



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

TEMA: Percepción de la Autoestima en Usuarios de la Red Social TikTok en el Contexto De La Pandemia, Año 2022.

AUTOR/ A: Miryan Elena Pacheco Tapia

TUTOR/ A: Mg. Alexandra Yakeline Meneses Meneses

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2022

DEDICATORIA

*A Dios, mis padres y mis hijas
gracias por su amor y bendición.*

*A la Universidad Israel y mis maestros
gracias por los conocimientos impartidos.*

DECLARACIÓN DE OBRA ORIGINAL

Yo, Miryan Elena Pacheco Tapia, con cédula N° 1706014949, declaro lo siguiente:

He leído el reglamento del Consejo Académico de la Universidad Israel. Reglamento sobre propiedad intelectual, y la Normatividad Nacional relacionada al respeto de los derechos de autor. Esta disertación que lleva por título “Percepción de la Autoestima en Usuarios de la Red Social TikTok en el Contexto De La Pandemia, Año 2022”, representa mi trabajo original, excepto donde he reconocido las ideas, las palabras, o materiales de otros autores.

Cuando se han presentado ideas o palabras de otros autores en esta disertación, he realizado su respectivo reconocimiento aplicando correctamente los esquemas de citas y referencias bibliográficas en el estilo requerido.

Por último, he sometido esta disertación a la herramienta Turnitin de integridad académica, definida por la universidad.

Quito, 31 de enero de 2022



Miryan Elena Pacheco Tapia

CC. 1706014949

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto Integrador de Carrera titulado “Percepción de la Autoestima en Usuarios de la Red Social TikTok en el Contexto De La Pandemia, Año 2022”, presentado por Miryan Elena Pacheco Tapia, con cédula N° 1706014949, estudiante de la Carrera de Licenciatura en Psicología, pregrado, Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Israel.

Confirmando, que posterior a la revisión del documento de investigación, este reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 03 de febrero del 2022

TUTORA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alexandra Y. Meneses Meneses', with a large, stylized flourish above it.

Mg. Alexandra Yakeline Meneses Meneses

CC. 1715155147

PRESENTACIÓN

La tesis está estructurada en 8 capítulos, siguiendo un orden lógico:

Capítulo 1) Marco teórico.

Capítulo 2) Objetivos.

Capítulo 3) Método.

Capítulo 4) Resultados.

Capítulo 5) Discusión.

Capítulo 6) Conclusiones y recomendaciones.

Capítulo 7) Referencias bibliográficas.

Capítulo 8) Anexos.

RESUMEN

Título: Percepción de la Autoestima en Usuarios de la Red Social TikTok en el Contexto de la Pandemia, Año 2022.

Introducción

En el contexto de la pandemia, se evitó el contacto físico por contagios de Covid-19, trasladando el desarrollo de actividades cotidianas como estudio y trabajo a reuniones virtuales desde casa, incrementando así también el uso de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. Preocupa la autoestima como base de la salud mental de las personas que consumen contenido de las redes sociales, en medio de restricciones sanitarias.

Objetivo

Explorar la percepción de la autoestima en usuarios de la red social TikTok en contexto de la pandemia, año 2022.

Métodos

Es un estudio de tipo cualitativo, con alcance exploratorio descriptivo donde participaron 280 personas mayores de 16 años, usuarias de la red social TikTok. Se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico, el test utilizado fue el Inventario de Autoestima de Coopersmith versión Adultos (1967), de 25 ítems, que evalúan 3 áreas: si mismo general (Yo), social y familiar.

Resultados

El 21.43% de personas tienen un nivel de autoestima bajo, el 32.14% tienen nivel de autoestima medio bajo y el 28.57% tienen nivel de autoestima medio alto, y el 17.86% tienen nivel de autoestima alto.

Conclusiones

Las personas más interesadas en conocer su nivel de autoestima están en un rango de edad de 26 a 40 años, de género femenino e instrucción de educación superior. Más de la mitad de las personas que aplicaron al test tienen niveles de autoestima medio bajo o bajo. El entorno familiar es la dimensión que más afecta en la percepción del nivel de autoestima.

Palabras claves: Autoestima, Redes Sociales, TikTok, Pandemia.

ABSTRACT

Title: Perception of Self-esteem in Users of the TikTok Social Network in the Context of the Pandemic, Year 2022.

Introduction

In the context of the pandemic, physical contact due to Covid-19 infections was avoided, transferring the development of daily activities such as study and work to virtual meetings from home, also increasing the use of social networks such as Facebook, Instagram and TikTok. There is a concern about self-esteem as the basis of mental health of people who consume content from social networks, during health restrictions.

Target

To explore the perception of self-esteem in users of the TikTok social network in the context of the pandemic, year 2022.

Methods

It is a qualitative study with a descriptive exploratory scope where 280 people over 16 years old participated and users of TikTok social network. A type of non-probabilistic sampling was used, the test is the Coopersmith Self-Esteem Inventory Adult version (1967) of 25 items that evaluate 3 areas: himself general (me), social and family.

Results

21.43% of people have a low self-esteem level, 32.14% have a low-medium self-esteem level, 28.57% have a high-medium self-esteem level, and 17.86% have a high self-esteem level.

Conclusions

People most interested on knowing their level of self-esteem are in a range of age from 26 to 40 years, genre female and high level of education. More than a half of the people who applied to the test have medium-low or low self-esteem levels. The family environment is the dimension that affects the most the perception of the level of self-esteem.

Keywords: Self-esteem, Social Networks, TikTok, Pandemic.,

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

DECLARACIÓN DE OBRA ORIGINAL.....	III
APROBACIÓN DE LA TUTORA	IV
PRESENTACIÓN	V
Lista de figuras.....	X
Lista de tablas	XII
Introducción.....	1
CAPITULO 1.....	4
MARCO TEORICO.....	4
1.1 Autoestima	4
1.2 Redes Sociales - TikTok.....	5
1.3 Autoestima y Redes Sociales.....	6
CAPITULO 2.....	8
OBJETIVOS Y PREGUNTAS CIENTÍFICAS	8
2.1 Objetivo general	8
2.1.1 Objetivo específico 1	8
2.1.2 Objetivo específico 2	8
2.1.3 Objetivo específico 3	8
2.2 Preguntas científicas.....	8
2.2.1 Pregunta científica 1	8
2.2.2 Pregunta científica 2	8
2.2.3 Pregunta científica 3	8
CAPÍTULO 3.....	9
METODOLOGÍA	9
3.1 Método, diseño y alcance	9
3.2 Población y muestra	9
3.3 Técnicas e instrumentos	9

3.3.1 Operacionalización de variables	11
3.4 Procedimiento	11
3.5 Análisis Estadístico	12
CAPÍTULO 4.....	13
RESULTADOS	13
4.1 Perfil sociodemográfico.....	13
4.2 Nivel de la Autoestima.....	15
CAPÍTULO 5.....	29
DISCUSIÓN.....	29
5.2 Limitaciones del estudio.....	30
CAPÍTULO 6.....	31
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
6.1 Conclusiones	31
6.2 Recomendaciones.....	31
CAPÍTULO 7.....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
7.1 Bibliografía	32
CAPÍTULO 8.....	34
8.1 ANEXOS	34
8.1.1 Inventario De Autoestima De Coopersmith Versión Para Adulto.....	34

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Edad	13
Figura 2. Género	14
Figura 3. Nivel de estudios	14
Figura 4. Pregunta1. Generalmente los problemas me afectan poco	15
Figura 5. Pregunta2. Me cuesta trabajo hablar en público	15
Figura 6. Pregunta3. Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí	16
Figura 7. Pregunta4. Puedo tomar fácilmente una decisión	16
Figura 8. Pregunta5. Soy una persona simpática	17
Figura 9. Pregunta6. En mi casa me enoja fácilmente	17
Figura 10. Pregunta7. Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo	18
Figura 11. Pregunta8. Soy una persona popular entre las personas de mi edad	18
Figura 12. Pregunta9. Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos	19
Figura 13. Pregunta10. Me doy por vencido/a fácilmente	19
Figura 14. Pregunta11. Mi familia espera demasiado de mí.	20
Figura 15. Pregunta12. Me cuesta trabajo aceptarme como soy	20
Figura 16. Pregunta13. Mi vida es muy complicada	21
Figura 17. Pregunta14. Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas	21
Figura 18. Pregunta15. Tengo mala opinión de mí mismo/a	22
Figura 19. Pregunta16. Muchas veces me gustaría irme de mi casa	22
Figura 20. Pregunta17. Con frecuencia siento disgusto	23
Figura 21. Pregunta18. Soy menos guapo/a que la mayoría de la gente	23
Figura 22. Pregunta19. Si tengo algo que decir generalmente lo digo	24
Figura 23. Pregunta20. Mi familia me comprende	24
Figura 24. Pregunta21. Los demás son mejor aceptados que yo	25
Figura 25. Pregunta22. Siento que mi familia me presiona	25
Figura 26. Pregunta23. Con frecuencia me desanimo con lo que hago	26

Figura 27. Pregunta24. Muchas veces me gustaría ser otra persona	26
Figura 28. Pregunta25. Se puede confiar poco en mí.....	27

Lista de tablas

Pág.

Tabla1. Características De Las Personas Según Su Autoestima	4
Tabla 2. Subescalas de la autoestima de toda la población encuestada.	28
Tabla 3. Los niveles de autoestima de toda la población encuestada.	28

INTRODUCCIÓN

La emergencia sanitaria del año 2019, originada por la enfermedad por coronavirus (COVID-19), una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2, fue declarada pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020, originando así la implementación de medidas preventivas de alcance mundial (Mansilla de los Santos, 2020) para contener la propagación del virus.

Es así, como se estableció el confinamiento forzoso, el distanciamiento social y la paralización de actividades en diversos ámbitos y países, afectando con ello la cotidianidad de las personas (Ordorika, 2020) y la salud mental de la población general, manifestándose en reacciones psicológicas, miedo específico y descontrolado por contagiarse, ansiedad generalizada, frustración, aburrimiento, soledad y el estrés derivado de la incertidumbre propia de la situación (Wang et al., 2021).

