

**Anna Pascual Miquel**

AUTOESTIMA I XARXES SOCIALS EN ADOLESCENTS:  
ANÀLISI I INTERVENCIÓ PSICOEDUCATIVA

**TREBALL DE FI DE GRAU**

**Dirigit per la Dra. Montserrat Domènech Auqué**

**Grau de Psicologia**



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

**Tarragona**

**2025**

# ÍNDEX

<b>1. Introducció teòrica</b> .....	1
<b>1.1 L'autoestima</b> .....	1
<b>1.1.1 Etiologia de l'autoestima</b> .....	3
<b>1.1.2 L'autoestima i altres variables</b> .....	5
<b>1.2 L'autoconcepte</b> .....	6
<b>1.3 Xarxes socials</b> .....	7
<b>1.3.1 Xarxes socials i autoestima</b> .....	9
<b>1.4 Intervencions en autoestima</b> .....	11
<b>2. Objectius</b> .....	14
<b>2.1 Objectius generals</b> .....	14
<b>2.2 Objectius específics</b> .....	14
<b>3. Metodologia</b> .....	15
<b>3.1 Disseny de l'estudi i participants</b> .....	15
<b>3.2 Instruments</b> .....	16
<b>3.3 Procediment</b> .....	24
<b>3.4 Disseny de l'estudi</b> .....	25
<b>3.5 Anàlisi de dades</b> .....	25
<b>4. Resultats</b> .....	26
<b>4.1 Anàlisi quantitatiu</b> .....	26
<b>4.2 Anàlisi qualitatiu</b> .....	36
<b>5. Discussió i conclusions</b> .....	38
<b>6. Limitacions i futures línies d'investigació</b> .....	41
<b>7. Referències</b> .....	41
<b>8. Annexes</b> .....	I
<b>8.1 Annex A. Qüestionari: Ús de les xarxes socials (<i>ad-hoc</i>)</b> .....	I
<b>8.2 Annex B. Material de treball sessió 1</b> .....	II
<b>8.3 Annex C. Material de treball sessió 2</b> .....	III
<b>8.4 Annex D. Material de treball sessió 3</b> .....	IV
<b>8.5 Annex E. Material de treball sessió 4</b> .....	V
<b>8.6 Annex F. Material de treball sessió 5</b> .....	VI

<b>8.7 Annex G. Material de treball sessió 6</b> .....	VIII
<b>8.8 Annex H. Freqüències de les variables</b> .....	IX
<b>8.9 Annex I. Comportament entre la variable TikTok i l'autoestima</b> .....	XIII
<b>8.10. Annex J. Estadístics descriptius de la puntuació total en el <i>State Self-Esteem Scale (SESS-20)</i></b> .....	XIV
<b>8.11 Annex K. Comparativa estadístics descriptius mesures pre i postintervenció del grup experimental</b> .....	XV
<b>8.12 Annex L. Indicadors qualitatis</b> .....	XVI
<b>8.13 Annex M. Anàlisi qualitativa individual</b> .....	XVII

## **Resum**

Els principals objectius del present treball consisteixen a estudiar la relació entre les xarxes socials i l'autoestima i, en dissenyar i avaluar una proposta de programa per fomentar l'autoestima. La mostra està formada per 49 alumnes de tercer d'ESO d'una escola concertada del Camp de Tarragona: 26 de 3r d'ESO B (grup experimental) i 23 de 3r d'ESO A (grup control). Per tal d'avaluar l'ús de xarxes socials, es va aplicar un qüestionari ad-hoc, i per avaluar l'autoestima, la versió a l'espanyol del *State Self-Esteem Scale* (SESS-20).

Els resultats evidencien una relació negativa entre la freqüència d'ús de les xarxes socials i l'autoestima, especialment significativa amb el TikTok. Tanmateix, no es van trobar diferències segons la finalitat d'ús. També, sentir-se insatisfet amb un mateix a causa del contingut consumit i la preocupació per la retroalimentació rebuda en xarxes correlacionen negativament amb l'autoestima. Pel que fa a les diferències de gènere, no s'han trobat diferències significatives en l'autoestima entre nois i noies. Per acabar, atenent les diferències en l'autoestima obtingudes en el grup experimental, confirmen l'efectivitat del programa.

## **Abstract**

The main objectives of the present study are to examine the relationship between social media and self-esteem, and to design and evaluate a program aimed at promoting self-esteem. The sample consisted of 49 third-year secondary school students from a state-subsidized school from Camp de Tarragona: 26 from 3<sup>rd</sup> ESO B (experimental group) and 23 from 3<sup>rd</sup> ESO A (control group). To assess social media use, an ad hoc questionnaire was administered, and the Spanish version of the *State Self-Esteem Scale* (SESS-20) to assess self-esteem.

The results show a negative relation between the frequency of social media use and self-esteem, with TikTok being particularly significant. However, no differences were found based on the purpose of social media use. Moreover, feeling unsatisfied with oneself and the concern about the feedback received on social media were also negatively correlated with self-esteem. Regarding gender differences, it didn't find significant differences between girls and boys. Finally, the improvements observed in the self-esteem of the experimental group confirm the effectiveness of the program.

**Paraules clau:** autoestima, xarxes socials, adolescents, proposta psicoeducativa.

# 1. Introducció teòrica

## 1.1 L'autoestima

L'autoestima és entesa com l'avaluació o l'actitud en relació amb un mateix (Sedikides i Gregg, 2003). Es tracta de la valoració de les característiques personals (Donnellan et al., 2011) i, per tant, és un constructe subjectiu i no té per què reflectir les característiques reals de la persona, o com aquesta és vista pels altres.

Branden (1999) defineix a l'autoestima com quelcom indispensable per un desenvolupament normal i saludable. Ja que aquesta es tradueix en com pensa, estima, sent, treballa, estudia i es comporta la persona de manera que, totes les àrees del seu entorn hi estan influenciades.

Doré (2017) va exposar que l'autoestima: "és una actitud interna que influeix en la construcció de la personalitat, i que és responsable de l'equilibri psíquic i dels processos adaptatius de la persona durant el cicle vital". Per altra banda, Rogers (1951), un gran representant de la psicologia humanista, defensava que l'autoestima comportava un component conductual, ja que moltes conductes indesitjades són derivades per sentiments d'infravaloració.

Pel que fa al sociòleg Morris Rosenberg (1979), aquest entenia l'autoestima des d'una perspectiva social. Defensava que l'autoestima era conformada conjuntament amb les experiències socials viscudes per la persona i el significat que aquesta mateixa els hi atribueix.

Per tant, gaudir d'una alta autoestima implica la consciència del propi valor de la persona i d'una major autoacceptació (Paradise i Kernis, 2002). No obstant això, no s'ha de confondre l'autoestima amb el narcisisme. Ambdós termes fan referència avaluacions personals positives (Brummelman et al., 2016), tot i que, l'autoestima inclou l'acceptació i l'actitud positiva cap a un mateix, no implica que la persona se senti superior a la resta.

Per contra, una baixa autoestima fa referència a la no acceptació d'un mateix i inseguretats en un mateix (Kernis et al. 1993). Aquesta última està relacionada amb conseqüències negatives per la *psique* i el benestar global (Dogan et al. (2013); Trzesniewski. et al., 2013).

També, s'han distingit diferències en relació amb el gènere. Els homes acostumen a puntuar més alt en autoestima que les dones (Minev, 2018, Kling et al.,1999), tot i que les diferències no són molt grans.

A l'hora d'estudiar la naturalesa del concepte d'autoestima s'han de tenir en compte diversos aspectes. En psicologia de la personalitat, hi ha una clara distinció entre "trets" i "estats". Al llarg dels anys hi ha hagut un gran debat sobre si l'autoestima és un tret o un estat.

L'autoestima com un tret es defineix com un factor estable de la personalitat, en canvi, l'autoestima com un estat és làbil, i és afectada per emocions, situacions i esdeveniments concrets (Hank i Baltes-Götz, 2019; Orth i Robins, 2019). Així doncs, tot i l'estabilitat aparent que reflecteix l'autoestima com a tret aquesta experimenta certes variacions al llarg del cicle vital (Demo, 1985). Orth et al. (2018) defensava la idea d'un patró d'evolució d'una "U" invertida: en la infantesa l'autoestima augmenta, en l'adolescència es manté més o menys estable, en la mitjana adulta fins a l'adulta avançada s'experimenta la màxima creixuda, i hi ha una abrupta disminució en la vellesa. Malgrat això, cal destacar que hi ha estudis que observen una lleugera disminució de l'autoestima durant l'adolescència (Baldwin i Hoffman, 2002; Robins i Trzesniewski, 2005). Aquests canvis se solen atribuir als canvis associats durant la pubertat, a la manca de claredat de la identitat, a la confusió en els rols i responsabilitats que ocupa un mateix que tant caracteritzen el període de l'adolescència (Eccles, J. S., 1989).

Així doncs, atenent els canvis que sofreix l'autoestima durant el cicle vital, a l'hora d'avaluar-la, s'ha de tenir en compte aquesta doble conceptualització de l'autoestima: com a tret i com a estat.

Altrament, diversos autors diferencien el concepte d'autoestima global amb el d'autoestima contingent. L'autoestima global tendeix a ser estable, és la satisfacció o insatisfacció general d'un mateix (Rosenberg 1965, com va citar Gong et al. 2024). Per altra banda, les persones amb alta autoestima contingent estan sotmeses a la idea d'haver de demostrar i d'adherir-se a les expectatives externes per sentir-se bé amb si mateixes (Deci i Ryan 1995) i, per tant, depèn dels reforços externs que rep la persona . L'autoestima contingent acostuma a estar associada a la comparació social.

Haeussler i Milici (2014) afirmen l'existència d'una autoestima global i descriuen sis àrees específiques d'aquesta: la dimensió física, la social, l'afectiva, l'acadèmica, l'ètica i l'espiritual. La dimensió física fa referència al fet de sentir-se atractiu i a la capacitat atlètica percebuda, la dimensió social inclou la capacitat percebuda de fer front a les situacions que es presenten i també, el fet de sentir-se acceptat o no pels altres. S'hi inclou el sentiment de pertinença. Pel que fa a la dimensió afectiva, aquesta és la valoració de la manera de ser d'un mateix, la dimensió acadèmica inclou la capacitat per desenvolupar-se amb èxit en les diferents etapes escolars i les seves exigències, la dimensió ètica es relaciona amb el fet de sentir-se bona persona o no i es veu influenciada pels valors i normes de l'individu. En últim lloc, la dimensió espiritual: la persona es valora segons l'existència, és una dimensió que va més enllà del *jo*. Es relaciona amb la necessitat de transcendir a través de la religió, gratitud, altruisme, etc.

Cal puntualitzar que, sobretot en l'adolescència, l'autoestima física està estretament relacionada amb l'autoestima global (Shapka i Keating, 2005).

