VOLUMEN 48
XXXI Verano De la Ciencia
ISSN 2395-9797
www.jovenesenlaciencia.ugto.mx

Relación entre el uso de plataformas digitales y la autoestima en alumnos de la ENMS Salamanca

Relationship between the use of digital platforms and self-esteem among students at ENMS Salamanca

María del Rosario Argentina Pérez Lara, Leticia Yadira Sepúlveda Toledano, Alejandra Alfaro Flores, Kendra Amisadai Carvajal Torres
Escuela de Nivel Medio Superior de Salamanca.
ma.perez@ugto.mx, l.toledano@ugto.mx, a.alfaroflores@ugto.mx, ka.carvajaltorres@ugto.mx

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar la relación entre el uso de las plataformas digitales y la autoestima de los alumnos de la ENMS Salamanca. Para lo cual, se aplicó una encuesta con preguntas en escala Likert a 228 estudiantes. Además, se utilizó la escala de autoestima de Rosenberg como instrumento de medición. El trabajo se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un alcance correlacional y un diseño transversal. Los resultados mostraron que la percepción sobre la influencia de las plataformas digitales más utilizadas: WhatsApp, Instagram y Tiktok, fue predominantemente neutral. Estos resultados sugieren que dichas plataformas no son buenas o malas por sí mismas, sino que su impacto depende más de la forma en que son utilizadas que del tiempo que los estudiantes pasan en ellas.

. **Palabras clave**: autoestima, plataformas digitales, redes sociales, adolescencia

Introducción

En los últimos años, las plataformas digitales han adquirido gran importancia en la vida diaria de las personas, especialmente de los jóvenes, quienes las han convertido en uno de los principales medios para relacionarse con el mundo y con quienes los rodean. Debido a su creciente presencia en la vida cotidiana, ha surgido un amplio debate sobre los efectos que estas plataformas pueden tener en quienes las utilizan.

La adolescencia es una etapa de cambios físicos, emocionales y sociales en la que se construye la identidad personal. Por ello, factores como la autoestima, entendida como la valoración que una persona tiene de sí misma, adquieren gran importancia, ya que influyen en la confianza y en la forma de relacionarse con los demás.

En este contexto, resulta relevante analizar la relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los jóvenes. Este fenómeno puede explicarse mediante la Teoría de la Comparación Social, propuesta por León Festinger (1954), la cual sostiene que las personas tienden a evaluarse a sí mismas comparándose con los demás. Esta teoría también tiene cabida en el entorno digital, tal como lo indica Kotijah et al. (2024), quienes analizan cómo las interacciones en línea se vinculan con la autovaloración. En esa misma línea, una investigación reciente de Bernal Parraga et al. (2025) demostró que estas comparaciones constantes en las plataformas virtuales influyen de manera directa y significativa en la percepción y seguridad que los jóvenes construyen sobre sí mismos.

A partir de ello, adquiere relevancia la teoría de la presentación del yo, desarrollada por Erving Goffman (1959), la cual plantea que las personas intentan controlar activamente la imagen que proyectan ante los demás. Esto puede observarse en las redes sociales, donde los usuarios seleccionan cuidadosamente el contenido que comparten para construir una determinada imagen personal.

Esta búsqueda de aceptación y reconocimiento también puede relacionarse con la Teoría de la Autodeterminación, desarrollada por Edward Deci y Richard Ryan (2000), la cual señala que el bienestar psicológico está vinculado con necesidades como la autonomía, la competencia y la relación con los demás. Debido a que las redes sociales son espacios de interacción constante, éstas pueden influir en la manera en que los jóvenes intentan satisfacer dichas necesidades y construyen la valoración que tienen de sí mismos.

Considerando la importancia que las redes sociales tienen actualmente en la vida de los jóvenes, resulta necesario comprender mejor cómo influyen en su autoestima. Por ello, el presente trabajo busca responder a la siguiente pregunta: ¿qué relación existe entre el uso de las plataformas sociales y la autoestima de los jóvenes?

Marco teórico
Antecedentes

Diversas investigaciones han analizado previamente la relación entre las variables de autoestima y redes sociales.

Un estudio señala la existencia significativa de esta relación en los estudiantes de nivel secundario de una institución educativa en Tacna. El estudio encontró que la adicción u obsesión hacia las redes sociales está asociada a la baja autoestima. Además, relaciona un mayor uso de redes sociales con la agresividad o impulsividad (Roque Mamani, et al. 2026).

