las redes sociales.

Esta investigación cuantitativa aporta elementos teóricos como adolescencia y redes sociales a partir de los cuales la investigación a desarrollarse puede nutrirse de forma conceptual, asimismo en cuanto a los resultados obtenidos se encuentra el no generalizar la problemática debido a que esto depende de diversos factores, permitiendo comprender que los aspectos que se encuentren en el desarrollo de la investigación son aspectos propios de la población en la cual se implementara.

Por otra parte, la investigación realizada por Daniel Soto en el año 2023 titulada: “Tendencias de baja autoestima asociadas al uso de las redes sociales y su impacto en el aprendizaje de los estudiantes de los grados 6° y 7° de la Institución Educativa Liceo la Pradera en Montería – Colombia, pretendió analizar las tendencias de baja autoestima asociadas al uso de redes sociales

y su impacto en el proceso de aprendizaje. Esta fue desarrollada a partir de la metodología cualitativa con un diseño orientado por la investigación Acción Educativa. Los resultados revelan la conexión entre la utilización de redes sociales y las tendencias de baja autoestima observadas en los participantes del estudio, ejerciendo un impacto negativo en su proceso de aprendizaje y rendimiento académico.

Además, demuestran que esta relación es de naturaleza multifactorial, abarcando elementos como comparaciones constantes, exposición a estándares ideales, disociación entre el yo real y el yo virtual, además del impacto de mensajes subliminales y publicidad. La interrelación de estos factores amplifica la percepción negativa que los propios sujetos del estudio tienen de sí mismos en un entorno digital fuertemente influenciado por la imagen y la aprobación social. Concluyendo así que comprender y abordar las implicaciones psicológicas y académicas del uso de redes sociales por parte de los estudiantes en el estudio establece una base crucial para el compromiso académico. Este entendimiento también facilita la reflexión por parte de los docentes, mediada por estrategias de acompañamiento y orientación, con el objetivo de transformar las prácticas negativas relacionadas con el uso inadecuado de redes sociales y fortalecimiento de la autoestima.

Esta investigación al ser de tipo cualitativa genera aportes teóricos como son autoestima y redes sociales que nutre aspectos conceptuales en la presente investigación, de igual manera en cuanto a sus resultados demuestran hay una naturaleza multifactorial, abarcando elementos como comparaciones constantes, exposición a estándares ideales, disociación entre el yo real y el yo virtual, lo cual brinda un amplio panorama de la problemática a investigar.

De igual manera, se encuentra la investigación ejecutada por Coiran, et al., (2022) llamada Influencia de las Redes Sociales en la autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Agropecuario de la ciudad de Arauca, donde su objetivo era explorar el nivel de influencia que tienen las redes sociales; Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y otros, en la autoestima de los estudiantes del grado once de bachillerato de la institución educativa Agropecuario de la ciudad de Arauca. A partir de un modelo cuantitativo usaron una escala acumulativa tipo Guttman con 26 ítems y cuatro dimensiones las cuales son, Acceso, Autoestima, Frecuencia y Utilidad; en la calificación de este se exploran tres posibles resultados o rangos: sin influencia, influencia moderada e influencia alta. Según los rangos por género se obtuvo que el género femenino presenta un nivel de influencia del 56,87% lo cual es el equivalente a 8 personas que se

encuentran con un rango de influencia moderada, demostrando así que las mujeres de esta población se preocupan más por su apariencia física y a partir del uso de las redes sociales surgen pensamientos negativos sobre sí mismas y su apariencia, los cuales podrían causar descenso de la autoestima.

En este mismo orden, se observa que el género masculino presenta un nivel de influencia del 53,33% esto equivale a 12 personas que no se encuentran con ningún nivel de influencia. Según la interpretación por edades se puede determinar que la mitad de la población se encuentra en un rango de 16 años de edad que equivale al 57,63% y se encuentran en un rango de influencia moderada. En cuanto a la influencia por variables se observó que los puntajes más altos se vieron reflejados en las variables de utilidad y autoestima con un 60,07%, seguidamente la variable de frecuencia se encuentra con un 58,97%. Por último, está la variable de acceso con un 21,42% que no presentan ningún nivel de influencia en la autoestima, tan solo 1 persona no tiene ningún acceso a las redes sociales, mientras que el resto de variables se encuentran sobre el rango de influencia moderada. Finalmente, la gráfica general arroja los resultados de acuerdo a las edades, variables y género, donde se observó que el 64,66% se encuentran en un nivel de influencia de las redes sociales en la autoestima moderado, mientras que el restante de los estudiantes no presenta ningún nivel de influencia. En este sentido la investigación evidenció que en la muestra de población elegida el rango de predominancia es el rango de influencia moderada.

Esta investigación cuantitativa brinda elementos teóricos como autoestima, adolescencia, redes sociales, acceso, frecuencia y utilidad los cuales aportan mayor información sobre la problemática a investigar, en cuanto a los resultados se encuentra que hay un rango de influencia moderada lo cual permite identificar que la influencia depende del contexto en el que se desarrolla los individuos, además que hay mayor afección en la población femenina.

Por otra parte, la investigación realizada por Karen Burgos (2022), titulada “La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó”, tuvo como propósito explorar el impacto que el uso excesivo de estas plataformas tiene sobre la autoestima en jóvenes en etapa escolar. A partir de un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de tipo correlacional, se llevó a cabo un estudio con 92 adolescentes de octavo y décimo grado, de ambos sexos, para evaluar esta relación, se emplearon la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Test de Adicción a las Redes Sociales, permitiendo identificar patrones de uso y su efecto psicológico. Los

resultados fueron reveladores: se encontró una correlación significativa entre el uso excesivo de Instagram y Facebook y la disminución de la autoestima en los adolescentes participantes. En particular, aquellos con mayor tiempo de conexión tendían a experimentar una menor percepción de sí mismos, mientras que quienes mostraban niveles más altos de autoestima presentaban un uso más moderado de estas plataformas. Además, se observó que las adolescentes fueron las más afectadas en términos de autoestima en comparación con sus compañeros varones, lo que sugiere la existencia de dinámicas diferenciales en la forma en que las redes sociales influyen en la autoimagen según el género.

Esta investigación de tipo cuantitativo aporta referentes teóricos como autoestima y adolescencia que enriquecen aspectos conceptuales en la presente investigación, de igual manera en cuanto a sus resultados se observa una relación significativa en cuanto al tiempo dedicado a las redes sociales y la autoestima de los adolescentes, lo cual brinda un amplio panorama de la problemática a investigar.

Por otra parte, una investigación desarrollada por Aguirre et al., (2024) titulada “Impacto del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno de la Institución Educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonia en Florencia – Caquetá” tuvo como objetivo determinar el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de los estudiantes de noveno grado del Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonía en Florencia, Caquetá. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo con un diseño explicativo, evaluando a 25 estudiantes mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg y una encuesta cerrada de opción múltiple para analizar la relación entre el tiempo de exposición a redes sociales y los niveles de autoestima. Los resultados indican que la mayoría de los participantes dedica más de cinco horas diarias a las redes sociales y que el 60% reportó sentirse poco satisfecho consigo mismo tras ver publicaciones de otros. La Escala de Rosenberg reveló que, aunque el nivel promedio de autoestima fue medio, una parte significativa de los estudiantes presentó niveles bajos, evidenciando sentimientos de inutilidad y falta de orgullo personal. Se observó que el uso intensivo de redes sociales está asociado con una disminución en la autoestima, mientras que un uso moderado parece mitigar estos efectos.

Esta investigación cuantitativa brinda elementos teóricos como autoestima, adolescencia y redes sociales los cuales ofrecen mayor información sobre la problemática a investigar,

asimismo, en cuanto a los resultados se puede observar que el tiempo dedicado a redes sociales se ve involucrado con la autoestima, por ende, proporciona aspectos relevantes para profundizar.

En conclusión, los antecedentes nacionales revisados ofrecen un panorama amplio y contextualizado sobre la relación entre redes sociales y autoestima en adolescentes colombianos, a través de metodologías diversas y enfoques complementarios, se identifican factores relevantes como la frecuencia de uso, el tipo de plataformas, el género, la percepción de autoimagen y la influencia del contexto familiar y escolar, evidenciando la pertinencia de abordar esta problemática desde una perspectiva integral, sensible al entorno social y educativo de los adolescentes.

Investigaciones Regionales. Si bien se llevó a cabo una búsqueda minuciosa en diversas universidades de la región, como la Universidad Mariana, la Universidad de Nariño y la Universidad CESMAG, tanto de forma virtual como presencial, dada la novedad del tema, no se encontraron antecedentes regionales relacionados con el tema de estudio. De igual modo, se realizaron consultas en plataformas académicas en línea, como Google Académico, Redalyc y Scielo, sin embargo, tampoco se encontraron antecedentes regionales en estas plataformas.

Marco contextual

Macro Contexto. El municipio de Pasto es la capital administrativa del Departamento de Nariño, está ubicado en el centro oriente del departamento, al sur occidente de Colombia, se divide en 12 comunas, 415 barrios y 17 corregimientos. Generalmente tiene una temperatura de 12° C, ocupa una superficie de 6.181 kilómetros cuadrados, su cabecera municipal se ubica a una altitud de 2.527 metros sobre el nivel del mar. Está rodeado de paisajes naturales, como el volcán Galeras y la laguna de la Cocha, lo que hace que la ciudad sea conocida por su belleza natural. En este mismo sentido, el último censo realizado fue en el 2018, el cual manifestó que el municipio cuenta aproximadamente con 455,678 habitantes, de los cuales 220,492 son hombres (48,4%) y 235,186 son mujeres (51,6%); los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, entre 0 y 29 años suman 168.028 personas, es decir, representan el 43% de los habitantes. Siendo la población joven una parte significativa, lo que hace relevante estudiar su comportamiento digital, teniendo en cuenta también que Pasto cuenta con 14 Zonas de internet gratuitas, en los sectores urbano y rural del Municipio, con el fin de eliminar esas brechas digitales, promoviendo la igualdad, la equidad y fortalecer la educación (Alcaldía de Pasto, 2020). Sin embargo, el acceso ilimitado a internet no

siempre garantiza un uso responsable, por el contrario, puede facilitar prácticas perjudiciales, como sobreexposición a redes sociales, comparación constante, uso excesivo de aparatos tecnológicos, etc., afectando especialmente a los adolescentes, los cuales aún se encuentran en proceso de formación.

Micro contexto. Por otra parte, se hace alusión a la Institución Educativa “Aurelio Arturo Martínez” de Pasto, a la cual le otorgaron el reconocimiento oficial el 26 de agosto del 2003, en esta misma línea la Institución es de carácter oficial municipal dirigido por profesores oficiales quienes se proyectan socialmente a la comunidad nariñense desde hace varios años, brindando educación aproximadamente a 1.000 estudiantes cada año, actualmente están matriculados 907 estudiantes y está ubicada en la calle. 19 # 43-30 B/ Pandiaco. Esta institución brinda el servicio educativo mixto de preescolar, básico primario, básico secundario y media técnica, cuentan con la jornada Mañana para Preescolar de 8:00 a.m. a 12:05 p.m. y Básica primaria de 7:00 a.m. a 12:05 a. m. y en la jornada de la tarde se encuentra Básica secundaria y Media Técnica de 12:30 p.m. a 6:30 p.m. Además, cuenta con la Sede Centro y la Sede San Rafael.

En este mismo sentido, en la Sede centro la Institución brinda los servicios educativos a estudiantes que se desplazan desde lugares lejanos como Mapachico, La Victoria, Daza, Genoy, Briseño, Morasurco y de los barrios vecinos al sector de Pandiaco, para aquellos estudiantes la Institución han logrado conseguir transporte para su desplazamiento. En este mismo orden, la Sede San Rafael cuenta con 200 estudiantes y recibe a niños, niñas y adolescentes quienes provienen de los barrios aledaños a la Institución. Finalmente, la educación está dirigida para estudiantes de grado preescolar, básica primaria y básica secundaria.

Marco teórico- conceptual

Para el desarrollo de la investigación se pretende conceptualizar sobre un componente esencial en la construcción del bienestar personal como lo es la autoestima, quien es entendida por Katherin Panesso & María Arango (2017), como un sentimiento valorativo que se tiene de sí mismo, la cual se forma en relación con los estímulos que se reciben del entorno en el que se vive, tanto de la familia, escuela, sociedad y cultura, quienes cumplen papeles fundamentales en el desarrollo de una baja o alta autoestima, esta se va desarrollando gradualmente durante toda la vida, empezando por la infancia aportando experiencias, sentimientos e incluso razonamientos sobre su personalidad dado que la infancia es una de las etapas más importantes en la vida de

todo ser humano, por esta razón, los primeros años de vida son fundamentales para desarrollar y elevar una buena autoestima.

Por su parte, Stanley Coopersmith (1996), sostiene que la autoestima es la evaluación que el individuo hace y habitualmente mantiene con respecto de sí. Esta autoestima se expresa a través de una actitud de aprobación o desaprobación que refleja el grado en el cual la persona cree en sí mismo para ser capaz, productivo, importante y digno, lo que implica un juicio personal de su valía. De igual manera, el autor señala que el proceso de formación de la autoestima se inicia a los seis meses del nacimiento, cuando el individuo comienza a distinguir su cuerpo como un todo absoluto diferente del ambiente que lo rodea. Explica que en este momento se comienza a elaborar el concepto de objeto y así inicia la construcción del concepto personal, a través de las experiencias y exploraciones de su cuerpo, del ambiente que le rodea y de las personas que están cerca de él.

Además, explica que las experiencias continúan y en este proceso de aprendizaje, el individuo consolida su propio concepto, distingue su nombre de los restantes y reacciona ante él; entre los tres y cinco años, el individuo se torna egocéntrico, puesto que, piensa que el mundo gira en torno a él y sus necesidades, lo que implica el desarrollo del concepto de posesión, relacionado con la autoestima. Durante este período, las experiencias provistas por los padres y la forma de ejercer su autoridad, así como la manera como establecen las relaciones de independencia, son esenciales para que el individuo adquiera las habilidades de interrelacionarse contribuyendo en la formación de la autoestima, por lo cual, los padres deberán ofrecer al individuo vivencias gratificantes que contribuyan con su ajuste personal y social para lograr beneficios a nivel de la autoestima.

En la edad de seis años, explica el autor, que es donde inician las experiencias escolares y la interacción con otros individuos o grupos de pares, desarrolla la necesidad de compartir para adaptarse al medio ambiente, el cual es de suma importancia para el desarrollo de la apreciación de sí mismo a partir de los criterios que elaboran los individuos que le rodean. A los ocho y nueve años, el sujeto establece su propio nivel de autoapreciación y lo conserva relativamente estable en el tiempo. Agrega Stanley Coopersmith (1996), que la primera infancia inicia y consolida las habilidades de socialización, ampliamente ligadas al desarrollo de la autoestima; puesto que, muestra las oportunidades de comunicarse con otras personas de manera directa y continua, por tanto, si el ambiente que rodea al individuo es un mundo de paz y aceptación,

seguramente el individuo conseguirá seguridad, integración y armonía interior, lo cual constituirá la base del desarrollo de la autoestima. Explica el mismo autor que, la historia del sujeto en relación con el trato respetuoso que ha recibido, el status, las relaciones interpersonales, la comunicación y el afecto que recibe son elementos que connotan el proceso de formación de la autoestima y hacen que el individuo dirija sus percepciones de manera ajustada o desajustada caracterizando el comportamiento de esta variable.

A su vez, afirma que existen diversas características de la autoestima, las cuales incluyen que la misma es susceptible de variar, pero esta variación no es fácil, dado que es el resultado de la experiencia, es decir, sólo otras vivencias pueden lograr cambiar la autoestima. Asimismo, explica el autor que la autoestima puede variar de acuerdo al sexo, la edad y otras condiciones que definen el rol sexual, de esta manera, un individuo puede manifestar una autoestima en relación con sus factores específicos. De lo anteriormente mencionado se desprende la segunda característica de la autoestima propuesta por el autor que es su individualidad, debido a que la autoestima está vinculada a factores subjetivos, ésta es la resultante de las experiencias individuales de cada individuo, el cual es diferente a otros en toda su magnitud y expresión. La autoevaluación implícita en el reporte de la autoestima exige que el sujeto examine su rendimiento, sus capacidades y atributos, de acuerdo con estándares y valores personales, llegando a la decisión de su propia valía.

En este sentido, Stanley Coopermish (1996), también señala que en la autoestima no es requisito indispensable que el individuo tenga conciencia de sus actitudes hacia sí mismo, pues igualmente las expresará a través de su voz, postura o gestos y en definitiva al sugerirle que aporte información sobre sí mismo, tenderá a evaluarse considerando las apreciaciones que tiene elaboradas sobre su persona. De igual manera, señala que los individuos presentan diversas formas y niveles perceptivos, así como diferencias en cuanto al patrón de acercamiento y de respuesta a los estímulos ambientales, por ello, la autoestima presenta áreas dimensionales que caracterizan su amplitud y radio de acción. Entre ellas incluye las siguientes:

Autoestima Personal: Consiste en la evaluación que el individuo hace y habitualmente mantiene con respecto a sí mismo en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad e implicando un juicio personal expresado en actitudes hacia sí mismo.

De esta manera para Jiménez, et al., (2017) la imagen corporal es la percepción que una persona tiene de su propio cuerpo, incluyendo cómo lo ve, cómo lo siente y qué piensa sobre él, no es solo una representación visual, sino también una construcción influenciada por factores emocionales, sociales y culturales. Por su parte Nima Tizon (2018) entiende por cualidades personales como aquellas características que distinguen a cada individuo el cual puede influir en su comportamiento, relaciones y desarrollo personal, estas cualidades pueden ser innatas (presentes desde el nacimiento) o adquiridas (desarrolladas a lo largo de la vida).

- Autoestima en el área académica: Se basa en la evaluación que la persona hace y habitualmente mantiene con respecto a sí mismo en relación con su desempeño en el ámbito escolar, considerando habilidades intelectuales y logros.

En cuanto a las habilidades intelectuales, Ale Borja y Omar Díaz (2021), sostienen que representan uno de los recursos más importantes que permiten desarrollar, de forma multilateral competencias para el desempeño de las labores, dentro de los que se encuentran la capacidad de una persona para pensar, razonar, resolver problemas, aprender y comprender conceptos; esto se logra de manera progresiva y permanente, porque se desarrollan a lo largo de la vida del sujeto, tanto en la escuela como en el hogar y en el medio social en que viven. Respecto a los logros Fernando Ruiz (2005), mencionan que estos motivan y poseen un efecto determinante sobre los estudiantes en general y, por ende, en las conductas que utilizan o no para desempeñarse adecuadamente en el ámbito académico.

- Autoestima en el área familiar: Se enfoca en las interacciones y relaciones dentro del núcleo familiar, evaluando el apoyo y la aceptación recibida.

Teniendo en cuenta lo anterior se plantea el concepto de apoyo, Quintero et al., (2014), menciona que es un enfoque solidario brindado por los padres a sus hijos cuando estos atraviesan situaciones de fragilidad, baja autoestima u otras situaciones, este respaldo se expresa mediante una actitud positiva y comprensiva. Por otra parte, en cuanto a la aceptación recibida, Ryan y Deci (2000), citado por Kevin Gamero y Lizbeth Llano (2024), refieren que tiene una gran importancia en el desarrollo integral de la persona, pues esta favorece un entorno emocional positivo y contribuye a la formación saludable de la identidad, además cuando un miembro de la familia se siente aceptado, tiene mayores probabilidades de construir una autoestima positiva y establecer relaciones interpersonales satisfactorias.

- Autoestima en el área social: Implica la evaluación de las interacciones sociales y cómo estas afectan la percepción de aceptación y la pertenencia a un grupo.

Entendiéndose así a la percepción de aceptación como la manera en que una persona interpreta y siente que es aceptada por los demás, ya sea en su entorno social, familiar o laboral; a su vez, los autores refieren que la pertenencia a un grupo es comprendida como aquella sensación de conexión, identidad y aceptación que experimentan las personas al ser parte de un grupo. (Calero et al., 2018)

En relación a los grados o niveles de autoestima, Stanley Coopersmith (1996), afirma que la autoestima puede presentarse en tres niveles: alta, media o baja, que se evidencia porque las personas experimentan las mismas situaciones en forma notablemente diferente, dado que cuentan con expectativas diferentes sobre el futuro, reacciones afectivas y autoconcepto. Por ello, las personas con autoestima alta son activas, expresivas, con éxitos sociales y académicos, son líderes, no rehúyen al desacuerdo y se interesan por asuntos públicos, confían en sus propias percepciones, esperan que sus esfuerzos deriven el éxito, etc. En referencia a los individuos con un nivel de autoestima medio, el autor afirma que son personas que se caracterizan por presentar similitud con las que presentan alta autoestima, pero la evidencian en menor magnitud, y en otros casos, muestran conductas inadecuadas que reflejan dificultades en el autoconcepto, entendiéndose por el autor como aquellas percepciones del individuo sobre sí, las cuales se basan en experiencias con los demás y en las atribuciones que él hace de su propia conducta. Sus comportamientos pueden ser positivos, tales como mostrarse optimistas y capaces de aceptar críticas, sin embargo, presentan tendencia a sentirse inseguros en las estimaciones de su valía personal y pueden depender de la aceptación social. Por ello, se indica que los individuos con un nivel medio de autoestima presentan autoafirmaciones positivas más moderadas en su aprecio de la competencia, significación y expectativas.

Finalmente, el autor conceptualiza a las personas con un nivel de autoestima baja como aquellos individuos que muestran desánimo, depresión, aislamiento, se sienten poco atractivos, así como incapaces de expresarse y defenderse pues sienten temor de provocar el enfado de los demás, se consideran débiles para vencer sus deficiencias, permanecen aislados ante un grupo social determinado, son sensibles a la crítica, presentan dificultades para establecer relaciones amistosas, no están seguros de sus ideas, dudan de sus habilidades y consideran que los trabajos e ideas de los demás son mejores que las suyas. Es importante indicar que el autor afirma que estos

niveles de autoestima pueden ser susceptibles de variación, si se abordan los rasgos afectivos, las conductas anticipatorias y las características motivacionales de los individuos.

Además, para la presente investigación es importante contextualizar el concepto de adolescencia entendida por Julia Berryman (1994), como una de las etapas en donde la autoestima se perfila y define de tal modo que el individuo se identifica como ser singular, diferente de los demás, de igual manera, en esta etapa se produce la integración de una nueva imagen corporal, la cual contribuye a la valoración de sí mismo, donde el adolescente desarrolla un conjunto de sentimientos y actitudes hacia su propio cuerpo, que a su vez contribuyen a la afirmación del sentimiento de identidad; durante la adolescencia se presentan transformaciones físicas, las cuales hacen que el adolescente vuelva a centrar su atención en su imagen corporal, y por lo tanto debe aceptar estas transformaciones para poder adaptarse de una forma válida a su propio sexo y al sexo contrario.

De igual manera, Leidy Chala y Laura Matoma (2013), mencionan que la etapa de la adolescencia es un periodo evolutivo y simbólico en el cual el individuo se encuentra de manera particular con la búsqueda y construcción de su identidad. Estos autores citan a Erik Erikson (1968), el cual considera que la etapa de la adolescencia se caracteriza por dos conceptos: la identidad y la confusión; resaltando que la principal tarea del adolescente se enfoca en enfrentar la crisis y la confusión para el logro de la identidad, convirtiéndose en un adulto único que da un sentido coherente del yo y desempeña un papel importante en la sociedad, teniendo en cuenta los componentes de valores, sexuales y ocupacionales. Así la adolescencia no es solo un periodo de cambio entre la niñez y la adultez, sino un periodo de reconstrucción profunda de los sujetos, siendo allí donde se realizan rupturas con lo vivido hasta el momento y lo retroalimentado desde sus experiencias con mayor independencia y autonomía, creando el sustento para la construcción de nuevos vínculos para la identidad, de esta forma dichas situaciones marcan definitivamente su relación con su contexto.

Por su parte, Espinoza, et al. (2022) explican que la etapa de adolescencia es considerada por la OMS entre los 10 y 19 años de edad, periodo que transcurre entre la infancia y la edad adulta en donde se dan varias características y necesidades propias, experimentando cambios intensos a nivel físico, psicológico, emocional y social. Por lo cual los autores sostienen que en esta etapa los jóvenes están expuestos a riesgos y problemas de salud durante su ciclo de desarrollo y crecimiento tales como familiares, sociales, escolares y emocionales, tomando decisiones propias

y adquiriendo la independencia de los padres, empezando a ser conscientes de su imagen corporal y construyendo una idea sobre sí mismo, llegando a presentar múltiples emociones como frustración, enojo, estrés, tristeza, etc. También como factor desencadenante ante las situaciones de riesgo se encuentra su contexto social y la crianza de los padres hacia los adolescentes, por consiguiente, se menciona que la percepción creada de sí durante esta etapa, forja su autoestima, debido a que los jóvenes enfocan su pensamiento en ellos mismos, como parte de esto, los preadolescentes y adolescentes suelen sentirse cohibidos por su apariencia y sienten que la sociedad en sí los juzgara permanentemente.

A partir de esto es importante mencionar a Jhon Santrock (2004), quien desglosa y explica la etapa del desarrollo en la adolescencia con mayor detenimiento y profundidad, siendo el desarrollo un patrón de cambios que se inicia con la concepción y continúa a lo largo de todo el ciclo vital. Donde la mayor parte del desarrollo implica crecimiento, pero también decadencia (como el envejecimiento y la muerte). Se trata de un patrón complejo porque es el producto de varios procesos, así pues, centrándose en el proceso y periodo del desarrollo de la adolescencia está se determina por procesos biológicos, cognitivos y socioemocionales.

Sin embargo, antes de dar una definición es importante tener en consideración la edad y las influencias sociohistóricas, dentro de las cuales se encuentra la adolescencia. En este orden de ideas, el autor define a esta etapa como el período evolutivo de transición entre la infancia y la etapa adulta; que implica cambios biológicos, cognitivos y socioemocionales. A pesar que las circunstancias culturales e históricas limitan la capacidad de establecer intervalos de edad con exactitud, en la mayoría de las culturas actuales la adolescencia se inicia aproximadamente entre los 10 y los 13 años y termina aproximadamente entre los 18 y los 22 años en la mayoría de los individuos, debido a que a partir de estas edades surge la adultez emergente, comprendida por Jeffrey Arnett (2000), como una nueva concepción del desarrollo para el período comprendido entre finales de la adolescencia y la veintena; Así los cambios biológicos, cognitivos y socioemocionales de la adolescencia van desde el desarrollo de las funciones sexuales hasta el pensamiento abstracto y la conquista de la independencia.

En cuanto a los procesos biológicos Jhon Santrock (2004), explica que estos traen consigo cambios físicos, donde se encuentra implícita la genética heredada de los padres, el desarrollo del cerebro, el aumento de peso y de estatura, las habilidades motoras y los cambios hormonales de la pubertad, también en este período se producen cambios en los ciclos del sueño y los

adolescentes prefieren acostarse y levantarse más tarde que los niños. Entre los cambios cognitivos que se vinculan a esta transición se da el incremento del pensamiento abstracto, idealista y lógico, asimismo, cuando los niños se convierten en adolescentes empiezan a pensar de una forma más egocéntrica, es decir, se sienten los protagonistas, únicos e invulnerables, pero también al entrar en esta etapa adquieren más responsabilidades en la toma de decisiones que durante la infancia.

En cuanto a los cambios socioemocionales se explican como un proceso que implica cambios en las relaciones de un individuo con otras personas, las emociones, la personalidad y el papel que desempeñan los contextos sociales en el desarrollo, en esta transición se encuentra en mayor medida el deseo de independencia, por lo cual se incrementan los conflictos con los padres y hay una mayor motivación por pasar tiempo con individuos de la misma edad, las conversaciones con los amigos se vuelven más íntimas y se caracterizan por una mayor implicación personal.