A més a més, també s'ha distingit l'autoestima explícita de la implícita. La primera fa referència a les avaluacions conscients de la pròpia valia i a l'autoacceptació, mentre que l'autoestima implícita comporta autoavaluacions inconscients, automàtiques i sobreapreses (Kernis, 2003). Tanmateix, les persones poden sostenir una dissonància entre el nivell implícit i l'explícit (Bosson et al., 2003; Jordan et al., 2003). Segons aquests autors, el tipus de discrepància més comuna consisteix en presentar una alta autoestima explícita i un dèficit d'autoestima implícita. Els subjectes que presenten aquest tipus de discrepància, externament presenten actituds positives en relació amb si mateixos per tal de cobrir les seves inseguretats associades a la baixa autoestima implícita.

Per acabar en la conceptualització del terme autoestima, aquesta únicament esdevé un factor positiu quan es basa en una autoavaluació precisa de les característiques d'una persona, incloses les seves virtuts i limitacions (Milicic i López de Lérida (2011), extret de Marchant Orrego, et al. 2017).

### **1.1.1 Etiologia de l'autoestima**

En l'etiologia de l'autoestima s'han de tenir en compte tres factors: els factors personals, els factors relacionats amb l'estil parental i els factors relacionats en l'entorn escolar.

Pel que fa als factors personals, Young et al. (2003) van observar com les estructures cognitives influeixen en la percepció d'un mateix i de la vida en general. S'ha observat que, els pensaments automàtics negatius i els pensaments disruptius causen una disminució de l'autoestima i de la salut mental.

L'estil atribucional també és una característica personal que influeix en aquesta. L'estil atribucional depressiu es relaciona amb una baixa autoestima i amb la indefensió apresada. Aquest consisteix en atribuir els fracassos a causes internes globals i estables i, els èxits a causes externes, específiques i inestables (Abramson et al., 1978).

A més a més, les habilitats de solució de problemes i les habilitats socials personals es relacionen amb el tipus d'autoestima que aquesta presenta. Per una banda, les habilitats de solució de problemes es relaciona amb un augment de l'autoestima i de la qualitat de vida. Les persones amb habilitats òptimes de solució de problemes gaudeixen d'una alta autoestima (McCabe et al., 1999). Per altra banda, les habilitats socials personals també s'han vist associades a l'autoestima. En un estudi realitzat per Camargo et al. (2009), es va observar una relació directa i positiva entre l'autoestima i l'assertivitat. També, en la metaanàlisi realitzat per Harris i Orth (2019), es va trobar una relació recíproca entre l'autoestima i les relacions socials durant tot el cicle vital. Concretament, es va veure que aquesta relació és major quan les relacions es duen a terme entre iguals del mateix sexe (Bi et al., 2016).

En referència als factors de l'àmbit familiar, la resposta dels cuidadors duu a terme un paper crucial en la constitució de l'autoestima dels infants, ja que internalitzaran aquestes respostes dins d'uns models mentals que més endavant els ajudaran a organitzar la informació en relació amb la identitat. L'estil parental està relacionat en l'autoestima implícita i explícita (Baumrind, 1971). Segons aquest autor, les persones amb manca d'interaccions de qualitat amb els seus pares (estil autoritari) o amb manca de guia de conducta (estil permissiu) es relaciona amb una baixa autoestima tan implícita com explícita. L'estil autoritatiu seria el més adequat, ja que implica donar efecte i suport emocional als fills, així com establir límits.

No obstant això, tot i que la família és un dels agents socialitzadors que més impacte té en el desenvolupament de l'autoestima en un infant, l'efecte que hi té l'escola no s'ha de deixar de banda.

En relació amb els factors escolars, el clima a l'aula és un aspecte clau a tenir en compte, ja que desenvolupa un paper crucial en el desenvolupament de l'autoestima i l'autoconcepte dels nens i nenes (Hoge, 1990). En l'estudi del clima de l'aula, tant és important les relacions amb els professors com amb els iguals. Pel que fa als primers, és important que aquests actuïn com a figures de referència pels estudiants, en el sentit, que els ajudin a desenvolupar una actitud resilient davant les adversitats i atenguin les seves necessitats emocionals i socials (Parada et al., 2016). D'aquesta manera, fomentaran el desenvolupament d'una autoestima saludable. Altrament, en les relacions amb els iguals, els nens i nenes que se senten rebutjats tendiran a presentar una autoestima més baixa que els que se sentin ben adaptats al grup (Cava Caballero et al., 2000).

També, a l'entorn escolar s'ha de tenir en compte els rols acadèmics i socials que assumeixen els alumnes donat que s'estan contínuament avaluant. En edat escolar, sorgeix el que es coneix com l'autovaloració mitjançant comparacions socials i, esdevé d'especial rellevància les opinions de les persones significatives (Boissicat et al. 2022; Suls et al., 2002). En l'adolescència, l'autoavaluació es torna més complexa, ja que va acompanyada de la identificació social. Especialment en aquesta etapa, el fet de sentir-se part d'un grup és important per tal de conformar la identitat (Tanti et al., 2011). Nombrosos estudis teòrics i empírics han trobat que la identificació social comporta un major benestar personal i autoestima, gràcies al fet que fomenta sentiments de distinció i singularitat en relació amb els altres (Brewer, 1985).

### **1.1.2 L'autoestima i altres variables**

L'autoestima té una influència important en diferents constructes.

En relació amb l'àmbit emocional, gaudir d'una alta autoestima s'associa amb l'experiència d'emocions positives (Rivera i Barraza, 2022). A més, també hi ha estudis que han trobat relació entre l'autoestima i la satisfacció vital (Baumeister et al. 2003; Boden et al. 2008), tot i que la relació és major en poblacions amb una cultura individualista que en les col·lectivistes (Coffey et al. 2015).

Baixos nivells d'autoestima estan associats a l'etiologia de la depressió (Sowislo i Orth, 2013). Un estudi realitzat per Trzesniewski et al. (2006) mostrava com les persones amb baixa autoestima en l'adolescència tendien a presentar problemes físics i mentals, dificultats econòmiques, conductes delictives, conductes antisocials, desordres en la conducta alimentària, ideació suïcida, i simptomatologia depressiva en edat adulta.

Pel que fa al gènere, es van trobar diferències. L'autoestima negativa en homes, es traduïa a conductes extrenalitzants, mentre que en dones solien desentrellar-se problemes de caràcter internalitzant (Gjerde et al., 1988).

En l'àmbit acadèmic, tot i que l'aprenentatge és resultat de l'acció docent, també ho és de l'actitud i esforç de la persona que aprèn. Alguns estudis han trobat que l'autoestima afavoreix l'aprenentatge, i també als resultats acadèmics (Phan, 2010). L'associació entre autoestima i rendiment acadèmic es podria explicar pel fet que, els subjectes amb una autoestima positiva es veuen amb més capacitat per fer front a les adversitats de manera exitosa. En relació amb això, diversos autors afirmen que les persones amb autoestima acostumen a gaudir d'una actitud resilient (Masten i Coatsworth, 1998; Provost 1999). Així doncs, tant la resiliència com l'autoestima són factors protectors que ajuden les persones a afrontar els reptes i les adversitats. Per contra, la disminució de l'autoestima suposa disposar de menys recursos psicològics i emocionals d'afrontament, i un augment del risc de patir distress i depressió (Galanakis et al., 2016). A més, diversos estudis han demostrat la relació positiva entre l'autoestima i la creativitat (Cantero, et al., 2016; Deng i Zhang, 2011; Cantero, et al., 2016; Kemple et al. 1996). Aquesta realitat s'associa amb l'autoconfiança, factor propis de l'autoestima. Això fa que les persones se sentin segures per expressar i compartir les seves idees (Goldsmith i Matherly, 1988).

## **1.2 L'autoconcepte**

L'autoconcepte fa referència a la percepció que té la persona sobre si mateixa, la qual està mediada per les relacions interpersonals i les atribucions que fa la persona sobre ella (Shavelson et al., 1976). Per altra banda, l'autoestima és com evaluen les persones el seu autoconcepte. (Valkenburg i Piotrowski, 2017). Respecte a això, els investigadors (Beane i Lipka (1984), extret de King, 1997) remarquen la distinció entre la simple descripció d'un mateix (el que s'entén com

autoconcepte) i l'avaluació que es realitza d'un mateix (definició que correspondria a l'autoestima).

En l'actualitat se li dona a l'autoconcepte, una estructura multidimensional i jeràrquica (Shavelson, et al., 1976). Aquests tres autors consideren que l'autoconcepte general està constituït per dos dominis principals: l'acadèmic i el no acadèmic. L'acadèmic se subdivideix en tants subdominis com matèries cursi la persona. I el domini no acadèmic es divideix en el domini social, emocional i físic. Així doncs, per una banda, l'autoconcepte acadèmic fa referència al desenvolupament en les diferents matèries escolars que realitza la persona. Per altra banda, dins de l'autoconcepte no acadèmic, trobem l'autoconcepte social, el qual es correspon als vincles interpersonals que manté la persona. També s'hi troba l'autoconcepte emocional el qual fa referència a l'habilitat de la persona per gestionar les experiències emocionals. I en últim lloc, l'autoconcepte físic o d'aparença, el qual es basa en dos aspectes bàsics: en l'aparença física i les habilitats físiques la persona presenta.

En definitiva, l'autoconcepte es concep com un constructe organitzat i estructurat, multidimensional i jeràrquic, que posseeix una part descriptiva i una part avaluativa (Sonstroem i Morgan, 1989).

Baumgardner (1990) i Campbell (1990) van observar que les persones amb baixa autoestima es coneixien menys a elles mateixes que les que gaudien d'una alta autoestima. Així doncs, el nivell d'autoestima està estretament lligat a la claredat de l'autoconcepte, és a dir, al grau de coneixement d'un mateix.

Finalment, pel que fa al gènere, Kimmelmeier i Oyserman (2001) van observar que els homes presentaven autoconceptes independents i, al contrari de les dones, que el presentaven interdependent. És a dir, els homes presenten una identitat més individualista, autònoma, que les dones, les quals integren els seus vincles en la seva identitat.

### **1.3 Xarxes socials**

Les xarxes socials són pàgines web interactives o aplicacions d'Internet que permet als usuaris generar i compartir contingut (Obar i Wildman, 2015). L'ús d'aquestes augmenta gradualment arreu del món (Kavakli i Ünai, 2021). Segons les dades de *Social Media Statistics*, més de cinc bilions de persones al món, les

utilitzen diàriament (Global Digital Report, 2024) i aquest nombre va incrementant amb el pas del temps.

Les xarxes socials estan dissenyades per diferents propòsits i diverses opcions d'ús. N'hi ha que majoritàriament tenen l'objectiu de compartir informació, com ara, Twitter (actualment "X"). D'altres, tenen el propòsit de compartir vídeos i fotos com ara Instagram i Snapchat. També n'hi ha que són més versàtils com ara Facebook (Vannucci, et al., 2019).