Es necesario mencionar que el ciberacoso se encuentra presente dentro de estas plataformas. En el trabajo de Senekal, J.S., et al (2023), se encontró que las víctimas de acoso cibernético tenían una autoestima más baja que las que no fueron victimizadas en línea.

Por otro lado, una investigación que recopila distintos estudios relacionados con el tema concluye que el uso de redes sociales puede tener un impacto positivo y beneficioso en la autoestima de los adolescentes siempre que estos lo orienten a sí mismos. Sin embargo, también menciona que un uso orientado hacia los demás produce efectos negativos en la misma (Kotijah, S., et al. 2024).

Además de lo observado en el estudio anterior, Hoxhaj, B., et al. (2023), encontraron que la comparación constante con otras personas en las redes sociales tiene consecuencias perjudiciales en la autoestima. Es más común en mujeres que en hombres la comparación física, teniendo un efecto negativo en su imagen corporal debido a que los estándares de belleza están más presentes en ellas (Senekal, J. S., et al 2023). También se infiere que, dependiendo del uso de las redes sociales, se produce o no un impacto negativo en la autoestima de los adolescentes: si son utilizadas con el fin de construir relaciones personales, repercutirán negativamente en su autoestima, de forma contraria a si se utilizan sociales con fines informativos o para participar en actividades sociales (Hoxhaj, B., et al. 2023).

Si bien se encontró en los estudios mencionados previamente que las redes sociales implican riesgos potenciales, en términos de uso excesivo y problemático, comparación y ciberacoso, Senekal, J.S., et al (2023) refieren que el apoyo social, tanto de sus compañeros como de los padres, puede amortiguar estos impactos negativos. Los beneficios potenciales del uso de las redes sociales incluyen el apoyo al desarrollo de identidad y el mantenimiento de las relaciones entre pares existentes.

Justificación

Como ya se ha demostrado en artículos previos, es un hecho que existe una conexión entre estas variables. La elaboración de este estudio y sus resultados permitirán conocer qué tipo de relación está presente entre las plataformas digitales de redes sociales y la autoestima de los estudiantes de la Escuela de Nivel Medio Superior de Salamanca, ayudando así a consolidar las bases ya existentes en el campo.

Los resultados se obtendrán con la aplicación de una encuesta a los estudiantes de la institución y con su posterior análisis. Todo lo anterior con la finalidad de promover un buen uso de estas plataformas, o bien, para que se establezcan nuevas pautas para reducir los efectos negativos que pudieran incidir en la autoestima de los adolescentes al darles un mal uso. Además, este estudio podrá ser utilizado para

concientizar a las personas sobre el papel que juegan las redes sociales y la importancia que estas tienen en los adolescentes de la actualidad.

Objetivo General

Identificar la relación entre el uso de las plataformas digitales y la autoestima de los alumnos de la Escuela de Nivel Medio Superior de Salamanca.

Específicos:

1. Identificar cuántas horas al día utilizan plataformas digitales los alumnos de la ENMS Salamanca.

2. Identificar el nivel de autoestima de los estudiantes mediante una encuesta.

3. Comparar los niveles de autoestima entre los alumnos que usan plataformas digitales más de 5 horas al día y aquellos que las usan menos tiempo.

4. Determinar si existe una relación entre el uso excesivo de plataformas digitales y la disminución de la autoestima.

Hipótesis

El uso excesivo de plataformas digitales como las redes sociales afecta negativamente la autoestima de los alumnos de la ENMS Salamanca.

Metodología

Este trabajo se realizó bajo un enfoque mixto de alcance correlacional, ya que combinó el análisis cuantitativo de los datos obtenidos mediante una encuesta y la escala de autoestima de Rosenberg con la interpretación cualitativa de los resultados, con la finalidad de identificar la relación entre el uso de plataformas digitales y la autoestima de los alumnos.

Asimismo, se trata de un estudio transversal, debido a que la recolección de datos se efectuó en un solo momento. Para la recolección de la información se usó un Forms con el propósito de difundir en línea la encuesta, de una manera práctica, a la población estudiantil seleccionada aleatoriamente como muestra, la cual estuvo compuesta por 228 alumnos de un total de 2200 de la ENMS Salamanca. Posteriormente se hizo un análisis estadístico.