Además, Jhon Santrock (2004), menciona que la entrada a la adolescencia se suele asociar a la asistencia a centros de enseñanza más grandes e impersonales, el rendimiento escolar se convierte en un compromiso más serio y se incrementan los problemas académicos. Mientras que los cambios en la maduración sexual se asocian a un mayor interés por las citas y las relaciones de pareja; en este sentido los adolescentes presentan más cambios anímicos que los niños, siendo la transición de la infancia a la adolescencia un proceso complejo y multidimensional, implicando cambios en diversos aspectos de la vida del sujeto, siendo necesaria para completar eficazmente esta transición la capacidad de adaptación y el apoyo atento y sensible de los padres.

Por otra parte, es importante hacer la distinción entre adolescencia temprana y adolescencia tardía, a partir de las cuales, Jhon Santrock (2004), resalta que cada vez más se arraiga esta diferenciación, donde la adolescencia temprana corresponde a grosso modo con los años de enseñanza secundaria obligatoria e incluye la mayoría de cambios asociados a la pubertad; mientras que la adolescencia tardía se refiere aproximadamente a la segunda mitad de la segunda década de la vida, lo cual incluye los intereses profesionales, las citas románticas y la exploración de la identidad, que por lo general predomina más en la adolescencia tardía que en la temprana.

Asimismo, para el desarrollo de este proyecto de investigación además de abordar la autoestima y la etapa evolutiva del desarrollo como la adolescencia, se busca comprender cómo las redes sociales inciden en la autoestima de los jóvenes, para ello resulta importante traer a colación a David Caldevilla (2010), quien hace énfasis en que las redes sociales permiten

expresar la individualidad y experiencia, reforzando la autoestima al conectar con cientos de personas o estableciendo una relación virtual con diferentes usuarios y buscando o reafirmando la identidad al personalizar los perfiles o simplemente compartiendo pensamientos, opiniones, experiencias o emociones en la red.

En este mismo sentido, Ibeth Aucapiña y Nicolas Campodinoco (2024), refieren que las plataformas digitales también actúan como vitrinas de belleza y los individuos a menudo recurren a ellas en busca de entretenimiento o conexión social, prestando espacios para que estos moldeen su identidad, tanto de manera positiva como negativa, lo cual afecta mayormente a los adolescentes, dado que son especialmente vulnerables a los impactos de comentarios malintencionados en línea, además el presentarse estos comentarios ofensivos ante un joven que usa las redes sociales se desarrolla un sentimiento negativo, debido a la falta de aceptación por sus estándares de belleza, imagen o clase social, siendo esta una acción que influye directamente en el estado emocional, trayendo consigo una baja autoestima.

Asimismo, el crecimiento masivo de las redes sociales junto con el contenido mediático y el uso excesivo por parte de los adolescentes, siendo esta una etapa donde hay mayor vulnerabilidad, debido a su confusión y búsqueda de identidad, Ibeth Aucapiña y Nicolas Campodinoco (2024), mencionan que se incrementa el grado de incitación y persuasión generando una gran influencia en los patrones de comportamiento de los mismos, transformándose en un factor de riesgo para el desarrollo de la autoestima, especialmente cuando se utilizan como medios de comparación física, ideológica, económica y racial, por ello es importante destacar que su uso sin control o supervisión puede tener repercusiones en la conducta y el comportamiento de los adolescentes, afectando la autoestima y provocando que el sujeto pierda su capacidad de control.

Dentro de las redes sociales más frecuentadas por los adolescentes se encuentra inicialmente Tik Tok, dicha aplicación fue desarrollada por la compañía tecnológica Byte Dance, creada para ofrecer un espacio donde los usuarios pudieran compartir vídeos cortos y creativos, aprovechando la creciente popularidad de este formato entre los jóvenes. El funcionamiento de TikTok es similar al de otras redes sociales, para crear un perfil y comenzar a compartir vídeos basta con tener una cuenta de Gmail, en esta los vídeos pueden incluso durar hasta 10 segundos y los mismos se pueden editar con filtros, velocidad variable y montajes sencillos; esta plataforma

permite ver las reacciones de otros miembros mientras ven un video, como también los usuarios pueden seguirse entre sí, dar "likes" y comentar en directo. (Morais, 2020)

Otra de las redes sociales con gran cobertura es Instagram, la cual fue lanzada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, esta permite a los usuarios publicar imágenes y vídeos con la posibilidad de agregar efectos como marcos y/o filtros, encontrándose disponible en los dispositivos iOS, Android y Windows 10. Con el paso del tiempo esta plataforma se ha convertido en una inmensa fuente de rendimiento para los medios de comunicación, un lugar donde pueden interactuar con los seguidores y, además, publicar el contenido que deseen en cualquier momento. Instagram es una herramienta para comunicar de manera rápida y entretenida. La relevancia y crecimiento de esta red ha avanzado a pasos agigantados, llegando a consolidarse como la favorita de los usuarios para comunicar e informar a través de las imágenes. Por consiguiente, de poco a poco se ha convertido en un instrumento para estimular tanto a pequeños como a grandes. (Caramutti, 2020)

Finalmente, se encuentra Facebook, una aplicación creada en el año 2004 para uso exclusivo de la población estudiantil de la Universidad de Harvard, sin embargo, en el año 2006 y al ser una aplicación gratuita se expande hacia cualquier persona que asuma tener al menos 13 años de edad, se pueden crear perfiles personales, páginas y/o grupos, también presta espacios para compartir contenidos nuevos o replicar los ya existentes. Además, permite a sus usuarios hacer comentarios en las publicaciones propias o de otros, así como compartir los contenidos y reaccionar a las distintas publicaciones por medio de la opción me gusta, me encanta, etc. La red posee un amplio desarrollo multimedia que habilita compartir fotos, videos, juegos, contenido escrito y enlaces hacia distintas páginas, de igual manera permite chatear en línea por medio de mensajes privados o públicos, realizar llamadas o videollamadas, y, por último, posibilita reportar y bloquear contenido o usuarios no deseados. (Day et al., 2022)

De esta manera, las plataformas digitales ejercen una influencia significativa en el desarrollo y reforzamiento de la autoestima, especialmente durante la adolescencia, una etapa crítica de formación en la cual pueden ser más vulnerables, en este mismo sentido Bernal et al. (2025), confirma de manera contundente que la influencia de las plataformas digitales en la autoestima de los adolescentes es un fenómeno sumamente complejo, influenciado por una variedad de elementos tanto personales como externos, aunque estas plataformas pueden ofrecer espacios de expresión, conexión social y apoyo emocional, promoviendo así el bienestar psicológico, su uso

excesivo o no regulado puede desencadenar efectos adversos de considerable magnitud como inseguridad, ansiedad, dependencia social y disminución de la autoestima.

Marco legal

A continuación, se presentará el marco normativo que sustenta la base de la investigación actual. Además, se mencionan los artículos que guardan una relación con el tema de estudio seleccionado.

La siguiente ley resulta relevante, porque garantiza que el desarrollo de la investigación se enmarque en los principios éticos y profesionales propios de la psicología, lo cual es fundamental al trabajar con una población vulnerable como los adolescentes, de igual manera resalta la importancia del consentimiento informado por parte de los representantes legales, asegurando el respeto por los derechos de los participantes menores de edad.

Ley 1090 de 2006. Ley por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones, siendo importante resaltar el Capítulo VII sobre la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones, en su Artículo 49, donde se menciona que los profesionales de la psicología dedicados a la investigación son responsables de los temas de estudio, la metodología usada en la investigación y los materiales empleados en la misma, del análisis de sus conclusiones y resultados, así como de su divulgación y pautas para su correcta utilización. Asimismo, es fundamental tener presente el Artículo 52, el cual sostiene que, en los casos de menores de edad y personas incapacitadas, el consentimiento respectivo deberá firmarlo el representante legal del participante.

La ley que se presenta a continuación, es clave para el proyecto, considerando que el marco legal protege los derechos de los adolescentes, quienes son la población objeto de estudio, asegurando la intimidad y libre desarrollo de la personalidad.

Ley 1098 de 2006. Ley por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia, teniendo en cuenta inicialmente el Título I, Capítulo I principios y definiciones, específicamente el Artículo 9, donde se explica que ante todo acto, decisión o medida administrativa, judicial o de cualquier naturaleza que deba adoptarse en relación con los niños, las niñas y los adolescentes, prevalecerán los derechos de estos, en especial si existe conflicto entre sus derechos fundamentales con los de cualquier otra persona. En caso de conflicto entre dos o más disposiciones legales, administrativas o disciplinarias, se aplicará la norma más favorable al interés superior del niño, niña o adolescente. De igual manera resulta importante tener en cuenta

el Artículo 14, el cual refiere que la responsabilidad parental es un complemento de la patria potestad establecida en la legislación civil. Siendo, la obligación inherente a la orientación, cuidado, acompañamiento y crianza de los niños, las niñas y los adolescentes durante su proceso de formación. Esto incluye la responsabilidad compartida y solidaria del padre y la madre de asegurarse que los niños, las niñas y los adolescentes puedan lograr el máximo nivel de satisfacción de sus derechos. En ningún caso el ejercicio de la responsabilidad parental puede conllevar violencia física, psicológica o actos que impidan el ejercicio de sus derechos.

Además, se debe tener en cuenta el Capítulo II, derechos y libertades, Artículo 34, el cual manifiesta el derecho a la información. Sujeto a las restricciones necesarias para asegurar el respeto de sus derechos y el de los demás y para proteger la seguridad, la salud y la moral, los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas a través de los distintos medios de comunicación de que dispongan. Así mismo el Artículo 33, hace mención del derecho a la intimidad. Donde los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a la intimidad personal, mediante la protección contra toda injerencia arbitraria o ilegal en su vida privada, la de su familia, domicilio y correspondencia. De igual manera, serán protegidos contra toda conducta, acción o circunstancia que afecte su dignidad. Finalmente, en el Capítulo II, se encuentra el Artículo 37, el cual, sustenta que los niños, las niñas y los adolescentes gozan de las libertades consagradas en la Constitución Política y en los tratados internacionales de derechos humanos. Forman parte de estas libertades: el libre desarrollo de la personalidad y la autonomía personal, la libertad de conciencia y de creencias, la libertad de cultos, la libertad de pensamiento, la libertad de locomoción; y la libertad para escoger profesión u oficio.

La norma que se describe a continuación reconoce la importancia de promover investigaciones relacionadas con la salud mental, como lo es la autoestima en adolescentes y respalda el desarrollo de estudios que puedan aportar al fortalecimiento de estrategias preventivas, educativas y de intervención desde un enfoque científico y contextualizado, por tal razón es pertinente para la presente investigación.

Ley 1616 de 2013. Normatividad por medio de la cual se expide la ley de salud mental y se dictan otras disposiciones, se describe lo planteado en el Título X con sus disposiciones finales en el Artículo 39, el cual hace referencia a la investigación e innovación en salud mental, manifestando que en el marco del Plan Nacional de Investigación en Salud Mental el Ministerio

de la Protección Social o la entidad que haga sus veces, y los entes territoriales asignan recursos y promoverán la investigación en salud mental. Estas investigaciones se deben gozar las prácticas exitosas, para ello será urgente el monitoreo y justiprecio de los programas existentes en sanidad mental que estarán a delación de Colciencias con el aporte de las universidades públicas y privadas de la posición que cuenten con carreras en ciencias del vigor; Colciencias presentará un inquieto anual de asedio en vigor. Asimismo, establecerá acciones de asedio y fortalecimiento e incentivos en la vida pecuniarios a las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, que realicen investigaciones sobresalientes en el labrantío de la Salud Mental en Colombia, siendo crucial para el desarrollo ético y responsable del estudio, considerando que la población son adolescentes entre los 14 y 17 años y la norma garantiza el respeto a la integridad, privacidad y dignidad de los participantes, asegurando que todo el proceso esté regido por principios legales.

Resolución 8430 de 1993. Por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud. Donde establece disposiciones generales que van desde la participación en el comité de ética institucional en caso de identificar aspectos que sean necesarios ser tratados y supervisados por el comité, hasta cumplir y seguir las normas y reglamentos del trabajo investigativo con seres humanos, con comunidades, con animales, con menores de edad o discapacitados y otros grupos poblacionales.

Metodología

Enfoque

Cualitativo. Para el desarrollo de la investigación se empleó el enfoque cualitativo, del cual Sampieri et al. (1997), manifiestan que “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358). Por lo tanto, fue pertinente debido a que buscó comprender los sucesos y experiencias vividas por los participantes, analizando cómo las redes sociales influyen en la autoestima de los adolescentes y de qué manera esta problemática adquiere relevancia en su vida cotidiana. Además, el enfoque cualitativo no sólo dio importancia a la subjetividad, sino que también profundizó en la interpretación del significado de dichas experiencias, permitiendo una comprensión más rica y matizada del fenómeno en estudio. En este sentido, la voz de los participantes adquirió un papel fundamental, pues sus percepciones y vivencias aportaron información clave para el análisis, particularmente, las opiniones de los adolescentes de la I.E.M

Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto resultaron esenciales, dado que ellos fueron los actores principales de la investigación. Desde esta perspectiva, el enfoque cualitativo posibilitó una exploración profunda de la problemática actual, proporcionando herramientas para interpretar el impacto de las redes sociales en la construcción de la autoestima de los adolescentes y comprendiendo su incidencia en su bienestar emocional y social.

Método

Histórico hermenéutico. Waldemar Cerrón (2019), refiere que el método histórico hermenéutico abarca una alternativa propia que permite interpretar el significado que cada individuo atribuye a la realidad, considerando su existencia individual, así como las limitaciones y posibilidades históricas del contexto local y global que hacen que se desarrolle como tal (desde su mundo). Además, este método se basa en aspectos como la intención, libertad, significado, función y condicionamiento, lo cual permite la comprensibilidad de las acciones humanas que configuran el mapa de los actos humanos y asumen determinada precisión terminológica, demuestra sistemática y críticamente la forma en que emerge la estructura social. Por lo tanto, fue pertinente para el desarrollo de la presente investigación emplear el método histórico hermenéutico, debido a que se pretendió comprender los testimonios de los adolescentes de la I.E.M Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto. Igualmente, este método facilitó la interpretación de las experiencias subjetivas, percepciones y narrativas personales que los adolescentes construyeron a partir de su exposición en las diferentes redes sociales, permitiendo así identificar no solo los efectos observables, sino también los procesos internos y simbólicos que cada persona hizo de su realidad.

Tipo de estudio

Fenomenológico. La fenomenología, se centra en la experiencia individual y subjetiva del informante, es la explicación de la esencia de los fenómenos dados a la conciencia, es la descripción de los significados existenciales de las vivencias del individuo, Así su objetivo principal es explorar y describir cómo los individuos perciben, interpretan y dan sentido a sus experiencias en un contexto particular. A partir de ello es posible mencionar a Bullington y Karlson (1984), citados por Enrique Espinoza (2020), quienes refieren que "la fenomenología es la investigación sistemática de la subjetividad" (p. 51). Así pues, algunas de las características de la fenomenología se centran en las experiencias subjetivas, como también en brindar una

descripción detallada, buscando enriquecer e identificar con mayor claridad la experiencia de cada participante, que pueden desarrollarse a través de entrevistas o grupos focales; además, se encuentra la reducción fenomenológica proceso en el que el investigador intenta suspender sus propias creencias y juicios para poder ver la experiencia del participante de manera más pura y auténtica, de igual manera se tiene en cuenta el contexto en el que ocurren las experiencias, reconociendo que el entorno, la cultura y las relaciones sociales influyen. Por tanto, la fenomenología se ajustó a la presente investigación debido a que este enfoque permitió acceder a una comprensión profunda de las experiencias vividas por los individuos respecto al fenómeno de las redes sociales en la autoestima, donde no se buscó establecer verdades objetivas o generalizables, sino que se orientó hacia la exploración del significado que los sujetos atribuyeron a sus vivencias, considerando la subjetividad como una fuente válida y esencial de conocimiento. En este sentido, el interés no recayó en medir o cuantificar los efectos de las redes sociales sobre la autoestima, sino en comprender cómo cada persona los experimentó, interpretó y otorgó sentido desde su propia perspectiva, enmarcada en un contexto sociocultural determinado. Además, el carácter descriptivo y comprensivo de la fenomenología permitió revelar dimensiones más íntimas y personales de los participantes, posibilitando el acceso a emociones, pensamientos, valoraciones y percepciones.

Unidad de análisis

Para Azcona, et al (2013) la unidad de análisis es definida como el tipo de objeto delimitado por el investigador para ser investigado, aquella entidad primaria sobre la que un investigador pretende comprender y/o extraer información o conclusiones, como individuos, grupos o instituciones. Por lo tanto, para la investigación la unidad de análisis estuvo conformada aproximadamente por 200 adolescentes de la I.E.M Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Unidad de trabajo

La unidad de trabajo consta de 10 adolescentes siendo este el tamaño mínimo de muestra sugerido de acuerdo al tipo de estudio Fenomenológico dado por los autores Sampieri et al. (1997), que se encuentran entre las edades de 14 a 17 años de la I.E.M Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto, a quienes se invitó a participar de forma voluntaria, teniendo en cuenta los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión

- La población debe contar con acceso a redes sociales.
- Contar con más de un año de interacción y uso de redes sociales.
- Hacer uso diario de las redes sociales entre 3 a 4 horas al día.
- La población debe estar en un rango de edad promedio entre los 14 a 17 años.
- Deberán pertenecer a la I.E.M Aurelio Arturo Martínez - Sede San Rafael.
- Contar con el consentimiento informado del acudiente y asentimiento del adolescente.
- La población no presenta diagnósticos psicológicos como; Depresión, ansiedad, etc.

Criterios de exclusión

- No contar con acceso a redes sociales.
- Interacción y uso de redes sociales inferior a un año.
- Uso de redes sociales inferior a 3 horas diarias.
- Rango de edad mayor de 17 y menor de 14 años.
- Que no pertenezcan a la LEM Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael.
- No contar con el consentimiento informado del acudiente o el asentimiento del adolescente.
- La población presenta diagnóstico psicológico clínico actual como; Depresión, ansiedad, etc.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para llevar a cabo el desarrollo de la investigación se hizo uso de la entrevista semiestructurada de la cual Grey Alvarado (2009), refiere que, es un instrumento capaz de adaptarse a las diversas personalidades de cada sujeto, en la cual se trabaja con las palabras del entrevistado y con sus formas de sentir, no siendo una técnica que conduce simplemente a recabar datos acerca de una persona, sino que intenta hacer hablar a ese sujeto, para entenderlo desde dentro; esta técnica se basa en una guía de asuntos o preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor

información ofreciendo al entrevistado plena libertad de expresión, posibilitando que se resalte su punto de vista. Por lo tanto, para la investigación se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada, la cual permitió utilizar un guion de preguntas básicas acordes al tema a investigar y así mismo tener la libertad de cuestionar al entrevistado sobre aquellos temas de interés o bien omitir asuntos de acuerdo a su criterio con el fin de obtener respuestas mucho más detalladas que fortalezcan el proceso investigativo.

De igual manera, se empleó la técnica denominada grupo focal la cual Silvera et al. (2015), definen como un grupo de discusión que posibilita el diálogo sobre un asunto en especial, vivido y compartido mediante experiencias comunes, a partir de estímulos específicos para el debate que reciben los participantes, en este sentido el grupo focal es un proceso dinámico en el que los participantes intercambian ideas, de forma que sus opiniones pueden ser confirmadas o contestadas por otros participantes, durante la discusión, se percibe una negociación en torno a cuestiones construidas colectivamente, sin embargo, cabe resaltar que esta técnica no busca consensos, de modo que, los participantes pueden mantener sus opiniones iniciales, cambiarlas, o adoptar nuevas ideas a partir de las reflexiones instituidas en el grupo.

Es así como la técnica ayudó a obtener y entender opiniones, actitudes y percepciones de los adolescentes sobre el tema en específico a tratar, ayudando a identificar problemas o preocupaciones que los participantes puedan tener en común.

Técnicas e instrumentos de análisis de la información

El procesamiento de información se desarrolló a partir del análisis de datos cualitativos, dicho proceso consiste en interpretar información no numérica para identificar patrones y temas, siendo utilizado para comprender experiencias, comportamientos e interacciones humanas. Así el desarrollo de esta técnica se puede implementar a partir de una serie de pasos proporcionados por Fernández (2006) citado por Paula Urbano (2016). Inicialmente, se encuentra el obtener la información, es decir una vez aplicados los instrumentos de recolección, que, en el caso de la investigación, correspondió a la entrevista semiestructurada y el grupo focal, después de ello se continúa a la captura, transcripción y orden de la información, concretamente, en el caso de entrevistas y grupos de discusión, se posibilitó la capturar de información a través de un registro electrónico (grabaciones o formatos digitales), de esta manera se transcribe y organiza los datos obtenido.

Una vez cumplidos los pasos anteriores, se tuvo en cuenta lo sugerido por Elssy Bonilla y Penélope Rodríguez (2013), quienes refieren que, para el análisis de datos cualitativos, el proceso inicia con la transcripción, la cual se constituye como el primer paso en la depuración de la información, para esta fase, se decidió transcribir todo el material obtenido y posteriormente seleccionar únicamente los datos más significativos y pertinentes teniendo en cuenta los objetivos. Además, el principal reto de esta etapa consistió en reducir la información de manera cuidadosa y rigurosa, asegurando que la síntesis mantenga la riqueza y el potencial interpretativo de los datos. Después, se procedió a asignar códigos a la información obtenida durante el primer paso, identificando la categoría a la que pertenece cada fragmento, permitiendo así organizar los datos de forma ordenada y sistemática facilitando su posterior análisis y comparación.

Posteriormente, se realizó la categorización, la cual se desarrolló mediante un enfoque deductivo e inductivo. En el enfoque deductivo, las categorías se derivaron de las variables planteadas en las hipótesis y reflejan directamente la teoría o el problema de investigación; por su parte, en el enfoque inductivo las categorías surgieron directamente de los datos, a partir del análisis de los patrones, similitudes y recurrencias identificadas en la información recopilada. Finalmente, se llevó a cabo la triangulación, entendida como el proceso de contraste y verificación de resultados a partir de distintas fuentes, este procedimiento permitió analizar los datos desde diversas perspectivas, fortaleciendo la validez, la consistencia y la profundidad de la interpretación, al integrar los hallazgos obtenidos mediante diferentes métodos o enfoques.

Matriz de categorías deductivas

Tabla 1. *Matriz de categorías deductiva - Población adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.*

Objetivo específico	Categoría deductiva	Conceptualización de la categoría	Fuentes	Técnicas de investigación
1. Identificar las percepciones de la autoestima personal en relación al impacto psicológico que produce el uso de las redes sociales.	Área personal	Consiste en la evaluación que el individuo hace y habitualmente mantiene con respecto a sí mismo en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad,	Stanley Coopersmith	- Entrevista semiestructurada - Grupo Focal

		importancia y dignidad e implicando un juicio personal expresado en actitudes hacia sí mismo.		
2. Explorar cómo se relaciona el entorno familiar con la percepción de la autoestima en adolescentes que usan redes sociales.	Área familiar	Se enfoca en las interacciones y relaciones dentro del núcleo familiar, evaluando el apoyo y la aceptación recibida.	Stanley Coopersmith	- Entrevista semiestructurada - Grupo Focal
3. Analizar cómo las experiencias de comparación social en redes influyen en la construcción de la autoestima en el ámbito relacional de los adolescentes.	Área social	Implica la evaluación de las interacciones sociales y cómo estas afectan la percepción de aceptación y pertenencia a un grupo.	Stanley Coopersmith	- Entrevista semiestructurada - Grupo Focal

Nota. Modelo de autoestima de Stanley Coopersmith, el cual identifica cuatro dimensiones fundamentales: personal, académica, familiar y social. Fuente: Stanley Coopersmith (1967)

Recursos de la investigación

Tabla 2. Descripción del procedimiento metodológico y Cronograma.

Fase/Tiempo	Marzo	Mayo	Junio
Fase proyecto/ 12 semanas	Inicio de la descripción del problema de investigación.		
1 semana		Envío del proyecto a jurados.	
20 minutos			Sustentación propuesta de investigación.
3 horas			Determinación de los involucrados.

Fuente: Autoría propia

Tabla 3. Presupuesto

Características o actividad	Valor
Impresiones	20.000
Transporte	80.000
Valor total	100.000

Fuente: Autoría propia

Elementos éticos y bioéticos

Consentimiento informado

Para entrevistas y grupo focal, firmado por el representante legal y el menor de edad

Nosotros, obrando en calidad de representantes legales del (la) menor

_____ Identificado (a) con la T.I. No. _____ y en conjunto con el (ella), certificamos que hemos comprendido la información relacionada con la investigación que se va a realizar y, de manera libre y voluntaria, autorizamos a las estudiantes Erazo Rosero Leonela, Nasner Ascuntar Marcela Estefania y Ramos Botina Katheryn Lucia, pertenecientes al programa de Psicología de la Universidad CESMAG, para que lleven a cabo la correspondiente entrevista semiestructurada y grupo focal. Se nos informa y aceptamos, que la información obtenida sea parte de los procesos de investigación de la Universidad CESMAG, sin recibir ninguna remuneración a cambio de información, siempre y cuando no se vea afectada la intimidad, asimismo, hemos comprendido que la información obtenida es de carácter confidencial y se nos indicó que podemos revocar el consentimiento o retirarnos de la investigación en cualquier momento cuando lo consideremos pertinente, sin que implique ningún tipo de consecuencias para nosotros.

Una vez leído y comprendido el procedimiento que se seguirá, se firma el presente consentimiento el día _____ del mes _____ del año _____ en la ciudad de _____.

Firma del responsable

C.C No.

Firma del/la adolescente

T.I No.

Firma de la investigadora

C.C No.

Firma de la investigadora

C.C No.

Firma de la investigadora

C.C No.

Componente bioético

Para la presente investigación se tendrá en cuenta la Ley 1090 del 2006 del código deontológico y bioético, enfocado en los siguientes artículos: Artículo 25 y 26: La información recogida durante el proceso investigativo estará sujeta al principio de confidencialidad y no será divulgada a terceros no autorizados. En este sentido, los informes realizados estarán sujetos al derecho de confidencialidad y no podrán ser utilizados fuera del marco académico o de investigación. Con base en lo anterior, para el ejercicio se respetará la confidencialidad de la información obtenida de las personas durante la investigación. (Congreso de la República, 2006, citado por Trujillo, 2018)

De igual manera, se tendrá en cuenta la Resolución número 8430 de 1993, la cual menciona en su artículo 5 que en toda investigación que utilice seres humanos se debe priorizar el respeto por su dignidad, así como la garantía de sus derechos y su bienestar, de igual manera debe mantenerse el riesgo mínimo (Ministerio de Salud de Colombia, 1993).

Consideraciones éticas.

- La investigación es sólo para fines académicos.
- No se divulgarán los datos personales de los participantes.
- No se realizará ningún tipo de modificación a las respuestas.
- Los participantes serán informados del objetivo de la investigación y el uso que se dará a los datos obtenidos.
- No se les negará a los participantes la posibilidad de abandonar en cualquier momento el proceso de investigación, si así lo desean.
- En caso de ser requerida una devolución respectiva al análisis de datos, será otorgada.

Presentación de resultados

Descripción general del método de análisis

El proceso de recolección de información se desarrolló siguiendo las fases propuestas por Fernández (2006), citado por Paula Urbano (2016), quien propone llevar a cabo la obtención de información mediante la aplicación de instrumentos, como la entrevista semiestructurada y grupo focal, los cuales permitieron explorar en profundidad las percepciones de los adolescentes sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima; este proceso se enmarcó en un enfoque cualitativo, orientado a comprender las experiencias, percepciones e interacciones humanas a partir del análisis interpretativo de los discursos de los participantes.