L'ús de les xarxes social i la influència socioemocional d'aquestes, difereix segons el grup d'edat d'estudi, ja que l'experiència amb aquestes és diferent. Especialment, entre els grups de subjectes que han crescut amb les tecnologies (*nadius digitals*), i els que han introduït les tecnologies a la seva vida més endavant (*immigrants digitals*) (Prensky, 2001). Els joves (els nadius digitals) s'han acostumat ràpidament, a estar constantment connectats via *on-line* (Prensky, 2001), i diferents estudis han observat alts nivells d'addicció a aquestes plataformes en gent jove en comparació a les persones d'edat més avançada (Andreassen et al., 2012; Griffiths et al., 2014).

Amb aquestes dades i tenint en compte les estadístiques d'ús, les xarxes socials són un context a tenir en compte en el desenvolupament dels adolescents si tenim en compte les estadístiques de Pew Research Center (2018).

En aquest sentit, s'ha estudiat una relació entre les xarxes socials i el funcionament psicològic d'aquesta població. Per una banda, hi ha estudis com el realitzat per Heffer et al., (2019) i Jensen et al., (2019) que neguen o troben una relació molt petita, entre l'ús de les tecnologies, com ara les xarxes socials, i l'empitjorament de la salut mental en els joves. Tanmateix, altres investigacions han trobat que l'ús d'aquestes plataformes augmenta el risc de patir simptomatologia ansiosa, depressiva i distress en adolescents (Keles et al., 2019), tot i que aquestes conseqüències no són causa-efecte i també hi intervenen altres factors. També, s'ha vist que les xarxes socials es relacionen amb una pitjor autoavaluació, un estat d'ànim negatiu, la cerca de validació externa i una major tendència a la comparació social (Nesi i Prinstein, 2015).

A part de la problemàtica internalitzant, també s'ha observat que l'ús de xarxes socials es relaciona amb problemes externalitzants com ara la delinqüència. L'estudi de Scherer i Cho (2003), explica que les interaccions derivades de les

xarxes socials influeix a la construcció de comunitats que comparteixen les mateixes percepcions de risc. Aquestes afavoreixen el desenvolupament de conductes que són valorades o recompensades per aquesta. I que, els adolescents les imitin per rebre suport social o alt estatus. Aquest fet es podria relacionar amb el model del contagi de les xarxes socials (*social network contagion model*) iniciat per Le Bon G. (1895), el qual sosté que les persones adopten les actituds i conductes de la multitud, i es perd de certa manera el sentit crític individual.

En referència al funcionament social, també s'han observat diverses contradiccions. Els autors Subrahmanyam i Greenfield (2008) van determinar que l'impacte de les xarxes socials depenia del tipus de relació social que s'estudiava, trobant que l'ús de xarxes socials afavoria les relacions amb els iguals, mentre que interferia amb les relacions familiars.

Per acabar, s'ha vist que l'ús de diverses xarxes socials augmenten el nivell d'estrès i el malestar emocional, fenomen entès com a fatiga de les xarxes socials (Dhir et al. 2018). Aquesta fa referència al cansament cognitiu derivat de l'excessiva utilització de múltiples plataformes tecnològiques, informatives i/o comunicatives dins de les xarxes socials (Lee et al., 2016).

### **1.3.1 Xarxes socials i autoestima**

Hi ha diferents estudis empírics que relacionen l'ús de xarxes socials amb alteracions en l'autoestima, i s'observa certa divergència de resultats.

Anteriorment, s'ha fet referència al tret multidimensional de l'autoestima. Una de les dimensions d'aquesta és l'autoestima social. Respecte a això, en l'actualitat, gran part de les relacions socials que estableixen els adolescents, són a través de les xarxes socials. Aquests xategen per mitjà de plataformes com ara *WhatsApp* o *Snapchat* (Valkenburg i Piotrowski, 2017). Diversos estudis han observat que, les interaccions en les xarxes socials es troben estretament relacionades amb l'autoestima social. Les relacions interpersonals a través de xarxes socials es relacionen positivament amb l'autoestima global i el benestar (Gross, 2009; Apaolaza et al., 2013) i amb l'autoestima social (Blomfield i Barber, 2014; Valkenburg et al., 2006). Aquest últim va puntualitzar que això succeeix quan es rep una retroalimentació positiva per part dels contactes en línia. Per contra, el benestar i l'autoestima disminueixen quan aquesta és negatiu. Cal remarcar que la relació positiva entre l'ús de xarxes socials i l'autoestima social és més gran en

adolescents que en adults (Gross, 2009). Aquest fet s'atribueix a les diferències en la utilització de xarxes socials entre aquests dos grups d'edat, ja que els primers acostumen a emprar-les per tal de comunicar-se amb els amics i normalment reben un retroalimentació positiva d'aquests, fenomen que s'atribueix a una major autoestima. A més, els adolescents són més susceptible que els adults a la realimentació per part de tercers (Valknerburg et al., 2006). No obstant això, quan l'ús de les xarxes socials esdevé abusiu, la relació amb l'autoestima es torna negativa (Blomfield i Barber, 2014).

Per comprendre millor com afecten les xarxes socials a l'autoestima, s'ha de tenir en compte 3 mecanismes descrits per Krause et al. (2019): la retoralimentació social, la comparació social, i l'autoreflexió. Aquests processos incorporen informació autoavaluativa la qual és recollida de l'entorn social de la persona o per mitjà de la introspecció del propi ser.

El tipus de retroalimentació que rebem en les xarxes socials s'associa amb l'autoestima. Rebre una retroalimentació negativa o qualsevol signe de rebuig per part dels altres, es relaciona amb una disminució de l'autoestima i s'associa a conseqüències desfavorables per la persona com ara afectació negativa al benestar personal, ansietat i depressió. El contrari passa quan es rep una retroalimentació positiva o a qualsevol mena de senyal d'acceptació per part dels altres, aquesta afavoreix a l'autoavaluació personal i, per tant, a l'autoestima (Valknerburg et al., 2006, Marengo et al., 2021). Relacionat amb la retroalimentació positiva, s'ha observat que a major nombre de "m'agrada" en la plataforma de Facebook, major felicitat i autoestima (Marengo et al., 2021).

Pel que fa al mecanisme de comparació social, els investigadors han determinat que els joves són una població vulnerable en relació amb l'ús de les xarxes socials perquè es troben en procés d'exploració dels propis valors personals i de construcció de la pròpia identitat (Valkenburger i Piotrowsky, 2017; Villanti et al., 2017). Aquest procés transcorre mentre s'estan acabant de desenvolupar els circuits neuronals relacionats amb la regulació emocional, el processament de la informació i del reforç social (Crone et al. 2018) i, per tant, és un període crucial de maduració. Comparar-se amb els altres pot ser inspirador quan la persona pensa que pot arribar a aconseguir aquelles característiques que avalua com a positives (*upward comparison*) (Lockwood i Kunda, 1997). Tot i això, el fet de

veure el present com menys atractiu que amb el que s'està comparant, pot fer que disminueixi temporalment l'autoestima, ja que es percep com a inferior (Lockwood et al. 2012). Per contra, comparar-se amb quelcom que avalués pitjor que tu o que el teu context (*downward comparison*), pot augmentar la teva autoestima (Lockwood et al., 2012) i millorar l'estat d'ànim (Gibbons, 1986).

Relacionat amb la comparació social, l'exposició a imatges del "cos ideal" a Internet i a les xarxes socials s'associa amb una major insatisfacció corporal (Bell, 2024; Bair et al., 2012) i, per tant, en una menor autoestima física.

El tercer i últim dels mecanismes proposats per Krause et al. (2021) és l'autoreflexió, la qual es vincula amb el fet que les xarxes socials permetin a les persones emmagatzemar informació personal, cosa que permet que aquestes puguin guardar informació d'elles mateixes i autoreafirmar la seva identitat, fet que es relaciona amb una major autoestima (Toma i Hancock, 2013).

#### **1.4 Intervencions en autoestima**

L'autoestima va patint fluctuacions al llarg del cicle vital. Per tant, s'ha de tenir en compte la perspectiva evolutiva a l'hora de dissenyar una estratègia d'intervenció, per tal que aquesta estigui orientada a satisfer les necessitats de desenvolupament dels estudiants en les diferents etapes.

Com s'ha explicat anteriorment, el pas de l'adolescència a l'adultesa, és un període crucial del cicle vital. En aquest període és complicat que els joves mantinguin un nivell òptim d'autoestima i, per això és rellevant treballar-la.

Branden (1995) descriu sis pilars fonamentals per tal de desenvolupar una autoestima saludable. El primer consisteix en la pràctica de viure conscientment, és a dir, en ser conscients de les nostres accions, propòsits, valors i metes i actuar d'acord aquestes. El relaciona en el fet de prendre consciència del moment present i actuar d'acord els nostres objectius vitals. El segon pilar, consisteix en l'acceptació d'un mateix. Branden recalca que acceptar no és sinònim d'agradar, sinó no negar cap part de nosaltres. En tercer lloc, trobem el pilar d'assumpció de la responsabilitat. Aquest consisteix a ser responsable dels nostres actes, tot i reconèixer també el que no està sota el control personal. També implica ser responsable de la consecució de les nostres metes. El quart pilar comporta la pràctica de l'autoafirmació, és a dir, en respectar-se i mostrar-se tal qual s'és, sense causar danys ni perjudicis a ningú. En cinquè lloc, el pilar de viure amb

propòsit, que el defineix com la utilització dels propis recursos per aconseguir els objectius personals. Finalment, el sisè pilar consisteix en la integritat personal, és a dir, en la congruència entre la conducta i els ideals personals, i a viceversa.

Branden destaca que aquests mantenen una relació recíproca amb l'autoestima provocant que les pràctiques (en aquest cas, els pilars) que potencien l'autoestima, són també una expressió d'aquesta.

Hi ha diversos models per idear una intervenció, però el que ha donat resultats òptims per a l'hora d'abordar l'autoestima és el model cognitivoconductual. En consonància amb això, les intervencions per treballar l'autoestima acostumen a basar-se en tècniques cognitivoconductuals (Niveau i Beaudoin, 2021), i solen tenir l'objectiu de revisar les creences negatives d'un mateix i reestructurar-les en unes de més positives. Concretament, i tenint en compte la població del present estudi, van observar que aquest model era eficaç per tractar la depressió i la baixa autoestima en població adolescent (Berg et al. 2022; Oud et al. 2019)

Per altra banda, hi ha qui opta per altres metodologies d'intervenció. A continuació es mencionaran algunes d'elles.