La población encuestada se encuentra en un rango de edad entre los 15 y 18 años. Los criterios de inclusión fueron ser parte de la comunidad estudiantil de la ENMS Salamanca y responder la encuesta.

Análisis de resultados y discusión

De los 228 estudiantes encuestados, 133 (58.3%) fueron mujeres y 95 (41.7%) hombres. Al analizar los resultados por sexo, se observó que, del 5,26% de los alumnos con baja autoestima, ésta estuvo distribuida de manera equivalente entre ambos grupos, ya que el 50% de los casos correspondió a mujeres y el 50% a hombres. En cuanto al 29.82% de los estudiantes que usan las redes sociales durante cinco horas o más al día, se observó que el 58.8% pertenecía al sexo femenino y el 41.2% al masculino.

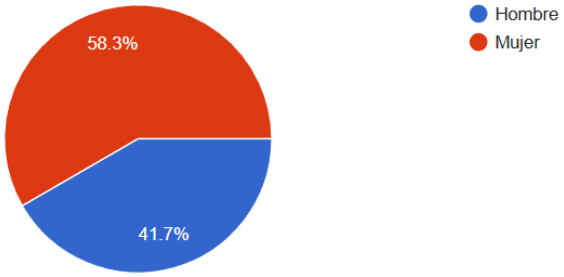


Figura 1. Selecciona tu sexo.

Del 14,47% de alumnos que sufrieron acoso por alguna de las plataformas digitales, el 72.7% de los casos correspondió a mujeres y el 27.3% a hombres. Finalmente, del 5.7% de los estudiantes que reportaron compararse con otras personas en redes sociales, el 84.6% fueron mujeres y el 15.4% hombres.

Por otro lado, la escala de autoestima de Rosenberg fue utilizada como instrumento de medición para identificar los niveles de autoestima de los encuestados. Para cada afirmación, los estudiantes debían seleccionar un número para identificar que tan de acuerdo se sentían con cada enunciado, donde 1 era totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo. Los ítems 2,5, 8, 9 y 10 están invertidos, por lo que los puntajes obtenidos también se invierten para estos, es decir, 4 será 1, 3 será 2, 2 será 3, 1 será 4 y viceversa. Además, se consideró que un valor debajo de 20 corresponde a una baja autoestima, entre 20 y 29, autoestima regular, y mayor a 29, autoestima alta. Tomando lo anterior en cuenta, en la figura 1 se observa que en su mayoría los estudiantes tienen una autoestima regular (39.03%) y/o buena (55.7%). Mientras que el 5.26% presenta una autoestima baja.

