



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ESTE
FACULTAD DE FILOSOFÍA
CARRERA DE PSICOLOGÍA



USO DE REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE CIUDAD DEL ESTE DEL AÑO 2024

Línea de Investigación: Desarrollo de la personalidad y Salud Mental

Autora:

Micaela Soledad Escobar Franco

Correo: micaelafran2202@gmail.com

Orientadora:

Lic. Gladys Brítez Britos

Correo: gladys.britez@filosofiaune.edu.py

Trabajo Final de Grado presentado a la Facultad de Filosofía de la Universidad
Nacional del Este como requisito para la obtención del título de Licenciatura en
Psicología

Ciudad del Este - Paraguay

Año 2025

RESUMEN

Este estudio analiza la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en jóvenes universitarios de 18 a 23 años de la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este. A partir de un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, se recolectaron datos mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales. Los resultados, analizados con el coeficiente de correlación de Pearson, revelaron una correlación positiva significativa ($r = 0.850$), indicando que los estudiantes que dedican más tiempo a las redes sociales tienden a reportar niveles más altos de autoestima. Sin embargo, se identificó que la calidad de las interacciones en línea es un factor determinante en esta relación. Las experiencias positivas, como recibir apoyo y validación a través de "likes" y comentarios, fortalecen la autoestima, mientras que interacciones negativas, como el ciberacoso o las comparaciones desfavorables, pueden tener efectos adversos. Además, se observó que la mayoría de los participantes presentó niveles altos de autoestima, coincidiendo con un uso intensivo de redes sociales. Estos hallazgos resaltan la complejidad de la relación entre estas variables, destacando que, aunque las redes sociales pueden reforzar la autoestima en ciertos contextos, también representan riesgos emocionales. En conclusión, esta investigación evidencia la necesidad de promover un uso equilibrado de las redes sociales, abordando los posibles impactos tanto positivos como negativos sobre la autoestima, y subraya la importancia de futuras investigaciones para profundizar en los factores sociales y culturales que median esta relación.

Palabras claves: Redes sociales, Autoestima, Abuso, Jóvenes.

ABSTRACT

This study analyzes the relationship between social media use and self-esteem in university students aged 18 to 23 years from the Faculty of Philosophy of the Universidad Nacional del Este. Using a non-experimental design and a quantitative approach, data were collected using the Rosenberg Self-Esteem Scale and the Social Media Addiction Questionnaire. The results, analyzed with the Pearson score coefficient, revealed a significant positive score ($r = 0.850$), indicating that students who spend more time on social media tend to report higher levels of self-esteem. However, the quality of online interactions was identified as a determining factor in this relationship. Positive experiences, such as receiving support and validation through "likes" and comments, strengthen self-esteem, while negative interactions, such as cyberbullying or unfavorable comparisons, can have adverse effects. In addition, it will be observed that most participants presented high levels of self-esteem, coinciding with intensive use of social media. These findings highlight the complexity of the relationship between these variables, highlighting that although social media can reinforce self-esteem in certain contexts, it also represents emotional risks. In conclusion, this research highlights the need to promote a balanced use of social media, addressing both the potential positive and negative impacts on self-esteem, and underlines the importance of future research to delve deeper into the social and cultural factors that mediate this relationship.

Keywords: Social Media, Self-Esteem, Abuse, Yout