En primer lloc, trobem les intervencions basades en els principis de la reminiscència. Tenen l'objectiu de promoure una visió positiva del *ser* per mitjà del record d'esdeveniments passats i la reavaluació dels esdeveniments avaluats com a negatius. Segons, Pinquart i Forstemeier's (2012), aquest tipus d'intervencions acostumen a tenir un efecte petit o moderat en relació amb la simptomatologia depressiva i el benestar (inclosa l'autoestima). En segon lloc, els grups de suport també són un tipus d'intervenció que es pot dur a terme per treballar l'autoestima. En aquests, els participants parlen dels seus problemes i es donen suport, s'ha observat que tenen un impacte positiu en l'autoestima i en l'autoeficàcia (Bracke et al., 2008). També, les intervencions basades en els principis de la psicologia positiva com ara l'autocompassió i la gratitud. Tot i que falta una investigació més profunda al respecte, hi ha estudis que han observat canvis positius en l'autoestima en aquest tipus d'intervencions (Rash et al., 2011). Altrament, s'ha emprat també el condicionament avaluatiu el qual sovint s'utilitza en experiments de caràcter psicològic, amb l'objectiu de transformar la valència de la pròpia identitat amb la finalitat de poder gaudir d'una millor autoestima. En relació amb aquest tipus d'intervenció, la metaanàlisi realitzat per Hofmann et al.

(2010) va trobar que els efectes produïts per aquests tipus de tècnica, produïa uns efectes moderats. Per acabar, en el grup d'intervencions alternatives, es troben les intervencions basades en processos de creativitat com ara ballar o pintar. Aquestes ajuden les persones a transformar els seus pensaments i sentiments (Reynolds, 2000), però no disposen d'evidència científica.

Pel que fa al format de la intervenció, s'ha vist observat la relació entre les relacions socials i l'autoestima (Harris i Orth, 2019). Partint d'aquesta base, s'han realitzat moltes intervencions grupals i aquestes han obtingut molt bons resultats pel que fa a l'autoestima en la població adolescent (Epel et al., 2021; Lázaro et al., 2011). A més, com que els pares i els professors són agents socialitzadors dins el context dels adolescents esdevé interessant incloure'ls al programa, ja que el fet de fomentar sentiments d'autonomia, competència i vincle, facilita un entorn positiu i de suport que millorarà l'estat emocional dels adolescents i la qualitat dels vincles amb les figures de referència (Sharma i Agarwala, 2015).

Com que l'objectiu del present estudi és dissenyar una intervenció per treballar, en primer lloc, l'autoestima, però també, l'ús saludable de les xarxes socials, les tècniques cognitivo-conductuals també són un bon recurs. Els subjectes amb una baixa autoestima, acostumen a utilitzar les xarxes socials per compensar les seves deficiències interpersonals i acaben desenvolupant una dependència amb aquestes plataformes, ja que molts cops les aprofiten per encalçar la seva imatge i mostrar-se com una persona que realment no són (Zywica i Danowski, 2008). Des del model cognitiu-conductual es pot treballar l'estiu cognitiu rumiatiu i els pensaments distorsionats, relacionats amb l'aparició i manteniment de l'ús excessiu d'internet (Davis, 2001). Basant-se en aquests principis, nombroses intervencions per treballar l'efecte de l'ús de les xarxes socials en l'autoestima com ara el programa realitzat per (Hou, et al., 2019) treballen amb tècniques cognitivo-conductuals. S'usen tècniques com ara la reconstrucció cognitiva, notes recordatori o reducció de temps d'exposició a aquestes plataformes (Young, 1999). Thai et al. (2021) va desenvolupar una intervenció basada en els principis de les tècniques cognitivo-conductuals a adolescents i adults joves. Els participants van obtenir una millora en la seva salut mental i la seva imatge corporal, així com un augment de l'autoestima global.

## **2. Objectius**

### **2.1 Objectius generals**

- Analitzar la relació entre l'ús de les xarxes socials i l'autoestima en joves estudiants d'Educació Secundària Obligatòria (ESO).
- Dissenyar una proposta d'intervenció psicoeducativa per abordar l'autoestima i la influència de l'ús de les xarxes socials en el context escolar.
- Avaluar l'eficàcia de l'acció educativa per mitjà de la comparació dels resultats pretest i posttest dels grups control i experimental.

### **2.2 Objectius específics**

Fase teòrica: per tal d'adquirir una base teòrica inicial amb la qual poder partir.

1. Realitzar una revisió sistemàtica del constructe de l'autoestima, així com de la literatura científica associada.
2. Dur a terme un estudi exhaustiu sobre les xarxes socials i la seva relació amb l'autoestima.
3. Cerca dels programes realitzats per abordar l'autoestima en adolescents, i identificació de patrons d'actuació comuns i resultats derivats.

Fase diagnòstica: avaluació de l'autoestima en els adolescents, i estudiar l'impacte de l'ús xarxes socials en aquesta.

1. Valorar l'impacte de la simptomatologia d'ús excessiu de les xarxes socials (freqüència d'ús i malestar derivat del no ús) en l'autoestima.
2. Avaluar com afecten les diferents xarxes socials en l'autoestima.
3. Observar l'impacte de les diferents finalitats d'ús en l'autoestima.
4. Analitzar com afecta la disconformitat personal originada pel contingut de les xarxes socials en l'autoestima.
5. Examinar l'impacte de la retroalimentació social ("m'agrada", comentaris) en les xarxes socials en relació amb l'autoestima.
6. Avaluar quin impacte té la recepció de missatges ofensius, en el context de les xarxes socials, en l'autoestima.
7. Avaluar si existeixen diferències significatives en el nivell d'autoestima en funció del gènere.

Fase d'intervenció: consisteix a dur a terme una acció psicoeducativa per potenciar l'autoestima i reduir l'impacte negatiu de les xarxes socials en aquesta.

8. Avaluar quantitativament l'impacte del programa en l'autoestima dels adolescents, mitjançant l'anàlisi estadística dels resultats obtinguts.
9. Descriure qualitativament els resultats del programa mitjançant l'anàlisi del material treballat en les diferents sessions.

Les hipòtesis que deriven d'aquests objectius són:

H1: L'ús excessiu de les xarxes socials es correlaciona negativament amb la variable autoestima en adolescents.

H2: El tipus de xarxa social utilitzada s'associa de forma diferencial amb l'autoestima.

H3: La finalitat d'ús de les xarxes presenta un impacte diferencial en l'autoestima.

H4: La disconformitat personal originada per les xarxes socials, correlaciona negativament amb l'autoestima.

H5: La retroalimentació social ("m'agrades", comentaris) rebuda a les xarxes socials, es relaciona amb l'autoestima.

H6: La freqüència de recepció de missatges ofensius en el context de les xarxes socials, correlaciona negativament amb l'autoestima.

H7: Existeixen diferències significatives de gènere envers el grau d'autoestima

H8: El grup experimental haurà augmentat significativament l'autoestima en la mesura posttest.

### **3. Metodologia**

#### **3.1 Disseny de l'estudi i participants**

La mostra d'aquest estudi està formada pels alumnes de tercer curs d'Educació Secundària Obligatòria (ESO) del centre. La mostra potencial era de 60 alumnes (29 a 3rA i 31 a 3rB), tanmateix, per qüestions de disponibilitat, la mostra final ha estat de 49 (23 i 26, respectivament).

- **Grup control**

Aquest grup és el que no ha estat intervingut i correspon al grup-classe de tercer d'ESO A.

- **Grup experimental**

Està compost per aquells alumnes que han estat dins del programa. Correspon al grup-classe de 3r d'ESO B.

**Taula 1**

*Freqüències de les variables sociodemogràfiques*

<b>Variables sociodemogràfiques</b>				
		<b>Grup</b>	<b>Freqüència (n)</b>	<b>Percentatge (%)</b>
<b>Gènere</b>	Home	Control	15	65.2
		Experimental	13	50
	Dona	Control	8	34.8
		Experimental	13	50
<b>Edat</b>	14 anys	Control	9	39.1
		Experimental	15	57.7
	15 anys	Control	13	56.5
		Experimental	9	34,6
	16 anys	Control	1	4.3
		Experimental	2	7.7
<b>Grup-Classe</b>	Tercer ESO A	Grup control	23	47
	Tercer ESO B	Grup experimental	26	53

### **3.2 Instruments**

Es va administrar un únic qüestionari en línia (pre i postintervenció). El qüestionari es va dissenyar amb la plataforma *Microsoft Forms* i consta de diversos apartats. L'apartat inicial està dedicat a la informació ètica i legal de l'estudi, així com al consentiment informat. A continuació, els alumnes responien una sèrie de preguntes relacionades amb les dades sociodemogràfiques. Tot seguit, es presentaven els dos instruments d'avaluació que són els següents:

#### **A) ÚS DE LES XARXES SOCIALS (qüestionari *ad-hoc*):**

Per analitzar el tipus d'ús que els adolescents fan de les xarxes socials, es va dissenyar un breu qüestionari de nou preguntes relacionades amb: freqüència objectiva i percepció subjectiva d'ús de les xarxes socials, simptomatologia relacionada amb l'ús excessiu d'aquestes, freqüència d'ús de les diferents xarxes socials, tipus de finalitat en què s'empren, presència o absència de disconformitat amb un mateix derivat del contingut consumit en aquest context, preocupació per la retroalimentació social rebuda i, freqüència de recepció de missatges ofensius. El contingut de les preguntes ha sigut seleccionat tenint en compte les bases

teòriques relacionades amb l'autoestima, i la seva relació amb les xarxes socials. Es pot consultar a l'Annex A.

### **B) STATE SELF-ESTEEM SCALE (SESS-20):**

Atès que els canvis que es pretenen observar es preveu que siguin petits, ja que s'avaluaran en un període molt breu (tres setmanes), s'ha optat per avaluar l'autoestima estat amb el qüestionari *State Self-Esteem Scale* (SESS-20), emprant l'adaptació a l'espanyol de l'escala (Escrivá-Martínez, 2025).

Consta de 20 ítems amb resposta Likert les quals s'estructuren en tres subescales: la subescala d'actuació (*performance subscale*), la subescala social (*social subscale*) i la subescala de l'aparença (*appearance subscale*).

Els indicadors paramètrics mostren una clara adequació d'aquesta escala per a la finalitat del present estudi, amb un alpha de Cronbach de .91. Per tant, el qüestionari disposa d'una consistència interna excel·lent. En les seves subescales, la fiabilitat disminueix lleugerament, però continua sent òptima.

Pel que fa a la validesa de criteri, els coeficients de correlació de Pearson ( $r$ ) mostren una relació alta, positiva i significativa entre les diferents subescales del qüestionari. També, s'ha trobat una validesa convergent òptima.

No presenta punts de tall, sinó que es tracta d'una escala continua: a major puntuació major autoestima. També permet valorar cada dimensió per separat.