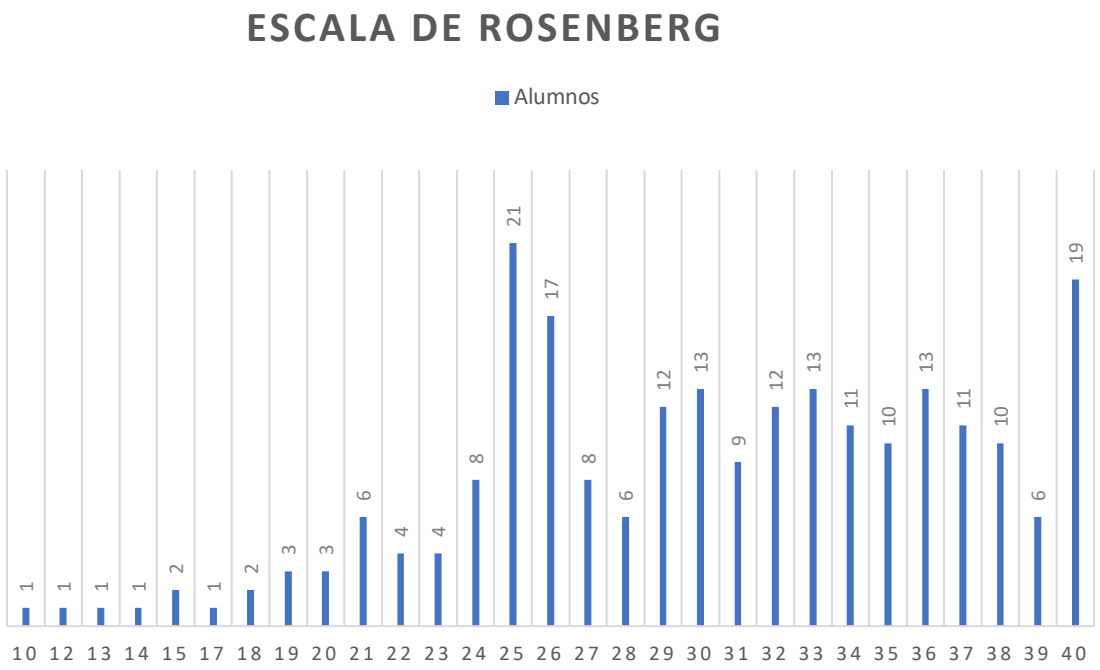


Figura 2. Niveles de autoestima en alumnos de la ENMSS.

Se preguntó a los alumnos cuál de las plataformas mostradas en la figura 2, utilizaban la mayor parte del tiempo, dándoles la posibilidad de seleccionar más de una opción. En esta gráfica se observa que las más utilizadas son: Instagram (86.4%), que corresponde a 197 estudiantes; Tiktok con 79.4%, que corresponde a

181 personas y Whatsapp, con 54.8%, que corresponde a 125. Por ello, se les dará un mayor peso a las mencionadas redes sociales.

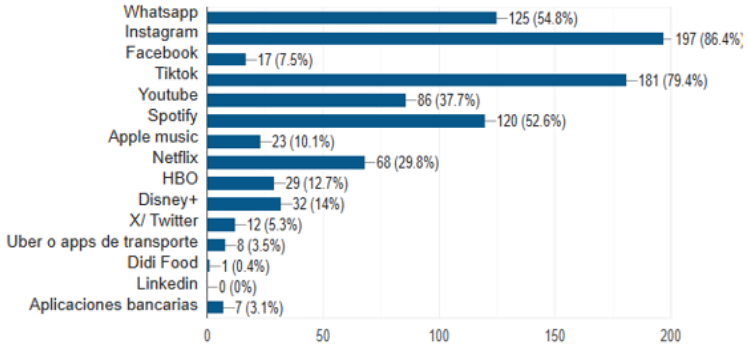


Figura 3. ¿En qué plataformas digitales empleas la mayor parte de tu tiempo?

Se preguntó a los estudiantes sobre qué tipo de contenido consumen más frecuentemente dentro de las plataformas que seleccionaron, dejándoles elegir únicamente dos opciones. En la gráfica se puede observar que los estudiantes consumen en su mayoría contenido para su entretenimiento, con un 92.1%, que corresponde a 210 personas. El segundo porcentaje más alto fue de 41.2%, que corresponde a contenido informativo y a 94 personas.

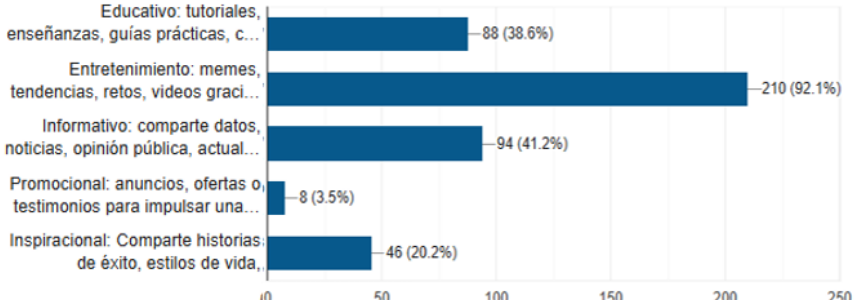


Figura 4. ¿Qué tipo de contenido consumes mayormente?

Se consideró el acoso en redes como un factor influyente en la autoestima de los estudiantes, por ello, se les presentó la siguiente afirmación: “He sufrido acoso por medio de alguna de las plataformas anteriores”. Más de la mitad lo negó, con un 85.5%, mientras que un porcentaje más bajo, de 14.5% mostró identificarse con la oración. Posteriormente, se analizó si existe una relación entre aquellos que afirmaron haber sufrido acoso en redes sociales y aquellos que tienen una baja autoestima. Los resultados mostraron que no existe una relación directa entre estas variables, ya que, del total de personas que declararon haber sufrido acoso, las que tienen bajos niveles de autoestima corresponden al 6.06%. El promedio de autoestima de los estudiantes que se han sufrido acoso es de 30.39. Por lo que si bien, sí existe una relación, no es lo suficientemente significativa para establecer una conclusión precisa.