En este sentido, durante la fase de recolección de información, los datos fueron registrados en formato digital mediante grabaciones, con el propósito de garantizar la fidelidad de los discursos de los participantes, posteriormente, se realizó la transcripción integral del material recolectado, respetando fielmente el lenguaje utilizado por los adolescentes, lo que permitió contar con un insumo organizado.

Para el análisis de la información, se empleó el método de matrices propuesto por Elsy Bonilla y Penélope Rodríguez (2013), el cual ofrece un enfoque sistemático y riguroso para el tratamiento de datos cualitativos. El análisis se desarrolló de manera secuencial mediante la utilización de cuatro matrices, que permitieron organizar, codificar y categorizar la información obtenida. En primer lugar, se elaboró la matriz de vaciado y depuración de información, en la cual se organizaron los datos previamente recolectados, posteriormente, se seleccionaron los fragmentos más relevantes y significativos en función de los objetivos del estudio, proceso que permitió reducir la información sin perder su sentido original, asegurando que la síntesis mantuviera la riqueza interpretativa de los discursos.

En segundo lugar, se desarrolló la matriz de proposiciones agrupadas, en la cual se llevó a cabo la codificación de la información, este proceso consistió en asignar denominaciones a los fragmentos más representativos de los discursos denominadas proposiciones entendidas como unidades de sentido que agrupan ideas, frases o expresiones que comparten significados similares y se relacionan con las categorías de análisis establecidas. Este paso permitió organizar los datos de manera sistemática y coherente, facilitando su posterior comparación e interpretación.

En tercer lugar, se desarrolló la matriz de triangulación de la información entendida como el proceso de contraste y verificación de los datos obtenidos a partir de las distintas fuentes

utilizadas (entrevista semiestructurada y grupo focal). Este procedimiento permitió analizar la información desde diversas perspectivas fortaleciendo la validez, consistencia y profundidad de los hallazgos.

Finalmente, se elaboró la matriz de categorías inductivas, en la cual se llevó a cabo la categorización de la información mediante un enfoque inductivo y deductivo, desde el enfoque deductivo, las categorías se definieron con base en los objetivos específicos de la investigación; mientras que, desde el enfoque inductivo, emergieron nuevas categorías a partir del análisis directo de los discursos identificando patrones, recurrencias y temas relevantes surgidos del propio contenido.

Matriz de vaciado y depuración de información

Objetivos específicos

1. Identificar las percepciones de la autoestima personal en relación al uso de las redes sociales en los adolescentes.
2. Explorar cómo se relaciona el entorno familiar con la percepción de la autoestima en adolescentes que usan redes sociales.
3. Analizar cómo las experiencias de comparación social en redes influyen en la construcción de la autoestima en el ámbito relacional de los adolescentes.

Categorías. Autoestima en el área personal, autoestima en el área familiar y autoestima en el área social.

Fuente. 10 estudiantes de la Institución Educativa Municipal Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Instrumento. Entrevista Semiestructurada.

Los códigos empleados en el vaciado de información están compuestos por tres elementos que permiten identificar con precisión el origen de cada respuesta. La primera letra (E) corresponde al tipo de instrumento, en este caso la entrevista semiestructurada; el segundo componente (S1, S2, S3, etc.) indica el número del sujeto participante; y el tercer elemento (P1, P2, P3, etc.) hace referencia a la pregunta específica a la cual responde cada participante. Este sistema de codificación se mantuvo de manera uniforme a lo largo del vaciado de información para facilitar la organización y comprensión.

Tabla 4. *Matriz de vaciado y depuración de información entrevista semiestructurada*

Pregunta	Información	Depuración
1. ¿A qué edad comenzaste a	ES1P1: A ver, a los once, más o menos que tuve mi primer celular.	11 años.
	ES2P1: A los... pues redes sociales como tal, a partir, o sea, como hablando de Facebook, Instagram, todo eso, como a partir de los 10 años.	10 años.
	ES3P1: Era chiquita, si yo tenía mi celular a los 10.	10 años.

usar redes sociales?	ES4P1: Yo comencé a usar las redes sociales cuando me dieron mi primer celular que fue en pandemia, en ese tiempo tenia de 10 a 11 años.	Entre 10 y 11 años.	
	ES5P1: A los 13.	13 años.	
	ES6P1: Como a los 11,	11 años.	
	ES7P1: 13.	13 años.	
	ES8P1: A los diez.	10 años.	
	ES9P1: Como desde los 12.	12 años.	
	ES10P1: Mmm a los 14 años sino estoy mal.	14 años.	
	2. Antes de empezar a usar redes sociales, ¿cómo percibían que era tu autoestima o cómo te sentías contigo mismo antes de usar redes sociales.	ES1P2: No me acuerdo, creo que bien, pues.	Creo que bien.
		ES2P2: No sé, o sea... O sea, normal. ¿Sí? o sea, bien, sino que tenía un cómo... se me hacía como feo porque yo, o sea, cuando yo era pequeño me molestaban mis familiares más que todo por mi cuello, que porque lo tenía largo. Entonces me decían eso, entonces no sé, cuando yo era pequeño me molestaba demasiado.	Normal, cuando era pequeño me molestaban mis familiares por tener el cuello largo, y eso me molestaba.
		ES3P2: Pues a mí, en lo personal, mejoró mi autoestima.	Mejoró mi autoestima.
ES4P2: ¿Conmigo misma? No, la verdad yo no me miraba nada de defectos, yo me miraba una niña normal.		Me miraba una niña normal.	
ES5P2: Pues la verdad es que me sentía normal, porque pues no explorábamos lo que eran las redes sociales, entonces pues uno era conforme con lo que tenía y en cuanto a mi autoestima me sentía bien conforme.		Me sentía normal, conforme con lo que tenía y en cuanto a mi autoestima me sentía bien conforme.	
ES6P2: Pues, bien, o sea, normal diría yo.		Bien, normal diría yo.	
ES7P2: Pues, regular. Pues, siempre me he sentido así, bien o mal. O sea, mis emociones son como que suben y bajan.		Regular, siempre me he sentido así, mis emociones suben y bajan.	
ES8P2: Bien.		Bien.	
ES9P2: Bien.		Bien.	
ES10P2: Ehh pues como era muy pequeña cuando inicie a usar creo que no le prestaba tanta atención a eso la verdad, pero supongo que bien, no creo que hubiera algo que me haya afectado o así.		No le prestaba tanta atención a eso, pero creo que bien.	
3. ¿Consideras	ES1P3: En redes, no, no me afectan la verdad.	No me afecta.	
	ES2P3: No, ninguna.	Ninguna.	

que te han logrado afectar los comentarios, los “likes” o las reacciones que recibes en tus publicaciones en redes sociales? si es así menciona ¿de qué manera?	ES3P3: No, porque pues uno ve... No, no me dieron like, no salí linda, entonces... Pero en el sentido de que ahí me siento fea, pero de que me sienta mal, mal conmigo misma no. O sea, si no te dan like es porque salió fea la foto no eres fea tú, ellos son los feos jaja.	No, a veces pienso que salí fea, pero no me siento mal conmigo misma.	
	ES4P3: No, así en redes sociales, no. Comentarios, likes, eso no, aunque cuando no recibo los bastantes likes las se eliminar, porque me gustaría, por ejemplo, yo subo un TikTok y busco bastantes likes, pero no me llegan likes, lo oculto o lo elimino, porque pienso que no me miro linda o pienso que no estoy bien o salgo haciendo algo para que la gente tenga de dónde criticar o algo así.	No, aunque cuando no recibo likes las elimino porque pienso que no me miro linda.	
	ES5P3: Puede ser como, digamos, no me siento tan linda o tengo que dar más de mí o así, entonces si me afecta mi autoestima.	Puede ser, no me siento tan linda o tengo que dar más de mí, entonces si me afecta.	
	ES6P3: Emocionalmente diría yo, pues me hace sentir en ocasiones tristeza, pues la mayoría del tiempo, pues, o sea, me afecta mucho lo que me digan, como comentarios negativos y los otros piensen que no lastiman.	Me hace sentir tristeza, me afecta mucho lo que me digan, como los comentarios negativos.	
	ES7P3: No.	No.	
	ES8P3: No a afectar, sino a incomodar, depende de la persona que lo haga.	No afecta, solo incomoda y depende de la persona	
	ES9P3: No.	No.	
	ES10P3: Mm pues la verdad hubo un tiempo donde sí creo que me afectaban, como que uno subía una foto y al ver que no tenía las reacciones o likes que yo esperaba tener como que se sentía feo, porque siento que uno inconscientemente necesita la aprobación de los demás.	Durante un tiempo si me afectaban, se sentía feo no tener los likes esperados; uno necesita aprobación.	
	4. ¿Has llegado a comparar tu apariencia con la de otras personas que sigues en redes	ES1P4: Sí, es que yo en un momento me brote horrible, muchos barritos me salieron, entonces ver a los demás con sus caritas sin imperfecciones me acomplejaba.	Sí, ver a los demás con sus caritas sin imperfecciones me acomplejaba.
		ES2P4: Que sigo, no, pero que he visto, sí.	Solo con las que he mirado.
ES3P4: Sí, y me hace sentir mal, mal, porque uno se siente... Ay no, esa vieja qué linda y uno aquí siendo rarito jsjs.		Si y me hace sentir mal.	
ES4P4: Sí, sí, me he comparado con varias personas y eso me hace sentir mal por el simple hecho de que, por ejemplo, yo soy gordita y miro unas fotos de alguien más, así, flaquita o con mejor cuerpo y me pongo a		Sí, me he comparado con varias personas y eso me hace sentir mal, me baja la autoestima.	

sociales? ¿Cómo te hace sentir eso?	comparar. Digo, ella tiene más que yo, tiene más esto y me hace sentir insegura de mí, entonces me comparo y ahí es que me baja la autoestima. ES5P4: Pues no sé, pues a veces veo modelos y me siento que con tú ponerte lo puedes lograr, por ejemplo, hacer ejercicio, pues lo consigues. Pero pues todo a su tiempo, no siento que es como algo tan necesario de ya, ya.	No sé, veo modelos y siento que con hacer ejercicio se puede lograr, no es algo tan necesario de ya.
	ES6P4: Pues si la verdad me he llegado a comparar como con modelos y eso me hace sentir, mal porque es duro llegar a ser como ellas.	Sí, me he llegado a comparar con modelos y me hace sentir mal.
	ES7P4: No.	No.
	ES8P4: Si, en el cuerpo, como como que en un futuro lo podría llegar a ser. Como que mi cuerpo lo podría mejorar en un futuro, así como las personas que quiero.	Si, en el cuerpo, y podría mejorarlo en el futuro.
	ES9P4: Amm no, creo. Hasta ahorita no.	No.
	ES10P4: Ay si jaja, me suele pasar como mucho ahorita que lo pienso, es que a veces uno ve así en redes a unas niñas todas lindas, con una cara bien perfecta y así, y los cuerpos también, todos bonitos y uno como que quisiera ser así, sentirse así de bonita. Pero bueno también me pongo a pensar que no todo lo que uno ve es así real al 100 %, pero de igual uno se llega a comparar y que feo.	Si, uno ve niñas lindas con cuerpos y caras perfectas, pero no todo lo que se ve en redes sociales es real.
5. ¿De qué manera crees que el contenido que ves en redes sociales ha influido en tu forma de vestir, hablar o en tus intereses personales?	ES1P5: En mi vestimenta un poco sí, y en mi forma de hablar quizás también creo no mucho, pero sí. O en mi forma de hablar también.	En la vestimenta y en la forma de hablar.
	ES2P5: Más que todo en la forma de vestir. No sé, siento que me dejé llevar del stripwear y todo eso, o sea, como lo que se dice ahorita, que es como la ropa ancha, todo eso, los accesorios. O sea, ahí es más como imitar a, no sé, a una persona, a una foto que es de Pinterest, así.	En la forma de vestir, imitando a una persona o foto.
	ES3P5: Ah, no, pues en la forma de vestir y hablar sí, porque es como que lo que está a la moda y pues también uno escucha palabras distintas y se le pega. El bof que es de Medellín y uno acá en Pasto diciendo eso jaja.	Si, en forma de vestir y hablar, uno escucha palabras y se le pegan.
	ES4P5: Sí, más que todo, pues pienso en la vestimenta, o sea, yo miro y a vez digo, uy, ese vestido está muy bonito, me antoje, voy al centro y me lo compro, o lo pido por algún lado, o sea, yo miro cosas en las redes que yo digo que a mí me gustan y yo las quiero, entonces si influye bastante.	Más que todo en la vestimenta, miro cosas en redes que me gustan y las quiero, entonces sí influye bastante.

	ES5P5: Pues sí, más que todo en la forma de vestir, como que uno siempre quiere estar a la moda y así.	Si, en la forma de vestir, uno siempre quiere estar a la moda.
	ES6P5: Pues como en hablar y vestir no, eso creo que no.	En hablar, en vestir no.
	ES7P5: Sí. Eso sí he intentado como tener un estilo chévere.	Sí, he intentado tener un estilo chévere.
	ES8P5: A veces alguna ropa o algunas apariencias que me han gustado como que se me pegan mucho y como que las he querido seguir. O por ejemplo en el cabello, cortes, colores. Más o menos.	A veces ropa o apariencias que me gustan se me pegan y las quiero seguir.
	ES9P5: Pues... En vestir, no, pero en el de hablar, sí, como en la forma de expresarme.	En la forma de expresarme.
	ES10P5: Mas que todo en la forma de vestir, porque uno siempre busca de imitar y querer verse igual a las niñas lindas de las redes, y quizás un poco en la forma de hablar, que a veces uno mira como palabras que no conocía y como que uno las va adquiriendo y también las empieza a utilizar con los amigos de uno y así.	En la forma de vestir, uno busca imitar y verse como las niñas lindas de redes, también un poco en la forma de hablar.
6. ¿Qué tipo de contenido en redes sociales te hace sentir bien contigo mismo?	ES1P6: Como los videos de superación de sí mismo, como todos esos tipos de videos.	Videos de superación de sí mismo.
	ES2P6: Que yo diga, uff, qué rico, lo disfruto mucho, la comida.	La comida, lo disfruto mucho.
	ES3P6: Las que muestran que son más realistas. Dicen, ah no, yo también cometo errores normales. O de esos que no tapan, que quieren ver que todo está perfecto. Sino que como cualquier persona.	Los que son más realistas, muestran que también cometen errores.
	ES4P6: Eh... los tik toks, además me grabo mucho eso ya sea bailando o cantando.	Los tik toks, me grabo bailando o cantando.
	ES5P6: Pues el contenido que más veo es el de TikTok y me gusta ver como partes de películas o comedia, pues eso de modelos y así casi no.	Contenido de tik tok, partes de películas o comedia.
	ES6P6: Yo miro cualquiera, pero en especial, no sé, comedia y modelos y a veces las películas que salen.	Comida, modelos o películas.
	ES7P6: Yo creo que... Videos de películas, como resúmenes o animes porque sí se mirar y también como los videos que sabe subir Farid.	Películas, anime y videos de Farid.
	ES8P6: Emm cuando salen videos de cocina o de animalitos.	Videos de cocina o animales.
	ES9P6: Pueden ser algunas frases que miro, porque en el resto utilizo el celular más para de vez en cuando hacer tareas, y últimamente ver una novela. O sea, no es más que todo videos, sino imágenes serían.	Frases o imágenes, uso el celular más para tareas o ver una novela.

	ES10P6: Mm como los videos motivacionales, también cuando uno mira así videos como realistas, donde salen niñas o personas pues a contar como sus experiencias y se muestran tal y como son, con imperfecciones y así, también cuando miro tutoriales como de maquillaje, porque cuando lo pongo en práctica y me sale igual, me siento bonita jsjs.	Videos motivacionales o realistas, personas con imperfecciones, también tutoriales de maquillaje porque me hacen sentir bonita.
7. Cuando no estás conectado a redes sociales, ¿cómo te sientes contigo mismo?	ES1P7: Ansiosa, siento que uno esta como dependiente al celular más que todo, no como a sentirme mal conmigo misma.	Ansiosa, uno está dependiente del celular, no sentirse mal conmigo misma.
	ES2P7: Normal, a veces siento que es como una adicción ya que uno tiene al estar con el celular, porque uno quiere hacer algo y se mete a Instagram o Tik tok y ya uno pierde 10 hasta 20 minutos, cuando uno debería estar haciendo otras cosas.	Normal, a veces siento que es una adicción al celular.
	ES3P7: Pues la verdad sí influye. Porque digamos uno se va a la finca, no tiene internet ni nada y uno es más tranquilo uno. Ajá, ¿qué será eso? Uno no está muy pendiente de eso y siento que uno tiene la vida más tranquila y más en paz. No se frustra tanto ni se compara ni nada de eso.	Si influye, sin internet uno tiene la vida más en paz, no se frustra ni se compara.
	ES4P7: no, pues yo a veces sí dependo mucho de las redes sociales, pero a veces no, a veces sí me da igual y, pues, o sea, tomo mi vida normal y me siento bien, o sea, me siento segura y así. Pero por ejemplo yo acá al colegio no traigo el celular entonces ya pasa un tiempo y estoy que a qué hora llego a la casa y conectarme, o ver si hay algo nuevo, o ver si hay alguna notificación o algo así.	A veces dependo mucho, pero también me siento bien y segura. Cuando no lo tengo, quiero llegar a conectarme.
	ES5P7: Tranquila, porque no siento una presión de que pueda que los demás me vean feo o así. Pero también me sentiría mal dejar por completo las redes.	Tranquila, sin la presión de que los demás me vean feo.
	ES6P7: Es que a veces no uso mucho las redes sociales.	No uso mucho las redes sociales.
	ES7P7: Bien, normal, no soy tan adicta al celular.	Bien, normal.
	ES8P7: Bien sí, también se vale desconectarse un rato.	Bien, se vale desconectarse.
	ES9P7: Cuando no estoy con el celular, me pongo a molestarle a mi hermano, o a hacer tareas o leer cualquier cosa.	Me pongo a molestar a mi hermano, hacer tareas o leer.

	<p>ES10P7: Mm a ver es que a veces cuando uno sube como historias así a las redes o fotos y te desconectas porque estás ocupado o x razón, me sabe pasar que estoy que ansiosa, de ver que tantas reacciones o likes está obteniendo la foto, entonces es como eso, que a veces me siento así, pero no siempre, es rara vez.</p>	<p>A veces me da ansiedad por ver reacciones o likes en mis fotos, pero no siempre.</p>
<p>8. ¿Cómo te impactan los comentarios o actitudes que tienen los miembros de tu familia respecto a tu actividad en redes sociales?</p>	<p>ES1P8: No me afecta, pues a veces como que peleo con mi hermana, pero porque me ve como mucho tiempo en el celular, pero pues aja, no es que me impacte o afecte la verdad.</p>	<p>No es que me impacte o afecte la verdad.</p>
	<p>ES2P8: Me paso algo justo hoy, fue en la mañana, yo estaba con mi papá y pues yo recibí una llamada de mi mamá porque ya estaba trabajando, yo apenas terminaba de colgar y mi papá ya pasó por el cuarto, y me dijo ya está así otra vez en el celular a cada rato y pues no era nada malo, ya estaba colgando la llamada. Pero pues, o sea, no sé, siento que ellos como que me ven siempre en el celular, en el celular, en el celular.</p>	<p>Mi papá ya pasó por el cuarto, y me dijo ya está así otra vez en el celular a cada rato. Siento que ellos como que me ven siempre en el celular, en el celular, en el celular.</p>
	<p>ES3P8: No, pues la verdad, no obtengo comentarios ni nada al respecto sobre eso.</p>	<p>No obtengo comentarios ni nada al respecto.</p>
	<p>ES4P8: No, yo pienso que no, no me han dicho así algún comentario en específico, ni positivo ni negativo, normal, o sea, no me lo han hecho saber, pues hasta el momento no he escuchado algo.</p>	<p>No, yo pienso que no, no me han dicho así algún comentario en específico, ni positivo ni negativo</p>
	<p>ES5P8: No, pues la verdad ellos me reaccionan mejor que otras personas.</p>	<p>Ellos me reaccionan mejor que otras personas.</p>
	<p>ES6P8: Pues normal, no es que me regañen por estar en redes sociales, pues solo me han dicho que tenga cuidado con quien hable o algo así.</p>	<p>Solo me han dicho que tenga cuidado con quien hable.</p>
	<p>ES7P8: No, de familiares no, porque como le digo no están pendientes y de otras personas tan poco porque no soy tan activa.</p>	<p>No, de familiares no, porque como le digo no están pendientes.</p>
	<p>ES8P8: Pues la verdad no me han llegado a decir como que esto no publiques, no hagas esto, no hagas eso, porque pues son muy como que usted haga lo que quiera. O sea, fotos normales. O sea, pues que nadie llegue a subir fotos así de otra manera, pues no. Sino normal.</p>	<p>Pues la verdad no me ha llegado a decir como que esto no publiques. Son muy como que usted haga lo que quiera.</p>
	<p>ES9P8: Pues, es que no hablan mucho, entonces no sé cómo responderte eso.</p>	<p>Es que no hablan mucho.</p>

	ES10P8: Pues a veces me siento como incómoda se podría decir, porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular, entonces como que ahí lo empiezan a regañar a decir que sí que uno no hace nada, que solo en ese celular y así, y a veces sentir que te regañen mucho es cansón, más que todo eso, cansa que lo regañen mucho.	porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular, entonces como que ahí lo empiezan a regañar a decir que sí que uno no hace nada.
9. ¿Has recibido comparaciones por parte de tu familia con personas que ven en redes sociales?	ES1P9: Pues, mi mamá sí, todo el rato nos compara, digamos que, recalando los logros, no tanto lo físico ni nada de eso, es como en lo intelectual.	Pues, mi mamá sí, todo el rato nos compara. Es como en lo intelectual.
¿Qué tipo de comparaciones y cómo te hace sentir?	ES2P9: No, pero comparaciones. Ah, no, sí, sí. pues en relación a mi organización en el cuarto, yo lo ordeno a mi manera, y pues para mi está bien así, pero mi mama ya empieza a decir que no, que está mal, que así no es, que debería ser así, qué tal.	No, pero comparaciones. Ah, no.
	ES3P9: Sí. A mí siempre me comparan con Catherine y dicen, ay la Catherine sí salió bonita, usted salió con los ojos cerrados, pero bueno ahora ya no me afecta tanto, pero cuando era chiquita sí era feo porque siempre me comparaban con ellas, hasta ayer, entonces se siente feo.	Sí. A mí siempre me comparan. Ya no me afecta tanto, pero cuando era chiquita sí era feo.
	ES4P9: Comparaciones, no. Ningún familiar.	Comparaciones, no
	ES5P9: No, comparaciones no.	No, comparaciones no.
	ES6P9: Sí, sí me ha pasado y a veces me he llegado a sentir mal.	Sí, sí me ha pasado y a veces me he llegado a sentir mal.
	ES7P9: Sí. Con mi prima. antes, pues si me lo tomaba de mala manera, ¿no? Porque me decían cosas muy horribles que, digamos, pues era más chiquita. Y de redes no como tal, pero cuando ella sube cosas de lo que hace si como que la admiran y eso. Pero pues ahora normal. Ya está, ya no le doy importancia.	Sí. Con mi prima. antes, pues si me lo tomaba de mala manera. Pero cuando ella sube cosas de lo que hace si como que la admiran.
	ES8P9: No. No.	No. No.
	ES9P9: Ah, sí, sí. Que yo no publico nada malo, pero hay una prima que sí. Ajá, es como esa comparación. Y me da igual.	Ah, sí, sí. Que yo no publico nada malo, pero hay una prima que sí. Ajá, es como esa comparación.
	ES10P9: Pues a veces me siento como incómoda se podría decir, porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular, entonces como que ahí lo empiezan a regañar a decir que sí que uno no	Pues a veces me siento como incómoda se podría decir, porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular.

	hace nada, que solo en ese celular y así, y a veces sentir que te regañen mucho es cansón, más que todo eso, cansa que lo regañen mucho.	
10. ¿Cómo percibes que tu familia entiende (o no) la importancia que para ti tienen los “me gusta” o comentarios en redes sociales?	ES1P10: Mmm la verdad no tienen como conocimiento de eso.	No tienen como conocimiento de eso.
	ES2P10: No, para mí no tiene importancia.	No, para mí no tiene importancia.
	ES3P10: Pues... ¿En redes sociales? Sí, porque pues digamos su perfil personal, de ahora son nuestras redes sociales, es como nuestro currículo. Eso. Y es como decir, ay no, mi amiga tuvo tanto esto y uno no, pues eso.	Su perfil personal, de ahora son nuestras redes sociales, es como nuestro currículo.
	ES4P10: Pues yo creo que sí les importa porque como le dije yo grabo tik toks y ellos se dan cuenta de todo lo que yo grabo, entonces ya le me dicen vela ya está grabado y cuando lo subo pues ellos reaccionan y no me dicen nada, entonces creo que sí es importante para ellos y les gusta verme feliz.	Sí les importa porque como le dije yo grabo tik toks. Cuando lo subo pues ellos reaccionan y no me dicen nada, entonces creo que sí es importante para ellos y les gusta verme feliz.
	ES5P10: La verdad para ellos no es algo tan importante, pues ellos como que no le dan importancia a veces me reaccionan a lo que subo a veces no.	Para ellos no es algo tan importante, pues ellos como que no le dan importancia.
	ES6P10: No les importa, y pues la verdad no le doy mucha importancia a eso.	No les importa, y pues la verdad no le doy mucha importancia a eso.
	ES7P10: Pues es que yo con mi familia sí como que no hablamos de eso, pero creo que les da igual. Entonces ellos no están pendientes de nada de eso.	Les da igual. Entonces ellos no están pendientes de nada de eso.
	ES8P10: No creo que le den importancia.	No creo que le den importancia.
	ES9P10: A veces sí, pero a veces no creo que entiendan, porque a veces dicen que se pasa mucho tiempo en el celular, que a veces es perdiendo tiempo, pero no sé, no es mucho lo que miro el celular.	A veces no creo que entiendan, porque a veces dicen que se pasa mucho tiempo en el celular, que a veces es perdiendo tiempo, pero no sé, no es mucho lo que miro el celular.
	ES10P10: Mmm pues es como que dicen que no le preste atención a eso, que no me debería afectar lo que los demás piensen sino lo que yo pienso de mí.	Dicen que no le preste atención a eso, que no me debería afectar lo que los demás piensen.