### **C) PROPOSTA PSICOEDUCATIVA PER TREBALLAR L'AUTOESTIMA:**

La totalitat de les sessions han anat dirigits a potenciar principalment, els sis pilars fonamentals de l'autoestima descrits per Branden (1994) i les estructures cognitives proposades per Young (2003). De manera complementària, també s'han treballat recursos per afavorir una millor relació amb les xarxes socials. A l'hora de dissenyar les diferents sessions, s'han tingut en compte les necessitats que caracteritzen l'etapa de l'adolescència per a poder abordar aquells punts més sensibles i rellevants relacionats de l'autoestima propis d'aquesta etapa.

Per tal d'avaluar la comprensió i la utilitat de les sessions, en cadascuna d'elles es van proposar unes fitxes de treball que els alumnes havien de completar. Cal recalcar que, l'educador/a ha de guiar l'aprenentatge i l'adquisició dels continguts.

El programa consisteix en 6 sessions, són les següents:

## Taula 2

Descripció de la Sessió 1 del programa d'intervenció d'autoestima

<b>Sessió 1: QUI SOC?</b>	
<b>Temporalització</b>	<b>Material</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Introducció del programa (10')</li><li>- Presentació <i>Canva</i> (15')</li><li>- Fitxa 1 (30')</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Suport audiovisual (<i>Canva</i>)</li><li>- Fitxa 1 (Annex B)</li><li>- Llapis o bolígrafs</li></ul>
<b>Objectius</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Conèixer el <b>concepte d'autoestima i autoconcepte</b></li><li>- <b>Treballar ambdós</b> conceptes</li><li>- <b>Potenciar l'autoacceptació:</b> acceptar les virtuts i limitacions personals.</li><li>- <b>Viure conscientment:</b> deixar de viure en pilot automàtic.</li></ul>	
<b>Descripció</b>	
<p>Primer de tot, es presenta l'educador/a i el programa.</p> <p>Després d'aquesta breu introducció, comença el programa pròpiament dit. Amb l'ajuda del suport audiovisual, s'aprofundeix amb el concepte de l'autoestima juntament amb les seves dimensions, i se'l diferencia de l'autoconcepte. Es parla de la diferència entre la baixa i l'alta autoestima i es relaciona amb l'autoestima positiva i negativa. Cal posar èmfasi en el fet que no sempre gaudir d'una alta autoestima pot ser quelcom positiu, per tal d'evitar tendències egocèntriques i narcisistes.</p> <p>Per motivar els adolescents, es dedica una part de l'explicació a descriure la importància de potenciar l'autoestima durant l'adolescència i els beneficis que els pot aportar en un futur. A continuació, es passa a explicar la fitxa 1: <i>Qui soc?</i> (Annex B).</p> <p>Aquesta fitxa de treball consisteix en dues parts. En la primera els nois i noies treballen l'autoconeixement, aprofundint en les principals dimensions de l'autoestima (només se'n treballaran tres, per tal d'evitar un volum de contingut excessiu). Hauran de puntuar les seves característiques personals de l'1 al 10. A més puntuació, més important és per ells aquella característica. A continuació hauran de fer dues sumes, una serà el resultat de les característiques que cataloguen com a positives i l'altre, de les que cataloguen com a negatives. Així veuen de forma gràfica a què li donen més importància.</p> <p>L'últim apartat de la fitxa consisteix a definir objectius vitals i accions per aconseguir-los. Es recalcarà la idea d'escriure objectius realistes i sempre des de l'autoacceptació. A més, definir les accions els ajudarà a veure que tenen recursos per treure's el potencial i sentir-se millor amb si mateixos.</p>	

### Taula 3

Descripció de la Sessió 2 del programa d'intervenció d'autoestima

<b>Sessió 2: Detectius del pensament!</b>	
<b>Temporalització</b>	<b>Temporalització</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentació <i>Canva</i> (25')</li><li>- Fitxa 2 (35')</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Suport audiovisual (<i>Canva</i>)</li><li>- Fitxa 2 (Annex C)</li><li>- Llapis o bolígrafs</li></ul>
<b>Objectius</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Millorar l'autoestima</b>, gràcies a la reavaluació dels pensaments automàtics.</li><li>- <b>Viure conscientment:</b> tenir en compte l'estat intern d'un mateix i deixar de reaccionar, i respondre a l'entorn d'acord les metes i valors personals.</li><li>- <b>Fomentar el pensament positiu:</b> mitjançant l'autoacceptació, i la gratitud.</li></ul>	
<b>Descripció</b>	
<p>La primera part de la sessió 2, consisteix a explicar mecanismes de pensament erronis i com aquests poden influir en la percepció que es té d'un mateix, dels altres i de la realitat. També s'ofereixen eines per aprendre a detectar aquests patrons de pensaments i com es poden modificar mitjançant l'autoconsciència i la reformulació.</p> <p>El contingut es treballa amb la fitxa 2: Detectius del pensament!(Annex C), que es divideix en quatre parts. A la primera part, els nois i noies han d'escriure què en pensen de la resposta (en termes de pensament) que han donat els subjectes proposats. A la segona part, l'exercici és semblant, però aquesta vegada, se'ls mostra una situació i han d'escollir una de les dues respostes plantejades. Així reflexionaran sobre com se sentirien ells i, finalment, decidiran quina d'aquestes creuen que seria la resposta més adequada i que els hi proporcionés més benestar.</p> <p>La tercera part és la més exigent, ja que implica una major introspecció. Els alumnes han de recordar una situació viscuda anteriorment, reflexionar sobre com van respondre i com reaccionarien ara.</p> <p>Finalment, l'últim apartat de la fitxa està dedicat a fomentar pensaments positius relacionats amb els sentiments d'autoacceptació i la gratitud.</p>	

### Taula 4

Descripció de la Sessió 3 del programa d'intervenció d'autoestima

<b>Sessió 3: Estem connectats amb nosaltres mateixos?</b>	
<b>Temporalització</b>	<b>Material</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentació <i>Canva</i> (15')</li><li>- Fitxa 3 (30')</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Suport audiovisual (<i>Canva</i>)</li><li>- Fitxa 3 (Annex 4D)</li></ul>

- Dinàmica (10')	- Llapis o bolígrafs
- Reflexió final (5')	
Objectius	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Millorar l'autoestima</b> gràcies a la reducció de l'impacte de la comparació social.</li> <li>- <b>Viure conscientment:</b> ser conscients dels pensaments i conclusions extretes sobre nosaltres a l'hora de fer comparacions.</li> <li>- <b>L'autoacceptació.</b> Fomentar que els nois i noies s'acceptin.</li> </ul>	
Descripció	
<p>Per començar la sessió, s'explica el concepte de comparació social, explicant-ne els diferents tipus i posant èmfasi en les conseqüències positives i negatives que se'n poden derivar. Es remarca especialment com aquest fenomen impacta en l'autoestima.</p> <p>Tot seguit, es dediquen unes diapositives a analitzar el tipus de contingut que s'acostuma a observar a les xarxes socials, i es convida als alumnes a què siguin crítics davant aquest.</p> <p>Un cop acabada la part teòrica, s'explica breument la fitxa que han d'omplir per acabar d'interioritzar el contingut treballar. Aquesta els ajudarà a prendre consciència de quina manera se solen comparar i com això afecta el benestar personal (Fitxa 3: <i>Estem connectats amb nosaltres mateixos?</i>. Annex D).</p> <p>Finalitzada la fitxa, es realitza la dinàmica següent: els nois i noies s'hauran d'ordenar per ordre de naixement. Però amb una condició: no poden parlar, només podran fer mímica!</p> <p>A continuació, se'ls pregunta si poden relacionar l'exercici amb la comparació social. Es dona un temps perquè cadascú reflexioni. Esdevé important la figura de l'educador, que s'encarregarà d'orientar les reflexions perquè captin la següent idea: en aquesta dinàmica s'han ordenat basant-se en la data de naixement (informació objectiva i mesurable). En la vida real, les persones "s'ordenen". A diferència del que s'ha fet avui, quan ens ordenem, ens estem comparant amb els altres i partim d'informació valorativa i incompleta.</p>	

## Taula 5

Descripció de la Sessió 4 del programa d'intervenció d'autoestima

Sessió 4: El timó és meu!	
Temporalització	Material
- 10' Presentació <i>Canva</i>	- Suport audiovisual ( <i>Canva</i> )
- 15' <i>Feedback</i> recursos personals	- Fitxa 4 (Annex E)

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 20' Mural</li> <li>- 15' Fitxa 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bolígrafs</li> <li>- Pintures i/o llapis de colors</li> <li>- Pinzells</li> </ul>
<b>Objectius</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Augmentar l'autoestima</b> potenciant l'autoconfiança.</li> <li>- <b>Autoconeixement:</b> identificar les nostres qualitats i capacitats.</li> <li>- Aprendre a donar <b>feedback positiu</b> als altres.</li> <li>- <b>Viure conscientment:</b> pensar i actuar d'acord als nostres objectius.</li> <li>- <b>Viure amb propòsit:</b> definir objectius personals.</li> <li>- <b>Assumir la responsabilitat d'un mateix:</b> entendre que els nostres actes tenen unes conseqüències i que som els actors de la nostra vida.</li> <li>- <b>Treballar l'autocompassió.</b> Aprendre a no ser tan crítics amb nosaltres.</li> </ul>	
<b>Descripció</b>	
<p>La sessió comença amb la introducció del concepte de l'autoconfiança i se'l relaciona amb l'autoestima, també es posa èmfasi sobre la importància d'assumir la responsabilitat dels propis actes, incloent-hi tant els encerts com els errors des de l'autoacceptació i autocompassió. Es relaciona la responsabilitat dels actes amb el fet de treballar per aconseguir els objectius personals.</p> <p>Esdevé interessant fer ús de la <i>metàfora del timó</i>. Aquesta metàfora explica que les persones han de portar el timó del seu vaixell (=vida), per tal d'arribar al destí desitjat. Al mar es poden trobar amb entrebancs i obstacles que els impedeixen arribar a bon port, però amb treball i compromís personal, poden anar-s'hi apropant.</p> <p>A continuació, s'inicia una activitat per parelles. Cada alumne haurà de dir a l'altre, les qualitats positives que aquest té, i a l'inrevés. D'aquesta manera es treballa donar <i>feedback</i> positiu i també es millora l'autoconeixement, ja que sovint els altres ens poden fer adonar de les qualitats personals que havíem passat per alt.</p> <p>A continuació tots col·laboraran en pintar un mural. Cadascun dels participants haurà d'escriure o dibuixar allò que hagin aconseguit al llarg de la seva vida i amb què se sentin orgullosos.</p> <p>Finalment, i per acabar de treballar l'autoconfiança i el compromís personal, han d'omplir de forma individual, la Fitxa 4: <i>El timó es meu!</i> (Annex E). En aquesta, hauran d'escriure les accions necessàries per assolir un objectiu concret que haguessin escrit en la primera sessió (Fitxa 1). Hi ha un apartat d'autoregistre que es comprometran a complir durant les pròximes setmanes que duri el programa. L'objectiu d'aquest autoregistre és fomentar que visquin amb propòsit, per tal de poder gaudir d'autoestima i de benestar personal. Finalment, es pregunta per les seves expectatives de cadascú en relació al compliment d'aquest.</p>	