Resulta imprescindible la visibilidad de los diagnósticos preventivos referentes a los aspectos de la personalidad, sobre todo, aquellos relacionados con múltiples problemáticas, como lo es la autoestima. De esta manera, en lo particular y lo público, las medidas que pueden llevarse a cabo como parte del afrontamiento de las consecuencias de las dificultades por las medidas emergentes e incluso, por la pandemia misma, potencialmente pueden verse disminuidas (Torres Suárez et al., 2021).

La pandemia Covid-19 ha tenido mucha implicancia en la salud mental de la población en general y personal de salud, el determinante social de la salud, más afectada durante la pandemia es el referente a los estilos de vida y que los trastornos mentales prevalentes en la población en general son la ansiedad y depresión, en el personal de salud son la depresión, ansiedad y trastornos del sueño (Estrada Sernaque, 2020).

En el contexto de la pandemia, se incrementó el uso de la tecnología para comunicarse virtualmente con la familia, amigos, trabajo y estudios; se evitó el contacto

físico por los contagios de Covid-19, pero el acercamiento al mundo digital para el desarrollo de las actividades cotidianas llevó también al incremento de consumo de redes sociales (Ramírez-Gil et al., 2021).

"Con el aumento del aislamiento social durante la pandemia, somos más curiosos y estamos más interesados en la vida de quienes nos rodean", opina la psicóloga Sabrina Romanoff. Nuestro mayor deseo de consumir todo tipo de información refleja en parte nuestra reducida vida social diaria. Plataformas como TikTok, Instagram y Snapchat nos ayudan a cruzar caminos virtuales con aquellos que de otra manera probablemente nunca conoceríamos durante el confinamiento, agrega Tarbox (Krystin, 2021).

Las redes sociales permiten la interacción entre usuarios creadores y consumidores de contenidos, éstas han ido evolucionando y especializándose en distintos temas de interés para los usuarios. El diseño de contenido de vídeo en las Redes Sociales es cada vez más sencillo y gracias a la popularidad de estos en TikTok, el resto de las redes han implementado las mismas funciones (Conde del Rio, 2021).

Así tenemos que, diferentes disciplinas artísticas: teatro, música, artes plásticas, danza, pueden ser valiosas herramientas para ser implementadas, pues contribuyen a cambios positivos, mejorando actitud, rendimiento, bienestar emocional; además fomentan la creatividad, la sensibilidad y la imaginación (Medina Sánchez, 2021). La creación de vídeos cortos y sencillos fue una de las ideas que hicieron atractiva a la red social TikTok y fomentó de manera particular la creatividad de los usuarios (Conde del Rio, 2021).

Las estadísticas más relevantes del uso de redes sociales en Latinoamérica y en el Perú durante el 2020 – 2021, TikTok y Facebook fueron las redes sociales que más crecieron durante el periodo de cuarentena en el Perú. Siendo así que TikTok creció un 387%, Facebook un 349%. El comportamiento de usuarios en redes sociales respecto al uso de estas plataformas es para: Entretenerse (81%), Interactuar (77%), Informarse (66%),

Inspirarse (33%), Conocer gente (30%), Seguir las tendencias (30%), seguir el mercado profesional (29%) (Adco, 2020).

Con estos antecedentes y teniendo en cuenta que, la importancia del bienestar psicológico del ser humano es un elemento clave para el proceso de ajuste emocional, cognitivo y social, influyendo de manera considerable en todos los ámbitos de la vida diaria (Mera Navarrete et al., 2021), este estudio pretende resolver la siguiente interrogante, ¿Cuál es el nivel de percepción de la autoestima en usuarios de la red social TikTok en el contexto de la pandemia, año 2022?

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

1.1 Autoestima

El término autoestima se refiere a las evaluaciones que una persona hace y comúnmente mantiene sobre sí mismo es decir la autoestima global, es una expresión de aprobación o desaprobación que indica la extensión en que la persona cree ser capaz, competente, importante y digno. Y por lo tanto la autoestima implica un juicio personal de la dignidad que es expresado en las actitudes que el individuo tiene hacia sí mismo (Coopersmith, 1978).

Villanueva (2019) en su artículo “Al rescate de tu autoestima” establece que la autoestima se nutre de las percepciones, los sentimientos, y pensamientos que tenemos sobre nosotros mismos, nuestro carácter y recursos tanto intelectuales como físicos. Del mismo modo, afecta la forma en que nos relacionamos con los demás, nuestra manera de pensar y la de actuar (Perales,2021). En esta misma dirección, Cerna (2017), realiza una caracterización de las personas según su autoestima (Tabla 1).

Tabla1. Características De Las Personas Según Su Autoestima

Con Mucha Autoestima	Con Poca Autoestima
Se siente orgullosa de sus logros	Evita las situaciones que le provoquen ansiedad
Se comporta con independencia	Desprecia sus dotes naturales
Asume responsabilidades con facilidad	Siente que los demás no lo valoran
Afronta nuevos retos con entusiasmo	Echa la culpa de su propia debilidad a los demás
Se siente capaz de influir sobre otros	Se deja influir por otros con facilidad
Muestra amplitud de emociones y sentimientos	Se pone a la defensiva y se frustra fácilmente
Siente que puede solucionar los problemas	Se siente impotente
Se preocupa por los sentimientos de los demás	Tiene estrechez de emociones y sentimientos

Fuente: (Cerna,2017)

1.2 Redes Sociales - TikTok

La televisión y la radio por muchos años eran los mecanismos de difusión más utilizados, sin embargo, las redes sociales por citar algunos Facebook, Instagram, Twitter, y recientemente TikTok, entre otros, se han convertido en una fuente ilimitada de información en tiempo real y de comunicación a distancia. Los influencers publican información para que se haga “viral” y automáticamente sea conocida por todos sus seguidores (Rudas Murga, 2021).

TikTok es una de las redes sociales emergentes con mayor crecimiento en el mundo, gracias a su popularidad y divulgación ha coadyuvado transmitir contenido en tiempos de confinamiento, pues su fácil uso y entretenimiento han sido factores indispensables en momento de crisis. Han utilizado la red social con fines de difusión de temas relacionados a la COVID-19, crisis sanitaria, y medidas de prevención (Veintimilla & Torres, 2021).

Básicamente, TikTok crea fácilmente pequeños clips de entre 15 y 60 segundos, esto es, en formato píldora y compartirlos de manera rápida y eficaz con miles de usuarios de todo el mundo. A ello hay que añadir la práctica de seguidores y seguidos y su sistema de inteligencia artificial, gracias al cual podemos utilizar infinidad de filtros, efectos especiales y música de fondo, lo que permite a cualquier aficionado crear contenido de gran calidad en muy poco tiempo (Hernández Plaza, 2021).

Durante el aislamiento causado por la pandemia de COVID-19, TikTok se convirtió en la app más descargada y usada. A diferencia de Instagram, TikTok pone en acción a la juventud porque participan activamente de las tendencias que incluyen challenges de baile, actuaciones, tutoriales, entre otros. En esta plataforma coexisten distintos tipos de

entretenimiento; sin embargo, su algoritmo secreto pone en duda si visibiliza en mayor medida a jóvenes que cumplen con ciertos estereotipos de belleza (Quiroz, 2020).

TikTok es el principal destino de videos cortos grabados con dispositivos móviles, potencia la creatividad y hace disfrutar a la gente. TikTok tiene oficinas en ciudades de todo el mundo, como Los Ángeles, Nueva York, Londres, París, Berlín, Dubái, Bombay, Singapur, Yakarta, Seúl y Tokio (TikTok, 2020).

1.3 Autoestima y Redes Sociales

En el estudio “Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios”, donde participaron 100 alumnos de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 36 hombres y 64 mujeres, con edades entre 18 y 44 años; muestran que la adicción a redes sociales se relaciona de forma negativa con el nivel de autoestima, siendo las personas con mayor autoestima las que puntuaron menos en manifestaciones de la adicción (Portillo et al., 2021).

El estudio “Ansiedad Y Autoestima: Su Relación Con El Uso De Redes Sociales En Adolescentes Mexicanos” se centró en la aplicación del cuestionario e instrumentos psicométricos sobre una muestra representativa de 120 personas (de 13 a 20 años de edad) dando como conclusiones que las redes sociales pueden generar un alto nivel de ansiedad y mermar a la autoestima de una persona, o también aún, si la persona ya padecía rasgos depresivos y ansiógenos estos pueden verse más afectados (Rodríguez Peña & Moreno Almazán, 2019).

Así también, la Universidad de Córdoba en su trabajo “Las Redes Sociales son un Factor de Riesgo para la Autoestima de los Más Jóvenes”, ha estudiado cómo afecta el uso de las redes sociales en la autopercepción de la imagen corporal entre los jóvenes y su relación con los trastornos alimentarios, se implementó encuestas sobre autopercepción de

la imagen corporal a 328 jóvenes entre 18 y 25 años y destaca el marcado estereotipo de belleza que se promueve, especialmente en el caso de las mujeres, quienes idealizan alcanzar esa belleza (Castilla & Vicente, 2018).

Finalmente, en el metaanálisis “Relación de las Redes Sociales con el Autoestima”, se revisaron 12 estudios que analizan la autoestima y las redes sociales, la relación entre ellas y su influencia. Se ha concluido que el uso de redes sociales está asociado al incremento de la autoestima, ya que al compartir publicaciones en las redes se llega a un número de seguidores y usuarios, reforzando la imagen de sí mismo mediante la obtención de likes. Además, recomienda que futuras investigaciones analicen variables como la deseabilidad social, el número de likes, el prestigio o la popularidad, que no se llegan a contemplar en los estudios existentes (Fernández Alcaraz, Candela; Quiles Marcos, 2018).

CAPITULO 2

OBJETIVOS Y PREGUNTAS CIENTÍFICAS

2.1 Objetivo general

Examinar la percepción de la autoestima en usuarios de la red social TikTok en contexto de la pandemia, año 2022.

2.1.1 Objetivo específico 1

Identificar los factores sociodemográficos: edad, nivel de estudios y género interesados en conocer su percepción de autoestima.

2.1.2 Objetivo específico 2

Analizar la dimensión de la autoestima más afectada: si mismo general (yo), social o familiar.