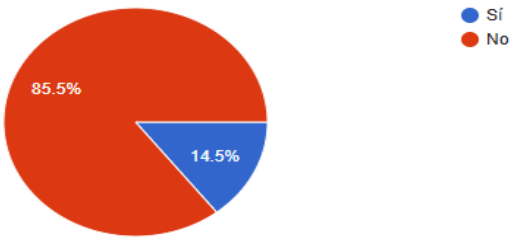


Figura 5. He sufrido acoso por medio de alguna de las plataformas anteriores.

De manera similar, se presentó la siguiente afirmación a los alumnos: “Me comparo con otras personas dentro de alguna de las plataformas anteriores”. La mayoría de ellos afirmó no identificarse con el enunciado, con un porcentaje del 41.7%, lo cual concuerda con los resultados anteriores. Sin embargo, el 22.4% de los encuestados declaran que esta comparación de ellos mismos con otras personas dentro de las redes sociales está presente. Se analizó si este último porcentaje presentó un impacto en la autoestima debido a la comparación, pero no se encontraron resultados concluyentes: el promedio de autoestima de aquellos que se comparan es de 30.52. Del total de personas que se comparan, el 9.8% tiene baja autoestima, por lo que no existe una relación muy significativa.

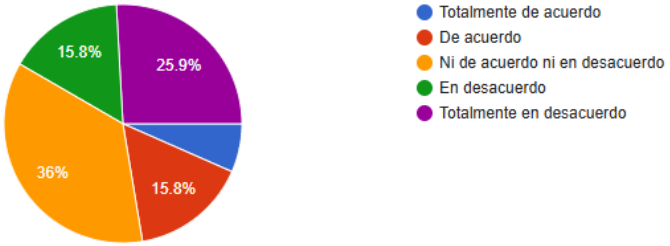


Ilustración 6. Me comparo con otras personas dentro de alguna de las plataformas

La siguiente afirmación le fue presentada a los alumnos: “Considero que la imagen que tengo de mí mismo/a se ha visto influenciada negativamente debido al uso de la alguna de las plataformas digitales”. Se obtuvieron los siguientes porcentajes: 27.6% correspondiente a los que están de acuerdo y 39.9% correspondiente a los que no se identificaron. De aquellos estudiantes que estuvieron de acuerdo, un 6.34% presenta además una baja autoestima. Esto puede ser interpretado como un factor, más no un determinante decisivo en la autoestima de los alumnos, pues si bien, sí puede afectar su autopercepción, es un porcentaje muy bajo para establecer una conclusión de ese tipo.

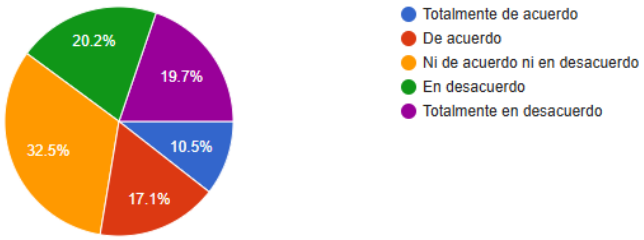


Ilustración 7. Considero que la imagen que tengo de mí mismo/a se ha visto influenciada negativamente debido al uso de la alguna de las plataformas digitales

Se preguntó a los estudiantes sobre cuánto tiempo les destinan a las plataformas que más utilizan, se obtuvieron los siguientes porcentajes: 1.3% correspondiente a menos de una hora, 23.2% correspondiente a 1-2 horas, 45.6% (el porcentaje mayoritario) correspondiente a 3-4 horas, y finalmente 29.8% que corresponde a 5 horas o más. No se observaron diferencias significativas en la autoestima de los estudiantes, aquellos que pasan el mayor tiempo en las plataformas digitales obtuvieron un promedio de autoestima de 30.24, los alumnos que pasan de 3-4 horas obtuvieron un promedio de 30.25, de igual forma los que afirmaron pasar de 1-2 horas obtuvieron un promedio de 30.26 y, por último, aquellos que pasan menos de 1 hora obtuvieron el promedio más bajo, de 22. Además, algunas personas de este último grupo se encuentran dentro de aquellos que han sufrido acoso, se comparan con otros, ven su imagen influenciada negativamente por las redes sociales, han dejado de subir fotos por miedo a críticas, se han sentido excluidos dentro de redes, etc., según sus respuestas. Por lo que se puede asumir que, debido a una mala experiencia con las plataformas digitales, prefieren destinar su tiempo a otras actividades.