## Taula 6

Descripció de la Sessió 5 del programa d'intervenció d'autoestima

Sessió 5: Soc el que faig?	
Temporalització	Temporalització
<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentació <i>Canva</i> (20')</li><li>- <i>Role-playing</i> (20')</li><li>Fitxa 5 (20')</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Suport audiovisual (<i>Canva</i>)</li><li>- Targetes pel <i>Role-Playing</i></li><li>- Fitxa 5 (Annex F)</li><li>- Bolígrafs</li></ul>
Objectius	
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Augmentar l'autoestima:</b> mitjançant la defensa dels drets personals.</li><li>- <b>Treballar la integritat del jo:</b> la nostra conducta és congruent amb les nostres conviccions, normes i valors personals.</li><li>- <b>Viure conscientment:</b> comportar-nos d'acord els nostres valors.</li><li>- <b>Treballar habilitats socials:</b> l'assertivitat.</li><li>- <b>Autoconeixement:</b> identificar l'estil comunicatiu propi.</li></ul>	
Descripció	
<p>S'introdueix la sessió amb una explicació del contingut a treballar. En aquesta, s'aborden els principals estils comunicatius: l'estil passiu, agressiu i assertiu. Es descriuen els pensaments, emocions i conductes associades a cadascun d'ells, així com les conseqüències positives i/o negatives que se'n deriven. S'explica com cadascun d'aquests estils pot influir a l'autoestima.</p> <p>Per acabar la presentació, es donarà una pinzellada a les següents habilitats de comunicació associades a l'assertivitat: saber donar i rebre <i>feedback</i> positiu, l'expressió de sentiments negatius, respondre a les crítiques i realitzar peticions.</p> <p>Tot seguit, es relaciona l'assertivitat amb el concepte d'integritat del jo. S'explica que pensar i actuar de forma congruent amb els valors afavoreix el benestar personal i una autoestima positiva.</p> <p>A continuació, s'inicia la part pràctica de la sessió, mitjançant un <i>role-playing</i> per parelles. Cadascuna d'elles rebrà un conjunt de 12 targetes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 6 targetes blaves: descriuen una situació i l'estil comunicatiu que la persona A ha d'adoptar.</li><li>• 6 targetes vermelles: únicament especifiquen l'estil comunicatiu que la persona B ha d'adoptar.</li></ul> <p>Cada parella disposarà d'un conjunt específic de 12 targetes que permeti formar les tres situacions a treballar: subjecte A assertiu- subjecte B passiu, subjecte A assertiu- subjecte B agressiu i subjecte A assertiu- subjecte B assertiu.</p>	

Després s'intercanviaran els rols: el que havia fet de subjecte A passarà a adoptar el rol del subjecte B i, a l'inrevés.

Tot seguit, es farà la explicació de la fitxa 5: *Soc el que faig?* (Annex F). A la primera part, hauran de respondre unes preguntes sobre com s'han sentit adoptant els diferents estils comunicatius. La segona part de la fitxa, consisteix a reinterpretar la realitat (pensaments, emocions i conductes) per tal que aprenguin a actuar de forma assertiva. El darrer exercici de la fitxa, consisteix en la proposta de diverses situacions en què els alumnes hauran d'elaborar una resposta assertiva.

## Taula 7

Descripció de la Sessió 6 del programa d'intervenció d'autoestima

<b>Sessió 6: Celebrem la diversitat!</b>	
<b>Temporalització</b>	<b>Material</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentació <i>Canva</i> (10')</li> <li>- Mural i Fitxa 6 (40')</li> <li>- Reflexió final (10')</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suport audiovisual (<i>Canva</i>)</li> <li>- Revistes</li> <li>- Paper de mural</li> <li>- <i>Post-its</i></li> <li>- Retoladors i/o pintures</li> <li>- Fitxa 6 (Annex G)</li> <li>- Bolígrafs</li> </ul>
<b>Objectius</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Augmentar l'autoestima:</b> a través de l'acceptació d'un mateix.</li> <li>- <b>Fomentar l'acceptació a la diversitat:</b> mitjançant la idea que hi ha tantes formes de ser com persones hi ha en el món.</li> <li>- <b>Treballar l'autoacceptació:</b> identificar i acceptar qui som i com som.</li> <li>- Desenvolupar una <b>imatge corporal positiva:</b> entendre que cadascú té unes característiques que el fa únics i diferent de la resta.</li> <li>- La pràctica de <b>viure conscientment:</b> identificar pensaments automàtics relacionats amb la imatge corporal negativa.</li> </ul>	
<b>Descripció</b>	
<p>La sessió comença amb una breu explicació sobre què és la diversitat. Els adolescents han de comprendre que conviuen amb persones diferents en molts aspectes: en termes de personalitat, d'ideologia, de capacitats, entre d'altres. Han d'aprendre a no jutjar ni als altres ni a un mateix.</p> <p>La sessió estarà dedicada principalment a treballar l'acceptació corporal per tal de fomentar una autoestima física saludable. Relacionat amb la diversitat, es farà ús de la</p>	

*metàfora del ninot de pals*: les persones no es veuen totes com un ninot de pals (*monigote*) sinó que cadascú presenta uns trets físics diferents. Aquests ens poden agradar més o menys, però formen part de nosaltres. Per tant, és important acceptar-los, sobretot si aquests no es poden canviar.

Tot seguit, es parlarà de la imatge corporal. Cal que entenguin que molts cops les persones amb baixa autoestima, tendeixen a valorar-se més negativament del que realment són, com si es mirassin en un mirall còncav el qual només els ressaltés els defectes.

És recomanable que l'educador/a dediqui una part de la presentació a tractar el paper de les xarxes socials en la imatge corporal. Esdevé interessant que s'abordin temes com ara el *photoshop* o els filtres, i com fomenten ideals físics irreals i poc saludables.

A continuació, s'iniciarà la part pràctica de la sessió. La classe es dividirà en dos grups. Passada una estona, quan avisi l'educador/a, s'intercanviaran els papers.

Un dels grups realitzarà un collage. Els nois i noies hauran de retallar imatges de persones que trobin a les revistes que se'ls hagin facilitat, i les hauran d'enganxar al mural. A part d'enganxar els retalls de persones, els nois i noies podran enganxar *post-its* amb missatges positius relacionats amb una imatge corporal positiva. Això els ajudarà a interioritzar, de manera indirecta, missatges d'autoacceptació i valoració positiva.

L'altre grup de la classe, es dedicarà a omplir la fitxa 6: *Celebrem la diversitat!* (Annex G). La primera part està dedicada a dibuixar, per una banda, com es veuen físicament a ells mateixos i per altra, com els agradaria ser (en el cas que vulguin canviar quelcom d'ells mateixos). A continuació hauran de respondre unes preguntes sobre perquè prenguin consciència sobre el seu grau d'acceptació personal i detectin creences o pensaments automàtics que fomenten que se sentin així.

### **3.3 Procediment**

En primer lloc, es va contactar amb l'equip directiu del centre per tal d'obtenir el vistiplau per dur a terme l'acció psicoeducativa.

La proposta d'intervenció consta de tres parts: la de pre-avaluació, la d'intervenció i la de postavaluació. En la primera fase, es va administrar un qüestionari en línia, que avaluava l'autoestima i l'ús de les xarxes socials. Seguidament, la fase d'intervenció, la qual comprèn sis sessions (una setmanalment), tot i que per qüestions de disponibilitat per part del centre, només se'n van poder dur a terme tres. I per acabar, la fase de postavaluació, en què es torna a passar al qüestionari inicial per tal de veure si hi ha hagut canvis deguts a la intervenció.

A continuació, es presenta el cronograma de les diferents part del present estudi:

### Taula 8

#### *Temporització del treball*

<b>DIA</b>	<b>SESSIÓ</b>
22 d'abril	Pretest + SESSIÓ 1: Qui soc?
29 d'abril	SESSIÓ 2: Detectius del pensament!
6 de maig	SESSIÓ 3: Estem connectats amb nosaltres mateixos? + Posttest
7 de maig - 21 de maig	Anàlisi de les dades obtingudes i elaboració de l'informe.

A la fitxa de treball de la darrera sessió de la intervenció, es va dedicar un apartat per recollir l'opinió dels alumnes en relació amb el programa.

Cal recalcar que la proposta d'intervenció dissenyada és aplicable a qualsevol mena de centre educatiu, sigui públic, concertat o privat.

### **3.4 Disseny de l'estudi**

El present estudi s'emmarca dins d'un mètode quasi-experimental, atès que la mostra no ha sigut seleccionada aleatòriament, ja que els grups estaven prèviament establerts pel centre educatiu. A més, la investigació de camp s'ha dut a terme al context natural dels participants.

S'ha realitzat una anàlisi mixta: intragrup (comparació entre els resultats pretest i posttest en el grup experimental) i entre grups (anàlisi de les diferències entre el grup experimental i el grup control).

### **3.5 Anàlisi de dades**

Per tal de conèixer les propietats de la mostra, en primer lloc, es van realitzar els estadístics descriptius i freqüències de les variables de l'estudi: les relacionades amb l'ús de les xarxes socials i l'autoestima (i les seves dimensions).

Posteriorment, s'inicia amb la primera línia d'investigació: l'anàlisi de la relació entre l'ús de les xarxes socials i l'autoestima. Abans de tot, s'avalua la normalitat de les dades mitjançant la prova de normalitat de Shapiro-Wilk. Seguidament, per assegurar-nos que els dos grups són inicialment homogenis i que els resultats seran representatius per tota la mostra i evitar biaixos, s'aplica la prova de Levene d'igualtat de variàncies i la t de Student per a mostres independents en les

diferents variables d'estudi. A més, per comprovar la validesa de les respostes donades pels subjectes, el qüestionari *ad-hoc* presenta un ítem de control.

Pel que fa al primer objectiu principal: l'estudi de l'ús de les xarxes socials i l'autoestima, es va emprar la correlació de Pearson ( $r$ ).

Seguidament, per analitzar si existeixen diferències de gènere segons el grau d'autoestima, es va dur a terme la prova de Levene i la prova t-student de mostres independents entre les variables gènere i autoestima (i les seves dimensions).

En relació amb la segona línia d'investigació de l'estudi, no es parteix de la mostra global sinó que se separa la mostra en grup control i grup experimental, ja que es pretén avaluar l'efectivitat de la proposta duta a terme únicament al grup experimental. Atès que es tracta d'una anàlisi mixta, en primer lloc, es du a terme l'anàlisi entre grups mitjançant la prova d'homogeneïtat de variàncies i es realitza la t Student per a mostres independents. Aquesta és d'especial importància per tal de descartar que els canvis observats no hagin estat per variables alienes al nostre programa i que el grup control també hagi millorat en autoestima. Tot seguit, en l'anàlisi intragrup, es realitza la prova de Levene i la t Student per a mostres dependents i, posteriorment, es mesura els canvis significatius observats a través de l'estadístic  $d$  de Cohen.