11. ¿Has tenido alguna experiencia conflictiva con tu familia a raíz del contenido que publicas o consumes en redes sociales? ¿Podrías contarme alguna?	ES1P11: Sí, pero no de lo que suba, sino de lo que veo, y me dicen pues que yo soy bien amarilla, que porque me gusta ver todas esas cosas así de asesinatos y así.	De lo que veo, y me dicen pues que yo soy bien amarilla, que porque me gusta ver todas esas cosas así de asesinatos y así.
	ES2P11: O sea, más que todo, porque me ven siempre pegado al celular y siempre mirando videos de cosas estúpidas. O sea, que no es algo productivo. Más que todo, como el estar dependiente, digamos, así como al celular, que ellos digan, ¡ay, adicto! O sea, contenido, sí. No el contenido que ves, sino el que te vean con el móvil.	Porque me ven siempre pegado al celular y siempre mirando videos de cosas estúpidas. Que ellos digan, ¡ay, adicto!
	ES3P11: No, hasta el momento no.	No, hasta el momento no.
	ES4P11: No la verdad no.	No la verdad no.
	ES5P11: Pues en cuanto a redes sociales no.	Pues en cuanto a redes sociales no.
	ES6P11: No, la verdad no, no he tenido nada y con lo que veo, solo que tenga cuidado.	No, la verdad no, no he tenido nada y con lo que veo, solo que tenga cuidado.
	ES7P11: No, ninguna.	No, ninguna.
	ES8P11: No.	No.
	ES9P11: No, con mi familia no.	No, con mi familia no.
	ES10P11: Pues yo creo jaj y me da pena cómo contarle, pero una vez cuando era más niña subí unas fotos, así como que, con un short, pero normal, o sea no la subí por nada malo, pero mi mamá si me dijo que no, que baje la foto, que se miraba mal, que había personas que las morbosean y así, y pues la elimine, pero o sea no me lo dijo así brava sino como en forma de consejo más bien, de igual yo entiendo que me lo decía porque pues yo estaba muy pequeña y aja hay personas malas y así.	Cuando era más niña subí unas fotos, así como que, con un short, pero normal, o sea no la subí por nada malo, pero mi mamá si me dijo que no, que baje la foto, que se miraba mal, que había personas que las morbosean y así. Me lo decía porque pues yo estaba muy pequeña y aja hay personas malas y así.
12. ¿En algún momento te has sentido más reconocido/a	ES1P12: Muchas veces uno en redes sociales, por ejemplo, hoy en día uno en Instagram pues puede subir, así como instantáneas, entonces yo a veces, se publicar mis notas un 5 y así, entonces ya me reaccionan, me felicitan y así, y me hacen sentir bien. Pero ya en cuanto a mi familia no, pues como que les indico y me dicen ah bueno jaja.	Me reaccionan, me felicitan y así, y me hacen sentir bien. Pero ya en cuanto a mi familia no, pues como que les indico y me dicen ah bueno jaja.

o valorado/a en redes sociales que en tu propia familia? ¿De qué manera?	ES2P12: Mmm de mis amigos quizás un poco más, pero da igual el hecho de que mi familia no lo haga no me afecta.	De mis amigos quizás un poco más,
	ES3P12: Sí. Porque pues la gente, la gente de redes sociales te hacen como comentarios más bonitos que tu propia familia. Entonces yo diría que sí, porque es como que tu familia, ah no, sí, sigue siendo la misma, en cambio, te ven bonita en Instagram y te ponen, ay qué linda.	La gente de redes sociales te hace como comentarios más bonitos que tu propia familia. Entonces yo diría que sí.
	ES4P12: Pues, siento que sí, como que más me reconocen en redes sociales. Pues no solo, o sea, no me refiero a mis papás, porque mis papás pues no, pero a mi demás familia en general, porque ellos pues no me dicen por ejemplo hoy te ves bonita o tal cosa, en cambio en las redes sociales cuando subo una foto me comentan varias cosas positivas.	Siento que sí, como que más me reconocen en redes sociales. En las redes sociales cuando subo una foto me comentan varias cosas positivas.
	ES5P12: No pues, más valorada como tal me siento es en mi familia.	Más valorada como tal me siento es en mi familia.
	ES6P12: No pues, más valorada en mi familia.	Más valorada en mi familia.
	ES7P12: No, yo creo que igual. Sí, o bueno algunas amigas.	Sí, o bueno algunas amigas.
	ES8P12: Si, Pues cuando miran más mis stories, cuando le dan más likes y así. Más comentarios.	Si, Pues cuando miran más mis stories, cuando le dan más likes y así. Más comentarios.
	ES9P12: Pues no.	Pues no.
	ES10P12: Mmm pocas veces suele pasar, pero pues si pasa, por ejemplo, una vez subí una foto con un certificado que hice de un curso en SENA y me felicitaron mucho, pero más que todo amigos, y mis familiares no, pues uno que otrico jaj, pero bueno, tampoco le preste atención a eso, no creo que me afecte, me afectaría si mis papas dejarán de hacerlo, ahí sí. Pero este no es el caso.	Si pasa, por ejemplo, una vez subí una foto con un certificado que hice de un curso en SENA y me felicitaron mucho, pero más que todo amigos.
	13. ¿Tienes familiares bloqueados u ocultas publicaciones de tus redes sociales a	ES1P13: Sí. A los de parte de mi papá, porque son bien sapos, son muy bien metidos, critican mucho.
ES2P13: No sé, o sea, como te digo, o sea, yo cuando crecí siempre las tenía bloqueadas a mis papás, que, o sea, no me gustaba. Y como que nunca me dio por desbloquearlos. Ahí están, o sea, aquí están. Aquí está mi papá, mi mamá, pero si los desbloqueo siento que se me haría raro ver las cosas que yo subo, como que me incomodaría.		Siempre las tenía bloqueadas a mis papás, que, o sea, no me gustaba. Y como que nunca me dio por desbloquearlos.

familiares? ¿A quiénes y por qué?		Siento que se me haría raro ver las cosas que yo subo, como que me incomodaría.
	ES3P13: Que yo me acuerdo y creo, no tengo ninguno bloqueado, ni les ocultó cosas, no los tengo agregados que es distinto, porque nunca me han dicho. Pero si las personas que no tengo es la familia de la de mi papá, porque esa gente siempre tiene algo que decir. A la mamá de Catherine porque es mi tía y ella es doña perfecta y esto y lo otro. Entonces, a ellos no más, porque de resto casi no comparto nada, solamente compartido en TikTok y mi mami las ve y les da risa.	No los tengo agregados que es distinto.
	ES4P13: No bloqueados no.	No bloqueados no.
	ES5P13: Pues a mis papás como tal no, pero a mis tías sí porque a ellas no les gusta que yo maneje moto y yo sé manejarla y hago videos de eso y no les gusta, entonces para que no me regañen.	Pues a mis papás como tal no, pero a mis tías sí porque a ellas no les gusta que yo maneje moto y yo sé manejarla y hago videos de eso.
	ES6P13: No, no tengo a nadie oculto.	No, no tengo a nadie oculto.
	ES7P13: Sí. A toda mi familia. Pues porque siento que son muy chismosos. Y pues las cosas que yo sé sufrir. Pues videos malos no, ¿no? Pero como por ejemplo así de tomar y todo eso, pues me van a tomar de una mala manera. Entonces por eso evito que ellos se observen.	Sí. A toda mi familia. Pues porque siento que son muy chismosos.
	ES8P13: No.	No.
	ES9P13: No.	No.
	ES10P13: Si ajajaj pues a veces a mis tíos, porque me da pena miren mis fotos y así, no falta que empiecen a criticar o a ser cizañeros diciendo vea esas fotos, o véala en tal lugar y así, porque sí sabe pasar que son chismoso y que feo.	Si ajajaj pues a veces a mis tíos, porque me da pena miren mis fotos y así, no falta que empiecen a criticar.
14. ¿Qué tan importante es para ti que el contenido que publicas en redes sociales sea aceptado o	ES1P14: Digamos que depende, a veces cuando uno recibe más likes o pocos a ciertas publicaciones, uno como que se cuestionan, y se dice así mismo ¿pero que me faltó más? Y así, pero pues no es de que siempre me afecte, yo diría que a veces, depende el día y así.	Cuando uno recibe pocos likes, uno como que se cuestiona, y se dice, pero ¿qué me faltó? No es de que siempre me afecte, depende el día.
	ES2P14: La verdad yo como no soy de publicar tantas cosas, creo que eso de ser aceptado o no, no me afectaría en nada la verdad.	Como no soy de publicar, eso de ser aceptado o no, no me afectaría.

bien recibido por los demás?	ES3P14: Pues depende de qué tipo de contenido sea. O sea, yo me frustro más en las redes sociales del salón de once, porque es como que, ay no, si nosotros estamos subiendo igual de contenido que otros colegios, ¿por qué a nosotros no nos va igual que a ellos? Pero en las redes personales, no, porque pues casi no publico nada.	Me frustro más en las redes sociales del salón, porque si nosotros estamos subiendo igual de contenido que otros colegios, ¿por qué a nosotros no nos va igual que a ellos?" En las redes personales, no, casi no público.
	ES4P14: Si es bien importante porque, porque me gusta que me vean bien arreglada, que no esté desarreglada, que esté bien maquillada, bien cambiada, todas esas cosas mínimas, que estén a la perfección para poderlo subir. Entonces sí es bien importante, que sea bien aceptado, como le digo yo, a mí me gusta que me den muchos likes, que me comenten y todo, y si no veo eso, yo elimino el video.	Es importante, me gusta que me vean arreglada, maquillada, cambiada, que estén a la perfección para poderlo subir. Me gusta que me den muchos likes, que comenten y si no veo es lo eliminó.
	ES5P14: Pues yo siento conforme con lo que tenga y pues no es que le de mucha importancia, aunque pues cuando subo fotos y no me reaccionan como quiero en ese momento si me siento mal pero luego se pasa y ya.	Me siento conforme con lo que tengo, pero cuando subo fotos y no me reaccionan como quiero, me siento mal, pero luego se pasa.
	ES6P14: Pues un poco, porque quiero que me reaccionen o me comenten y así.	Un poco, porque quiero que me reaccionen o me comenten.
	ES7P14: Es que yo no publico cosas tan poco. No, soy bien	No publico cosas, soy bien distinta.
	ES8P14: Pues no es que publique así cosas así seguidas, sino como que publico solo imágenes, así historias. Y así no publico mucho.	No publico cosas seguidas, solo imágenes o historias.
	ES9P14: Pues... No sé. Yo creo que es lo que yo sienta, lo que yo quiera, algo así.	Creo que es lo que yo sienta, lo que yo quiera.
	ES10P14: Pues en mi caso diría que si, como le dije anteriormente siento que, si me afecta un poco de los likes y esas cosas, y cuando veo que algo no fue bien recibido como que no sé, se siente feo, como que ignorada y así.	Me afecta un poco eso de likes y cuando veo que algo no fue bien recibido, se siente feo, como ignorada.
15. ¿Qué piensas, sientes y qué haces cuando no recibes la	ES1P15: Eso de qué me faltó, de que algo está mal y así, y pues me hace sentir frustrada, mal, triste y pues de hacer, no hago nada, solo me parcho para despejar la mente. Aunque a veces si he como eliminado las fotos, como que miro que no recibieron así los likes suficientes, las se borrar, pero rara vez que haga eso la verdad.	Me hace sentir frustrada, mal, triste y a veces elimino las fotos, como que miro que no recibieron los likes suficientes.

respuesta o apoyo que esperas de los demás en algo que publicas?	ES2P15: Nada.	Nada
	ES3P15: Pues que no estuvo bien hecho el súper contenido y pues si no le gusto bien, si les gustó, también.	No estuvo bien hecho el contenido y pues si no les gustó, bien.
	ES4P15: Pues si me siento mal, porque digo que no estoy linda, que han de estar diciendo que miro fea y pues ya empiezo a verme defectos, que digo no, me miro bien ojerosa y así y tengo como esa sensación de tristeza, como que no era lo que esperaba.	Me siento mal, porque digo que no estoy linda y empiezo a verme defectos, me miro bien ojerosa y tengo esa sensación de tristeza, no era lo que esperaba.
	ES5P15: Pues, me enojo un poco y tal vez lo elimine.	Me enojo un poco y tal vez lo elimine.
	ES6P15: O sea me siento mal por mis seguidores, sino que, pues tengo amigos muy, muy cercanos y a veces no me reaccionan y eso si me pone triste.	Me siento mal, pero más porque tengo amigos muy cercanos y no me reaccionan, y eso sí me pone triste.
	ES7P15: Pues como yo soy una persona fría, sin sentimientos, yo no siento nada. Normal, pues si me dicen te quiero, pues bueno, yo también.	Soy una persona fría, sin sentimientos, yo no siento nada.
	ES8P15: Pues me siento mal, Me siento como que no estoy haciendo las cosas bien.	Me siento mal, como que no estoy haciendo las cosas bien.
	ES9P15: Pues... No. No, nada.	Nada
	ES10P15: Pues pensar en el sentido de que algo está mal quizás, como para que no les agrade, si es una foto mía pues me hace pensar y dudar si la foto esta bonita o fea no sé, jeje, eso también me hace sentir pues mal, como que un sentimiento extraño, entonces a veces como que mejor eliminó la foto, o la publicación, no quiero como ver esa ignorada y así, jejej.	Pienso que algo está mal quizás y si es una foto mía me hace pensar y dudar si la foto está bonita o fea, es como que un sentimiento extraño, entonces mejor la elimino, no quiero ver esa ignorada.”
	16. ¿Qué valor le das a que tus amigos o compañeros participen activamente en tus publicaciones,	ES1P16: Pues diría que más que todo a mis amigas, como que si miro que no han reaccionado o no me han comentado como que les pregunto qué porque así, que pasa ajaj, donde está la lealtad. Entonces como que importa de cierta manera creería yo.
ES2P16: No, porque a ver, si me reaccionan, bien. O sea, es que no sé, no, no lo veo como la necesidad de estar pendiente de esas cosas, porque si yo lo subo está bien, o sea, porque es algo que a mí me nace, algo que me gusta, y pues para estar pendiente, si a los demás les gusta, más me desgasto yo y no, qué pereza.		No veo la necesidad de estar pendiente de esas cosas, porque si yo lo subo está bien, es algo que a mí me gusta.

por ejemplo, comentando sus opiniones, compartiéndolas o reaccionando de alguna manera?	ES3P16: Pues para mí sí importa que estén, así como activos o pendientes de lo que subo, como recibir su apoyo si considero que importa.	Sí importa que estén activos o pendientes de lo que subo, recibir su apoyo sí considero que importa.	
	ES4P16: Muchísimo valor, que, pues hasta el momento tengo unas amigas que subo si algo y comentan, me dan like, o sea, mucho, yo me siento muy, pero muy feliz que hagan eso, que me hagan sentir segura de mí.	Muchísimo valor. Me siento muy feliz que mis amigas comenten, me den like, que me hagan sentir segura de mí.	
	ES5P16: No, pues, digamos, mis amigas, ellas sí me reaccionan, aunque yo no le tomo tanta importancia porque yo por ejemplo se pasar así rapidísimo los videos o historias y no se me dar cuenta, entonces pues pienso que con mis amigos es lo mismo.	Mis amigas sí me reaccionan, aunque no le tomo tanta importancia.	
	ES6P16: Pues siento que tengo un apoyo, tanto emocionalmente como pues apoyó en cualquier cosa que yo necesite o así.	Siento que tengo un apoyo, tanto emocionalmente como en cualquier cosa que yo necesite.	
	ES7P16: Algunas veces sí les pido la opinión a alguna. Porque digo, que pues, así como por ejemplo fotos, y yo les digo, ¿pueden ayudar? ¿Cuál es la mejor? Ajá. Y pues ya subo las que ellas me dicen, entonces como para eso. Por lo contrario, no.	Algunas veces sí les pido opinión sobre fotos, les digo cuál es la mejor y subo la que ellas me dicen.	
	ES8P16: Como por ejemplo comentando, dando opiniones. No, pues me siento bien. O sea, es como que... ¿Cómo le digo? Se me olvidó la palabra.	Me siento bien que comenten o den opiniones.	
	ES9P16: Pues... Me parece bien y como que me siento bien.	Me parece bien y me siento bien.	
	ES10P16: Pues diría que mucho, porque es feo ver que no reaccionen ni nada, y si no lo hacen se siente feo, como que uno no siente el apoyo, entonces para mí el valor que tienen es mucho.	Diría que mucho valor, porque se siente feo ver que no reaccionen ni nada, uno no siente el apoyo.	
	17. ¿Cómo cambia tu estado de ánimo cuando recibes apoyo o comentarios positivos en redes sociales?	ES1P17: Pues bien, me alegro.	Pues bien, me alegro.
		ES2P17: No, la verdad no cambia.	No, no cambia.
ES3P17: Pues se siente bien, en mi parecer si genera o hay como ese cambio, pues uno se siente más bonito y así.		Se siente bien, genera un cambio, se siente más bonito.	
ES4P17: No, súper feliz, ya me voy a hacer famosa digo jaja, pero miro tantos likes y como que uno, no, pues que felicidad, que me están dando tantos likes, que tengo más seguidores de lo que esperaba y así.		Súper feliz, miro tantos likes y que felicidad, tengo más seguidores de lo que esperaba.	
ES5P17: Pues, yo me pongo como feliz. Digo, ah, les gustó, estoy muy linda, como me halago.		Me pongo feliz. Digo, ah, les gustó, estoy muy linda, como me halago.	

	ES6P17: No pues, una felicidad, porque siento que les gusto en especial a mis amigos y familia.	Una felicidad, siento que les gusto, en especial a mis amigos y familia.
	ES7P17: Normal. No, no cambia para nada y si fueran negativos creería que también me lo tomo igual, pues no he tenido muchos y las veces que ha sido no le doy importancia.	Normal, no cambia para nada y si fueran negativos también me lo tomo igual, no le doy importancia.
	ES8P17: No, pues de vez en cuando, depende de los comentarios, si me comentan cosas negativas personas que no conozco, es como que me da igual, porque no las conozco, pero si son personas que conozco, ahí sí me afecta, porque me pueden hacer sentir mal.	Depende de los comentarios, si son negativos de personas que no conozco me da igual, pero si son de conocidos sí me afecta, me hace sentir mal.
	ES9P17: Pues... Me parece que me siento más bien que lo normal.	Me siento más bien que lo normal.
	ES10P17: Pues bien, aja, me siento elogiada, linda y así, como que se me sube un poco la autoestima por decirlo así.	Me siento elogiada, linda y así, se me sube un poco la autoestima.
18. ¿Piensas que tener muchos seguidores o amigos en redes sociales es importante para ser aceptado?	ES1P18: Ay, yo creo que sí. Bueno, antes pensaba que sí, ahora pienso que da igual.	Antes pensaba que sí, ahora pienso que da igual.
	ES2P18: No, para nada. Puedes fácilmente socializar con una que tiene diez mil seguidores a... Cero, cero, cero.	No, para nada.
	ES3P18: Pues yo diría que hoy en día sí, porque es como que entre más seguidores tienes, como que más te conocen y más oportunidades tienes. Como si fuera uno más popular, ¿no? Entonces sí, como que importa en mi opinión sí.	Hoy en día sí importante, porque entre más seguidores tienes, más te conocen y más oportunidades tienes. Como si fuera más popular.
	ES4P18: Pues para ser aceptado no lo tomaría, sino que yo digo, no, pues tener muchos amigos y que lo estén viendo, si es como para eso para tener amigos, sí, porque sí, para que me stalquen y me miren.	Para ser aceptado no, pero tener muchos amigos para que lo vean sí, para que me stalquen y me miren.
	ES5P18: Eh, pues, la verdad, sí y no. Sí porque, pues, ahí interactúas con más gente y, no sé, siento que tienes más vistas, o sea, sí es importante para mí sí.	Interactúas con más gente y tienes más vistas, o sea, sí es importante para mí.
	ES6P18: No, no siento que sea tan importante, pues mientras que uno no lo conozca, pues uno que.	Siento que no es tan importante, mientras que uno no lo conozca.
	ES7P18: Más o menos, porque sería más como para fama. Pero así. Ser un influencer, y tener plata.	Más o menos, sería más como para fama, ser influencer y tener plata.
	ES8P18: Pues... No.	No.

	<p>ES9P18: No, pues mejor dicho depende porque puede ser que a veces sea reconocido por algo bueno o por algo malo. Depende de eso.</p>	<p>Depende, puede ser reconocido por algo bueno o por algo malo.</p>
	<p>ES10P18: Mmm yo diría que sí, a veces uno ve personas con tantos seguidores y uno como que piensa que no sé, ha de ser bien sociables y así, pero pues de igual no es que sea como un requisito para ser aceptado, pero si pienso que influye un poco quizás.</p>	<p>Diría que sí, a veces uno ve personas con muchos seguidores y piensa que son más sociables. No es un requisito, pero sí influye un poco.</p>
<p>19. ¿De qué manera piensas que las reacciones o comentarios que los demás hacen en tus publicaciones influyen en cómo te percibes a ti misma?</p>	<p>ES1P19: Sí me han logrado afectar, pero es depende, si ya veo que son personas cercanas si es como que más feo, pero si es alguien que no conozco no le brindo tanta importancia la verdad.</p>	<p>Sí me han logrado afectar, si son personas cercanas es más feo, pero si es alguien que no conozco no le brindo tanta importancia.</p>
	<p>ES2P19: No sé, pues en lo personal no me afecta, ni me afectaría, pero quizás haya personas a las que sí.</p>	<p>En lo personal no me afecta ni me afectaría.</p>
	<p>ES3P19: Obviamente influye, porque si te dicen lindo, tú te crees más lindo porque ya me dieron la aprobación. Y si te dicen, ¡Ay no! ¡qué feo! o ¡Ay, está como rarita! o ¡Ay, mira! O sea, sí que afectan mucho. Es como la gente te percibe y puede que eso haga perder lo que tú eres.</p>	<p>Obviamente influye, porque si te dicen lindo, tú te crees más lindo, pero si te dicen feo, eso afecta mucho. Es como la gente te percibe y puede que eso haga perder lo que tú eres.</p>
	<p>ES4P19: No, pues la verdad muchísimo, o sea, todos los comentarios, los likes positivos, todas esas cosas, hacen que me sienta feliz, me sube la autoestima, me siento más bien y si es lo contrario si me afectaría demasiado porque ya me voy a poner a comparar y hacer cosas y yo me siento bien.</p>	<p>Todos los comentarios y los likes positivos hacen que me sienta feliz, me sube la autoestima. Si es lo contrario me afectaría demasiado, porque me pongo a comparar.</p>
	<p>ES5P19: Pues influye un poco diría, porque como le dije con tal que yo me vea linda, conmigo basta.</p>	<p>Influye un poco, porque con tal que yo me vea linda, conmigo basta.</p>
	<p>ES6P19: Pues si son cosas buenas, pues me percibo bonita pero si ya hablamos negativamente pues me he siento triste y eso también me ha llevado a verme defectos, por ejemplo una vez subí una foto y fue que un muchacho, pues yo tampoco lo conozco y no sé hablar con desconocidos, pero me había comentado cosas feas y pues me decía por mi físico, pues por mi cuerpo y fue bastante desagradable eso y pues como yo cuento con el apoyo de mis padres, entonces yo les dije a ellos y pues emocionalmente me animaron ellos a mí.</p>	<p>Si son cosas buenas, me percibo bonita, pero si son negativas, me siento triste y me veo defectos. Una vez subí una foto y un muchacho comentó cosas feas por mi físico, mi cuerpo, fue desagradable.</p>

ES7P19: No. Eso no.	No, eso no.
ES8P19: No. No lo he sentido.	No lo he sentido.
ES9P19: No.	No.
ES10P19: Si influye, pero más que todo sería depende de la persona que lo haga, si son amigos pues si sería como extraño ver ese tipo de comentarios feos y así, pero si es alguien que no sé, no conozco como que aja, no le daría tanto la importancia porque no me conoce ni yo a él, lo tomaría como que hay que envidioso sjsjsj y ya.	Si influye, pero depende de la persona que lo haga. Si son amigos sería extraño ver comentarios feos, pero si no los conozco, no le doy importancia.

Matriz de proposiciones agrupadas

Tabla 5. Matriz de proposiciones agrupadas entrevista semiestructurada

Pregunta	Información	Proposiciones agrupadas
1. ¿A qué edad comenzaste a usar redes sociales?	ES1P1: 11 años.	Se logró observar que el promedio de edad en el que hicieron uso de redes sociales fue a partir de los 10 y 14 años de edad.
	ES2P1: 10 años.	
	ES3P1: 10 años.	
	ES4P1: Entre 10 y 11 años.	
	ES5P1: 13 años.	
	ES6P1: 11 años.	
	ES7P1: 13 años.	
	ES8P1: 10 años.	
	ES9P1: 12 años.	
	ES10P1: 14 años.	
2. Antes de empezar a usar redes sociales, ¿cómo percibas que era tu autoestima o cómo te sentías	ES1P2: Creo que bien.	Violeta: Bienestar general.
	ES2P2: Normal, cuando era pequeño me molestaban mis familiares por tener el cuello largo, y eso me molestaba.	Violeta: Bienestar general. Fucsia: Validación social. Verde Azulado: Afectación emocional.
	ES3P2: Mejoró mi autoestima.	Violeta: Bienestar general.
	ES4P2: Me miraba una niña normal.	Violeta: Bienestar general.

contigo mismo antes de usar redes sociales?	ES5P2: Me sentía normal, conforme con lo que tenía y en cuanto a mi autoestima me sentía bien conforme.	Violeta: Bienestar general. Rojo: Aceptación personal.
	ES6P2: Bien, normal diría yo.	Violeta: Bienestar general.
	ES7P2: Regular, siempre me he sentido así, mis emociones suben y bajan.	Morado: Variabilidad emocional.
	ES8P2: Bien.	Violeta: Bienestar general.
	ES9P2: Bien.	Violeta: Bienestar general.
	ES10P2: No le prestaba tanta atención a eso, pero creo que bien.	Azul claro: Indiferencia. Violeta: Bienestar general.
3. ¿Consideras que te han logrado afectar los comentarios, los “likes” o las reacciones que recibes en tus publicaciones en redes sociales? si es así menciona ¿de qué manera?	ES1P3: No me afecta.	Azul claro: Indiferencia.
	ES2P3: Ninguna.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P3: No, a veces pienso que salí fea, pero no me siento mal conmigo misma.	Tomate: Autoevaluación negativa. Violeta: Bienestar general.
	ES4P3: No, aunque cuando no recibo likes las elimino porque pienso que no me miro linda.	Tomate: Autoevaluación negativa. Fucsia: Validación social. Oliva: Acción.
	ES5P3: Puede ser, no me siento tan linda o tengo que dar mas de mi, entonces si me afecta.	Tomate: Autoevaluación negativa. Verde azulado: Afectación emocional.
	ES6P3: Me hace sentir tristeza, me afecta mucho lo que me digan, como los comentarios negativos.	Verde azulado: Afectación emocional.
	ES7P3: No.	Azul claro: Indiferencia.
	ES8P3: No afecta, solo incomoda y depende de la persona	Verde claro: Afectación leve.
	ES9P3: No.	Azul claro: Indiferencia.
	ES10P3: Durante un tiempo si me afectaban se sentía feo no tener los likes esperados; uno necesita aprobación.	Verde azulado: Afectación emocional. Fucsia: Validación social.
4. ¿Has llegado a comparar tu apariencia con la	ES1P4: Sí, ver a los demás con sus caritas sin imperfecciones me acomplexaba.	Verde azulado: Afectación emocional.
	ES2P4: Solo con las que he mirado.	Café: Comparaciones.

de otras personas que sigues en redes sociales? ¿Cómo te hace sentir eso?	ES3P4: Si y me hace sentir mal.	Verde azulado: Afectación emocional.	
	ES4P4: Si, me he comparado con varias personas y eso me hace sentir mal, me baja el autoestima.	Verde azulado: Afectación emocional. Café: Comparaciones.	
	ES5P4: No sé, veo modelos y siento que con hacer ejercicio se puede lograr, no es algo tan necesario de ya.	Verde claro: Afectación leve. Amarillo: Cuestionamiento.	
	ES6P4: Si, me he llegado a comparar con modelos y me hace sentir mal.	Verde azulado: Afectación emocional. Café: Comparaciones.	
	ES7P4: No.	Azul claro: Indiferencia	
	ES8P4: Si, en el cuerpo, y podría mejorarlo en el futuro.	Verde claro: Afectación leve. Oliva: Acción.	
	ES9P4: No	Azul claro: Indiferencia.	
	ES10P4: Si, uno ve niñas lindas con cuerpos y caras perfectas, pero no todo lo que se ve en redes sociales es real.	Tomate: Autoevaluación negativa. Amarillo: Cuestionamiento. Café: Comparaciones.	
	5. ¿De qué manera crees que el contenido que ves en redes sociales ha influido en tu forma de vestir, hablar o en tus intereses personales?	ES1P5: En la vestimenta y en la forma de hablar.	Rojo claro: Influencia.
		ES2P5: En la forma de vestir, imitando a una persona o foto.	Rojo claro: Influencia.
ES3P5: Si, en forma de vestir y hablar, uno escucha palabras y se le pegan.		Rojo claro: Influencia.	
ES4P5: Más que todo en la vestimenta, miro cosas en redes que me gustan y las quiero, entonces sí influye bastante.		Fucsia: Validación social.	
ES5P5: Si, en la forma de vestir, uno siempre quiere estar a la moda.		Fucsia: Validación social.	
ES6P5: En hablar, en vestir no.		Rojo claro: Influencia.	
ES7P5: Si, he intentado tener un estilo chevere.		Fucsia: Validación social.	
ES8P5: A veces ropa o apariencias que me gustan se me pegan y las quiero seguir.		Oliva: Acción.	
ES9P5: En la forma de expresarme.		Rojo claro: Influencia.	
ES10P5: En la forma de vestir, uno busca imitar y verse como las niñas lindas de redes, también un poco en la forma de hablar.		Rojo claro: Influencia. Fucsia: Validación social.	
6. ¿Qué tipo de contenido en	ES1P6: Videos de superación de sí mismo.	Gris: Emociones positivas.	
	ES2P6: La comida, lo disfruto mucho.	Gris: Emociones positivas.	