2.1.3 Objetivo específico 3

Examinar la percepción de la autoestima en usuarios de la red social TikTok en contexto de la pandemia.

2.2 Preguntas científicas

2.2.1 Pregunta científica 1

¿Influyen los factores sociodemográficos en el interés que muestran los usuarios de la red TikTok por conocer su nivel de autoestima?

2.2.2 Pregunta científica 2

¿Cómo se muestra la autoestima en los usuarios de la red social TikTok?

2.2.3 Pregunta científica 3

¿Qué área de la autoestima es la más afectada en usuarios de la red social TikTok?

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1 Método, diseño y alcance

Es un estudio de tipo cualitativo, con alcance exploratorio descriptivo.

3.2 Población y muestra

Participaron un total de 280 personas mayores de 16 años, usuarias de la red social TikTok, de las cuales son 243 mujeres, 36 hombres y 1 de otro género; que voluntariamente accedieron a responder la encuesta de autoestima publicado en la cuenta @miryan_pacheco de TikTok, en las fechas del 05 al 11 de enero del 2022.

3.3 Técnicas e instrumentos

Se usó el test de Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (1967), (SEI) versión Adultos, consta de 25 ítems que evalúan 3 áreas: si mismo general, social y familiar. Los 25 ítems del inventario generan un puntaje total, así como puntajes separados en tres áreas: si mismo general (yo), social, familiar. Si mismo general, el cual refieren a las actitudes que presenta el sujeto frente a su autopercepción y propia experiencia valorativa sobre sus características físicas y psicológicas. Social se encuentra construido por ítems que refieren las actitudes del sujeto en el medio social frente a sus compañeros o amigos. Familiar, expone ítems en los que se hace referencia a las actitudes y/o experiencias en el medio familiar con relación a la convivencia. El puntaje máximo es de 100 puntos. Cada respuesta vale un punto, así mismo un puntaje total de autoestima que resulta de la suma de los totales de las subescalas multiplicadas por 4(cuatro). La calificación es un procedimiento directo, el sujeto debe responder de acuerdo con la identificación que se tenga o no con la afirmación en términos de Verdadero (Tal como a mí) o Falso (No como a mí).

El puntaje se obtiene sumando el número de ítem respondido en forma correcta (de acuerdo con la clave) y multiplicando éste por cuatro (4), siendo al final el puntaje máximo 100.

Clave De Respuesta:

Ítems Verdaderos: 1,4,5,8,9,14,19,20.

Ítems Falsos: 2,3,6,7,10,11,12,13,15,16,17,18,21,22,23,24,25.

Sub-Escalas:

I.Si Mismo General: (13 ítems) 1,3,4,7,10,12,13,15,18,19,23,24,25.

II. Social: (6 ítems) 2,5,8,14,17,21.

III. Familiar: (6 ítems) 6,9,11,16,20,22.

Categorías:

Los intervalos para cada categoría de autoestima son:

De 0 a 24 Nivel de Autoestima Bajo

25 a 49 Nivel de Autoestima Medio bajo

50 a 74 Nivel de Autoestima Medio alto

75 a 100 Nivel de Autoestima Alto.

Validez Y Confiabilidad

El coeficiente de confiabilidad encontrado al usar el Alfa de Cronbach fue de 0.81 la confiabilidad y la validez de constructo y concurrente de la versión para adultos del Inventario de Autoestima de Coopersmith (1967).

3.3.1 Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIONES	CATEGORÍAS /DIMENSIONES	INDICADOR CATEGÓRICO	CODIFICACIÓN
Autoestima	Juicio personal de la dignidad que es expresado en las actitudes que el individuo tiene hacia sí mismo (Coopersmith, 1978).	- Si mismo (Yo) - Social - Familiar	Nivel de Autoestima: - Bajo - Medio bajo - Medio alto - Alto	Nivel de Autoestima Bajo: de 0 a 24 (1) Nivel de Autoestima Medio Bajo: de 25 a 49 (2) Nivel de Autoestima Medio alto: de 50 a 74 (3) Nivel de autoestima Alto: 75 a 100 (4)
Red Social TikTok	TikTok es una Red Social de vídeos cortos y transmisiones en directo (Conde del Río, 2020)	Cuenta @miryan_pacheco	Participante (seguidor de la cuenta @miryan_pacheco)	Participante 1 Participante 2 ... (N=280)
Edad	Años cumplidos al momento de la encuesta	Adulto joven Adulto medio Adulto	Rango de edad seleccionado en la encuesta	Adulto joven = 16 a 25 años (1) Adulto medio = 25 a 40 años (2) Adulto = 41 años o más (3)
Sexo	Características físicas, biológicas y corporales con las que nacen las mujeres y los hombres	Hombre Mujer Otros	Sexo seleccionado en la encuesta	Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)
Nivel de estudios	Grado más elevado de estudios realizados o en curso	Sin Escolaridad Educación básica Educación Media Educación superior	Nivel de estudios seleccionado en la encuesta	No escolarizado (1) Básica (2) Media (3) Superior (4)

3.4 Procedimiento

En primer lugar, se realizó la búsqueda de la literatura previa. En segundo lugar, se realizó el diseño del estudio. Posterior a la aprobación del estudio, se digitalizó el test de Coopersmith en la herramienta drive de Gmail. Luego, se estableció la cuenta en la red social TikTok en que se lanzó la encuesta considerando los criterios de inclusión: 1) Ser mayor de 16 años. 2) Tener una cuenta de TikTok. 3) Aceptar participar de la encuesta. El día 05 de enero del 2022, mediante un video corto en la cuenta @miryan_pacheco de TikTok se hizo la

invitación voluntaria a participar en el test de Inventario de Autoestima de Coopersmith versión adultos, accediendo a un link en el perfil de usuario. Llenar la encuesta lleva aproximadamente 10 minutos, seguido la persona puede mirar sus resultados y saber el nivel de autoestima. Algunas personas escribieron sus resultados como un mensaje en el video de la invitación. Finalmente, la encuesta recibió respuestas hasta el 11 de enero de 2022.

3.5 Análisis Estadístico

Se utilizó la herramienta drive para la creación de la encuesta en la cual también se obtuvo las gráficas de resultados respecto a la población estudiada N=280. Posteriormente, se descargaron los resultados de la encuesta en Excel para sumar y obtener: 1) Los niveles de autoestima de toda la población 2) Los porcentajes de respuestas correctas por dimensión de toda la población. Se utilizó gráficas de porcentajes, con el uso de la estadística descriptiva básica.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

4.1 Perfil sociodemográfico

Los usuarios de TikTok que llenaron la encuesta de autoestima de Coopersmith proporcionaron la información de edad (Figura 1), género (Figura 2) y nivel de estudios (Figura 3).

Figura 1. Edad

Como se observa, la mayoría de los participantes usuarios de la red social TikTok, que mostraron interés por completar la encuesta de autoestima, están en un rango de edad 26 a 40 años (Figura 1).

Edad

280 respuestas

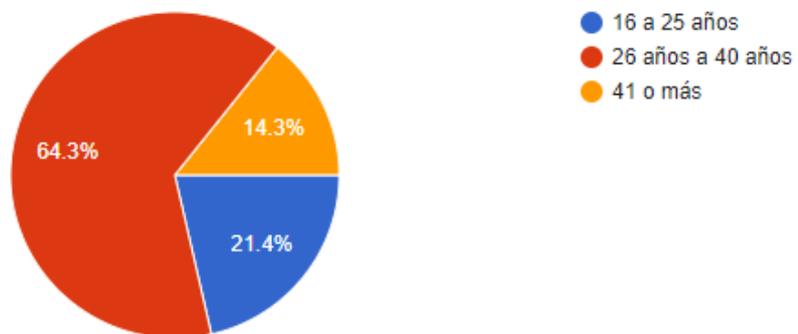


Figura 2. Género

Como se observa, la mayoría de los participantes usuarios de la red social TikTok, que mostraron interés por completar la encuesta de autoestima, son de género femenino (Figura 2).

Género

280 respuestas

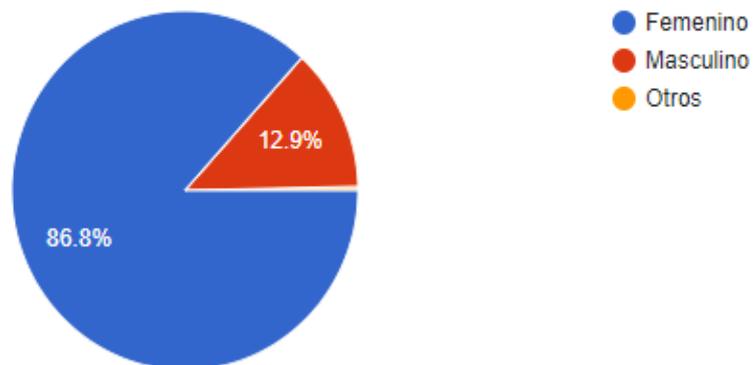
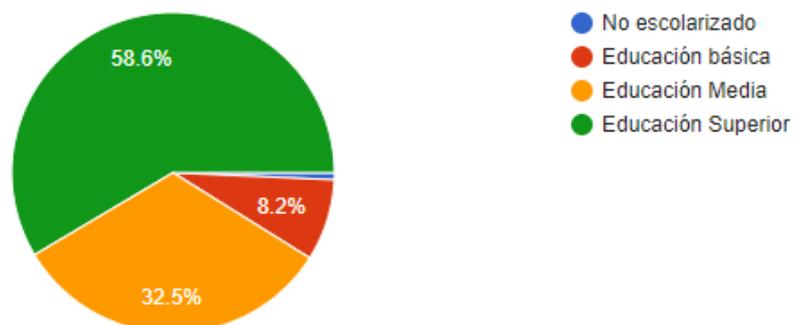


Figura 3. Nivel de estudios

Como se observa, la mayoría de los participantes usuarios de la red social TikTok, que mostraron interés por completar la encuesta de autoestima, tienen nivel de estudios de educación superior (Figura 3).