També, tenint en compte l'impacte de les xarxes socials en l'autoestima i, per descartar que els canvis en l'autoestima hagin estat exclusivament per modificacions en l'ús de les xarxes socials, es realitza la prova t de Student de mostres dependents en les variables relacionades amb l'ús de les xarxes socials únicament al grup experimental.

Finalment, amb l'objectiu d'analitzar qualitativament el desenvolupament global de les sessions del programa, es parteix d'un llistat d'indicadors que serviran com a guia per comprendre l'evolució del comportament i resultats dels participants.

## **4. Resultats**

### **4.1 Anàlisi quantitatiu**

Amb la finalitat de comprendre les característiques de la mostra, s'analitzaran les freqüències i estadístics descriptius de les diferents variables d'estudi.

En primer lloc, s'examinaran els hàbits de consum de les xarxes socials dels participants.

**Taula 9***Estadístics descriptius de la quantitat d'hores diàries en les xarxes socials*

	<b>Mitjana</b>	<b>Mediana</b>	<b>D. t.</b>	<b>Mínim</b>	<b>Màxim</b>
<b>Hores</b>	4	4,33	2,375	1	12

Com es pot observar a la taula 10, el 45% dels participants considera que, sovint o sempre, passa massa temps a les xarxes socials. Per contra, cap refereix patir malestar físic o emocional de forma recurrent com a conseqüència de l'impediment de poder utilitzar les xarxes socials, únicament el 26% indica que a vegades.

L'ús del TikTok i Instagram, predominen sobre la resta de xarxes socials (puntuacions més altes en sovint i sempre), sent Twitter la que menys s'utilitza en la població estudiada.

**Taula 10***Freqüències de les variables relacionades amb el consum de xarxes socials*

	<b>Mai</b>		<b>Gairebé mai</b>		<b>A vegades</b>		<b>Sovint</b>		<b>Sempre</b>	
	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Percepció subjectiva T dedicat a xarxes</b>	2	5	11	31	7	19	10	28	6	17
<b>Malestar derivat de les xxss*</b>	19	39	17	35	13	26	0	0	0	0
<b>Malestar derivat de les xxss (sí/no)**</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Freqüència ús Instagram</b>	6	12	3	6	7	14	20	41	13	27
<b>Freqüència ús TikTok</b>	10	12	1	6	7	14	9	41	22	27
<b>Freqüència ús WhatsApp</b>	2	4	10	20	9	18	13	27	15	31
<b>Freqüències ús Twitter</b>	32	65	9	19	6	12	1	2	1	2
<b>Freqüències ús YouTube</b>	3	6	13	27	11	22	16	33	6	12

\*Xxss: Xarxes socials

\*\*Ítem de control dissenyat per avaluar la validesa de les respostes. Avalua el mateix que l'ítem anterior però mitjançant una resposta dicotòmica. Realitzada la correlació de pearson:  $p < .01$ .

Pel que fa a la variable de finalitats amb què s'utilitzen les xarxes socials, s'observaran les freqüències de forma diferencial entre grups, ja que en aquest cas, sí que hi ha certes diferències entre ells.

El integrants del grup experimental acostumen a usar les xarxes socials per aprendre i el grup control ho fa per divertir-se. En el nostre estudi ens interessa en especial, observar la tendència de buscar inspiració en la vida i hàbits dels altres que veuen a xarxes, ja que es relaciona amb la comparació social i insatisfacció del jo. Observem que el 41% dels integrants del grup experimental, ho fan sovint o sempre, en canvi, en el control, només el 21%.

**Taula 11**

*Freqüències de les finalitats d'ús de les xarxes socials*

		Mai		Gairebé mai		A vegades		Sovint		Sempre	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Diversió</b>	Grup Exp.	1	4	0	0	4	15	11	42	10	39
	Grup Ctrl.	1	4	0	0	3	13	11	48	8	35
<b>Aprenentatge</b>	Grup Exp.	3	12	0	0	12	46	11	42	0	0
	Grup Ctrl.	0	0	7	30	10	44	4	17	2	9
<b>Inspiració</b>	Grup Exp.	5	19	2	8	8	31	10	38	1	4
	Grup Ctrl.	5	22	7	31	6	26	4	17	1	4
<b>Actualització</b>	Grup Exp.	3	11	3	12	11	42	6	23	3	12
	Grup Ctrl.	1	4	8	35	5	22	8	35	1	4
<b>Comunicació</b>	Grup Exp.	0	0	2	6	9	27	9	27	13	40
	Grup Ctrl.	0	0	2	9	5	22	10	43	6	26

Pel que fa a la resta de variables sobre l'ús de xarxes socials, trobem: disconformitat personal derivada de les xarxes socials, retroalimentació rebuda i missatges ofensius. Com podem veure, la majoria de les persones no acostumen a patir habitualment, disconformitat personal originada per les xarxes socials, tot i que un 37% de la mostra refereix que a vegades sí.

Pel que fa al nombre de "m'agrada" i de comentaris a les publicacions (retroalimentació), tot i que no afecta sempre, causa cert neguit més o menys important segons el participant.

Com a punt positiu a destacar, les persones de la mostra no acostumen a rebre missatges ofensius en aquestes plataformes.

**Taula 12**

Freqüències de les variables relacionades la disconformitat, retroalimentació i missatges ofensius derivats de les xarxes socials

	Mai		Gairebé mai		A vegades		Sovint		Sempre	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Disconformitat personal derivada xxss</b>	12	24	14	29	18	37	4	8	1	2
<b>Retroalim.</b>	21	43	9	18	12	25	7	14	0	0
<b>Missatges ofensius</b>	15	31	23	47	10	20	1	2	0	0

A continuació, es presenten els estadístics descriptius de la puntuació total extreta en l'escala *State Self-Esteem Scale* (SESS-20) i en les seves tres dimensions.

**Taula 13**

Estadístics descriptius de la puntuació total del SESS-20 del grup control i grup experimental

		N	Mitjana	D. t.	Màxim*	Mínim*
<b>Autoestima estat</b>	<b>Grup exp.</b>	26	66.9	16	97	37
	<b>Grup control</b>	23	66.5	12.9	84	39
<b>Autoestima rendiment</b>	<b>Grup exp.</b>	26	23.3	4.8	35	11
	<b>Grup control</b>	23	23.1	5.1	31	11
<b>Autoestima social</b>	<b>Grup exp.</b>	26	21.6	6.9	34	11
	<b>Grup control</b>	23	24.6	4.7	31	11
<b>Autoestima aparença</b>	<b>Grup exp.</b>	26	19.3	6	30	6
	<b>Grup control</b>	23	18.5	4.9	25	9

\*Nota: la màxima puntuació en l'escala d'AE Estat és de 100 punts i la mínima de 20. En les subescales d'AE rendiment i AE social la puntuació màxima és de 35 punts mentre que la mínima és de 7. En l'AE aparença de 30 i la puntuació mínima possible és de 6.

**Taula 14**

Freqüències de les puntuacions extreteres en l'escala SESS-20 de la mostra total.

<b>AE* estat</b>	n	%	<b>AE rendiment</b>	n	%	<b>AE social</b>	n	%	<b>AE aparença</b>	n	%
37-51	7	14	11-16	4	8	11-16	6	12	6-11	6	12
52-66	18	36	17-22	18	36	17-22	9	18	12-17	14	29
67-81	15	34	23-28	21	42	23-28	23	46	18-23	16	34
82-97	9	16	29-35	6	14	29-39	11	24	24-30	12	25

\*Nota: autoestima (AE).

Per tal d'entendre de manera més gràfica les freqüències exposades vegeu l'Annex H.

## **Línia d'investigació 1: Relació de l'ús de les xarxes socials i l'autoestima**

En primer lloc, s'avalua la normalitat de les dades mitjançant la prova de normalitat de Shapiro-Wilk. Atès que per a totes les variables s'accepta una distribució normal ( $p > .05$ ), es poden emprar les proves paramètriques per a l'anàlisi estadística.

A través de la prova t de Student per a mostres independents s'ha comprovat que no hi ha diferències significatives en l'ús de les xarxes socials entre els dos grups ni en l'autoestima, ja que el nivell de significació ( $p$ ) ha estat superior a .05 en ambdues ocasions.

### **Objectiu 1: Valorar l'impacte de l'ús excessiu de les xarxes socials (freqüència d'ús, i malestar derivat del no ús) en l'autoestima.**

#### **Taula 15**

*Correlació de Pearson entre les hores emprades en l'ús de xarxes socials i el nivell d'autoestima*

	<b>Hores</b>	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rendiment</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Hores</b>	1	$r = -.521^{**}$ $p < .001$	$r = -.560^{**}$ $p < .001$	$r = -.419^{**}$ $p = .003$	$r = -.423^{**}$ $p = .002$

Nota:  $n = 49$

*\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (unilateral)*

#### **Taula 16**

*Correlació de Pearson entre malestar derivat del no ús de xarxes socials i el nivell d'autoestima*

	<b>Malestar</b>	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rendiment</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Malestar</b>	1	$r = -.356^*$ $p = .006$	$r = -.455^{**}$ $p < .001$	$r = -.289^*$ $p = .022$	$r = -.292^*$ $p = .021$

Nota:  $n = 49$

*\*La correlació és significativa al nivell .05 (unilateral)*

*\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (unilateral)*

La simptomatologia relacionada amb l'ús excessiu de les xarxes socials (nombre d'hores i malestar derivat del no ús) correlaciona de forma negativa i significativa amb l'autoestima estat i totes les seves dimensions, tal com es pot observar a la taula 15 i 16.

### **Objectiu 2: Avaluar com afecten les diferents xarxes socials en l'autoestima.**

Tot i que els coeficients de correlació varien en intensitat segons la xarxa social, en tots els casos s'observa una tendència a la correlació negativa entre l'autoestima estat (i en les seves dimensions) i les diferents xarxes socials, sent

únicament significativa en el cas del TikTok com es pot veure a la taula 17. Per una major comprensió del comportament entre les variables: ús del TikTok i autoestima, consulteu l'annex I.