redes sociales te hace sentir bien contigo mismo?	ES3P6: Los que son más realistas, muestran que también cometen errores.	Gris: Emociones positivas.
	ES4P6: Los Tik Toks, me grabo bailando o cantando.	Oliva: Acción.
	ES5P6: Contenido de Tik Tok, partes de películas o comedia.	Gris: Emociones positivas.
	ES6P6: Comida, modelos o películas.	Gris: Emociones positivas.
	ES7P6: Películas, anime y videos de Farid.	Gris: Emociones positivas.
	ES8P6: Videos de cocina o animales.	Gris: Emociones positivas.
	ES9P6: Frases o imágenes, uso el celular más para tareas o ver una novela.	Gris: Emociones positivas.
	ES10P6: Videos motivacionales o realistas, personas con imperfecciones, también tutoriales de maquillaje porque me hacen sentir bonita.	Gris: Emociones positivas.
7. Cuando no estás conectado a redes sociales, ¿cómo te sientes contigo mismo?	ES1P7: Ansiosa, uno está dependiente del celular, no me siento mal conmigo misma.	Violeta: Bienestar general. Azul rey: Uso excesivo.
	ES2P7: Normal, a veces siento que es una adicción al celular.	Violeta: Bienestar general. Azul rey: Uso excesivo.
	ES3P7: Sin internet uno tiene la vida más en paz, no se frustra ni se compara.	Violeta: Bienestar general.
	ES4P7: A veces dependo mucho, pero también me siento bien y segura. Cuando no lo tengo, quiero llegar a conectarme.	Violeta: Bienestar general. Azul rey: Uso excesivo.
	ES5P7: Tranquila, sin la presión de que los demás me vean feo.	Violeta: Bienestar general. Fucsia: Validación social.
	ES6P7: No uso mucho las redes sociales.	Azul claro: Indiferencia.
	ES7P7: Bien, normal.	Violeta: Bienestar general.
	ES8P7: Bien, se vale desconectarse.	Violeta: Bienestar general.
	ES9P7: Me pongo a molestar a mi hermano, hacer tareas o leer.	Azul claro: Indiferencia.
	ES10P7: A veces me da ansiedad por ver reacciones o likes en mis fotos, pero no siempre.	Verde azulado: Afectación emocional. Verde claro: Afectación leve.
8. ¿Cómo te impactan los comentarios o actitudes que tienen los miembros de tu familia respecto a tu actividad en	ES1P8: No es que me impacte o afecte la verdad.	Azul claro: Indiferencia.
	ES2P8: Mi papá ya pasó por el cuarto, y me dijo ya está así otra vez en el celular a cada rato. Siento que ellos como que me ven siempre en el celular, en el celular, en el celular.	Verde olivo: Supervisión Azul rey: Uso excesivo.
	ES3P8: No obtengo comentarios ni nada al respecto.	Vino tinto: Desinterés.
	ES4P8: No, yo pienso que no, no me han dicho así algún comentario en específico, ni positivo ni negativo.	Vino tinto: Desinterés.

redes sociales?	ES5P8: Ellos me reaccionan mejor que otras personas.	Verde caña: Apoyo familiar.
	ES6P8: Solo me han dicho que tenga cuidado con quien hable	Vino tinto: Desinterés.
	ES7P8: No, de familiares no, porque como le digo no están pendientes.	Vino tinto: Desinterés.
	ES8P8: Pues la verdad no me han llegado a decir como que esto no publiques. Son muy como que usted haga lo que quiera.	Vino tinto: Desinterés.
	ES9P8: Es que no hablan mucho.	Vino tinto: Desinterés.
	ES10P8: porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular, entonces como que ahí lo empiezan a regañar a decir que sí que uno no hace nada.	Verde olivo: Supervisión. Azul rey: Uso excesivo.
	9. ¿Has recibido comparaciones por parte de tu familia con personas que ven en redes sociales? ¿Qué tipo de comparaciones y cómo te hace sentir?	ES1P9: Pues, mi mamá sí, todo el rato nos compara. Es como en lo intelectual.
ES2P9: No, pero comparaciones.. Ah, no.		Azul claro: Indiferencia
ES3P9: Sí. A mí siempre me comparan. Ya no me afecta tanto, pero cuando era chiquita sí era feo.		Café: Comparaciones. Verde azulado: Afectación emocional.
ES4P9: Comparaciones, no.		Verde Claro: Afectación leve. Azul claro: Indiferencia.
ES5P9: No, comparaciones no.		Azul claro: Indiferencia.
ES6P9: Sí, sí me ha pasado y a veces me he llegado a sentir mal.		Café: Comparaciones. Verde azulado: Afectación emocional.
ES7P9: Sí. Con mi prima. antes, pues si me lo tomaba de mala manera. Pero cuando ella sube cosas de lo que hace si como que la admiran.		Café: Comparaciones. Verde Claro: Afectación leve.
ES8P9: No. No.		Azul claro: Indiferencia.
ES9P9: Ah, sí, sí. Que yo no publico nada malo, pero hay una prima que sí. Ajá, es como esa comparación.		Café: Comparaciones.
ES10P9: Pues a veces me siento como incómoda se podría decir, porque más que todo es problema a que uno está mucho tiempo en el celular.		Azul rey: Uso excesivo. Verde azulado: Afectación emocional.
10. ¿Cómo percibes que tu familia entiende (o no) la	ES1P10: No tienen como conocimiento de eso.	Curuba: Desinformación.
	ES2P10: No, para mí no tiene importancia.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P10: Su perfil personal, de ahora son nuestras redes sociales, es como nuestro currículo.	Fucsia: Validación social.

importancia que para ti tienen los “me gusta” o comentarios en redes sociales?	ES4P10: Sí les importa porque como le dije yo grabo tik toks. Cuando lo subo pues ellos reaccionan y no me dicen nada, entonces creo que sí es importante para ellos y les gusta verme feliz.	Verde caña: Apoyo familiar. Verde menta: Interés familiar.	
	ES5P10: Para ellos no es algo tan importante, pues ellos como que no le dan importancia.	Vino tinto: Desinterés.	
	ES6P10: No les importa, y pues la verdad no le doy mucha importancia a eso.	Vino tinto: Desinterés. Azul claro: Indiferencia.	
	ES7P10: Les da igual. Entonces ellos no están pendientes de nada de eso.	Vino tinto: Desinterés.	
	ES8P10: No creo que le den importancia.	Vino tinto: Desinterés.	
	ES9P10: A veces no creo que entiendan, porque a veces dicen que se pasa mucho tiempo en el celular, que a veces es perdiendo tiempo, pero no sé, no es mucho lo que miro el celular.	Azul rey: Uso excesivo. Curuba: Desinformación.	
	ES10P10: Dicen que no le preste atención a eso, que no me debería afectar lo que los demás piensen.	Verde caña: Apoyo familiar.	
	11. ¿Has tenido alguna experiencia conflictiva con tu familia a raíz del contenido que publicas o consumes en redes sociales? ¿Podrías contarme alguna?	ES1P11: De lo que veo, y me dicen pues que yo soy bien amarilla, que porque me gusta ver todas esas cosas así de asesinatos y así.	Lila: Morbo.
		ES2P11: Porque me ven siempre pegado al celular y siempre mirando videos de cosas estúpidas. Que ellos digan, ¡ay, adicto!	Azul rey: Uso excesivo.
		ES3P11: No, hasta el momento no.	Azul claro: Indiferencia.
ES4P11: No la verdad no.		Azul claro: Indiferencia.	
ES5P11: Pues en cuanto a redes sociales no.		Azul claro: Indiferencia.	
ES6P11: No, la verdad no, no he tenido nada y con lo que veo, solo que tenga cuidado.		Azul claro: Indiferencia.	
ES7P11: No, ninguna.		Azul claro: Indiferencia.	
ES8P11: No.		Azul claro: Indiferencia.	
ES9P11: No, con mi familia no.		Azul claro: Indiferencia.	
ES10P11: Cuando era más niña subí unas fotos así como que con un short pero normal, o sea no la subí por nada malo, pero mi mamá si me dijo que no, que baje la foto, que se miraba mal, que habían personas que las morbosean y así. Me lo decía porque pues yo estaba muy pequeña y aja hay personas malas y así.		Verde olivo: Supervisión. Lila: Morbo. Verde menta: Interés familiar.	

12. ¿En algún momento te has sentido más reconocido/a o valorado/a en redes sociales que en tu propia familia? ¿De qué manera?	ES1P12: Me reaccionan, me felicitan y así, y me hacen sentir bien. Pero ya en cuanto a mi familia no, pues como que les indico y me dicen ah bueno jaja	Fucsia: Validación social. Vino tinto: Desinterés.
	ES2P12: De mis amigos quizás un poco más.	Vino tinto: Desinterés.
	ES3P12: La gente de redes sociales te hacen como comentarios más bonitos que tu propia familia. Entonces yo diría que sí.	Fucsia: Validación social. Vino tinto: Desinterés.
	ES4P12: Siento que sí, como que más me reconocen en redes sociales. En las redes sociales cuando subo una foto me comentan varias cosas positivas.	Fucsia: Validación social.
	ES5P12: Más valorada como tal me siento es en mi familia.	Verde menta: Interés familiar.
	ES6P12: Más valorada en mi familia.	Verde menta: Interés familiar.
	ES7P12: Sí, o bueno algunas amigas.	Fucsia: Validación social.
	ES8P12: Si, Pues cuando miran más mis stories, cuando le dan más likes y así. Más comentarios.	Fucsia: Validación social.
	ES9P12: Pues no.	Azul claro: Indiferencia.
	ES10P12: Si pasa, por ejemplo, una vez subí una foto con un certificado que hice de un curso en SENA y me felicitaron mucho, pero más que todo amigos.	Fucsia: Validación social.
13. ¿Tienes familiares bloqueados u ocultas publicaciones de tus redes sociales a familiares? ¿A quiénes y por qué?	ES1P13: Sí. A los de parte de mi papá, Critican mucho.	Durazno: Crítica familiar.
	ES2P13: Siempre las tenía bloqueadas a mis papás, que, o sea, no me gustaba. Y como que nunca me dio por desbloquearlos. Siento que se me haría raro ver las cosas que yo subo, como que me incomodaría.	Durazno: Crítica familiar. Verde azulado: afectación emocional.
	ES3P13: No los tengo agregados que es distinto.	Azul claro: Indiferencia.
	ES4P13: No bloqueados no.	Azul claro: Indiferencia.
	ES5P13: Pues a mis papás como tal no, pero a mis tías sí porque a ellas no les gusta que yo maneje moto y yo sé manejarla y hago videos de eso.	Durazno: Crítica familiar.
	ES6P13: No, no tengo a nadie oculto.	Azul claro: Indiferencia.
	ES7P13: Sí. A toda mi familia. Pues porque siento que son muy chismosos.	Durazno: Crítica familiar.
	ES8P13: No.	Azul claro: Indiferencia.
	ES9P13: No.	Azul claro: Indiferencia.
	ES10P13: Si ajajaj pues a veces a mis tíos, porque me da pena miren mis fotos y así, no falta que empiecen a criticar.	Durazno: Crítica familiar.
14. ¿Qué tan importante es	ES1P14: Cuando uno recibe pocos likes, uno como que se cuestiona, y se dice ¿pero qué me faltó?. No es que siempre me afecte, depende el día.	Amarillo: Cuestionamiento. Verde claro: Afectación leve.

para ti que el contenido que publicas en redes sociales sea aceptado o bien recibido por los demás?	ES2P14: Como no soy de publicar, eso de ser aceptado o no, no me afectaría.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P14: Me frustro más en las redes sociales del salón, porque si nosotros estamos subiendo igual de contenido que otros colegios, ¿por qué a nosotros no nos va igual que a ellos? En las redes personales, no, casi no público.	Amarillo: Cuestionamiento. Azul claro: Indiferencia.
	ES4P14: Es importante, me gusta que me vean arreglada, maquillada, cambiada, que estén a la perfección para poderlo subir. Me gusta que me den muchos likes, que comenten y si no veo es lo eliminó.	Fucsia: Validación social.
	ES5P14: Me siento conforme con lo que tengo, pero cuando subo fotos y no me reaccionan como quiero, me siento mal, pero luego se pasa.	Rojo: Aceptación personal. Verde claro: Afectación leve.
	ES6P14: Un poco, porque quiero que me reaccionen o me comenten.	Verde claro: Afectación leve.
	ES7P14: No publico cosas, soy bien distinta.	Azul claro: Indiferencia.
	ES8P14: No publico cosas seguidas, solo imágenes o historias.	Azul claro: Indiferencia.
	ES9P14: Creo que es lo que yo sienta, lo que yo quiera.	Rojo: Aceptación personal.
	ES10P14: Me afecta un poco eso de likes y cuando veo que algo no fue bien recibido, se siente feo, como ignorada.	Verde claro: Afectación leve. Fucsia: Validación social. Verde azulado: Afectación emocional.
	15. ¿Qué piensas, sientes y qué haces cuando no recibes la respuesta o apoyo que esperas de los demás en algo que publicas?	ES1P15: Me hace sentir frustrada, mal, triste y a veces elimino las fotos, como que miro que no recibieron los likes suficientes.
ES2P15: Nada.		Azul claro: Indiferencia.
ES3P15: No estuvo bien hecho el contenido y pues si no les gustó, bien.		Azul claro: Indiferencia.
ES4P15: Me siento mal, porque digo que no estoy linda y empiezo a verme defectos, me miro bien ojerosa y tengo esa sensación de tristeza, no era lo que esperaba.		Verde azulado: Afectación emocional. Tomate: Autoevaluación negativa.
ES5P15: Me enojo un poco y tal vez lo elimine.		Verde azulado: Afectación emocional. Oliva: Acción.
ES6P15: Me siento mal, pero más porque tengo amigos muy cercanos y no me reaccionan, y eso sí me pone triste.		Verde azulado: Afectación emocional. Fucsia: Validación social

	ES7P15: Soy una persona fría, sin sentimientos, yo no siento nada.	Azulado claro: Indiferencia.
	ES8P15: Me siento mal, como que no estoy haciendo las cosas bien.	Verde azulado: Afectación emocional
	ES9P15: Nada.	Azul claro: Indiferencia
	ES10P15: Pienso que algo está mal quizás y si es una foto mía me hace pensar y dudar si la foto está bonita o fea, es como que un sentimiento extraño, entonces mejor la elimino, no quiero ver esa ignorada.	Verde azulado: Afectación emocional Oliva: Acción.
16. ¿Qué valor le das a que tus amigos o compañeros participen activamente en tus publicaciones, por ejemplo, comentando sus opiniones, compartiéndolas o reaccionando de alguna manera?	ES1P16: Miro que mis amigas no han reaccionado o no me han comentado, les pregunto qué pasa, dónde está la lealtad. Importa de cierta manera.	Amarillo: Cuestionamiento. Fucsia: Validación social
	ES2P16: No veo la necesidad de estar pendiente de esas cosas, porque si yo lo subo está bien, es algo que a mí me gusta.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P16: Sí importa que estén activos o pendientes de lo que subo, recibir su apoyo sí considero que importa.	Fucsia: Validación social.
	ES4P16: Muchísimo valor. Me siento muy feliz que mis amigas comenten, me den like, que me hagan sentir segura de mí.	Fucsia: Validación social. Gris: Emociones positivas.
	ES5P16: Mis amigas sí me reaccionan, aunque no le tomo tanta importancia.	Azul claro: Indiferencia
	ES6P16: Siento que tengo un apoyo, tanto emocionalmente como en cualquier cosa que yo necesite.	Verde Botella: Apoyo social.
	ES7P16: Algunas veces sí les pido opinión sobre fotos, les digo cuál es la mejor y subo la que ellas me dicen.	Fucsia: Validación social.
	ES8P16: Me siento bien que comenten o den opiniones.	Gris: Emociones positivas.
	ES9P16: Me parece bien y me siento bien.	Gris: Emociones positivas.
	ES10P16: Diría que mucho valor, porque se siente feo ver que no reaccionen ni nada, uno no siente el apoyo.	Verde azulado: Afectación emocional.
17. ¿Cómo cambia tu estado de ánimo cuando recibes apoyo o comentarios positivos en redes sociales?	ES1P17: Pues bien, me alegro.	Gris: Emociones positivas.
	ES2P17: No, no cambia.	Azul claro: Indiferencia
	ES3P17: Se siente bien, genera un cambio, se siente más bonito.	Gris: Emociones positivas.
	ES4P17: Súper feliz, miro tantos likes y que felicidad, tengo más seguidores de lo que esperaba.	Gris: Emociones positivas.
	ES5P17: Me pongo feliz. Digo, ah, les gustó, estoy muy linda, como me halago.	Gris: Emociones positivas. Fucsia: Validación social.
	ES6P17: Una felicidad, siento que les gusto, en especial a mis amigos y familia.	Gris: Emociones positivas. Fucsia: Validación social.

	ES7P17: Normal, no cambia para nada y si fueran negativos también me lo tomo igual, no le doy importancia.	Azul claro: Indiferencia.
	ES8P17: Depende de los comentarios, si son negativos de personas que no conozco me da igual, pero si son de conocidos sí me afecta, me hace sentir mal.	Azul claro: Indiferencia. Verde azulado: Afectación emociones.
	ES9P17: Me siento más bien que lo normal.	Gris: Emociones positivas.
	ES10P17: Me siento elogiada, linda y así, se me sube un poco la autoestima.	Fucsia: Validación social.
18. ¿Piensas que tener muchos seguidores o amigos en redes sociales es importante para ser aceptado?	ES1P18: Antes pensaba que sí, ahora pienso que da igual.	Azul claro: Indiferencia.
	ES2P18: No, para nada.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P18: Hoy en día sí importante, porque entre más seguidores tienes, más te conocen y más oportunidades tienes. Como si fuera más popular.	Fucsia: Validación social.
	ES4P18: Para ser aceptado no, pero tener muchos amigos para que lo vean sí, para que me stalquen y me miren.	Fucsia: Validación social.
	ES5P18: Interactúas con más gente y tienes más vistas, o sea, sí es importante para mí.	Fucsia: Validación social.
	ES6P18: Siento que no es tan importante, mientras que uno no lo conozca.	Azul claro: Indiferencia.
	ES7P18: Más o menos, sería más como para fama, ser influencer y tener plata.	Amarillo: Cuestionamiento.
	ES8P18: No	Azul claro: Indiferencia.
	ES9P18: Depende, puede ser reconocido por algo bueno o por algo malo.	Amarillo: Cuestionamiento.
	ES10P18: Diría que sí, a veces uno ve personas con muchos seguidores y piensa que son más sociables. No es un requisito, pero sí influye un poco.	Fucsia: Validación social.
19. ¿De qué manera piensas que las reacciones o comentarios que los demás hacen en tus publicaciones influyen en cómo te percibes a ti misma?	ES1P19: Sí me han logrado afectar, si son personas cercanas es más feo, pero si es alguien que no conozco no le brindo tanta importancia.	Verde azulado: Afectación emocional. Verde claro: Afectación leve.
	ES2P19: En lo personal no me afecta ni me afectaría.	Azul claro: Indiferencia.
	ES3P19: Obviamente influye, porque si te dicen lindo, tú te crees más lindo, pero si te dicen feo, eso afecta mucho. Es como la gente te percibe y puede que eso haga perder lo que tú eres.	Verde azulado: Afectación emocional. Fucsia: Validación social.
	ES4P19: Todos los comentarios y los likes positivos hacen que me sienta feliz, me sube la autoestima. Si es lo contrario me afectaría demasiado, porque me pongo a comparar.	Gris: Emociones positivas. Verde azulado: Afectación emocional.
	ES5P19: Influye un poco, porque con tal que yo me vea linda, conmigo basta.	Verde claro: Afectación leve. Rojo: Aceptación personal.

ES6P19: Si son cosas buenas, me percibo bonita, pero si son negativas, me siento triste y me veo defectos. Una vez subí una foto y un muchacho comentó cosas feas por mi físico, mi cuerpo, fue desagradable.	Fucsia: Validación social. Verde azulado: Afectación emocional.
ES7P19: No, eso no.	Azul claro: Indiferencia.
ES8P19: No lo he sentido.	Azul claro: Indiferencia.
ES9P19: No.	Azul claro: Indiferencia.
ES10P19: Si influye, pero depende de la persona que lo haga. Si son amigos sería extraño ver comentarios feos, pero si no los conozco, no le doy importancia.	Verde azulado: Afectación emocional. Azul claro: Indiferencia.

Matriz de vaciado y depuración de información

Objetivos específicos

1. Identificar las percepciones de la autoestima personal en relación al uso de las redes sociales en los adolescentes.
2. Explorar cómo se relaciona el entorno familiar con la percepción de la autoestima en adolescentes que usan redes sociales.
3. Analizar cómo las experiencias de comparación social en redes influyen en la construcción de la autoestima en el ámbito relacional de los adolescentes.

Categorías. Autoestima en el área personal, autoestima en el área familiar y autoestima en el área social.

Fuente. 10 estudiantes de la Institución Educativa Municipal Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.

Instrumento. Grupo Focal.

Los códigos empleados en el vaciado de información están compuestos por tres elementos que permiten identificar con precisión el origen de cada respuesta. La primera letra (GF) corresponde al tipo de instrumento, en este caso grupo focal; el segundo componente (S1, S2, S3, etc.) indica el número del sujeto participante; y el tercer elemento (P1, P2, P3, etc.) hace referencia a la pregunta

específica a la cual responde cada participante. Este sistema de codificación se mantuvo de manera uniforme a lo largo del vaciado de información para facilitar la organización y comprensión.

Tabla 6. *Matriz de vaciado y depuración de información grupo focal*

Pregunta	Información	Depuración
1. ¿Mencionen de qué manera creen que existe una influencia de las redes sociales en cómo se sienten consigo mismos?	GFS1P1: A mí me afectan los me gustan.	Me afectan los me gustan.
	GFS2P1: A mí en lo personal no me afectan como las reacciones en las fotos y así, pero sí creo que a otras personas de pronto como que sí.	A mí no me afectan, pero creo que a otros sí.
	GFS3P1: Pues a mí sí, o sea, cuando miro que no le dan me gusta y así, es raro, porque no sé, pienso que estoy fea y así, pero en lo general yo si pienso que si afecta la verdad.	Cuando no me dan me gusta pienso que estoy fea, sí afecta.
2. ¿Alguna vez han sentido que su autoestima baja al compararse con lo que ven en redes sociales? ¿Por qué creen que pasa eso?	GFS1P2: Tal vez porque no tenemos el físico, no estamos bien desarrolladas. Pues yo creo que eso, ¿no?	Tal vez porque no tenemos el físico, no estamos bien desarrolladas.
	GFS2P2: La verdad, la verdad, la verdad sí. ¿Por qué? Porque hay otras más personas bonitas que yo.	Sí, porque hay otras personas más bonitas que yo.
	GFS3P2: Yo digo que ahora dependemos... Lo más racional. Yo digo que ahora dependemos mucho de una red social.	Ahora dependemos mucho de una red social.
	GFS4P2: Ajá, hasta de los filtros.	Hasta de los filtros.
3. ¿Qué tipo de contenido les gusta ver? ¿Creen que eso dice algo sobre cómo se sienten consigo mismos?	GFS1P3: Depende. Yo miro contenido de risa, tristeza, canciones que se me sube el ego, y yo digo, ay, Dios mío.	Depende, miro contenido de risa, tristeza y canciones que me suben el ego.
	GFS2P3: No sé, modelos, eso solo más sale en Instagram que en TikTok, y me gusta cómo seguir esa misma moda, vestir como ellos.	Modelos, eso sale más en Instagram, y me gusta vestir como ellos.
	GFS3P3: Mmm si yo creo que sí, porque a veces en tik tok cuando uno mira mucho un tipo de contenido en especial le va salir a cada rato y así, y si uno se siente mal y solo ve tik toks tristes pues si creo que habla de cómo uno se llegue a sentir, pues eso es en lo personal.	Sí, porque si uno ve contenido triste es porque se siente mal.
	GFS4P3: Si yo también pienso lo mismo, y me suele pasar así, porque cuando uno está feliz casi siempre consume cosas que lo hagan sentir bien.	Cuando estoy feliz, consumo cosas que me hagan sentir bien.

	GFS5P3: Pienso igual, es decir, cuando estoy feliz, consumo cosas que me hagan sentir bien.	Pienso igual, es decir, cuando estoy feliz, consumo cosas que me hagan sentir bien.
4. ¿Desde sus experiencias personales, creen que las redes sociales ayudan o perjudican la autoestima de los adolescentes en general?	GFS1P4: Yo creo que sí, porque uno se empieza a comparar con el resto y no se siente suficiente.	Sí, porque uno se compara con los demás y no se siente suficiente.
	GFS2P4: Eso mismo iba a decir, porque esa era mi idea también, que uno se compara y no se siente suficiente.	Esa era mi idea también, que uno se compara y no se siente suficiente.
5. ¿Cómo reacciona tu familia ante lo que publicas en redes sociales? ¿Puedes contar alguna experiencia o ejemplo concreto?	GFS1P5: Pues mi mamá, cuando grabo un video me dice, ¿qué estás haciendo? Y ella, tan linda me ayuda.	Mi mamá, cuando grabo un video me dice, ¿qué estás haciendo? Y ella, tan linda me ayuda.
	GFS2P5: Yo creo que la familia te halaga.	la familia te halaga.
	GFS3P5: Es verdad. Porque Jessica sube varios videos bailando con su mamá. Entonces ahí demuestra lo que la mamá siente por eso, Y por ella.	Sube varios videos bailando con su mamá. Entonces ahí demuestra lo que la mamá siente.
	GFS4P5: Yo siento que depende de la familia porque hay familias que no manejan bien lo de las redes sociales. Pero siento que... En mi caso personal, es como ella, solamente reacciona y me responde las fotos que subo con Oscar.	Depende de la familia porque hay familias que no manejan bien las redes sociales.
6. ¿Sienten que pueden hablar con libertad en casa sobre lo que ven o comparten en redes? ¿Por qué?	GFS1P6: En mi caso, yo diría que depende. Porque hay veces que yo me siento mal y les he contado cosas a mi mamá y pues a ella no le sabe gustar que uno comparta. Entonces yo por eso, a veces cuando estoy así demasiado mal, mejor no digo nada y me quedo callada.	Yo diría que depende. Porque hay veces que yo me siento mal y les he contado cosas a mi mamá y pues a ella no le sabe gustar que uno comparta.
	GFS2P6: Ahí si se miraría la conexión, la comunicación que tiene con la familia, eso entiendo. Porque siento que los papás los necesitamos emocionalmente. Porque cuando uno está emocionalmente mal a uno le sube la autoestima o cualquier cosa.	Ahí si se miraría la conexión. A los papás los necesitamos emocionalmente.