Nivel de Estudios

280 respuestas



4.2 Nivel de la Autoestima

4.2.1 Resultados por Pregunta

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las preguntas del inventario de Coopersmith para adultos:

Figura 4. Pregunta1. Generalmente los problemas me afectan poco

Al 61.8% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta que los problemas le afectan poco (Figura 4).

1. Generalmente los problemas me afectan poco

107/280 respuestas correctas

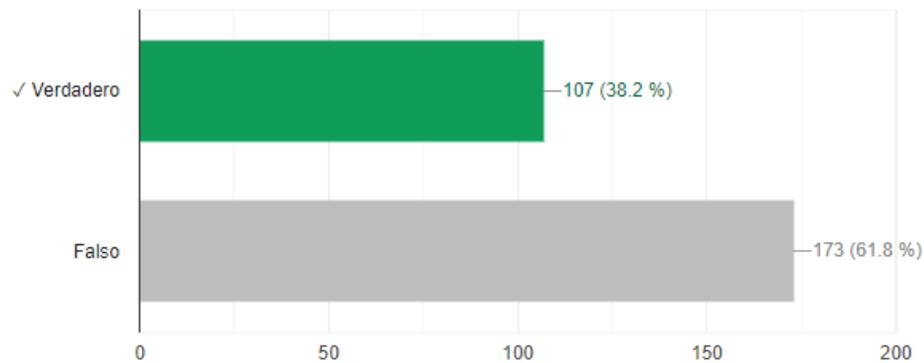


Figura 5. Pregunta2. Me cuesta trabajo hablar en público

Al 56.1% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta que les cuesta trabajo hablar en público (Figura 5).

2. Me cuesta trabajo hablar en público

123/280 respuestas correctas

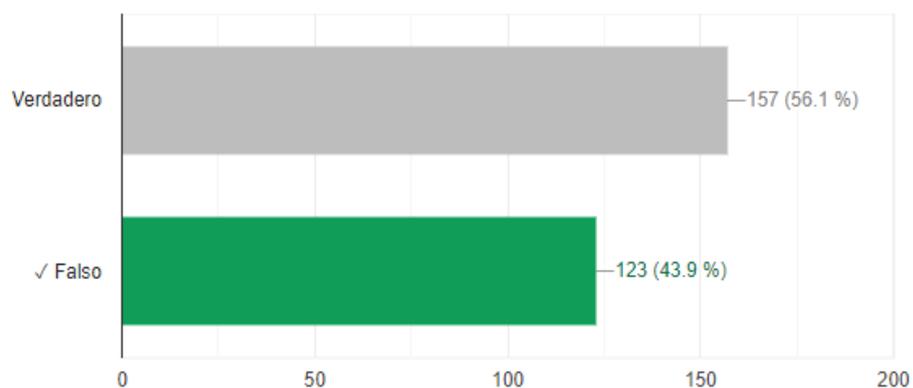


Figura 6. Pregunta3. Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí

Al 65.7% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta si pudiera cambiaría muchas cosas de mí (Figura 6).

3. Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí

96/280 respuestas correctas

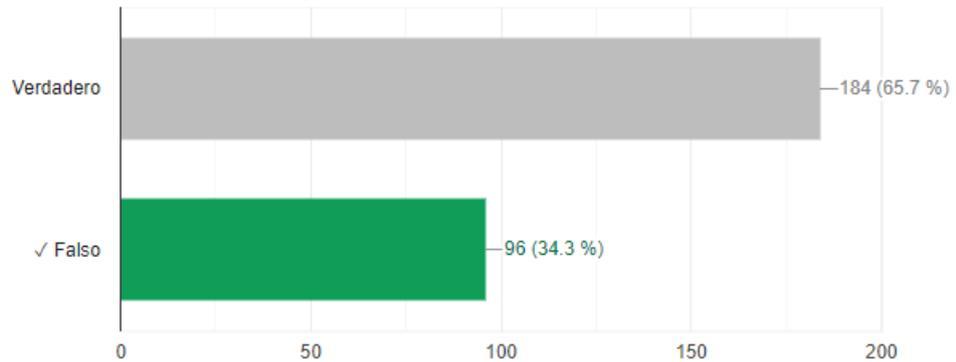


Figura 7. Pregunta4. Puedo tomar fácilmente una decisión

Al 67.9% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta puedo tomar fácilmente una decisión (Figura 7).

4. Puedo tomar fácilmente una decisión

90/280 respuestas correctas

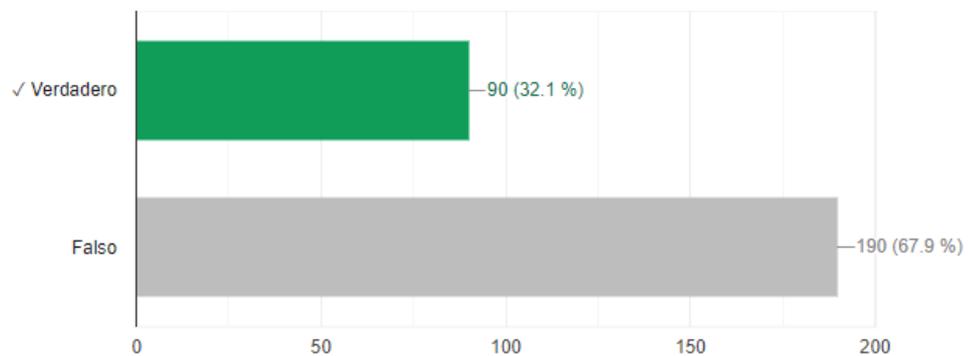


Figura 8. Pregunta5. Soy una persona simpática

Al 80.4% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta soy una persona simpática (Figura 8).

5. Soy una persona simpática

225/280 respuestas correctas

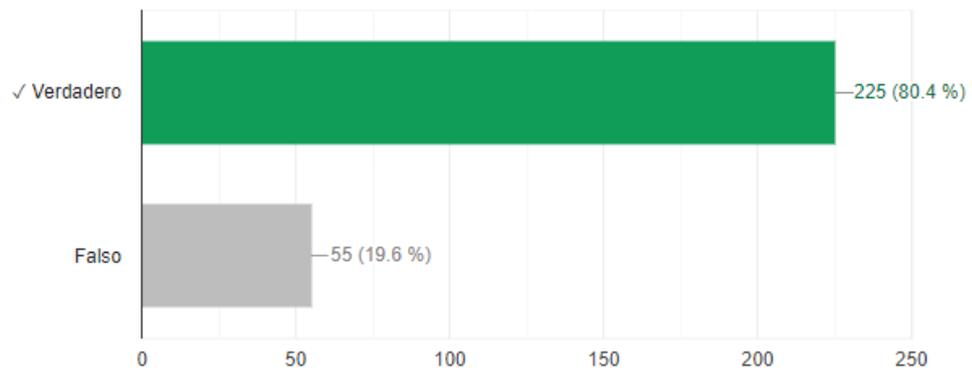


Figura 9. Pregunta6. En mi casa me enoja fácilmente

Al 72.1% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta en mi casa me enoja fácilmente (Figura 9).

6. En mi casa me enoja fácilmente

78/280 respuestas correctas

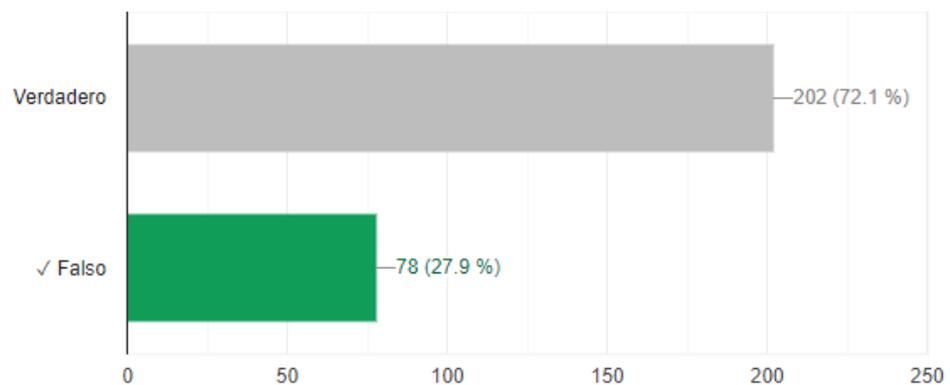


Figura 10. Pregunta7. Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo

Al 55.7% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta me cuesta acostumbrarme a algo nuevo (Figura 10).

7. Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo

156/280 respuestas correctas

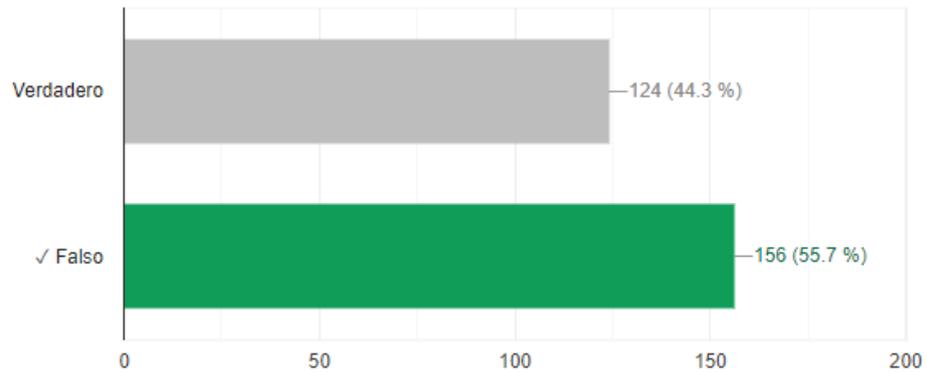


Figura 11. Pregunta8. Soy una persona popular entre las personas de mi edad

Al 66.8% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta soy una persona popular entre las personas de mi edad (Figura 11).