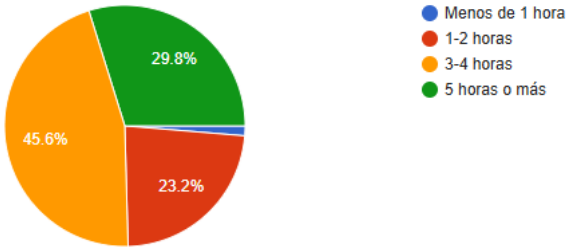


Ilustración 8. En total, ¿cuántas horas pasas al día en las aplicaciones que seleccionaste?

Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes (58.7%) no ha dejado de publicar en redes sociales por miedo a las críticas. En contraste, un 21.1% señaló que sí se ha visto afectado por esta situación, mientras que el 20.2% mantuvo una postura neutral. Al revisar esto con los datos del formulario, los resultados muestran que este 21.1% que tiene miedo a las críticas coincide con el grupo de alumnos que también se ha sentido excluido en las redes. Este sector es el que ha tenido las peores experiencias en internet y por eso presentan el promedio de autoestima más bajo de todo el estudio, con 22 puntos. En general, los datos indican que, aunque el juicio social influye en algunos jóvenes, la mayoría publica con autonomía.

En cuanto a la percepción de que las redes sociales muestran una vida poco realista, el 58.8% de los

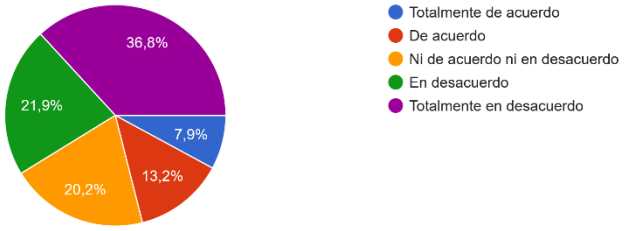


Figura 9. He dejado de subir fotos o publicaciones por miedo a criticas

estudiantes estuvo a favor de esta idea (36.4% de acuerdo y 22.4% totalmente de acuerdo). Esto indica que la mayoría sabe que el contenido en internet está idealizado o editado. Por otra parte, el 35.5% se mantuvo neutral y solo el 5.7% estuvo en desacuerdo. Aunque el 27.6% de los alumnos siente que las redes influyen de forma negativa en su imagen, solo un mínimo 6.34% llega a tener la autoestima baja. Los resultados sugieren que se debe a que la mayoría sabe que lo que ve en internet no es real y que alrededor de seis de cada diez jóvenes identifican una falta de autenticidad en las plataformas y mantienen una visión crítica ante lo que consumen.

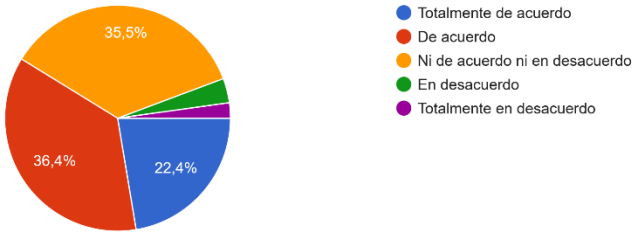


Figura 10. Siento que las redes sociales muestran una vida poco realista.

Al evaluar si los estudiantes se sienten excluidos al ver publicaciones de eventos ajenos, el 52.4% manifestó estar en desacuerdo (22%) o totalmente en desacuerdo (30.4%), lo que indica que la mayoría no experimenta esta afectación emocional. En contraste, un 22.4% aceptó sentirse excluido (14.5% de acuerdo y 7.9% totalmente de acuerdo), exponiendo una vulnerabilidad social digital en casi una cuarta parte de los jóvenes, mientras que el 25.1% restante mantuvo una postura neutral. Al relacionar esto con los niveles de autoestima, se observa que este sentimiento de exclusión coincide con el grupo de alumnos que obtuvo el promedio de autoestima más bajo (22 %). De acuerdo con los datos, este sector también reporta otras experiencias negativas en internet, lo que sugiere que una menor valía personal se asocia con una mayor percepción de rechazo en las redes.