7. ¿Qué tan común es que discutan en casa por las influencias que las redes sociales pueden tener sobre usted?	GFS1P7: Yo diría que mi mamá más me regaña cuando estoy pegada en el celular. O sea, no tanto por lo que consumo, sino al estar dependiente del móvil.	Mi mamá más me regaña cuando estoy pegada en el celular.
	GFS2P7: Pues a veces a mí me regañan por el vocabulario que usan las redes sociales. No, pero no es insultando, sino es, digamos, yo digo palabras malas, entonces a veces mi papá me escucha como decir otras palabras y aja no le gusta.	A mí me regañan por el vocabulario que usan las redes sociales.
8. ¿Te gustaría que tu familia te acompañe en el uso responsable de las redes sociales? Si la respuesta es negativa, ¿por qué? Y si es afirmativa, ¿de qué manera consideras que ese acompañamiento podría influir en tu autoestima y en la forma en que te percibes a ti mismo?	GFS1P8: Yo soy libre de ver mis cosas. Porque hay niños más pequeños que no tienen ese acompañamiento, y puede que a partir del contenido que consuman empiecen a adquirir actitudes que la verdad no van con la edad ni con la crianza que han tenido. Y así nosotros estamos grandes, nuestros padres nos podrían respaldar y nos podrían tratar de asesorar. Pero primero ellos deberían aprender.	Yo soy libre de ver mis cosas. nosotros estamos grandes, nuestros padres nos podrían respaldar y nos podrían tratar de asesorar. Pero primero ellos deberían aprender.
	GFS2P8: Sí hay un acompañamiento por parte de las familias eso sí puede influir en la autoestima de cada uno de las personas. Si nos dan el acompañamiento que se quisiera pues sería como que con lo que tú te comparas y con lo que a ti te baja la autoestima ese contenido ya no te lo harían ver o no necesariamente eso, sino que lo transformaría de una manera que no le fuera agresivo contigo.	El acompañamiento por parte de la familia eso sí puede influir en la autoestima. Si comparan y con lo que a ti te baja la autoestima ese contenido ya no te lo harían ver.
9. ¿Consideras que las publicaciones que ves en redes sociales te hacen sentir más conectada con otras personas? ¿Y qué tipo de publicaciones son las que te generan	GFS1P9: Depende. Es que depende porque de igual manera yo siento conexión con un video triste con un vídeo feliz.	Siento conexión con videos tristes o felices.
	GFS2P9: Conectados, conectados en sí no creo. Pero tal vez por las experiencias son casi iguales. Por ejemplo, que otra persona suba un video que me haya pasado a mí siento que hay como que tenemos conexión.	No creo que las redes me hagan sentir conectada, pero cuando alguien publica algo que también me ha pasado, siento conexión
	GFS3P9: Los videos que a uno lo relaciona. Más no... mejor dicho lo que siento a la otra persona si yo subo algún video que lo relaciona. Es decir, digamos yo ya no hablo con una que antes era mi super grupo social, ¿no? Ajá, por cositas. Pero yo siento que así sea de una	Los videos que me relacionan con otras personas me hacen sentir conexión, aunque ya no hable con

esa sensación de conexión?	forma que no se atan directamente no se atienden directamente. Y así, siento que no es una comunicación directa, pero te ayuda cómo que aún mantener el vínculo.	alguien de mi antiguo grupo, estos videos ayudan a mantener el vínculo.
10. Compartan alguna experiencia en redes sociales donde se sintieron excluidos o dejados de lado ¿Qué pensaron e hicieron al respecto?	<p>GFS1P10: Si, fue horrible, horrible, horrible. Las bloquee y les termine la amistad.</p> <p>GFS2P10: No, pues sí, sería feo porque, por ejemplo, en mi grupito de amigos y que yo me peleé con ellas y que se pongan a subir unas fotos y como uno diga, se han quedado en ver y si mi es feo. Pero hagamos como que la vimos y ya.</p> <p>GFS3P10: En mi defensa, pues la verdad yo sí he tenido esas experiencias y son bastantes, pero porque de igual uno se acostumbra a una persona o se acostumbra a una amistad que es bien chévere y después de que te dejen de hablar o hay como que, ajá, él por allá y nosotros por acá y nosotros somos mejores entonces, o sea, yo me siento mal. Yo me siento mal todavía.</p>	<p>Fue horrible, las bloqueeé y terminó la amistad.</p> <p>Sería feo ver que mis amigas se reúnan sin mí y suban fotos.</p> <p>Si he tenido experiencias y me he sentido mal cuando una amistad cercana me deja de hablar y se aleja.</p>
11. ¿Alguna vez han realizado acciones, como publicar cierto contenido o interactuar de una manera específica, para integrarse o ser aceptados en una comunidad de red social? y ¿cómo supieron que esa comunidad los aceptó?	<p>GFS1P11: ¿Podrían ser los trens de TikTok? que salen de bailar, eso sería.</p> <p>GFS2P11: Lo que dice lo que dice Marucha pues es verdad, o sea uno mira como que un baile y dice yo también lo quiero hacer, quiero unirme a ese baile y uno como que mira la tendencia de la ropa y como que se la pone y hace ese baile si me hago entender, entonces sí, uno sí cambia por querer hacer cosas que salen ahí en red social. Como para sentirse parte de eso.</p>	<p>Sí, los trends de TikTok, los bailes.</p> <p>Uno mira un baile y dice yo también lo quiero hacer y unirme a ese baile, también se mira la tendencia de la ropa y se la pone.</p>

12. ¿Qué creen que hace que una persona sea aceptada o no por los usuarios de redes sociales?	GFS1P12: Si uno quiere pertenecer, pues, digamos así a un grupo, y si ese grupo, un ejemplo, le gusta el rock, pero son populares, es un ejemplo, y usted quiere ser parte, entonces como que dice, ah, no, también quiero y adopté ese gusto por el rock. Hay gente que sí lo hace. Gente que hace eso, para decir que somos iguales y podemos estar a nivel de amistad y así.	Algunos adoptan intereses de otros para sentirse parte del grupo.
	GFS2P12: Pues yo, la verdad, no lo he hecho, somos únicos. Somos únicos y bellos.	Yo no lo he hecho, todos somos únicos y bellos.

Matriz de proposiciones agrupadas

Tabla 7. Matriz de proposiciones agrupadas grupo focal

Pregunta	Información	Proposiciones agrupadas
1. ¿Mencionen de qué manera creen que existe una influencia de las redes sociales en cómo se sienten consigo mismos?	GFS1P1: Me afectan los me gustan.	Verde azulado: Afectación emocional.
	GFS2P1: A mí no me afectan, pero creo que a otros sí.	Azul claro: Indiferencia.
	GFS3P1: Cuando no me dan me gusta pienso que estoy fea, sí afecta.	Fucsia: Validación social Verde azulado: Afectación emocional.
2. ¿Alguna vez han sentido que su autoestima baja al compararse con lo que ven en redes sociales? ¿Por qué creen que pasa eso?	GFS1P2: Tal vez porque no tenemos el físico, no estamos bien desarrolladas.	Verde claro: Afectación leve.
	GFS2P2: Sí, porque hay otras personas más bonitas que yo.	Tomate: Autoevaluación negativa.
	GFS3P2: Ahora dependemos mucho de una red social.	Azul rey: Uso excesivo.
	GFS4P2: Sí, hasta de los filtros.	Azul rey: Uso excesivo.
3. ¿Qué tipo de contenido les	GFS1P3: Depende, miro contenido de risa, tristeza y canciones que me suben el ego.	Morado: Variabilidad emocional.

gusta ver? ¿Creen que eso dice algo sobre cómo se sienten consigo mismos?	GFS2P3: Modelos, eso sale más en Instagram, y me gusta vestir como ellos.	Café: Comparación.
	GFS3P3: Sí, porque si uno ve contenido triste es porque se siente mal	Verde azulado: Afectación emocional.
	GFS4P3: Cuando estoy feliz, consumo cosas que me hagan sentir bien.	Gris: Emociones positivas.
	GFS5P3: Pienso igual, cuando estoy feliz, consumo cosas que me hagan sentir bien.	Gris: Emociones positivas.
4. ¿Desde sus experiencias personales, creen que las redes sociales ayudan o perjudican la autoestima de los adolescentes?	GFS1P4: Sí, porque uno se compara con los demás y no se siente suficiente.	Café: Comparación. Tomate: Autoevaluación negativa.
	GFS2P4: Esa era mi idea también. que uno se compara y no se siente suficiente.	Café: Comparación. Tomate: Autoevaluación negativa.
5. ¿Cómo reacciona tu familia ante lo que publicas en redes sociales? ¿Puedes contar alguna experiencia o ejemplo concreto?	GFS1P5: Mi mamá cuando grabo un video me dice, ¿qué estás haciendo? Y ella, tan linda me ayuda.	Verde caña: Apoyo familiar. Verde menta: Interés familiar.
	GFS2P5: La familia te halaga.	Verde caña: Apoyo familiar.
	GFS3P5: Sube varios videos bailando con su mamá. Entonces ahí demuestra lo que la mamá siente.	Verde caña: Apoyo familiar.
	GFS4P5: Depende de la familia porque hay familias que no manejan bien las redes sociales.	Curuba: Desinformación.
6. ¿Sienten que pueden hablar con libertad en casa sobre lo que ven o comparten en redes? ¿Por qué?	GFS1P6: yo diría que depende. Porque hay veces que yo me siento mal y les he contado cosas a mi mamá y pues a ella no le sabe gustar que uno comparta.	Verde azulado: Afectación emocional.
	GFS2P6: Ahí si se miraría la conexión. A los papás los necesitamos emocionalmente.	Verde caña: Apoyo familiar.
7. ¿Qué tan común es que	GFS1P7: Mi mamá más me regaña cuando estoy pegada en el celular.	Verde olivo: Supervisión. Azul rey: Uso excesivo.

<p>discutan en casa por las influencias que las redes sociales pueden tener sobre usted?</p>	<p>GFS2P7: A mí me regañan por el vocabulario que usan las redes sociales.</p>	<p>Verde olivo: Supervisión.</p>
<p>8. ¿Te gustaría que tu familia te acompañe en el uso responsable de las redes sociales? Si la respuesta es negativa, ¿por qué? Y si es afirmativa, ¿de qué manera consideras que ese acompañamiento podría influir en tu autoestima y en la forma en que te percibes a ti mismo?</p>	<p>GFS1P8: Yo soy libre de ver mis cosas. nosotros estamos grandes, nuestros padres nos podrían respaldar y nos podrían tratar de asesorar. Pero primero ellos deberían aprender.</p> <p>GFS2P8: El acompañamiento por parte de la familia eso sí puede influir en la autoestima. Si comparan y con lo que a ti te baja la autoestima ese contenido ya no te lo harían ver.</p>	<p>Azul bebe: Independencia Verde caña: Apoyo familiar. Curuba: Desinformación.</p> <p>Verde caña: Apoyo familiar. Verde olivo: Supervisión Verde menta: Interés familiar.</p>
<p>9. ¿Consideras que las publicaciones que ves en redes sociales te hacen sentir más conectada con otras personas? ¿Y qué tipo de</p>	<p>GFS1P9: Siento conexión con videos tristes o felices.</p> <p>GFS2P9: No creo que las redes me hagan sentir conectada, pero cuando alguien publica algo que también me ha pasado, siento conexión.</p> <p>GFS3P9: Los videos que me relacionan con otras personas me hacen sentir conexión, aunque ya no hable con alguien de mi antiguo grupo, estos videos ayudan a mantener el vínculo.</p>	<p>Rojo baya: Identificación</p> <p>Azul claro Indiferencia</p> <p>Rojo baya: Identificación.</p> <p>Rojo baya: Identificación.</p>

publicaciones son las que te generan esa sensación de conexión?	GFS1P10: Fue horrible, las bloqueé y terminé la amistad.	Verde azulado: Afectación emocional. Oliva: Acción.
10. Compartan alguna experiencia en redes sociales donde se sintieron excluidos o dejados de lado ¿Qué pensaron e hicieron al respecto?	GFS2P10: Sería feo ver que mis amigas se reúnan sin mí y suban fotos.	Verde azulado: Afectación emocional.
	GFS3P10: Si he tenido experiencias y me he sentido mal cuando una amistad cercana me deja de hablar y se aleja.	Verde azulado: Afectación emocional.
11. ¿Alguna vez han realizado acciones, como publicar cierto contenido o interactuar de una manera específica, para integrarse o ser aceptados en una comunidad de red social? y ¿cómo supieron que esa comunidad los aceptó?	GFS1P11: Sí, los trends de TikTok, los bailes.	Fucsia: Validación social.
	GFS2P11: Uno mira un baile y dice yo también lo quiero hacer y unirme a ese baile, también se mira la tendencia de la ropa y se la pone.	Fucsia: Validación social.
12. ¿Qué creen que hace que una persona sea aceptada o no por	GFS1P12: Algunos adoptan intereses de otros para sentirse parte del grupo.	Fucsia: Validación social.
	GFS2P12: Yo no lo he hecho, todos somos únicos y bellos.	Rojo: Aceptación personal.

los usuarios de redes sociales?

Matriz de triangulación de información

Tabla 8. *Matriz de triangulación de información*

Categoría	Proposiciones agrupadas Entrevista semiestructurada	Proposiciones agrupadas Grupo focal	Conclusiones
Autoestima en el área personal	<p>Violeta: Bienestar general: (17)</p> <p>Fucsia: Validación social: (8)</p> <p>Verde azulado: Afectación emocional (9)</p> <p>Gris: Emociones positivas (9)</p> <p>Azul claro: Indiferencia (9)</p> <p>Verde claro: Afectación leve (4)</p> <p>Tomate: Autoevaluación negativa (4)</p> <p>Oliva: Acción (4)</p> <p>Café: Comparaciones (4)</p> <p>Azul rey: Uso excesivo. (3)</p> <p>Amarillo: Cuestionamiento (2)</p> <p>Rojito: Aceptación personal (1)</p> <p>Morado: Variabilidad emocional (1)</p> <p>Dentro de la autoestima en el área personal, se observa que el bienestar general es la proposición más recurrente, reflejando una percepción de equilibrio, satisfacción y estabilidad frente al uso de las</p>	<p>Fucsia: Validación social (2)</p> <p>Azul claro: Indiferencia (1)</p> <p>Amarillo: Cuestionamiento (1)</p> <p>Verde azulado: Afectación emocional (3)</p> <p>Verde claro: Afectación leve (1)</p> <p>Tomate: Autoevaluación negativa (4)</p> <p>Gris: Emociones positivas (3)</p> <p>Café: Comparaciones (3)</p> <p>Azul rey: Uso excesivo. (1)</p> <p>En relación a la autoestima en el área personal correspondiente al grupo focal, se logró evidenciar que la validación social refleja que la aprobación en redes manifestada a través de “likes”, comentarios o reacciones opera como un referente simbólico de reconocimiento y valoración subjetiva. Por otro lado, la indiferencia se manifiesta de forma puntual, evidenciando cierta distancia</p>	<p>Este proceso permitió comprender cómo las redes sociales influyen en la autoestima a nivel personal. En ambas técnicas se evidenció que la validación social constituye un eje central, puesto que los “likes”, comentarios y reacciones funcionan como indicadores simbólicos de aceptación y valor personal, esta búsqueda de aprobación digital se relaciona con la presencia de afectación emocional y autoevaluaciones negativas, manifestadas en sentimientos de frustración, tristeza e inseguridad cuando no se obtiene la respuesta esperada o cuando se realizan comparaciones con otros usuarios. De manera complementaria, se identificaron emociones positivas y afectación leve, las cuales reflejan respuestas emocionales fluctuantes frente a la interacción</p>

redes sociales. Este bienestar se asocia con experiencias de disfrute, autoexpresión y conexión emocional que fortalecen la percepción positiva de sí mismo. De igual forma, la validación social aparece con alta frecuencia, evidenciando la relevancia que adquiere la aprobación digital a través de “likes”, comentarios o visualizaciones como una forma de reconocimiento simbólico. Asimismo, la afectación emocional también se presenta de forma constante, mostrando la vulnerabilidad que generan las redes ante la falta de respuesta o interacción; sentimientos de tristeza, inseguridad o frustración se manifiestan como resultado de la comparación o de la percepción de poca aceptación social. Por su parte, las emociones positivas se identifican con frecuencia, asociadas a sensaciones de alegría, tranquilidad o satisfacción que surgen cuando se recibe apoyo o aprobación. Por otro lado, la indiferencia refleja una postura de autonomía frente a la influencia digital, donde los comentarios o

emocional frente a la aprobación o desaprobación recibida en redes, donde las interacciones no logran alterar significativamente la percepción personal ni el estado de ánimo. Asimismo, el cuestionamiento aparece como un proceso reflexivo ante la influencia de las redes sociales, impulsando la autocrítica y la búsqueda de comprensión sobre cómo los espacios digitales afectan la autoestima y el bienestar emocional. Por otra parte, la afectación emocional se presenta de manera constante, evidenciando sentimientos de frustración, tristeza o inseguridad derivados de la comparación o de la falta de reconocimiento en redes. En una proporción moderada, la afectación leve refleja reacciones emocionales pasajeras que, aunque generan incomodidad o desánimo, no llegan a provocar una alteración profunda en la autoestima. De igual manera, la autoevaluación negativa ocupa una presencia relevante, asociada a percepciones críticas hacia sí mismos, sentimientos de insuficiencia y comparaciones desfavorables con otros usuarios, lo que evidencia el efecto del entorno digital en la autoimagen.

digital. Estas manifestaciones muestran que la relación con las redes sociales no es uniforme, sino variable, dependiendo del nivel de interacción recibida y del significado que cada adolescente otorga a dichas respuestas. Asimismo, las comparaciones y el uso excesivo se relacionan con una tendencia hacia la dependencia digital, en la que las redes sociales se convierten en espacios de evaluación constante, esta dinámica favorece la exposición al juicio social y refuerza la necesidad de reconocimiento externo. En este contexto, la acción se manifiesta como una estrategia de regulación, evidenciada en conductas como eliminar publicaciones, modificar fotografías o ajustar contenidos con el fin de controlar la propia imagen ante el público virtual. No obstante, también emergen categorías como la indiferencia, la aceptación personal y el cuestionamiento, que reflejan niveles de autonomía frente a la aprobación externa, estas proposiciones evidencian que algunos adolescentes desarrollan procesos reflexivos y formas de

reacciones no determinan de manera significativa la percepción personal ni el estado emocional. En una proporción moderada se identifica la afectación leve, representada por emociones pasajeras de incomodidad o inseguridad que no logran afectar de manera profunda la autoestima ni la autoimagen. De forma más reducida, la autoevaluación negativa evidencia percepciones autocríticas o comparaciones desfavorables frente a otros usuarios, lo que puede generar malestar y disminución temporal de la valoración personal. También se observa la proposición de acción en poca medida, reflejado en conductas de modificación o eliminación de publicaciones como mecanismos de control sobre la imagen digital y estrategias para mantener la aceptación o evitar el rechazo. La comparación aparece como un elemento poco recurrente en la interpretación de la realidad digital, vinculada con la observación de modelos idealizados que influyen en la autopercepción y generan deseos

Asimismo, las emociones positivas se identifican como manifestaciones de bienestar, satisfacción o motivación derivadas de interacciones favorables o contenidos que fortalecen momentáneamente la percepción personal. La proposición de comparaciones aparece como un elemento importante, mostrando la tendencia a evaluar la propia apariencia, estilo o logros en función de los modelos observados en redes, lo que contribuye tanto a la insatisfacción como a la búsqueda de mejora personal. Finalmente, el uso excesivo refleja una vinculación intensa con las redes sociales, que puede generar dependencia y disminuir el equilibrio emocional, reforzando la necesidad constante de validación o conexión digital.

autorregulación que les permiten mantener una percepción más estable de sí mismos, reduciendo la dependencia emocional del entorno digital. Finalmente, el bienestar general y la variabilidad emocional permiten comprender que las redes sociales no solo generan presión o comparación, sino que también pueden constituir espacios de expresión y conexión emocional. En conjunto, los hallazgos evidencian que la autoestima en el contexto digital se configura como un proceso dinámico en el que interactúan la búsqueda de validación, las respuestas emocionales y las estrategias de regulación personal, integrando tanto experiencias de fortalecimiento como situaciones de vulnerabilidad emocional.

de adecuarse a estándares externos.
 El uso excesivo se presenta en poca medida, destacándose como una tendencia que propicia dependencia emocional y la necesidad constante de conexión, afectando el equilibrio personal y la relación con el propio bienestar.
 En menor medida, el cuestionamiento refleja procesos de reflexión sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima y la construcción de la identidad digital.
 Finalmente, la aceptación personal y la variabilidad emocional surgen de manera marginal, representando una postura de estabilidad y autoconfianza frente a la exposición digital, así como los cambios emocionales naturales que acompañan la interacción en estos espacios.

Autoestima en el área familiar	<p>Verde caña: Apoyo familiar (3) Verde menta: Interés familiar (4) Curuba: Desinformación (2) Azul claro: Indiferencia (20) Verde olivo: Supervisión (3) Fucsia: Validación Social (7)</p>	<p>Verde caña: Apoyo familiar (6) Verde menta: Interés familiar (2) Curuba: Desinformación (2) Azul claro: Indiferencia (1) Verde olivo: Supervisión (3) Azul bebe: Independencia (1) Azul rey: Uso excesivo. (1)</p>	<p>En el área familiar, a partir de los resultados obtenidos en las entrevistas y en el grupo focal, se evidenció que las redes sociales influyen de manera significativa en la forma en que los adolescentes construyen su</p>
---------------------------------------	--	--	---

Verde azulado: Afectación emocional. (4)

Azul rey: Uso excesivo. (6)

Vino tinto: Desinterés (13)

Café: Comparaciones. (5)

Durazno: Crítica familiar (5)

Lila: Morbo (2)

Dentro del análisis de la autoestima en el área familiar se evidencia un predominio de la indiferencia, lo que indica que, para la mayoría de los adolescentes, la aceptación o el rechazo recibido en redes sociales no es percibido como un factor que influya de manera directa en su bienestar emocional ni en la forma en que se valoran a sí mismos. Esta postura sugiere una cierta autonomía frente a la aprobación externa; sin embargo, también refleja una distancia emocional del entorno familiar respecto a las dinámicas digitales que atraviesan la cotidianidad de los adolescentes. De manera complementaria, se identifica un alto nivel de desinterés familiar, caracterizado por la escasa atención, comentarios o acompañamiento frente al uso de las redes sociales, lo que puede

Vino tinto: Desinterés. (1)

Verde azulado: Afectación emocional (1)

Dentro de la autoestima en el área familiar, se evidencia que predomina el apoyo familiar, reflejando que en muchos casos las familias brindan acompañamiento, comprensión y respaldo emocional frente al uso de las redes sociales y las experiencias personales. Este apoyo se manifiesta en el diálogo y la orientación, generando confianza y fortaleciendo la seguridad emocional.

En menor medida se observa la supervisión, donde algunos familiares establecen límites o realizan seguimiento al uso de redes, buscando prevenir riesgos o comportamientos inadecuados. Aunque no se percibe como control rígido, esta vigilancia favorece la protección y el manejo responsable de las plataformas digitales.

El interés familiar se presenta en algunos casos, mostrando una preocupación genuina por las dinámicas digitales de los adolescentes. Sin embargo, este interés no siempre se traduce en acciones concretas o acompañamiento continuo, lo que refleja una intención más que una práctica constante.

autoestima, especialmente a través de las dinámicas de apoyo, supervisión e interés presentes en el hogar. Las categorías más representativas fueron el apoyo familiar, la supervisión y el interés familiar, que reflejan la existencia de vínculos positivos donde los padres o cuidadores brindan acompañamiento, diálogo y orientación frente al uso de redes sociales, favoreciendo una relación más equilibrada con los entornos digitales y fortaleciendo la seguridad emocional.

No obstante, al contrastar ambos instrumentos, se observa una tendencia significativa hacia la falta de acompañamiento constante. Si bien los adolescentes reconocen ciertos gestos de apoyo o comunicación familiar, estos resultan esporádicos y no siempre logran satisfacer sus necesidades emocionales o de orientación.

Esta situación contrasta con la presencia recurrente de categorías como desinterés, indiferencia, comparaciones, crítica familiar y morbo, que evidencian la ausencia de un diálogo afectivo sostenido y la invalidación de las experiencias emocionales del adolescente. Las comparaciones dentro del hogar y

generar una sensación de ausencia o desconexión del entorno cercano en relación con la vida digital de los adolescentes.

A pesar de esta indiferencia familiar, un grupo significativo de participantes reconoce la validación social como un elemento relevante para su autoestima, otorgando valor a los “likes”, comentarios y visualizaciones como indicadores de aceptación, lo que evidencia que, aunque la familia no se perciba como un agente activo, la aprobación externa sí cumple un papel importante en la autovaloración. Este proceso se relaciona con la comparación social y la crítica familiar, categorías que emergen como factores que afectan negativamente la autopercepción, favoreciendo sentimientos de inseguridad, inconformidad y dependencia de la mirada externa. Asimismo, se identifica en algunos casos el uso excesivo de redes sociales, asociado a la necesidad constante de interacción y pertenencia, lo cual incrementa la exposición a contenidos idealizados y puede

También se identifican la desinformación y la independencia como aspectos relevantes. En el primer caso, se percibe desconocimiento por parte de las familias sobre los riesgos y límites del uso de redes; en el segundo, destaca la autonomía con la que los adolescentes manejan sus perfiles, decidiendo qué publicar o compartir sin la necesidad de aprobación familiar.

En una proporción menor se encuentran la afectación emocional, el desinterés, el uso excesivo y la indiferencia. Estas categorías reflejan experiencias individuales de emociones negativas como ansiedad o tristeza, la poca atención familiar hacia la actividad digital, el uso prolongado de las plataformas y la neutralidad ante la aprobación externa. En conjunto, su presencia menos frecuente sugiere que, dentro del grupo focal, la influencia familiar y la comunicación funcionan como factores protectores que ayudan a moderar los posibles efectos negativos del uso de redes sociales.

en redes sociales, junto con las críticas hacia la apariencia, los gustos o la forma de expresarse, generan inseguridad y afectación emocional. Por su parte, el morbo refleja la exposición o el interés por contenidos inadecuados, lo que demuestra la falta de control y guía familiar frente al manejo de los espacios digitales. De igual forma, la categoría de afectación emocional se hace presente como resultado de las dinámicas familiares y del uso de redes sociales, expresándose en sentimientos de tristeza, ansiedad, frustración o inseguridad derivados de la comparación constante y la necesidad de validación externa. La desinformación también se identifica como un factor que limita la capacidad de orientar a los adolescentes, ya que tanto padres como hijos desconocen los riesgos, límites y funciones de las plataformas digitales. A su vez, el uso excesivo se vincula con la tendencia a permanecer conectados por largos periodos, lo que interfiere en la comunicación familiar y en la regulación emocional.

intensificar la afectación emocional, manifestada en emociones como ansiedad, tristeza o inseguridad, especialmente cuando no existe un acompañamiento familiar que facilite la reflexión y el manejo de dichas experiencias.

En menor proporción se observan manifestaciones de interés, supervisión y apoyo familiar, lo que indica que solo un número reducido de familias asume un rol activo en la orientación frente al uso de plataformas digitales. Finalmente, aunque con baja frecuencia, la desinformación y el morbo ponen de relieve la falta de educación digital y la exposición a contenidos inadecuados, aspectos que pueden incidir en la construcción de una imagen distorsionada de sí mismos y en vínculos sociales más frágiles. Al contrastar estos hallazgos con el ámbito personal, se observa que, aunque a nivel individual los adolescentes reportan bienestar general, emociones positivas y ciertas posturas de autonomía frente a la influencia digital, en el ámbito familiar predomina una

Por otro lado, la independencia se relaciona con la autonomía que algunos adolescentes desarrollan en la gestión de sus redes, intentando autorregularse ante la limitada guía o acompañamiento familiar.