8. Soy una persona popular entre las personas de mi edad

93/280 respuestas correctas

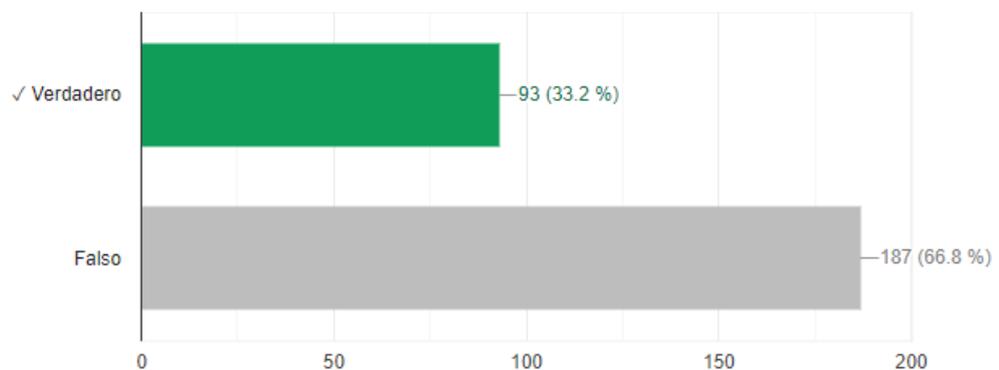


Figura 12. Pregunta9. Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos

Al 56.1% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos (Figura 12).

9. Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos

123/280 respuestas correctas

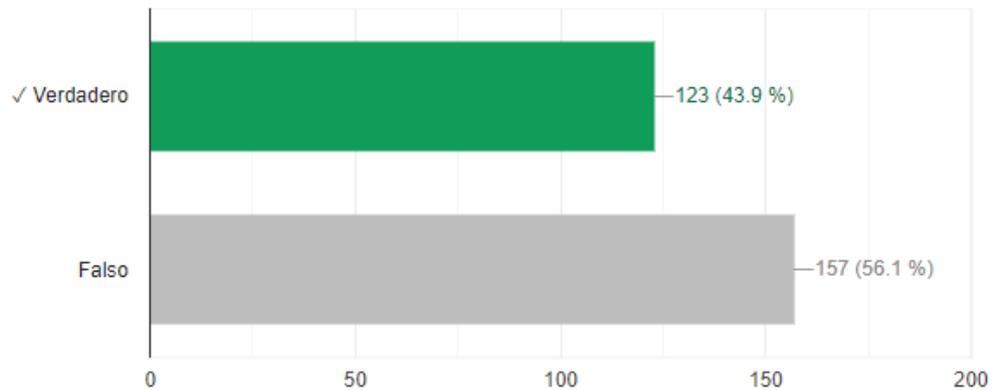


Figura 13. Pregunta10. Me doy por vencido/a fácilmente

Al 63.9% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta me doy por vencido/a fácilmente (Figura 13).

10. Me doy por vencido/a fácilmente

179/280 respuestas correctas

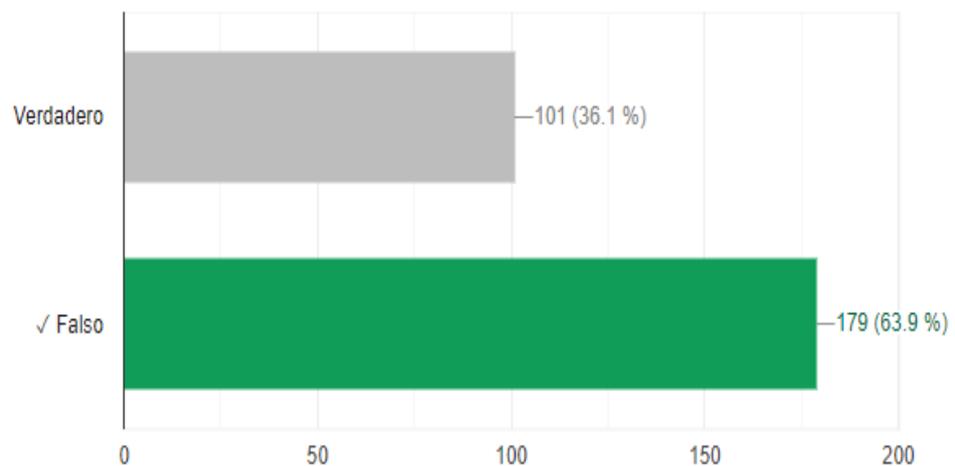


Figura 14. Pregunta11. Mi familia espera demasiado de mí.

Al 66.4% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta mi familia espera demasiado de mí (Figura 14).

11. Mi familia espera demasiado de mí

94/280 respuestas correctas

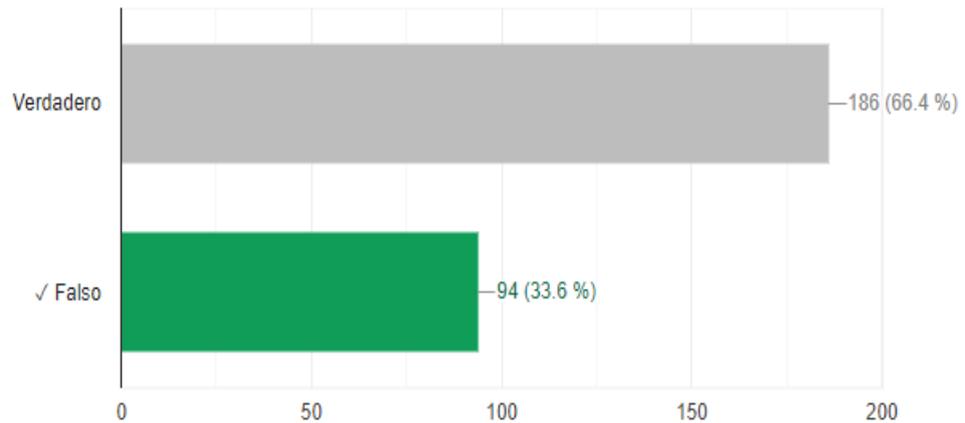


Figura 15. Pregunta12. Me cuesta trabajo aceptarme como soy

Al 53.6% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta me cuesta trabajo aceptarme como soy (Figura 15).

12. Me cuesta trabajo aceptarme como soy

130/280 respuestas correctas

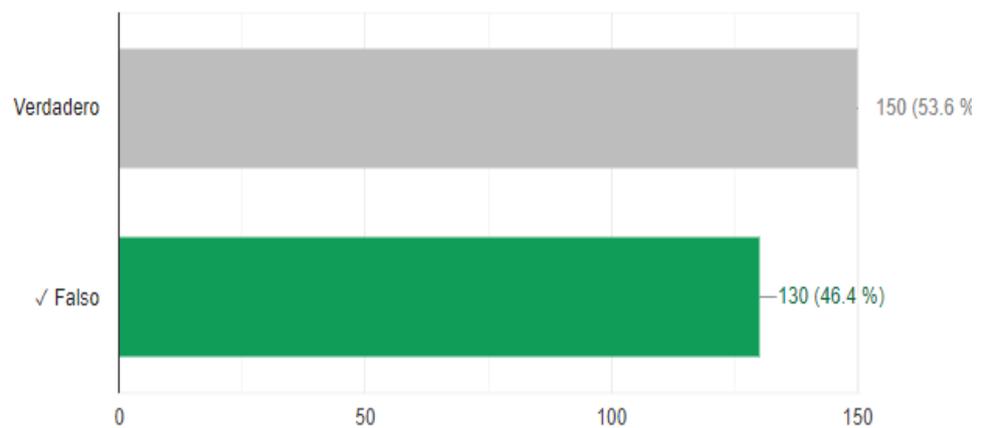


Figura 16. Pregunta13. Mi vida es muy complicada

Al 57.5% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta mi vida es muy complicada (Figura 16).

13. Mi vida es muy complicada

119/280 respuestas correctas

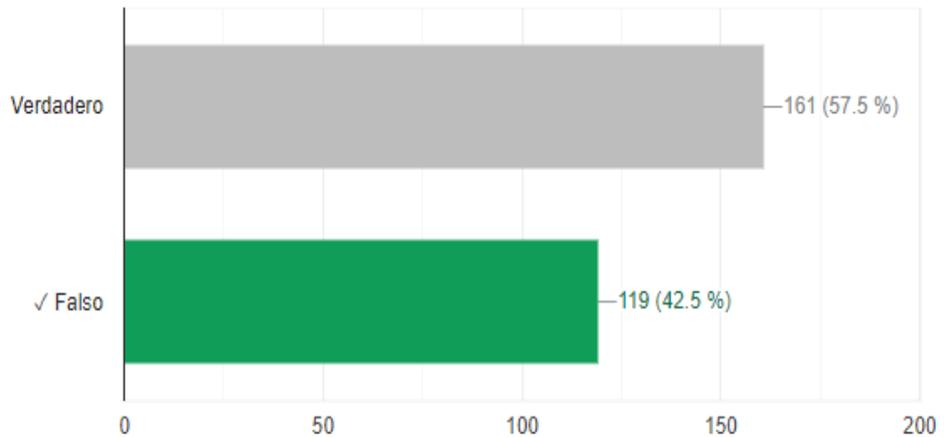


Figura 17. Pregunta14. Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas

Al 57.9% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas (Figura 17).

14. Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas

162/280 respuestas correctas

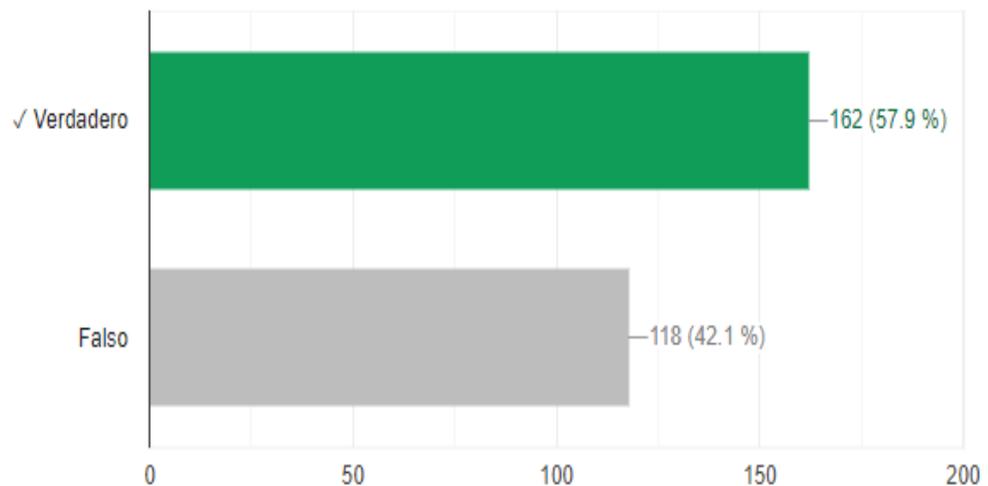


Figura 18. Pregunta15. Tengo mala opinión de mí mismo/a

Al 56.4% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta tengo mala opinión de mí mismo (Figura 18).