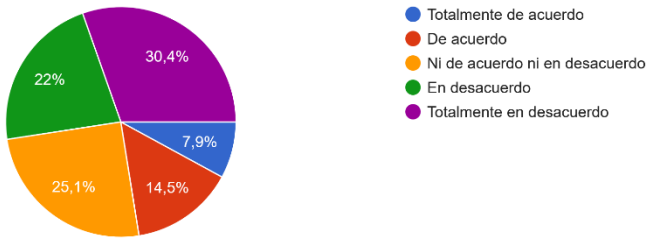


Figura 11. me he sentido excluido al ver publicaciones de otras personas en reuniones

Al evaluar si las redes sociales influyen en el estado de ánimo diario, los resultados muestran opiniones divididas. El 47.6% de los estudiantes indicó no sentir un impacto en sus emociones (23.8% en desacuerdo y 23.8% totalmente en desacuerdo). Por el contrario, un 16.9% aceptó que las plataformas sí afectan su humor (14.1% de acuerdo y 2.8% totalmente de acuerdo), mientras que el 35.5% se mantuvo neutral. Al revisar esto con los datos del formulario, se observó que este grupo que siente un cambio en su humor se parece mucho al 14.5% de los alumnos que dijeron haber sufrido acoso en las redes. Aunque el promedio de autoestima de quienes pasaron por esto sigue siendo alto (30.39 puntos), estos problemas explican por qué este sector de jóvenes sufre alteraciones de ánimo.

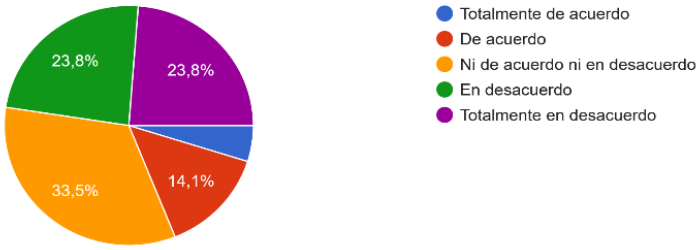


Figura 12. las redes sociales influyen en mi estado de ánimo durante el día

Respecto a la frecuencia de actividades en redes sociales usando 1 como poco frecuente y 5 como muy frecuente, la figura 13 indica que el entretenimiento y la comunicación con amigos es lo que más destaca como uso principal, en contraste actividades como subir contenido u observar la vida de otros se ubicaron en el nivel más bajo. Esto coincide con los datos del formulario, donde la mayoría (41.7%) afirmó que no se compara con los demás dentro de las aplicaciones. Incluso, el grupo de alumnos que sí llega a compararse con el resto mantiene un promedio de autoestima alto (30.52 puntos), lo que sugiere que esta actividad no

daña su amor propio. En cuanto a la búsqueda de información, se mantuvo en el nivel mayormente siendo un uso intermedio por parte de los jóvenes encuestados.

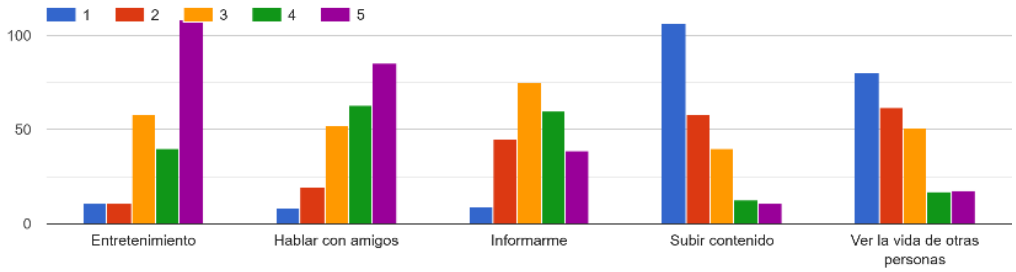


Figura 13. que es lo que más haces en redes sociales.