En conjunto, la triangulación de la información del grupo focal y las entrevistas permite concluir que la calidad del vínculo con los padres o cuidadores influye directamente en la forma en que los adolescentes construyen su autoestima frente al impacto de las redes sociales: un entorno familiar cercano, comprensivo y comunicativo fortalece la seguridad personal y el sentido de confianza, mientras que la falta de apoyo constante, la crítica, la desinformación y la exposición a contenidos inadecuados favorecen la dependencia de la validación social y una mayor vulnerabilidad emocional.

respuesta marcada por la indiferencia y el desinterés.

Autoestima en el área social	<p>Amarillo: Cuestionamiento (5) Verde claro: Afectación leve (6) Azul claro: Indiferencia (22) Fucsia: Validación Social (17) Rojo: Aceptación personal (3) Verde azulado: Afectación emocional (14) Oliva: Acción (3) Tomate:: Autoevaluación negativa (1) Gris: Emociones positivas emociones. (10) Verde botella: Apoyo social (1)</p>	<p>Rojo baya: Identificación (3) Azul claro: Indiferencia (1) Oliva: Acción (1) Verde azulado: Afectación emocional (3) Fucsia: Validación Social (3) Rojo: Aceptación personal (1)</p>	<p>En el área social, el análisis de la información obtenida permitió identificar que las interacciones que los adolescentes establecen en redes sociales influyen de manera importante en la construcción de su autoestima, especialmente a través de las experiencias de aceptación, reconocimiento y valoración que se desarrollan en los entornos digitales. En este contexto, la indiferencia se reconoce como la categoría con mayor presencia, lo que sugiere la adopción de una actitud de aparente distanciamiento frente a la dinámica social en redes. Sin embargo, esta postura no representa una ausencia total de impacto, sino una forma de respuesta que convive con otras manifestaciones emocionales y sociales que también intervienen en la percepción de sí mismos.</p> <p>De manera complementaria, se identifican con alta frecuencia la validación social y la afectación emocional, las cuales evidencian que las respuestas recibidas en</p>
<p>En la entrevista semiestructurada se identifica que la indiferencia, al presentar la mayor frecuencia, se posiciona como la proposición predominante en la autoestima en el área social; esta se expresa como una forma de distanciamiento emocional frente a la interacción en redes sociales, sin que ello implique una ausencia total de influencia.</p>	<p>A partir del intercambio generado en el grupo focal, se observa que la indiferencia, al contar con la mayor recurrencia, se expresa como una actitud asumida por varios adolescentes para manejar la exposición en redes sociales, evidenciando una tendencia a minimizar la importancia de la opinión externa en su experiencia social digital.</p>	<p>De igual forma, la validación social adquiere relevancia al ser asociada con señales de reconocimiento dentro del entorno virtual, mientras que la afectación emocional se manifiesta cuando dichas expectativas no se cumplen, generando reacciones</p>	
<p>Con alta frecuencia también emergen la validación social y la afectación emocional, evidenciando que las respuestas</p>			

obtenidas en redes sociales influyen en la percepción de aceptación y en el estado emocional de los adolescentes. Las interacciones positivas refuerzan el reconocimiento social, mientras que la escasa respuesta genera malestar emocional.

En un nivel moderado se encuentran las emociones positivas y la afectación leve, las cuales reflejan reacciones emocionales temporales frente a la interacción digital, sin un impacto profundo en la autoestima social.

Con menor frecuencia aparecen el cuestionamiento y la aceptación personal, asociados a procesos de reflexión y a una valoración más estable de sí mismos, menos dependiente de la aprobación externa. Finalmente, la autoevaluación negativa, la acción y el apoyo social se presentan de forma limitada, vinculándose a comparaciones sociales, decisiones orientadas al control de la imagen digital y búsqueda de acompañamiento

emocionales que influyen en la autoestima.

Con una presencia intermedia, la afectación leve se vincula a respuestas emocionales de corta duración frente a la interacción en redes sociales, en tanto que las emociones positivas se relacionan con experiencias agradables derivadas de comentarios o reacciones favorables, sin que estas determinen de manera permanente la autoestima.

En menor proporción, el cuestionamiento refleja espacios de reflexión compartida sobre el papel que cumplen las redes sociales en la valoración personal, mientras que la aceptación personal evidencia discursos orientados a la conformidad con la propia imagen, más allá de la aprobación externa.

Finalmente, la autoevaluación negativa, la acción y el apoyo social aparecen de manera limitada, asociándose a procesos de comparación con otros, decisiones orientadas a modificar o eliminar publicaciones y la búsqueda de respaldo emocional ante experiencias desfavorables en redes sociales.

redes sociales influyen directamente en la percepción de aceptación y en el estado emocional de los adolescentes. Las interacciones positivas tienden a fortalecer el reconocimiento social y la percepción de pertenencia, mientras que la ausencia de respuesta o la baja interacción puede generar sentimientos de inseguridad, inconformidad o malestar emocional.

Asimismo, se observa la presencia de categorías como emociones positivas, afectación leve y cuestionamiento, que reflejan respuestas emocionales moderadas y procesos de reflexión frente a las experiencias digitales. Estas manifestaciones sugieren que las vivencias en redes sociales pueden generar reacciones temporales que, aunque no transforman de manera profunda la autoestima, sí influyen en la forma en que los adolescentes interpretan sus relaciones sociales y su posicionamiento frente a otros.

Por otra parte, categorías como aceptación personal y acción se

emocional ante experiencias
negativas en redes sociales.

relacionan con procesos de autorregulación y toma de decisiones frente al uso de redes sociales, evidenciando intentos por gestionar la propia imagen digital o por responder de manera consciente a determinadas situaciones. De igual forma, la identificación aparece como un elemento asociado al reconocimiento de características propias o compartidas con otros, contribuyendo al proceso de construcción de la identidad social dentro de los entornos digitales.

Finalmente, se identifican con menor frecuencia la autoevaluación negativa y el apoyo social, las cuales se vinculan con experiencias específicas relacionadas con comparaciones sociales desfavorables o con la búsqueda ocasional de acompañamiento emocional ante situaciones negativas en redes sociales.

En conjunto, la integración de los resultados permite comprender que la autoestima en el área social se configura a partir de la interacción entre la necesidad de aceptación, las respuestas

emocionales derivadas de la interacción digital y las estrategias personales que los adolescentes emplean para afrontar sus experiencias en redes sociales, evidenciando tanto procesos de fortalecimiento del reconocimiento social como situaciones que pueden generar vulnerabilidad emocional.

Matriz de categorías inductivas

Tabla 9. *Matriz de categorías inductivas*

Categoría deductiva	Conclusiones	Categoría inductiva
Autoestima en el área personal	<p>Este proceso permitió comprender cómo las redes sociales influyen en la autoestima a nivel personal. En ambas técnicas se evidenció que la validación social constituye un eje central, puesto que los “likes”, comentarios y reacciones funcionan como indicadores simbólicos de aceptación y valor personal, esta búsqueda de aprobación digital se relaciona con la presencia de afectación emocional y autoevaluaciones negativas, manifestadas en sentimientos de frustración, tristeza e inseguridad cuando no se obtiene la respuesta esperada o cuando se realizan comparaciones con otros usuarios.</p> <p>De manera complementaria, se identificaron emociones positivas y afectación leve, las cuales reflejan respuestas emocionales fluctuantes frente a la interacción digital. Estas manifestaciones muestran que la relación con las redes sociales no es uniforme, sino variable, dependiendo del nivel de interacción recibida y del significado que cada adolescente otorga a dichas respuestas. Asimismo, las comparaciones y el uso excesivo se relacionan con una tendencia hacia la dependencia digital, en la que las redes</p>	<p>Bienestar general. Validación social. Afectación emocional. Emociones positivas. Indiferencia. Afectación leve. Autoevaluación negativa. Acción. Comparaciones. Uso excesivo. Cuestionamiento. Aceptación personal.</p>

sociales se convierten en espacios de evaluación constante, esta dinámica favorece la exposición al juicio social y refuerza la necesidad de reconocimiento externo.

Variabilidad emocional.

En este contexto, la acción se manifiesta como una estrategia de regulación, evidenciada en conductas como eliminar publicaciones, modificar fotografías o ajustar contenidos con el fin de controlar la propia imagen ante el público virtual. No obstante, también emergen categorías como la indiferencia, la aceptación personal y el cuestionamiento, que reflejan niveles de autonomía frente a la aprobación externa, estas proposiciones evidencian que algunos adolescentes desarrollan procesos reflexivos y formas de autorregulación que les permiten mantener una percepción más estable de sí mismos, reduciendo la dependencia emocional del entorno digital.

Finalmente, el bienestar general y la variabilidad emocional permiten comprender que las redes sociales no solo generan presión o comparación, sino que también pueden constituir espacios de expresión y conexión emocional. En conjunto, los hallazgos evidencian que la autoestima en el contexto digital se configura como un proceso dinámico en el que interactúan la búsqueda de validación, las respuestas emocionales y las estrategias de regulación personal, integrando tanto experiencias de fortalecimiento como situaciones de vulnerabilidad emocional.

Autoestima en el área familiar

En el área familiar, a partir de los resultados obtenidos en las entrevistas y el grupo focal, se evidenció que las redes sociales influyen en la construcción de la autoestima a través de las dinámicas de acompañamiento presentes en el hogar. Las categorías de apoyo familiar, supervisión e interés familiar reflejan la existencia de vínculos positivos donde los padres o cuidadores brindan orientación y diálogo frente al uso de redes sociales, favoreciendo una relación más equilibrada con los entornos digitales y fortaleciendo la seguridad emocional.

Sin embargo, al contrastar ambos instrumentos, se identificó una tendencia hacia la falta de acompañamiento constante, evidenciada en categorías como desinterés, indiferencia, comparaciones y crítica familiar. Estas dinámicas generan inseguridad y afectación emocional, especialmente cuando las comparaciones o críticas se relacionan con la apariencia, los gustos o la forma de expresarse. A ello se suma la presencia del

Apoyo familiar.
Interés familiar.
Desinformación.
Indiferencia.
Supervisión.
Validación Social.
Afectación emocional.
Uso excesivo.
Desinterés.
Comparaciones.
Crítica familiar.
Morbo.

morbo, entendido como la exposición o el interés por contenidos inadecuados, lo cual evidencia limitaciones en la orientación familiar frente al uso responsable de los espacios digitales.

De igual forma, la afectación emocional se configura como resultado de la interacción entre las dinámicas familiares y el uso de redes sociales, manifestándose en sentimientos de tristeza, ansiedad o frustración asociados a la comparación constante y a la búsqueda de reconocimiento externo. La desinformación también aparece como un factor relevante, ya que limita la capacidad de orientar a los adolescentes frente a los riesgos y funciones de las plataformas digitales. En este mismo sentido, el uso excesivo se relaciona con la permanencia prolongada en redes sociales, lo que puede interferir en la comunicación familiar y en la regulación emocional.

Por otro lado, la independencia refleja la capacidad de algunos adolescentes para gestionar su uso de redes sociales de manera autónoma, especialmente cuando el acompañamiento familiar es limitado. Esta autonomía puede funcionar como un recurso adaptativo, aunque también evidencia la necesidad de fortalecer los procesos de orientación y supervisión.

En conjunto, la triangulación de la información permite concluir que la calidad del vínculo familiar influye directamente en la construcción de la autoestima frente al impacto de las redes sociales. Un entorno familiar cercano y comunicativo favorece la seguridad personal, mientras que la falta de apoyo, la crítica constante y la desinformación incrementan la dependencia de la validación externa y la vulnerabilidad emocional.

Autoestima en el área social	En el área social, el análisis de la información obtenida permitió identificar que las interacciones que los adolescentes establecen en redes sociales influyen de manera importante en la construcción de su autoestima, especialmente a través de las experiencias de aceptación, reconocimiento y valoración que se desarrollan en los entornos digitales. En este contexto, la indiferencia se reconoce como la categoría con mayor presencia, lo que sugiere la adopción de una actitud de aparente distanciamiento frente a la dinámica social en redes. Sin embargo, esta postura no representa una	Cuestionamiento. Afectación leve. Indiferencia. Validación Social. Aceptación personal. Afectación emocional. Acción.
-------------------------------------	--	---

ausencia total de impacto, sino una forma de respuesta que convive con otras manifestaciones emocionales y sociales que también intervienen en la percepción de sí mismos.

De manera complementaria, se identifican con alta frecuencia la validación social y la afectación emocional, las cuales evidencian que las respuestas recibidas en redes sociales influyen directamente en la percepción de aceptación y en el estado emocional de los adolescentes. Las interacciones positivas tienden a fortalecer el reconocimiento social y la percepción de pertenencia, mientras que la ausencia de respuesta o la baja interacción puede generar sentimientos de inseguridad, inconformidad o malestar emocional.

Asimismo, se observa la presencia de categorías como emociones positivas, afectación leve y cuestionamiento, que reflejan respuestas emocionales moderadas y procesos de reflexión frente a las experiencias digitales. Estas manifestaciones sugieren que las vivencias en redes sociales pueden generar reacciones temporales que, aunque no transforman de manera profunda la autoestima, sí influyen en la forma en que los adolescentes interpretan sus relaciones sociales y su posicionamiento frente a otros.

Por otra parte, categorías como aceptación personal y acción se relacionan con procesos de autorregulación y toma de decisiones frente al uso de redes sociales, evidenciando intentos por gestionar la propia imagen digital o por responder de manera consciente a determinadas situaciones. De igual forma, la identificación aparece como un elemento asociado al reconocimiento de características propias o compartidas con otros, contribuyendo al proceso de construcción de la identidad social dentro de los entornos digitales.

Finalmente, se identifican con menor frecuencia la autoevaluación negativa y el apoyo social, las cuales se vinculan con experiencias específicas relacionadas con comparaciones sociales desfavorables o con la búsqueda ocasional de acompañamiento emocional ante situaciones negativas en redes sociales. En conjunto, la integración de los resultados permite comprender que la autoestima en el área social se configura a partir de la interacción entre la necesidad de aceptación, las respuestas emocionales

Autoevaluación
negativa.
Emociones positivas.
Apoyo social.
Identificación.

derivadas de la interacción digital y las estrategias personales que los adolescentes emplean para afrontar sus experiencias en redes sociales, evidenciando tanto procesos de fortalecimiento del reconocimiento social como situaciones que pueden generar vulnerabilidad emocional.

Análisis e interpretación de resultados

Autoestima en el área personal

El abordaje del área personal se centra en comprender cómo los adolescentes construyen su autoestima a partir de las experiencias subjetivas derivadas del uso de las redes sociales, evidenciando una influencia directa en la autovaloración, el bienestar emocional y la percepción de sí mismos. En este ámbito, la autoestima se configura como un proceso intrapsíquico dinámico, sensible a la validación social, a la comparación y a las emociones que emergen de la interacción digital, especialmente durante la adolescencia, etapa caracterizada por la búsqueda de identidad y reconocimiento.

Desde el marco teórico, Stanley Coopersmith (1967) define la autoestima como la evaluación que el individuo realiza de sí mismo en términos de dignidad, competencia e importancia. Esta valoración se construye a partir de experiencias de aprobación o rechazo en distintos contextos, en coherencia con ello, los resultados evidencian que las redes sociales funcionan como un escenario clave donde los adolescentes ponen a prueba su autoconcepto, puesto que, las interacciones digitales actúan como fuentes constantes de reconocimiento o desaprobación.

Los hallazgos muestran que el bienestar general es la categoría más frecuente, los adolescentes perciben las redes sociales como espacios que favorecen el disfrute, la expresión personal y la conexión con otros, estas experiencias generan una percepción positiva de sí mismos, aunque generalmente de carácter momentáneo. Más allá de lo descriptivo, este resultado sugiere que el bienestar no depende únicamente del uso de las redes, sino del tipo de interacción que se produce en ellas, tal como plantean Llamas y Pagador (2014). quienes señalan que las redes sociales forman parte integral de la vida de los adolescentes y cumplen una función relevante en la construcción de experiencias emocionales y sociales, lo que explica por qué estos espacios pueden generar sensaciones de bienestar cuando las interacciones son positivas.

De forma complementaria la validación social aparece como un eje central en la construcción de la autoestima personal. Los “likes”, comentarios y visualizaciones adquieren un significado emocional que influye directamente en la autopercepción, esto se evidencia en la narración del entrevistado ES10P3 quien menciona: “Durante un tiempo si me afectaban, se sentía feo no tener los likes esperados, uno necesita aprobación”, este testimonio refleja la importancia que adquiere la aceptación social en la valoración personal, lo cual confirma lo propuesto por Coopersmith

(1967), quien afirma que la percepción de aceptación social constituye un componente esencial de la autoestima, especialmente en etapas del desarrollo donde la identidad aún se encuentra en proceso de consolidación.

No obstante, los resultados evidencian que esta búsqueda de validación también conlleva una afectación emocional significativa. Los adolescentes manifiestan sentimientos de tristeza, inseguridad y frustración cuando no reciben la respuesta esperada o cuando perciben escasa interacción en sus publicaciones, estas experiencias reflejan una vulnerabilidad en la autoestima personal y evidencian una fuerte dependencia de la aprobación externa, esta situación coincide con los antecedentes presentados por Soria y Villegas (2023), quienes identificaron una mayor fragilidad emocional en los adolescentes debido a la necesidad constante de aceptación por parte de los pares en redes sociales.

La autoevaluación negativa refuerza esta interpretación, los participantes expresan pensamientos autocríticos vinculados a su apariencia o estilo de vida, especialmente al compararse con contenidos idealizados. Esto se observa en lo mencionado por el ES4P3 quien refiere que: “Aunque cuando no recibo likes las elimino porque pienso que no me miro linda”, este hallazgo puede interpretarse a la luz de los planteamientos de Erikson (1968), quien señala que durante la adolescencia el individuo atraviesa una crisis de identidad en la cual la comparación social y la búsqueda de reconocimiento influyen directamente en la construcción del autoconcepto, haciendo que los adolescentes sean más sensibles a las opiniones externas.

De igual manera, Manotti (2023) advierte que las redes sociales promueven modelos de belleza y éxito difíciles de alcanzar, lo que favorece complejos de inferioridad y procesos constantes de comparación social. Esta postura teórica permite comprender por qué la exposición a contenidos idealizados incide en la percepción negativa de sí mismos y en la disminución temporal de la autoestima personal, reforzando la tendencia a evaluar su imagen en función de estándares poco realistas.

Dicho esto, el análisis también evidencia la presencia de emociones positivas, como alegría, satisfacción y tranquilidad, asociadas a la recepción de comentarios favorables o muestras de apoyo en redes sociales. Estas emociones contribuyen a reforzar momentáneamente la confianza personal; sin embargo, su impacto resulta transitorio y condicionado a la respuesta inmediata del entorno digital, este carácter ambivalente coincide con lo planteado por Vergara (2020), quien señala que la exposición temprana y constante a redes sociales puede generar tanto gratificación

emocional como afectaciones en la autoestima, dependiendo de la naturaleza de las interacciones recibidas.

Por otro lado, la indiferencia refleja una postura de mayor autonomía, algunos adolescentes indican que las reacciones en redes no influyen significativamente en su autopercepción ni estado emocional. Esta posición puede interpretarse como un recurso de autorregulación que permite mantener estabilidad emocional, en línea con la idea de Coopersmith (1967) acerca de que una autoestima más sólida se caracteriza por menor dependencia del reconocimiento externo.

En una proporción moderada se identifica la afectación leve, la cual evidencia respuestas emocionales pasajeras que no logran impactar de manera profunda la autoestima. Esto se observa en lo mencionado por el ES8P3 quien hace alusión de: “No afecta solo incomoda y depende de la persona”, este resultado muestra que la influencia de las redes no es homogénea, sino que varía según las características individuales. Esta variabilidad se relaciona con lo encontrado por Acuña et al. (2019), quienes no identificaron una relación directa entre el uso de redes sociales y la afectación de la autoestima en jóvenes adultos, resaltando la importancia de las características individuales y del momento evolutivo.

De igual manera la proposición de acción, aunque poco frecuente, refleja intentos conscientes de regulación emocional, tales como eliminar publicaciones, modificar fotografías o limitar la interacción digital. Estas conductas evidencian una toma de conciencia sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima personal y funcionan como estrategias para proteger la imagen y el bienestar emocional, mostrando que algunos adolescentes desarrollan mecanismos de afrontamiento frente a las experiencias negativas.

Finalmente, el uso excesivo, aunque menos recurrente en el área personal, se reconoce como un factor que puede intensificar la dependencia emocional y la necesidad constante de conexión. Este resultado se articula con lo planteado por Shapira et al. (2000), citados por Viñas (2009), quienes señalan que un uso prolongado de las redes sociales puede asociarse con malestar psicológico y afectación de la autoestima, debido a la exposición continua a procesos de evaluación social.

Autoestima en el área familiar

El análisis de los resultados correspondientes al área familiar permite comprender cómo las dinámicas relacionales del entorno cercano influyen en la manera en que los adolescentes

interpretan y afrontan las experiencias relacionadas con el uso de las redes sociales y su impacto en la autoestima. Desde esta perspectiva, la autoestima no se configura únicamente como una evaluación individual, sino como un proceso relacional que se construye a partir del acompañamiento emocional, la comunicación y las formas de respuesta familiar frente a las vivencias digitales.

Desde el marco teórico conceptual abordado en la investigación, la autoestima, según Coopersmith (1967), se relaciona con la evaluación que el individuo realiza de sí mismo en términos de aceptación, valor personal e importancia, evaluación que se ve influenciada por las experiencias de reconocimiento o rechazo provenientes de los contextos significativos. Durante la adolescencia, la familia constituye uno de los principales escenarios de referencia para dicha evaluación, puesto que en este espacio se consolidan experiencias de apoyo, pertenencia y orientación que influyen en la forma en que los adolescentes afrontan situaciones externas, incluidas las relacionadas con el entorno digital.

A partir de estos planteamientos, los resultados evidencian que la indiferencia familiar constituye la categoría predominante dentro del área familiar; los adolescentes expresan que, en la mayoría de los casos, las situaciones relacionadas con redes sociales no suelen ser abordadas dentro del entorno familiar, postura que refleja una distancia emocional frente a experiencias que forman parte de la vida cotidiana de los adolescentes. En este sentido, la ausencia de diálogo o acompañamiento limita la posibilidad de orientar o resignificar las experiencias emocionales que se generan fuera del entorno familiar.

Este hallazgo puede comprenderse a la luz de lo planteado por Erikson (1968), quien señala que la adolescencia es una etapa caracterizada por la búsqueda de identidad y reconocimiento; en este contexto, la falta de acompañamiento familiar puede generar que los adolescentes busquen referentes externos para interpretar sus experiencias emocionales, de modo que la familia, al no asumir un rol activo frente a estas vivencias, reduce su función orientadora y deja al adolescente con menor contención emocional frente a situaciones que requieren apoyo y comprensión.

De manera complementaria, la categoría de desinterés familiar refuerza esta interpretación, aunque desde un matiz diferente; mientras la indiferencia refleja ausencia de diálogo, el desinterés evidencia una falta de participación activa por parte de los miembros de la familia. Los adolescentes manifiestan que sus familiares muestran poca atención hacia sus actividades o experiencias digitales, generando una percepción de desconexión emocional, situación que limita

la percepción de aceptación y pertenencia dentro del hogar. En este sentido, Calero et al. (2018) señalan que la percepción de aceptación dentro de contextos significativos como la familia cumple un papel fundamental en la valoración personal, por lo que su ausencia puede generar inseguridad y disminuir la confianza en sí mismos.

Asimismo, este resultado coincide con lo señalado por Soria y Villegas (2023), quienes identifican que la falta de acompañamiento y participación familiar incrementa la vulnerabilidad emocional en adolescentes; en coherencia con estos antecedentes, los hallazgos del presente estudio sugieren que el desinterés familiar puede debilitar el apoyo emocional que los adolescentes requieren durante esta etapa del desarrollo, afectando la manera en que enfrentan situaciones que generan inseguridad o malestar.

Por su parte, el uso excesivo de redes sociales aparece como una categoría moderada, asociada a la falta de supervisión y establecimiento de límites. Los adolescentes reconocen pasar gran parte del tiempo conectados, lo que sugiere una regulación familiar insuficiente Shapira et al. (2000), citados por Viñas (2009), quienes indican que un uso prolongado de las redes sociales puede asociarse con interferencias en la vida cotidiana y con malestar psicológico, especialmente cuando no existen normas claras dentro del entorno familiar.

Las categorías de comparaciones y crítica familiar adquieren un peso interpretativo significativo en la configuración de la autoestima dentro del entorno familiar; los adolescentes expresan que las comparaciones con otros miembros de la familia o con referentes cercanos generan sentimientos de inconformidad e inseguridad, lo cual se evidencia en los relatos cuando los participantes describen experiencias relacionadas con comparaciones familiares. En este sentido, el participante ES7P9 señala: “Sí. Con mi prima. antes, pues si me lo tomaba de mala manera, pero cuando ella sube cosas de lo que hace sí como que la admiran”, lo cual refleja la percepción de desigualdad en el reconocimiento dentro del entorno cercano; de manera complementaria, el participante ES9P9 manifiesta: “Sí, sí me ha pasado y a veces me he llegado a sentir mal”, evidenciando el impacto emocional que generan estas comparaciones.

Estas experiencias pueden relacionarse con lo planteado por Espinoza et al. (2022), quienes señalan que la adolescencia es una etapa especialmente sensible al juicio social, lo que intensifica el impacto emocional de las comparaciones y críticas provenientes del entorno cercano; en este sentido, las críticas familiares pueden reforzar percepciones negativas sobre la imagen personal y el valor propio, afectando la seguridad emocional del adolescente.

En un nivel intermedio se identifican las categorías de interés familiar y afectación emocional, evidenciando dinámicas ambivalentes dentro del contexto familiar; algunos adolescentes reconocen que ciertos miembros de su familia muestran preocupación frente a sus actividades digitales, generando espacios de diálogo y orientación. Esto se evidencia en lo expresado por el participante GFS1P5 mencionando: “Mi mamá, cuando grabo un video me dice, ¿qué estás haciendo? Y ella, tan linda me ayuda”, lo cual refleja manifestaciones de acompañamiento y apoyo emocional.

Sin embargo, estas experiencias coexisten con situaciones en las que los adolescentes perciben incompreensión o limitaciones en la comunicación emocional; esto se evidencia en el relato del participante GFS1P6 quien sustenta: “yo diría que depende. Porque hay veces que yo me siento mal y les he contado cosas a mi mamá y pues a ella no le sabe gustar que uno comparta. Entonces yo por eso, a veces cuando estoy así demasiado mal, mejor no digo nada y me quedo callada.” Este testimonio evidencia que, aunque existe cercanía familiar, no siempre se logra un diálogo abierto que permita expresar emociones con libertad. En este mismo sentido, el participante GFS2P6 señala: “A los papás los necesitamos emocionalmente”, resaltando la importancia del acompañamiento familiar en la regulación emocional.

De forma menos frecuente, pero relevante, emergen las categorías de supervisión y apoyo familiar, las cuales actúan como factores protectores de la autoestima; en estos casos, los adolescentes perciben orientaciones, consejos y límites frente al uso de las redes sociales, lo que favorece una relación más equilibrada con el entorno digital y fortalece la seguridad emocional. Estos hallazgos se relacionan con lo planteado por Gamero y Llano (2024), quienes señalan que el acompañamiento y la supervisión familiar contribuyen a un uso más funcional de las redes sociales y favorecen la percepción de apoyo y aceptación dentro del entorno familiar.