15. Tengo mala opinión de mí mismo/a

158/280 respuestas correctas

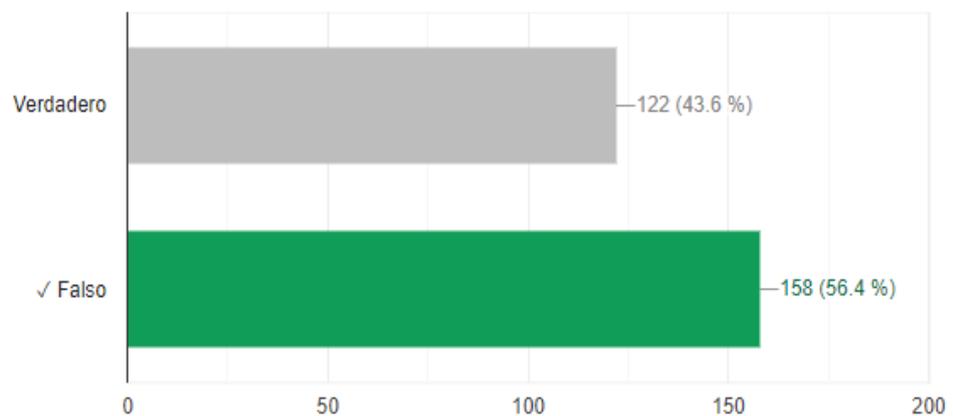


Figura 19. Pregunta16. Muchas veces me gustaría irme de mi casa

Al 66.8% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta muchas veces me gustaría irme de mi casa (Figura 19).

16. Muchas veces me gustaría irme de mi casa

93/280 respuestas correctas

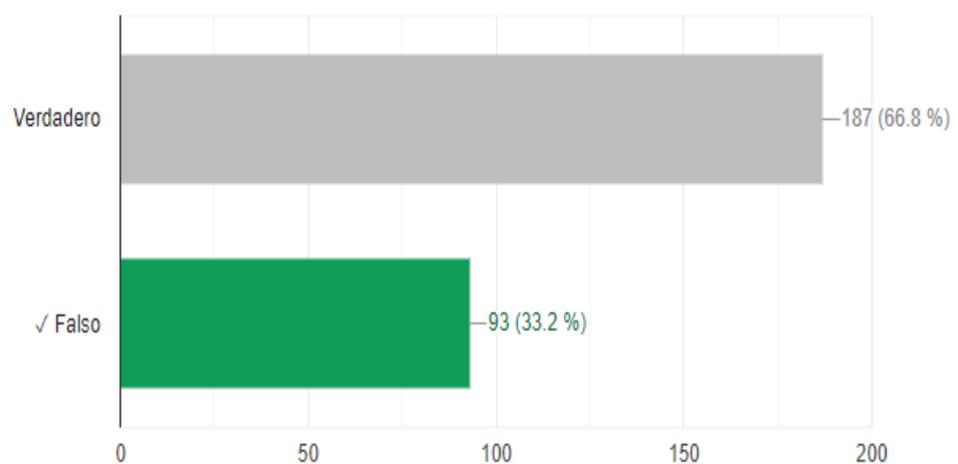


Figura 20. Pregunta17. Con frecuencia siento disgusto

Al 70% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta con frecuencia siento disgusto (Figura 20).

17. Con frecuencia siento disgusto

84/280 respuestas correctas

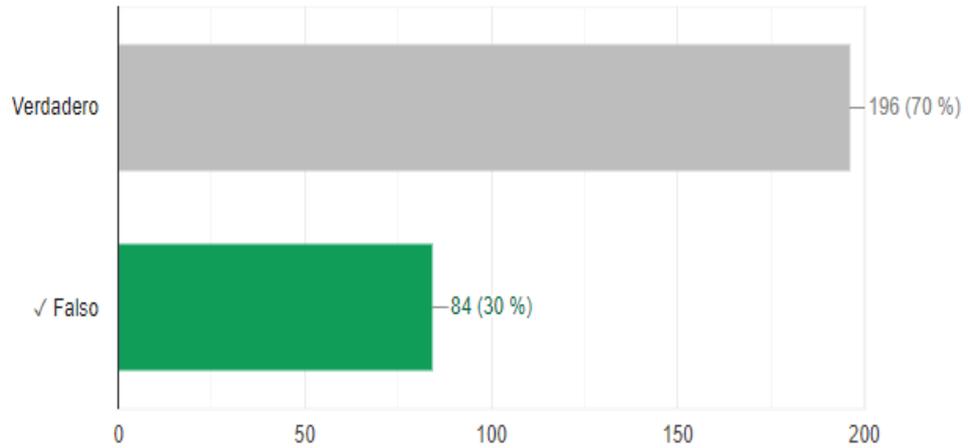


Figura 21. Pregunta18. Soy menos guapo/a que la mayoría de la gente

Al 60.7% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta soy menos guapo que la mayoría de la gente (Figura 21).

18. Soy menos guapo/a que la mayoría de la gente

170/280 respuestas correctas

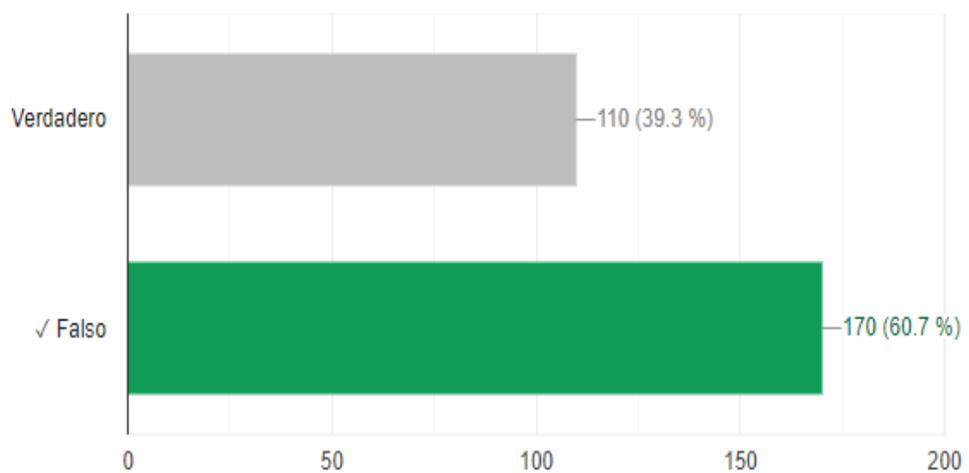


Figura 22. Pregunta19. Si tengo algo que decir generalmente lo digo

Al 65% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta si tengo algo que decir generalmente lo digo (Figura 22).

19. Si tengo algo que decir generalmente lo digo

182/280 respuestas correctas

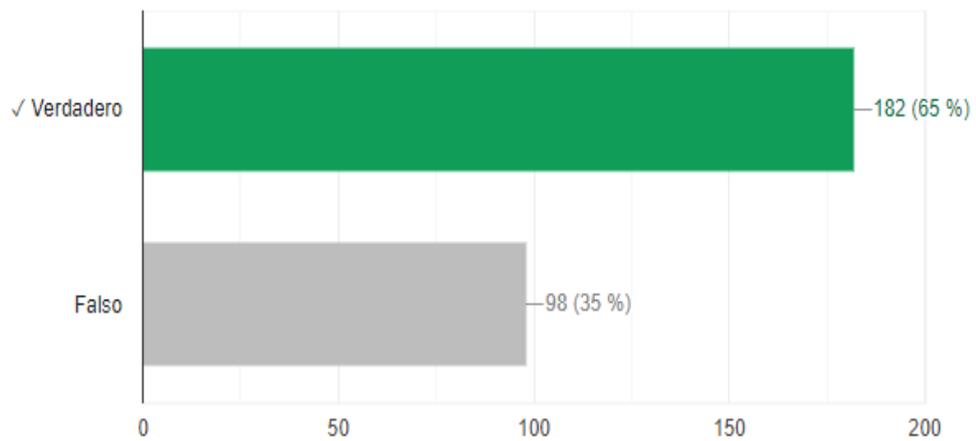


Figura 23. Pregunta20. Mi familia me comprende.

Al 52.9% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta mi familia me comprende (Figura 23).

20. Mi familia me comprende

132/280 respuestas correctas

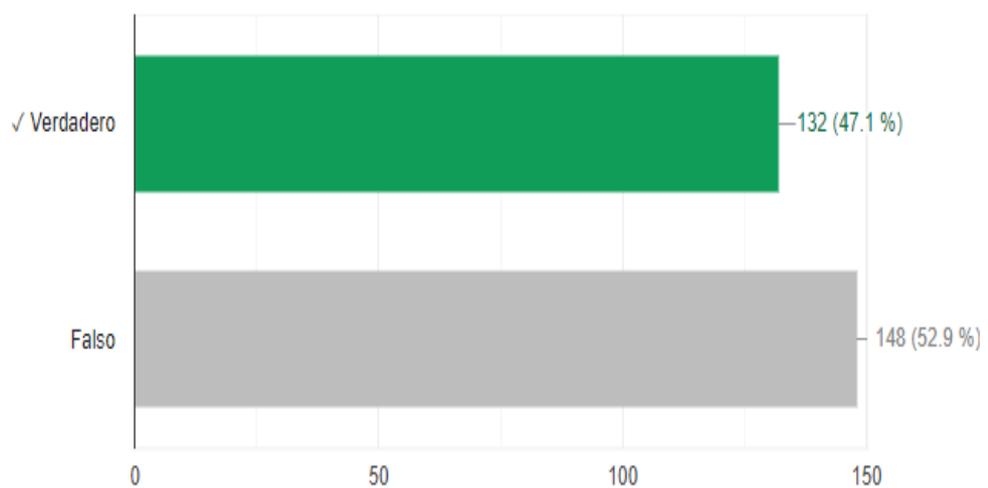


Figura 24. Pregunta21. Los demás son mejor aceptados que yo

Al 52.1% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta los demás son mejor aceptados que yo (Figura 24).