Al preguntar cómo se perciben a sí mismos después de usar plataformas digitales, el 82.5%, indicó sentirse igual, es decir, que no altera su autopercepción de forma inmediata. Por otro lado, un 14.5% reportó sentirse mejor, mientras que solo un mínimo 3.0% manifestó percibirse peor tras navegar en internet. Al comparar esto con los niveles de autoestima del formulario, se observa que la mayoría percibe las plataformas digitales como neutras, pues los alumnos que pasan más horas en las plataformas mantienen promedios de autoestima altos y estables (entre 30.24 y 30.26 puntos). Por el contrario, el 3.0% que se siente peor coincide con el grupo que tiene la autoestima más baja, con un promedio de 22 puntos.

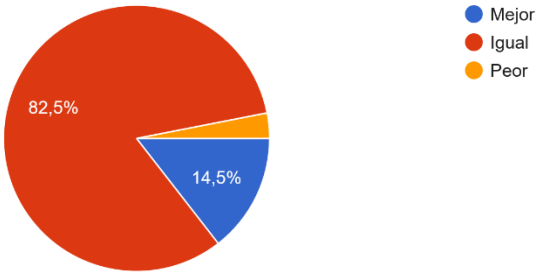


Figura 14. Después de usar las redes sociales como sueles percibirte a ti mismo.

Conclusiones

La hipótesis de este trabajo planteaba que el uso excesivo de plataformas digitales como las redes sociales afecta negativamente la autoestima de los alumnos de la ENMS Salamanca, pero los resultados obtenidos mostraron que no se puede afirmar que pasar más tiempo en redes sociales provoque directamente una baja autoestima, ya que la mayoría de los alumnos mostraron un nivel alto o regular de autoestima incluso aquellos que utilizaban las plataformas digitales durante varias horas al día.

El análisis de datos permitió identificar que los estudiantes presentan distintos tiempos de uso de plataformas digitales; sin embargo, al comparar a quienes las utilizan más de cinco horas al día con quienes las usan menos tiempo, no se observaron diferencias significativas en sus niveles de autoestima. Esto indica que el tiempo de uso, por sí solo, no constituye un factor determinante en la autoestima de los alumnos evaluados.

Asimismo, se observó que el impacto de las plataformas digitales depende más del uso que se les da y de las experiencias que se viven dentro de ellas. Como la comparación con otras personas, sufrir acosos, el temor a las críticas o sentirse excluido mostraron una asociación más estrecha con los niveles de autoestima.

Uno de los principales aprendizajes obtenidos fue el comprender que las redes sociales no son positivas o negativas por sí mismas, sino que sus efectos dependen de la forma en que cada persona las utiliza. Aunque es importante tener espacios para comunicarse, aprender y entretenerse, también pueden llegar a afectar la percepción personal cuando se busca constantemente la aprobación de los demás o se compara la propia vida con lo que se muestra en internet.

Esta investigación permitió reconocer la importancia de fomentar un uso más consciente y responsable de las plataformas digitales, así como fortalecer la autoestima de los jóvenes para que su valor personal no dependa únicamente de la aceptación o la imagen que proyectan en las redes sociales.

Con la finalidad de profundizar en este tema, se recomienda realizar investigaciones longitudinales que contemplen muestras más numerosas, que ayuden a estudiar la relación entre la autoestima y las plataformas digitales a lo largo del tiempo.

Referencias

Bernal Parraga, A. P., Tello Mayorga, L. E., Andrango Vasco, C. G., Abad Troya, L., Pluas Muñoz, A. M., Cabrera Quezada, M. E., & Jumbo García, K. J. (2025). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *9*(1), 498-517. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.15733

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, *11*(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday. https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf

Hoxhaj, B., Xhani, D., Kapo, S., & Sinaj, E. (2023). The role of social media on self-image and self-Esteem: A study on albanian teenagers. Journal of Educational and Social Research, 13.

Kotijah, S., Yusuf, A., Fitryasari, P. K. R., Manalu, N. V., Sumiatin, T., & Aditya, R. S. (2024). Social media and its relationship with self-esteem among adolescents: A systematic review. *Malaysian Journal of Public Health Medicine*, *24*(2), 85–95. https://doi.org/10.51266/mjphm.v24i2.2547

Roque Mamani, L. A., & Apaza Alanoca, R. M. (2026). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de nivel secundario de una Institución Educativa Estatal de Tacna, 2025. https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/3657

Senekal, J. S., Ruth Groenewald G, Wolfaardt L, Jansen C, Williams K. Social media and adolescent psychosocial development: a systematic review. South African Journal of Psychology. 2023;53(2):157-171. doi:10.1177/00812463221119302