Finalmente, las categorías de desinformación y morbo, aunque menos frecuentes, permiten identificar riesgos asociados a la falta de conocimiento sobre el uso adecuado de las redes sociales; la exposición a contenidos inadecuados y la ausencia de orientación familiar pueden influir en la interpretación de la información digital, afectando la percepción de la realidad y la forma en que los adolescentes se relacionan con su entorno. Estos hallazgos evidencian la necesidad de fortalecer el rol orientador de la familia frente al uso responsable de las plataformas digitales.

Autoestima en el área social

El análisis de los resultados correspondientes a la autoestima en el área social permite comprender cómo las interacciones en redes sociales influyen en la percepción de aceptación, pertenencia e integración grupal de los adolescentes. En este contexto, la autoestima se construye a partir del reconocimiento obtenido dentro de los grupos sociales, especialmente en escenarios digitales que adquieren gran relevancia durante la adolescencia, teniendo en cuenta ello el planteamiento se relaciona con lo expuesto por Erikson (1968), quien señala que en esta etapa del desarrollo los adolescentes buscan consolidar su identidad a partir del reconocimiento social y la pertenencia a grupos significativos.

A partir de los resultados obtenidos se muestran que la indiferencia es la proposición más frecuente, dado que algunos adolescentes indican que las reacciones en redes no afectan directamente su autoestima, sin embargo, esta postura no implica ausencia total de influencia, sino la presencia de mecanismos personales que permiten regular la presión social digital. Esta situación puede comprenderse desde lo planteado por Coopersmith (1996), quien sostiene que la autoestima se manifiesta en distintos niveles de seguridad personal, permitiendo que algunos individuos mantengan estabilidad frente a la evaluación social.

De igual manera, la validación social emerge con alta frecuencia, reflejando que los adolescentes interpretan las interacciones en redes sociales como manifestaciones de reconocimiento dentro de sus círculos sociales, lo cual se evidencia en lo manifestado por ES4P14, quien señala: “me gusta que me den muchos likes, que comenten y si no veo eso lo eliminó”, así como en lo referido por el sujeto ES5P17, quien expresa “me pongo feliz, digo: ah, les gustó, estoy muy linda, como me halago”, evidenciando cómo el reconocimiento digital adquiere un valor simbólico dentro de las dinámicas grupales. Este hallazgo se relaciona con lo planteado por Coopersmith (1996), quien señala que la percepción de aceptación social influye en la forma en que las personas valoran su posición dentro de un grupo; asimismo, coincide con lo expuesto por Bernal et al. (2025), quienes identifican que la validación digital fortalece el sentido de integración social cuando los adolescentes perciben reconocimiento por parte de sus pares.

En cuanto a la afectación emocional, esta se presenta cuando los adolescentes perciben baja interacción en sus publicaciones, generando sentimientos de frustración o inseguridad vinculados al temor de no ser aceptados socialmente, lo anterior se evidencia en la expresión del sujeto ES10P16, quien señala: “se siente feo ver que no reaccionen ni nada, uno no siente el apoyo”,

reflejando la importancia del reconocimiento. Teniendo en cuenta ello, estos acontecimientos se relacionan con lo señalado por Espinosa (2024), quien plantea que la ausencia de reconocimiento social en entornos digitales puede afectar la percepción de aceptación grupal en adolescentes.

En un nivel moderado se identifica la afectación leve, caracterizada por respuestas emocionales pasajeras, reflejando que algunos adolescentes logran recuperar su estabilidad emocional sin que el malestar se prolongue, situación que se evidencia en lo mencionado por el sujeto ES7P15, quien indica: “sí me da un poquito de tristeza, pero luego se me pasa”. Este resultado puede interpretarse desde lo planteado por Coopersmith (1996), quien señala que las personas pueden responder de manera diferente ante situaciones similares dependiendo de la fortaleza de su autoestima.

Asimismo, emergen emociones positivas como alegría y satisfacción frente a la aprobación social, que fortalecen temporalmente el sentido de pertenencia, lo cual coincide con lo señalado por Bernal et al. (2025), quienes destacan que las interacciones positivas en redes sociales pueden favorecer la integración grupal y reforzar la percepción de aceptación entre adolescentes.

En menor medida, se presenta el cuestionamiento, el cual refleja procesos de reflexión sobre la influencia de las redes sociales en la construcción de la autoestima y donde algunos de los adolescentes reconocen que la validación digital puede influir en la forma en que se perciben dentro de sus grupos sociales, es por ello que ello se relaciona con lo planteado por Espinosa (2024), quien señala que las experiencias en entornos digitales pueden favorecer el desarrollo de procesos reflexivos frente al valor otorgado a la aprobación digital.

Por otra parte se encuentra la aceptación personal, aunque poco frecuente, representado a aquellos adolescentes que manifiestan sentirse conformes con su imagen y sus publicaciones, independientemente de la respuesta obtenida por otros usuarios, esta postura refleja una autoestima social más estable, en la cual la percepción de aceptación no depende exclusivamente de la aprobación externa, sino de una valoración personal más sólida, en coherencia con lo planteado por Coopersmith (1996) acerca de la autoestima como juicio interno de valía personal.

De manera limitada, emerge la la proposición de acción, la cual agrupa conductas como eliminar o modificar publicaciones con el fin de cuidar la imagen digital frente a los demás, reflejando estrategias de autorregulación frente a la presión social, es por ello que lo anterior se relaciona con lo planteado por Panesso y Arango (2017), quienes afirman que las personas

desarrollan recursos personales para afrontar situaciones sociales y preservar una percepción positiva de sí mismas.

Otra de las proposiciones que se ubica dentro de las categorías de menor frecuencia es la identificación, la cual se relaciona con el reconocimiento de características propias y con la forma en que los adolescentes logran identificarse con otros a partir de intereses, gustos o formas de expresión dentro de los entornos sociales y digitales. En este sentido, Erikson (1968), citado por Chala y Matoma (2013), señala que la adolescencia se caracteriza por la búsqueda y construcción de la identidad, siendo esta una etapa en la que el individuo enfrenta procesos de definición personal y diferenciación frente a los demás, lo que contribuye a la consolidación de su sentido de identidad (Erikson, 1968, citado en Chala y Matoma, 2013).

Por otro lado, la proposición de autoevaluación negativa, se presenta con baja presencia, asociada a comparaciones desfavorables con otros usuarios y a percepciones de inferioridad dentro del grupo social. Estas experiencias evidencian cómo la comparación social puede afectar la percepción de aceptación dentro de los grupos, lo cual coincide con lo encontrado por Bernal et al. (2025), quienes señalan que la comparación constante en entornos digitales puede debilitar la percepción de integración social en adolescentes. Por último, el apoyo social aparece de manera reducida, destacando el acompañamiento emocional de amigos o personas cercanas frente a experiencias negativas en redes sociales y el cual actúa como un factor protector que contribuye a disminuir el impacto emocional de situaciones sociales adversas. Este hallazgo reafirma la importancia de los vínculos sociales en la construcción de una autoestima saludable, como lo señalan Panesso y Arango (2017).

Conclusiones

En relación con los objetivos del estudio, se concluye que la autoestima de los adolescentes se construye como un proceso dinámico y complejo, influido por el uso de las redes sociales y mediado por la interacción entre factores personales, familiares y sociales. Los hallazgos evidencian que las interacciones digitales adquieren un valor significativo durante la adolescencia, etapa caracterizada por la búsqueda de identidad, pertenencia y reconocimiento social. En este sentido, la aprobación obtenida en redes sociales se convierte en un referente que puede influir en la manera en que los adolescentes interpretan su valor personal y su posición dentro de los grupos sociales.

El impacto de las redes sociales sobre la autoestima no se manifiesta de forma uniforme ni permanente. Aunque estas plataformas pueden generar experiencias de bienestar y reconocimiento que fortalecen temporalmente la confianza personal, también favorecen procesos de comparación social y exposición a contenidos idealizados que pueden generar inseguridad y malestar emocional. Sin embargo, los resultados evidencian que algunos adolescentes desarrollan recursos personales que les permiten regular la presión social digital, adoptando posturas críticas o estrategias de afrontamiento que contribuyen a mantener una percepción personal más estable.

Asimismo, se confirma que las dinámicas familiares desempeñan un papel determinante en la forma en que los adolescentes afrontan las experiencias derivadas del uso de las redes sociales, en este sentido, la ausencia de acompañamiento emocional, orientación y supervisión limita el rol protector de la familia y favorece que los adolescentes enfrenten de manera individual situaciones relacionadas con la aceptación o el rechazo y comparación social. En contraste, cuando el entorno familiar asume un papel activo en la orientación y el diálogo, se promueve una relación más reflexiva con las redes sociales y se fortalecen las habilidades emocionales necesarias para afrontar la presión social digital.

De igual manera, los resultados evidencian que la falta de orientación y la desinformación frente al manejo de las redes sociales incrementan la exposición a contenidos inadecuados y favorecen la construcción de percepciones poco realistas sobre la vida social y personal. Esta situación resalta la necesidad de fortalecer el papel mediador de la familia y de promover procesos educativos que permitan a los adolescentes desarrollar criterios críticos frente a la información y las interacciones que se presentan en los entornos digitales.

Por otro lado, desde una postura crítica, el estudio permite reconocer que las redes sociales no constituyen únicamente un espacio de interacción social, sino también un escenario que redefine las formas de reconocimiento y pertenencia en la adolescencia, lo cual implica que la construcción de la autoestima ya no depende exclusivamente de los contextos tradicionales, como la familia o la escuela, sino que se encuentra influida por dinámicas digitales que amplían las posibilidades de interacción, pero también incrementan los riesgos de vulnerabilidad emocional, en este sentido, el estudio aporta evidencia sobre la necesidad de comprender las redes sociales como un entorno que requiere acompañamiento constante y formación emocional, especialmente durante la adolescencia.

Finalmente, se concluye que la influencia de las redes sociales en la autoestima adolescente depende en gran medida de los recursos personales y familiares disponibles para afrontar las demandas del entorno digital y mientras algunos adolescentes logran desarrollar estrategias de autorregulación y mantener una valoración personal más estable, otros presentan mayores niveles de vulnerabilidad emocional asociados a la búsqueda constante de aprobación y al temor al rechazo social. En conjunto, estos hallazgos evidencian la importancia de fortalecer los procesos de acompañamiento familiar, promover habilidades de regulación emocional y fomentar una educación digital crítica que contribuya al desarrollo de una autoestima más sólida y saludable en los adolescentes.

Recomendaciones

A partir de los resultados de la investigación, se recomienda fortalecer procesos de formación y sensibilización dirigidos a la comunidad educativa, estudiantes, docentes y familias orientados a promover un uso crítico, reflexivo y consciente de las redes sociales, para ello, se sugiere implementar talleres formativos periódicos enfocados en el desarrollo de habilidades socioemocionales como la autoaceptación, la regulación emocional y el pensamiento crítico frente a la validación social y la comparación digital. Estas acciones permitirían favorecer una construcción más estable de la autoestima durante la adolescencia.

Asimismo, se recomienda integrar contenidos relacionados con el uso responsable de las redes sociales dentro de los espacios pedagógicos y de orientación escolar. En este sentido, se propone desarrollar actividades educativas y espacios de reflexión guiada donde los adolescentes puedan analizar el impacto emocional de las interacciones digitales, reconocer situaciones de presión social y fortalecer recursos personales que les permitan afrontar de manera más consciente las experiencias de aprobación o rechazo en entornos virtuales.

Por otra parte, se sugiere que las instituciones educativas promuevan estrategias de orientación dirigidas a las familias, tales como encuentros o escuelas de padres, que fortalezcan el acompañamiento emocional y la supervisión frente al uso de las redes sociales. Estas acciones contribuirían a consolidar el rol mediador del entorno familiar y a generar prácticas de diálogo que favorezcan una relación más equilibrada con los entornos digitales.

En cuanto a futuras investigaciones, se recomienda ampliar el tamaño y la diversidad de la muestra, incorporando participantes pertenecientes a distintos contextos socioculturales, niveles educativos y condiciones socioeconómicas. Esto permitiría comprender con mayor precisión

cómo estas variables influyen en la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima adolescente, especialmente en lo relacionado con el acompañamiento familiar y las oportunidades formativas disponibles.

Finalmente, sería oportuno que en futuras investigaciones relacionadas con la autoestima en adolescentes, se amplíe la diversidad de técnicas de recolección de información, incorporando instrumentos complementarios que permitan profundizar de manera más detallada las percepciones, experiencias y significados que los participantes atribuyen a su autoestima, es decir la inclusión de diferentes técnicas facilitaría la obtención de información más rica y variada, lo que contribuiría a una comprensión más integral del fenómeno estudiado. Además, esta diversidad metodológica permitiría ampliar el análisis de las dimensiones personal, familiar y social, al posibilitar la comparación y el contraste de la información obtenida a partir de diferentes fuentes, lo que fortalecería la comprensión integral del fenómeno estudiado y enriquecería las perspectivas de análisis en futuras investigaciones.

Referencias

Acuña, D. Aguilar, B. Botía A. & Machuca, S. (2019, noviembre). Diseños de investigación cuantitativa para psicólogos, influencia de las redes sociales en la autoestima.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA.

[https://www.researchgate.net/profile/Deyver-](https://www.researchgate.net/profile/Deyver-Acuna/publication/356459361_INFLUENCIA_DE_LAS_REDES_SOCIALES_EN_LA_AUTOESTIMA/links/619cae803068c54fa5133a61/INFLUENCIA-DE-LAS-REDES-SOCIALES-EN-LA-AUTOESTIMA.pdf)

[Acuna/publication/356459361_INFLUENCIA_DE_LAS_REDES_SOCIALES_EN_LA_AUTOESTIMA/links/619cae803068c54fa5133a61/INFLUENCIA-DE-LAS-REDES-SOCIALES-EN-LA-AUTOESTIMA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Deyver-Acuna/publication/356459361_INFLUENCIA_DE_LAS_REDES_SOCIALES_EN_LA_AUTOESTIMA/links/619cae803068c54fa5133a61/INFLUENCIA-DE-LAS-REDES-SOCIALES-EN-LA-AUTOESTIMA.pdf)

Acosta, S. A., Ramírez, A. Y., Saldarriaga, Y. A., Uribe, J., & Ruiz, N. (2022, mayo). *Uso de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia, Colombia*. *Revista Senderos Pedagógicos*, 13(1), 23–41.

<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/senderos/article/view/1123>

Aguirre, L. A., Bedoya, L. J., & Camacho, E. T. (2024). Impacto del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno de la institución educativa instituto técnico agroindustrial de la Amazonia en Florencia – Caquetá. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD].

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/67143/ljbedoyao.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alcaldía de Pasto (2020, junio). Información general de Pasto-Nariño-Colombia. *Alcaldía de Pasto*. <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio/informacion-general>

Alvarado, G. (2009). La entrevista semi-estructurada como técnica de investigación. Graciela Tonon (comp.), 46, 45-73. https://colombofrances.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/libro_reflexiones_latinoamericanas_sobre_investigacion_cu.pdf#page=48

Arnett, J. J. (2000, enero). Adultez emergente: Una teoría del desarrollo desde finales de la adolescencia hasta la veintena. *American Psychologist*, 55 (5), 469–480.

<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0003-066X.55.5.469>

- Aucapiña, E., & Campodónico, N. M. (2024, julio). Revista sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Revista de Psicología UNEMI*, 73-87. https://pure.udem.edu.mx/ws/portalfiles/portal/75696772/2024_Psicologia_UNEMI.pdf
- Azcona, M., Manzini, F. A., & Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. In *IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata (La Plata, Argentina, 2013)*. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45512>
- Bernal, A., Tello, L., Andrango, G., Troya, L., Pluas, A., Cabrera, M., & Jumbo, k. (2025, enero). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 498-517. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/15733/22411>
- Berryman, J. (1994). *Psicología del desarrollo*. Biblioteca digital, Universidad cooperativa de Colombia. https://bibliotecadigital.ucc.edu.co/discovery/fulldisplay?vid=57UCC_INST:57UCC_INST&docid=alma990001143160204416&lang=es&context=L&adaptor=Local%20Search%20Engine
- Bregman, C., López, W., & García, F. (2015, octubre). La psicología clínica en las publicaciones hispanoamericanas: Un análisis bibliométrico del período 2012-2014. *Terapia psicológica*, 33(3), 205-219. <https://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v33n3/art05.pdf>
- Burgos, K, F. (2022). La adicción a las redes sociales de Instagram y Facebook y su relación con la autoestima en un grupo de adolescentes escolarizados en el municipio de Apartadó. [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia]. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/31959/3/BurgosKaren_2022_Adicci%0%cc%81nRedesSocialesAutoestima.pdf
- Blanco, H., & Mota, K. (2020, junio) Desarrollo de la autoestima. *Revista Psicologica UNEMI* 8(14), 19-29. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/atotonilco/n5/m4.html#:~:text=Se%20considera%20la%20autoestima%20como,son%20fundamentales%20en%20esta%20teor%C3%AD>

- Bonilla-Castro, E. & Rodríguez, P. (2013). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Economía, CEDE, Ediciones Uniandes, 2013. <https://download.e-bookshelf.de/download/0003/7557/68/L-G-0003755768-0007688691.pdf>
- Borja, A. N., & Díaz, E. O. (2021, enero). Habilidades intelectuales y competencias emocionales en el aprendizaje de los estudiantes del centro preuniversitario de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 9(SPE1). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000800039
- Caldevilla, D. (2010, febrero). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. <https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/5d2692c02999520f11b9f26b>
- Calero, A, Barreyro, J, Formoso, J, & Injoque-Ricle, I. (2018, diciembre). Inteligencia emocional y necesidad de pertenencia al grupo de pares durante la adolescencia. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 22(2), 0-0. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-73102018000200003&script=sci_arttext
- Caramutti, G. (2020). *La importancia de Instagram como medio de comunicación*. [Trabajo de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3707>
- Cerrón, W. (2019, noviembre). La investigación cualitativa en educación. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17), 159-168. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7762065>
- Chala, L. D., & Matoma, L. V. (2013). *La construcción de la identidad en la adolescencia*. [Trabajo de pregrado, Universidad Pedagógica Nacional]. <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/2535/TE-16019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Congreso de la República de Colombia. (2006, noviembre). Ley 1098 de 2006. Código de la Infancia y la Adolescencia. Diario Oficial N° 46.446. Bogotá, D.C, miércoles 8 de

- noviembre de 2006. *ICBF, Biblioteca Digital*.
<https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/codigoinfancialey1098.pdf>
- Coiran, J, Medina, L & Londoño, D. (2022). *Influencia de las Redes Sociales en la autoestima en estudiantes de la Institución Educativa Agropecuario*. [Trabajo de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Sociales, Psicología, Arauca].
<https://hdl.handle.net/20.500.12494/47288>
- Coopersmith, S. (1996) *Teoría de Coopersmith-Autoestima*.
<https://es.scribd.com/document/424207137/Teoria-de-Coopersmith-Autoestima>
- Day, F., Martínez, M., & Auge, M. (2022, febrero). Explorando la red social Facebook: una reflexión sobre la comunicación en nuestra práctica arqueológica. *Revista del Museo de Antropología*, 15(1), 00-00. <https://www.scielo.org.ar/pdf/remua/v15n1/v15n1a10.pdf>
- Espinosa, K. (2024). *Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28611/1/TTQ1717.pdf>
- Espinoza, E. E. (2020, agosto). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442020000400103&script=sci_arttext
- Espinoza, L. K. B., Calle, M. A. L., Rodríguez, P. E. R., & Faican, R. G. E. (2022, marzo). Desarrollo psicológico del adolescente: una revisión sistemática. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 389-398.
<https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/498>
- Erikson, E. H. (1968). Identidad, juventud y crisis. In *Identidad, juventud y crisis* (pp. 262-262).
- Función Pública (2006, septiembre) Ley 1090 de 2006 “Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones.” Función Pública GOV.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66205>

- Gamero, K., & Llano, L. (2024). Percepción de la aceptación familiar de adultos jóvenes homosexuales pertenecientes a regiones centro andinas del Perú. *Universidad San Ignacio de Loyola: Repertorio Institucional*. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/4daf9dc9-1e9e-4afc-ab86-7e0d1b6a6507>
- I.E.M. Aurelio Arturo Martínez. *Información general de la Institución*. WordPress.com. <https://iemaurelioarturo.wordpress.com/sedes-2/>
- Institución Universitaria Cesmag (2019). Formato de elaboración para la institucionalización o resignificación de líneas de investigación.
- Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017, agosto). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- Jiménez, P., Jiménez-Cruz, A., & Bacardí, M. (2017). Insatisfacción con la imagen corporal en niños y adolescentes: revisión sistemática. *Nutrición hospitalaria*, 34(2), 479-489. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112017000200479&script=sci_arttext
- Llamas, F., y Pagador, I. (2014, enero). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Ediciones Universidad de Salamanca (España)*. <https://gredos.usal.es/handle/10366/129543>
- Manotti, M. E. (2023). El impacto de los filtros de las redes sociales en la autoimagen y la dismorfia corporal y su predisposición a la cirugía estética: una revisión sistemática. <https://titula.universidadeuropea.es/handle/20.500.12880/7160>
- Martín, D., & Medina, M. (2021) Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. *Revista de comunicación y salud*, 11, 55-76. <https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/281/264>
- Ministerio de Salud de Colombia. (1993, octubre). Resolución número 8430 de 1993. *MINSALUD Biblioteca Digital*. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/dij/resolucion-8430-de-1993.pdf>

Ministerio de Salud (2022, octubre) RESOLUCION NUMERO 8430 DE 1993 (octubre 4),

MINSALUD Biblioteca Digital.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/dij/resolucion-8430-de-1993.pdf>

Ministerio de Salud (2013, enero) Ley 1616 del 2013 (Ley de Salud Mental), *MINSALUD*

Biblioteca digital.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/ley-1616-del-21-de-enero-2013.pdf>

Morais, D (julio 2020). “TikTok. Análisis de la irrupción de la nueva Red Social en Internet: análisis de las claves de su éxito y sus posibilidades publicitarias”. Universidad de Valladolid [Trabajo de investigación].

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42415/TFG-N.%201391.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Panesso, K & Arango, M. (2017). La autoestima, proceso humano. *Revista electrónica*

PSYCONEX Vol n°9-14. <https://www.igualdadgenero.com/wp-content/themes/padf-we-relate-to-equality/src/assets/files/modules/four/other-resources/la-autoestima-proceso-humano.pdf>

Quintero, V., Zárate, N., Rodríguez, C., Pineda, D., & Belío, I. (2014). Apoyo familiar y su influencia en la autoestima de jóvenes universitarios. *In Educación. Handbook T-III: Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos* (pp. 154-159). ECORFAN.

<https://www.ecorfan.org/handbooks/Educacion%20T-III/ARTICULO%2015.pdf>

Ruiz, F. G. (2005, abril). Relación entre la motivación de logro académico, la autoeficacia y la disposición para la realización de una tesis. *Persona*, 8(008), 145-170.

<https://doi.org/10.26439/persona2005.n008.898>

Sampieri, R., Collado. C., y Baptista, M. (1997). *Metodología de la investigación sexta.*

McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Santrock, J. W. (2004) *Psicología del desarrollo en la adolescencia*. (A, Pérez, Trad.). McGraw-Hill Interamericana de España S.A.U (Obra original publicada en 2003).
- Serrano-Puche, J. (2012). La presentació de la persona a les xarxes socials: una aproximació des de l'obra d'Erving Goffman. *Anàlisi*, 1-17.
<https://pdfs.semanticscholar.org/0f3a/a4683bb6b9686bd9fa288924c8dd3b3b9d08.pdf>
- Silveira D, Colomé B, Heck W, Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V. (2015, junio). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de enfermería*, 24(1-2), 71-75. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1132-962015000100016&script=sci_arttext
- Soria, P., & Villegas, N. (2023, septiembre). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Psicología UNEMI*, 8(14), 19-29.
<https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780/1733>
- Soto, D. (2023) *Tendencias de baja autoestima asociadas al uso de las redes sociales y su impacto en el aprendizaje de los estudiantes de los grados 6º y 7º de la Institución Educativa Liceo La Pradera en Montería—Colombia*. [Trabajo de pregrado, Universidad de Córdoba]. <https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/6585da43-a22d-40b4-9c05-77c812c12f9e/content>
- Tizon, N. (2018). Reconocemos nuestras cualidades y características personales y de los demás. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/items/8c355f11-6ede-4494-8d23-44d4355cf8e2>
- Trujillo, S. (2018, septiembre). Ética: código deontológico en psicología. *Fundación Universitaria del Área Andina*.
<https://digitk.areandina.edu.co/entities/publication/206ebc26-7a47-41be-8ec7-1862a9b49818>
- Ururi, F. (2018). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de nivel secundario de una institución educativa estatal, Tacna, 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Alas peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/4432>

Urbano, P. (2016, marzo). Análisis de datos cualitativos. *Revista Fedumar Pedagogía y Educación*, 3(1), 113-126

<https://revistas.umariana.edu.co/index.php/fedumar/article/view/1122/1064>

Vergara, L. (2020, julio). Imágen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana. *Repertorio académico de la Universidad de Chile*.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/176181>

Viñas, F. (2009, septiembre). Uso autoinformado de Internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la red. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 9(1), 109-122. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=873403>

Apéndices

A continuación, se anexa el siguiente enlace de drive el cual contiene los apéndices correspondientes a la entrega de primer y segundo avance.

Apéndice A. Carta de aval de la IEM Aurelio Arturo Martínez.

Apéndice B. Carta de aval de la asesora.

Apéndice C. Instrumentos de recolección.

Apéndice D. Carta de Aval de instrumentos.

Apéndice E. Consentimientos informados.

Apéndice F. Resultados de recolección de información de entrevista semiestructurada.

Apéndice G. Resultados de recolección de información de grupo focal.

Enlace:

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1QH4h6xbzZoGKbKxxWNaq1Wpz4IKa-Hq>

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto 02 de junio del 2026

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado denominado Cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto, presentado por las autoras Leonela Erazo Rosero, Marcela Estefanía Nasner Ascuntar y Katheryn Lucia Ramos Botina del Programa Académico Psicología al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesora, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




GRACE SUSANA FLÓREZ MÚNERA

C.c. 59314425

Programa de Psicología

3145391358

susyfloresmunera@gmail.com

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 <small>VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Leonela Erazo Rosero	Documento de identidad: 1004342772
Correo electrónico: erazoleonela7@gmail.com	Número de contacto: 3168927464
Nombres y apellidos del autor: Marcela Estefania Nasner Ascuntar	Documento de identidad: 1087407511
Correo electrónico: marcelanasner039@gmail.com	Número de contacto: 3235012918
Nombres y apellidos del autor: Katheryn Lucia Ramos Botina	Documento de identidad: 1081272829
Correo electrónico: katherinluciramos@gmail.com	Número de contacto: 3145555803
Nombres y apellidos del asesor: Grace Susana Flórez Múnera	Documento de identidad: 59314425
Correo electrónico: susyflorezmunera@gmail.com	Número de contacto: 3145391358
Título del trabajo de grado: Cómo influye el uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de 14 a 17 años de la I.E.M. Aurelio Arturo Martínez-Sede San Rafael de la ciudad de Pasto.	
Facultad y Programa Académico: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas- Programa de Psicología	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 02 días del mes de junio del año 2026

<i>Leonela Erazo</i>	<i>Estefanía Nasner</i>
Nombre del autor: Leonela Erazo Rosero	Nombre del autor: Marcela Estefanía Nasner Ascuntar
<i>Katheryn Ramos</i>	
Nombre del autor: Katheryn Lucia Ramos Botina	



UNIVERSIDAD
CESMAG
NIT: 800.109.387-7
VIGILADA MINEDUCACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAC-BL-FR-031

VERSIÓN: 1

FECHA: 09/JUN/2022

Nombre del asesor: Grace Susana Flórez Múnera