21. Los demás son mejor aceptados que yo

134/280 respuestas correctas

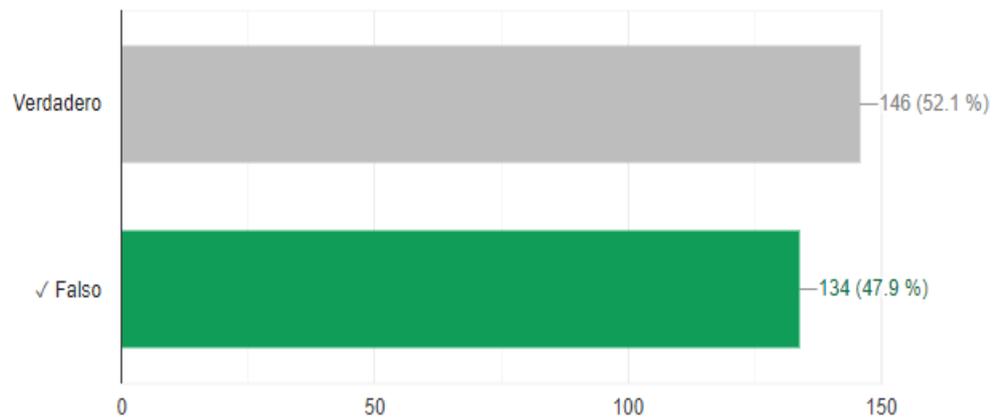


Figura 25. Pregunta22. Siento que mi familia me presiona

Al 57.9% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta siento que mi familia me presiona (Figura 25).

22. Siento que mi familia me presiona

162/280 respuestas correctas

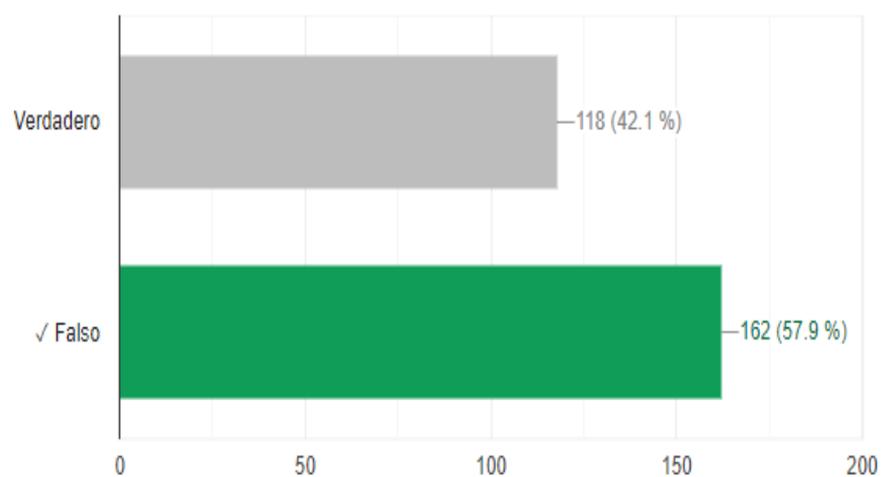


Figura 26. Pregunta23. Con frecuencia me desanimo con lo que hago

Al 62.1% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta con frecuencia me desanimo con lo que hago (Figura 26).

23. Con frecuencia me desanimo con lo que hago

106/280 respuestas correctas

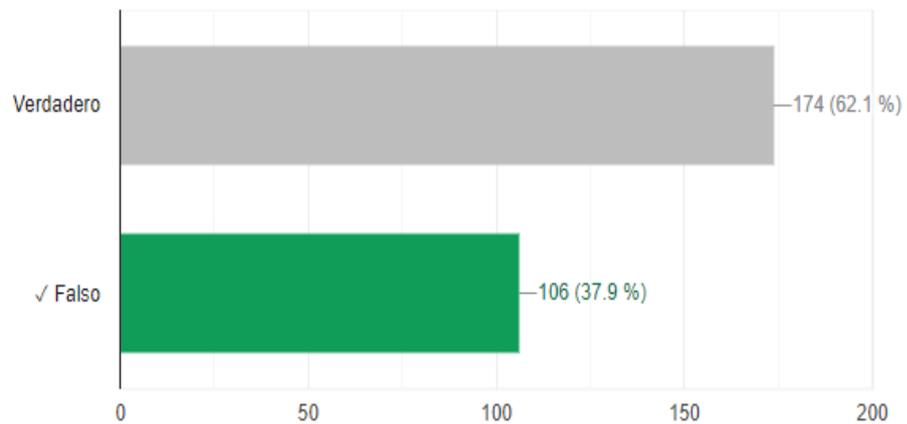


Figura 27. Pregunta24. Muchas veces me gustaría ser otra persona

Al 57.5% de los encuestados, respondieron verdadero a la pregunta muchas veces me gustaría ser otra persona (Figura 27).

24. Muchas veces me gustaría ser otra persona

119/280 respuestas correctas

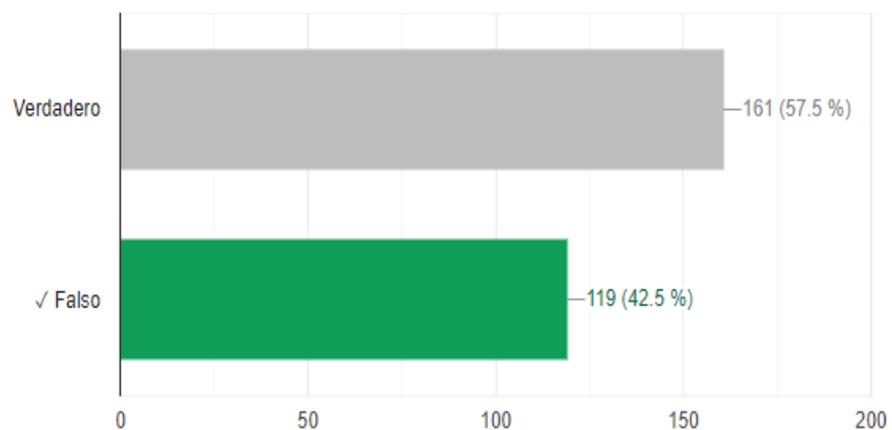
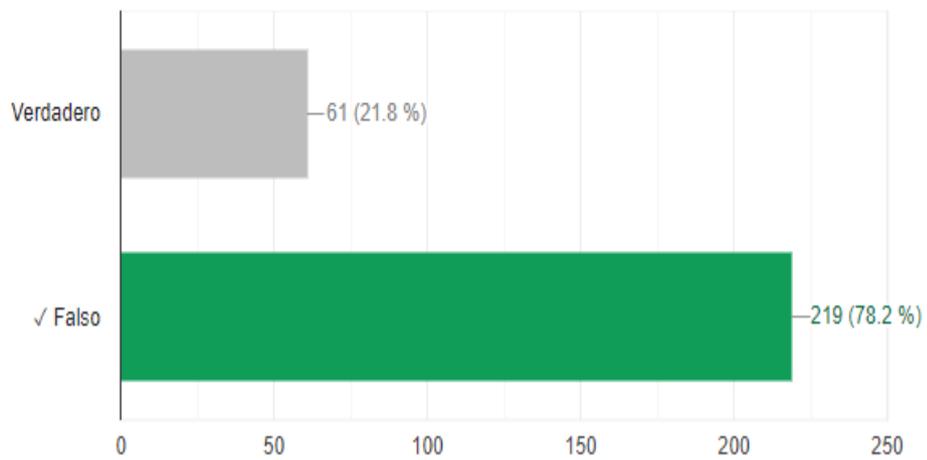


Figura 28. Pregunta 25. Se puede confiar poco en mí

Al 78.2% de los encuestados, respondieron falso a la pregunta se puede confiar poco en mí (Figura 28).

25. Se puede confiar poco en mí

219/280 respuestas correctas



4.2.2 Resultados por Dimensiones

El inventario de autoestima de Coopersmith versión adultos, proporciona información de tres dimensiones o áreas de la autoestima: si mismo general (yo), social y familiar (Tabla 2).

Tabla 2. Subescalas de la autoestima de toda la población encuestada.

Subescalas de la Autoestima	Respuestas Correctas	Respuestas Incorrectas	Total	Respuestas Correctas %	Respuestas Incorrectas %
Si mismo general (Yo)	1831	1809	3640	50.30	49.70
Social	821	859	1680	48.87	51.13
Familiar	682	998	1680	40.60	59.40
Total	3334	3666	7000	47.63	52.37

Fuente: Encuesta a 280 usuarios de la red social TikTok

4.2.3 Resultados del Nivel de Autoestima

El inventario de autoestima de Coopersmith versión adultos, aplicado a los usuarios de la red social TikTok evidencian los siguientes resultados de nivel de autoestima (Tabla 2) y subescalas de la autoestima (Tabla 3).

Tabla 3. Los niveles de autoestima de toda la población encuestada.

Categoría De Autoestima	Intervalos por Categoría	Número de Personas	Personas %
Nivel de Autoestima Bajo	0 a 24	60	21.43
Nivel de Autoestima Medio Bajo	25 a 49	90	32.14
Nivel de Autoestima Medio Alto	50 a 74	80	28.57
Nivel de Autoestima Alto	75 a 100	50	17.86
Total		280	100

Fuente: Encuesta a 280 usuarios de la red social TikTok

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN

Hasta el momento, es el primer estudio interesado en explorar el nivel de autoestima percibido en la red social TikTok. Se coincide con el estudio de Fernández et al. (2018) que concluye que no es un tema que disponga de gran recorrido, de unos años atrás hasta la actualidad se ha considerado de gran interés para la investigación científica, debido al impacto que las redes sociales han causado en la sociedad.

