

# Consecuencia de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes de Introducción a la Psicología General

Ana Padgett, Denis Muñoz, Fanny Chavez, Grecia Velasquez, Jaynie Gough, Lilian Bustillo

Coautor: Lic. Alexis Martín Salinas Sánchez  
Facultad de Psicología, Centro Universitario Tecnológico  
La Ceiba, Atlántida, Honduras

## ANTECEDENTES

- Este panorama ha generado un interés por parte de los psicólogos en comprender el impacto que las redes sociales tienen en la salud mental y la autoestima de las personas. La influencia de estas plataformas en la forma en que nos relacionamos y percibimos a nosotros mismos se ha convertido en un tema relevante y de estudio en el campo de la psicología, ya que su uso diario se ha vuelto cada vez más común y puede tener consecuencias significativas en nuestro bienestar emocional.



## OBJETIVOS

- Analizar la conexión entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes de primer ingreso en psicología.
- Identificar el tiempo de uso y frecuencia de las redes sociales por parte de los estudiantes de primer ingreso en psicología.
- Examinar el contenido que los estudiantes de primer ingreso en psicología consumen en las redes sociales y cómo puede afectar su autoestima.



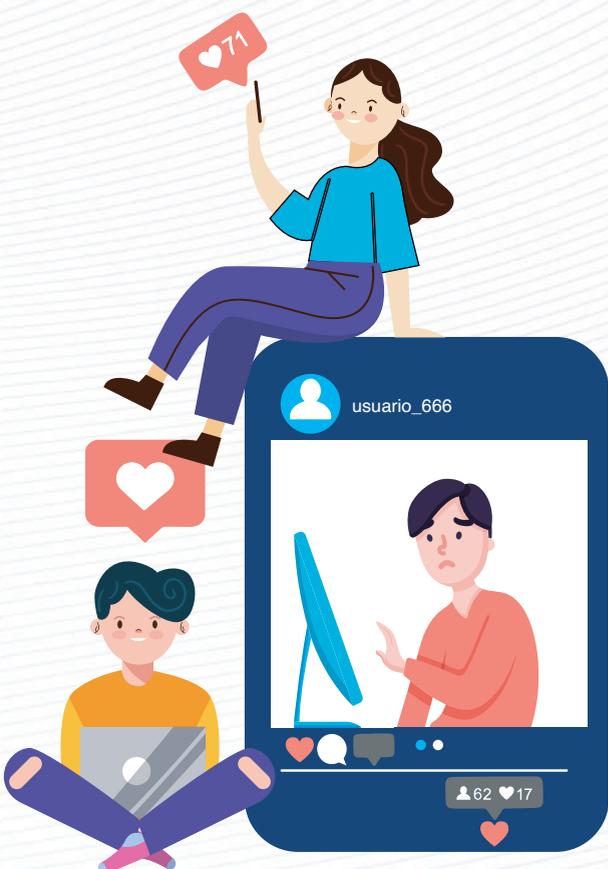
## METODOLOGÍA

El presente estudio utilizó un enfoque cualitativo. La población objetivo fue conformada por estudiantes de la asignatura de Introducción a la Psicología General del periodo Q2 del 2023. Se seleccionó una muestra por conveniencia. La técnica de recolección de datos fue el grupo focal, por lo que formó un grupo de 8 participantes que se reunió para discutir en profundidad el tema en estudio.

Durante la sesión del grupo focal, se proporcionó información sobre el propósito del estudio y se plantearon preguntas orientadoras para estimular la interacción y expresión de las experiencias y opiniones de los participantes. La sesión del grupo focal se desarrolló durante un periodo de tiempo determinado de 30 minutos, registrando todas las interacciones y comentarios relevantes.

## RESULTADOS

Las participantes entre las edades de 18 y 35 años correspondieron al sexo femenino. Plantearon que las plataformas más utilizadas fueron WhatsApp, Instagram, TikTok y Facebook. El tiempo distribuido entre redes sociales rondó desde 1 hora hasta 10 horas al día; reflejando la diversidad en los hábitos de uso. Un grupo mayormente conformado por chicas jóvenes expresaron consumir contenido (imágenes, "reels", videos) relacionados con la belleza, mientras que las dos participantes de mayor edad relataron que consumían contenido más productivo debido a su rol como madre.



### REDES SOCIALES

Las redes sociales utilizadas por los participantes, en orden de mayor a menor uso, fueron las siguientes: WhatsApp, Instagram, TikTok y Facebook.

### TIEMPO

El tiempo que los participantes dedicaron a las redes sociales varió considerablemente, desde solamente 1 hora al día, hasta 10. La mayoría indicó que las utilizó entre 3 y 7 horas diarias.

### INTERACCIONES EN REDES SOCIALES

Todos los participantes comentaron que no es importante la cantidad de "likes" en sus publicaciones. Solamente una persona mencionó que ha recibido comentarios negativos por parte de sus propias amistades en redes sociales.

### ASPECTO FÍSICO

La mayoría de los participantes consideraron que estar expuestos a modas cambiantes del cuerpo perfecto en redes sociales generó comparación y afectó de manera negativa su autoestima.

### INFLUENCIA POSITIVA

Hubo participantes que sugirieron que consumir el contenido adecuado puede aumentar el amor propio y la motivación.

## CONCLUSIONES

- El uso de las redes sociales tiene un impacto en la autoestima de los estudiantes de primer ingreso en psicología, este impacto puede ser tanto positivo como negativo.
- Al ser selectivos en el contenido consumido y desarrollar estrategias para un uso saludable de las redes sociales

Contacto: Djmunoz2@unitec.edu

Conflicto de interés: ninguno