De acuerdo con los resultados sociodemográficos obtenidos, se pudo evidenciar que las personas más interesadas en conocer su nivel de autoestima están en un rango de edad entre 26 a 40 años, de género femenino e instrucción de educación superior. Nuestros datos sociodemográficos son similares al estudio de autoestima de Portillo et al. (2021) aplicado en un grupo de estudiantes universitarios entre 18 y 44 años, a diferencia de Rodríguez & Moreno (2019), quienes aplican el estudio de autoestima en población más joven de 13 a 20 años. Esta información es importante a considerar al momento de elegir la muestra para futuros estudios de autoestima, y no dirigirlo únicamente a los adolescentes.

Nuestros hallazgos sobre el interés que mostró el personal femenino con relación al masculino por conocer su nivel de autoestima coinciden con lo encontrado por Castilla & Vicente (2018), quienes mostraron que las mujeres son las más interesadas en su autoestima. Esto llama particularmente la atención, ya que, al parecer las mujeres tienen una particular motivación por los temas relacionados a su apariencia personal, esto con independencia de la cultura o estrato social al que pertenece.

En cuanto al nivel de autoestima de nuestro estudio, el 21.43% de personas tienen nivel de autoestima bajo, el 32.14% tienen nivel de autoestima medio bajo, el 28.57% tienen nivel de autoestima medio alto y el 17.86% tienen nivel de autoestima alto. Es decir, que más de la mitad de las personas que aplicaron al test tienen niveles de autoestima medio

bajo o bajo, coincidiendo con resultados bajos de autoestima de los estudios de Rodríguez Peña & Moreno Almazán (2019) y Castilla & Vicente (2018). Sin embargo, no podemos ignorar que existen niveles importantes de autoestima medio alto y alto que coinciden con el estudio de Fernández et al. (2018).

5.2 Limitaciones del estudio

La falta de estudios de autoestima previos en la red social TikTok para hacer comparaciones en el mismo contexto.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Las personas más interesadas en conocer su nivel de autoestima están en un rango de edad de 26 a 40 años, de género femenino e instrucción de educación superior. Se concluye que si influyen los datos sociodemográficos en el interés por conocer su nivel de autoestima.
- La dimensión de la autoestima más afectada es la familiar, sin embargo, no se dista mucho con las otras áreas: si mismo general (yo) y la social, por lo que se concluye que se requiere trabajar en las tres áreas para mejorar los niveles de autoestima en usuarios de TikTok.
- Más de la mitad de las personas que aplicaron al test tienen niveles de autoestima medio bajo o bajo, por lo cual se puede concluir que la mayoría de los usuarios de TikTok presentan niveles bajos de autoestima.

6.2 Recomendaciones

- Seguir creando contenidos de autoestima en la red social TikTok, para llegar a los usuarios seguidores que estén interesados en mejorar su autoestima.
- Siendo las mujeres las más interesadas en conocer su percepción de autoestima, se deben crear contenidos en las redes sociales para valorar y aceptar la apariencia personal sin estereotipos.
- Hacer más investigaciones en torno al comportamiento humano y la salud mental en personas usuarias de las redes sociales.
- La creación de nuevos instrumentos de medición de niveles de autoestima para usuarios de redes sociales.

CAPÍTULO 7

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7.1 Bibliografía

- Adco, P. (2020). *Estadísticas de redes sociales 2021 - Agencia de Marketing Digital*. Data.
- Castilla, C., & Vicente, A. de. (2018). Las redes sociales son un factor de riesgo para la autoestima de los más jóvenes. *Infocop*, 20. <https://tinyurl.com/y5858lpg>
- Conde del Rio, M. A. (2021). Estructura mediática de TikTok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de La Comunicación e Información*, 59–77. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>
- Estrada Sernaque, S. del M. (2020). Autoestima y resiliencia en estudiantes de un Centro de Educación Básica Alternativa de Tumbes, 2020. *Repositorio Institucional - UCV*.
- Fernández Alcaraz, Candela; Quiles Marcos, Y. (2018). Relación de las redes sociales con la autoestima. *Avances de Investigación En Salud a Lo Largo Del Ciclo Vital*, 2, 341–346. https://www.formacionasunivep.com/Vcice/files/libro_avances_de_investigacion.pdf#page=341
- Hernández Plaza, A. (2021). Píldoras históricas en TikTok. Explorando una nueva forma de enseñanza en la era de las redes. *Revista UNES. Universidad, Escuela y Sociedad*, 10. <https://doi.org/10.30827/unes.i10.17808>
- Krystin, A. (2021). Redes sociales: por qué nos obsesiona la vida de los otros (y cómo la pandemia incrementó ese deseo) - BBC News Mundo. *BBC New Mundo*.
- Mansilla de los Santos, A. M. (2020). "IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS HÁBITOS Y COSTUMBRES DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DURANTE EL TIEMPO DE CUARENTENA 2020." *Hacedor - AIAPÆC*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.26495/rch.v4i2.1478>
- Medina Sánchez, P. C. (2021). LA EDUCACIÓN MUSICAL COMO PUNTO DE UNIÓN Y APRENDIZAJE EN TIEMPOS DIFÍCILES. *Supervision21*, 1–28. <https://doi.org/10.52149/sp21/62.10>
- Mera Navarrete, M. J., Mesa Cano, I. C., Martínez Suárez, P. C., & Ramírez Coronel, A. A. (2021). Impacto psicológico frente al COVID-19 en los internos de enfermería de prácticas preprofesionales. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 25(109), 53–59. <https://doi.org/10.47460/uct.v25i109.448>

- Ordorika, I. (2020). Pandemia y educación superior. *Revista de La Educación Superior*, 49(194), 1–8. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602020000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Portillo-Reyes, C., Ávila-Amaya, V., & Capps, J. A. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. In *Enseñanza e Investigación en Psicología* (Vol. 3, Issue 1).
- Quiroz, N. T. (2020). TikTok: la aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 14.
- Ramírez-Gil, E., Cuaya-Itzcoatl, I. G., Guzmán-Pimentel, M., & Rojas-Solís, J. L. (2021). Adicción a las redes sociales y procrastinación académica en universitarios durante el confinamiento por COVID-19. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2771>
- Rodríguez Peña, G., & Moreno Almazán, O. (2019). ANSIEDAD Y AUTOESTIMA: SU RELACIÓN CON EL USO DE REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES MEXICANOS. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 22(1).
- Rudas Murga, C. (2021). Redes sociales. *Lucerna Iuris et Investigatio*, 1, 99–110. <https://doi.org/10.15381/lucerna.v0i1.20137>
- TikTok. (2020). *Acerca de TikTok | TikTok*. TikTok. <https://www.tiktok.com/about?lang=es>
- Torres Suárez, Y., Durán González, R. E., Alemán Suárez, J. D., & Reyes Toxqui, Á. (2021). AUTOESTIMA, MEDICIÓN ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA. *Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.51896/caribe/bbej4568>
- Vintimilla-León, D. E., & Torres-Toukoumidis, A. (2021). Covid-19 y TikTok. Análisis de la Folksonomía social. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 40, 15–26.
- Wang, Y., Di, Y., Ye, J., & Wei, W. (2021). Study on the public psychological states and its related factors during the outbreak of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in some regions of China. *Psychology, Health and Medicine*, 26(1). <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1746817>

CAPÍTULO 8

8.1 ANEXOS

8.1.1 Inventario De Autoestima De Coopersmith Versión Para Adulto

Encuesta De Autoestima

La encuesta tiene como objetivo determinar los niveles de autoestima. Va dirigido a personas a partir de 16 años, es anónima y la duración aproximada para responder a las preguntas es de unos 10 minutos. Si usted está de acuerdo en participar continúe, caso contrario decline esta encuesta.

1. Edad

- 16 a 25 años
- 26 años a 40 años
- 41 o más

2. Género

- Femenino
- Masculino
- Otros

3. Nivel de Estudios

- No escolarizado
- Educación básica
- Educación Media
- Educación Superior

Inventario De Autoestima De Coopersmith Versión Para Adultos

Esta prueba mide actitudes valorativas en las áreas personal, familiar y social de la experiencia de una persona. A continuación, hay una lista de frases sobre pensamientos y sentimientos. Si una frase describe cómo se siente generalmente responda Verdadero. Si la frase no describe cómo se siente generalmente responda Falso.

1. Generalmente los problemas me afectan muy poco.

Verdadero Falso

2. Me cuesta mucho trabajo hablar en público.

Verdadero Falso

3. Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí.

Verdadero Falso

4. Puedo tomar una decisión fácilmente.

Verdadero Falso

5. Soy una persona simpática.

Verdadero Falso

6. En mi casa me enojo fácilmente.

Verdadero Falso

7. Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo.

Verdadero Falso

8. Soy popular entre las personas de mi edad.

Verdadero Falso

9. Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos.

Verdadero Falso

10. Me doy por vencido(a) muy fácilmente.

Verdadero Falso

11. Mi familia espera demasiado de mí.

Verdadero Falso

12. Me cuesta mucho trabajo aceptarme como soy.

Verdadero Falso

13. Mi vida es muy complicada.

Verdadero Falso

14. Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas.

Verdadero Falso

15. Tengo mala opinión de mí mismo(a).

Verdadero Falso

16. Muchas veces me gustaría irme de mi casa.

Verdadero Falso

17. Con frecuencia me siento a disgusto en mi trabajo.

Verdadero Falso

18. Soy menos guapo (o bonita) que la mayoría de la gente.

Verdadero Falso

19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.

Verdadero Falso

20. Mi familia me comprende.

Verdadero Falso

21. Los demás son mejor aceptados que yo.

Verdadero Falso

22. Siento que mi familia me presiona.

Verdadero Falso

23. Con frecuencia me desanimo en lo que hago.

Verdadero Falso

24. Muchas veces me gustaría ser otra persona.

Verdadero Falso

25. Se puede confiar muy poco en mí.

Verdadero Falso

Niveles de Autoestima

Nivel de Autoestima Bajo: de 0 a 24

Nivel de Autoestima Medio Bajo: de 25 a 49

Nivel de Autoestima Medio alto: de 50 a 74

Nivel de Autoestima Alto: 75 a 100