**Taula 17**

Correlació de Pearson entre tipus de xarxa socials i el nivell d'autoestima

	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rendiment</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Instagram</b>	r=-.144 p=.322	r=-.185 p=.202	r=-.038 p=.795	r=-.174 p=.231
<b>TikTok</b>	r=-.410** <b>p=.003</b>	r=-.516** <b>p&lt;.001</b>	r=-.296* <b>p=.039</b>	r=-.299* <b>p=.037</b>
<b>WhatsApp</b>	r=-.077 p=.597	r=-.168 p=.249	r=-.008 p=.954	r=-.168 p=.249
<b>Twitter</b>	r=-.018 p=.900	r=-.039 p=.788	r=-.115 p=.433	r=-.137 p=.348
<b>YouTube</b>	r=-.041 p=.781	r=-.007 p=.963	r=-.197 p=.463	r=-.002 p=.990

Nota: n=49

\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (bilateral)

\*La correlació és significativa al nivell .05 (bilateral)

### Objectiu 3: Observar l'impacte de les diferents finalitats d'ús en l'autoestima.

**Taula 18**

Correlació de Pearson entre la finalitat d'ús de les xarxes i l'autoestima

	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rend.</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Diversió</b>	r=-.302* <b>p=.035</b>	r=-.391** <b>p=.005</b>	r=-.237 p=.101	r=-.191 p=.188
<b>Aprenentatge</b>	r=-.332* <b>p=.020</b>	r=-.381** <b>p=.007</b>	r=-.292* <b>p=.042</b>	r=-.219 p=.130
<b>Inspiració</b>	r=-.454** <b>p=.001</b>	r=-.392** <b>p=.005</b>	r=-.428** <b>p=.002</b>	r=.386** <b>p=.006</b>
<b>Actualització</b>	r=-.362* <b>p=.010</b>	r=-.438** <b>p=.002</b>	r=-.312* <b>p=.029</b>	r=-.228 p=.115
<b>Comunicació</b>	r=-.251 p=.081	r=.308* <b>p=.031</b>	r=-.147 p=.314	r=-.230 p=.113

Nota: n=49

\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (bilateral)

\*La correlació és significativa al nivell .05 (bilateral)

No s'observa un impacte diferencial entre les diferents finalitats d'ús de les xarxes socials i l'autoestima. Atenent els coeficients de correlació de Pearson ( $r$ ) s'observa una tendència general de correlació negativa entre les diferents finalitats d'ús de

les xarxes socials i l'autoestima. No obstant això, no totes aquestes correlacions són estadísticament significatives.

**Objectiu 4: Analitzar com afecta la disconformitat personal originada pel contingut de les xarxes en l'autoestima.**

Tal com s'indica a taula següent, els coeficients de correlació de pearson ( $r$ ) mostren una correlació negativa significativa en tots els casos entre l'autoestima (i les seves dimensions) i la disconformitat amb un mateix derivada del contingut consumit en aquestes plataformes.

**Taula 19.**

*Correlació de Pearson entre la disconformitat social i l'autoestima*

	<b>Disconform. amb un mateix</b>	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rendiment</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Disconform. amb un mateix</b>	1	$r=-.674^{**}$ <b>p&lt;.001</b>	$r=-.617^{**}$ <b>p&lt;.001</b>	$r=-.598^{**}$ <b>p&lt;.001</b>	$r=-.583^{**}$ <b>p&lt;.001</b>

*Nota: n=49*

*\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (bilateral)*

**Objectiu 5 : Examinar l'impacte de la retroalimentació social ("m'agrada" i comentaris) en les xarxes socials en relació amb l'autoestima.**

**Taula 20.**

*Correlació de Pearson entre la retroalimentació rebuda a les xarxes socials i l'autoestima*

	<b>Retroalim. rebuda</b>	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rend.</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparen.</b>
<b>Retroalim. rebuda</b>	1	$r=-.406^{**}$ <b>p=.004</b>	$r=-.400^{**}$ <b>p&lt;.004</b>	$r=-.468^{**}$ <b>p&lt;.001</b>	$r=-.292^{*}$ <b>p=.042</b>

*Nota: n=49*

*\*\*La correlació és significativa al nivell .01 (bilateral)*

*\*La correlació és significativa al nivell .05 (bilateral)*

En tots els casos, s'identifica una correlació negativa significativa entre la retroalimentació rebuda en el context de les xarxes socials i l'autoestima.

**Objectiu 6: Avaluar quin impacte té la recepció de missatges ofensius, en el context de les xarxes socials, en l'autoestima.**

Els coeficients de correlació de Pearson ( $r$ ) mostren una tendència general cap a una correlació negativa entre la freqüència de missatges ofensius rebuts a les xarxes socials i l'autoestima.

**Taula 21**

*Correlació de Pearson entre la freqüència de missatges ofensius rebuts a les xarxes socials i l'autoestima*

	<b>Missatges ofensius</b>	<b>AE Estat</b>	<b>AE Rendiment</b>	<b>AE Social</b>	<b>AE Aparença</b>
<b>Missatges ofensius</b>	1	$r=-.299^*$ <b>p=.037</b>	$r=-.292^*$ <b>p=.021</b>	$r=-.296^*$ <b>p=.039</b>	$r=-.317^*$ <b>p=.027</b>

Nota:  $n=49$

\*La correlació és significativa al nivell .05 (unilateral)

### **Objectiu 7: Avaluar si existeixen diferències significatives en el nivell d'autoestima en funció del gènere.**

**Taula 22**

*Estadístics descriptius segons el gènere*

<b>Variable</b>	<b>Gènere</b>	<b>N</b>	<b>Mitjana</b>	<b>D.t.</b>	<b>Mitjana error estàndard</b>
<b>Autoestima estat</b>	Home	28	68.4	13.2	2.50
	Dona	21	64.4	16.1	3.50
<b>Autoestima rendiment</b>	Home	28	23.7	4.7	0.88
	Dona	21	22.5	5.3	1.15
<b>Autoestima social</b>	Home	28	25.5	5.7	1.07
	Dona	21	23	6.1	1.32
<b>Autoestima apareença</b>	Home	28	19.2	4.4	0.84
	Dona	21	18.9	6.7	1.47

Nota:  $n=49$

**Taula 23**

*Prova T-Student per a mostres independents*

	<b>t</b>	<b>gl</b>	<b>Sig (unilateral)</b>
<b>Autoestima estat</b>	-0.956	47	.172
<b>Autoestima rendiment</b>	-0.894	47	.188
<b>Autoestima social</b>	-1.453	47	.076
<b>Autoestima apareença</b>	-0.162	32.654	.436

Tot i que als estadístics descriptius es pot observar que els homes presenten una mitjana d'autoestima estat, i de les seves dimensions, lleugerament més alta que les dones, aquesta no és significativa atenent al nivell de significació ( $p > .05$ ) en la prova t Student per a mostres independents.

### **Línia d'investigació 2: Estudi de l'efecte del programa**

**Objectiu 8: Avaluar quantitativament l'impacte del programa en l'autoestima dels adolescents, mitjançant l'anàlisi estadística dels resultats obtinguts.**

Com que un dels objectius del present estudi és observar els resultats de l'acció psicoeducativa dissenyada per treballar l'autoestima, s'ha dut a terme la prova t-student de mostres independents, per assegurar-nos que ambdós grups no mostren diferències d'autoestima abans de començar la fase d'intervenció.

**Taula 24**

*Prova T-Student de mostres independents (mostra global preintervenció)*

	<b>t</b>	<b>gl</b>	<b>P (bilateral)</b>
<b>Autoestima estat</b>	0.106	47	.916
<b>Autoestima social</b>	0.097	47	.923
<b>Autoestima rendiment</b>	-1.131	47	.896
<b>Autoestima aparença</b>	0.332	47	.742

Tal com s'havia comentat a l'apartat anterior, atenent que en la t-Student per a mostres independents el nivell de significació és superior a 0.05 ( $p > .05$ ) s'accepta la hipòtesi nul·la i s'assumeix homogeneïtat entre els grups.

Pel que fa als estadístics descriptius pertanyents a la mesura postintervenció, s'observa una mitjana lleugerament superior en relació a l'autoestima estat (i les seves dimensions) en el grup experimental respecte el control (vegeu l'Annex J)

Tot i això, com es pot veure a la taula següent (taula 25) , realitzada la prova t de Student per a mostres independents en la mesura posttest, observem que els canvis originats no són significatius, ja que tots els nivells de significació són

majors a 0,05 ( $p > 0,05$ ). Per tant, tot i les diferències observades en ambdós grups a la mesura postintervenció, aquestes no són estadísticament significatives.

**Taula 25**

*Prova T-Student per a mostres independents grup control-grup experimental (postintervenció)*

	<b>t</b>	<b>gl</b>	<b>Sig(bilateral)</b>
<b>Autoestima Estat</b>	1.012	45.603	.317
<b>Autoestima rendiment</b>	0.622	47	.537
<b>Autoestima social</b>	0.861	41.492	.394
<b>Autoestima aparença</b>	1.181	46.828	.244

Per contra, en els estadístics descriptius en què es comparen les puntuacions d'autoestima estat en les mesures pre i postintervenció del grup experimental, podem observar un clar augment de les mitjanes (vegeu l'annex K).

**Taula 26**

*Prova T-Student per a mostres aparellades de les mesures pre i post del grup experimental*

	<b>Mitjana</b>	<b>D.t.</b>	<b>Mitjana error estàndard</b>	<b>t</b>	<b>gl</b>	<b>Sig (unil.)</b>
<b>AE estat (Pre-Post)</b>	-3.5	5.4	1.062	-3.333	25	<b>.001</b>
<b>AE rendiment (Pre-Post)</b>	-0.7	0.3	0.446	-1.640	25	.057
<b>AE social (Pre-Post)</b>	-1.6	10.6	0.561	-2.812	25	<b>.005</b>
<b>AE aparença (Pre-post)</b>	-1.2	1.1	0.431	-2.857	25	<b>.004</b>

La mitjana de la diferència d'autoestima és negativa degut a que s'han restat les puntuacions pretest amb les posttest i, aquesta última, és major que la primera. Aquestes diferències són significatives ja que el nivell de significació és menor al 0,05 ( $p < 0.05$ ) en tots els casos, excepte en l'autoestima de rendiment.

**Taula 27.**

*Mida efecte d de Cohen*

		<b>Standardizer**</b>	<b>Estimació de punts</b>
AE Estat Pre-Post	d de cohen*	5.413	-0.654
AE Social Pre-Post	d de cohen	2.859	-0.552
AE Aparença Pre-Post	d de cohen	2.197	-0.560

\* La d de Cohen utilitza la desviació estàndard de la diferència de mitjanes.

\*\*El denominador emprat en la estimació de la mida de l'efecte.

La mida de l'efecte segons el càlcul de la *d* de Cohen és moderat. Aquest dona un resultat negatiu perquè s'ha restat la puntuació preintervenció amb la postintervenció i, aquesta segona és major que la primera, ja que hi ha hagut una millora en l'autoestima en la mesura post.

Per descartar que els efectes observats no siguin deguts al canvi d'ús de les xarxes socials, s'han avaluat les variables relacionades amb aquest (mesura post), mitjançant la prova paramètrica t de Student per a mostres aparellades en el grup experimental. Atenent els valors de significació, tots són majors de .05, excepte en la variable disconformitat personal originada pel contingut consumit en xarxes i la preocupació per la retroalimentació rebuda les quals mostren una disminució estadísticament significativa en aquestes.

#### 4.2 Anàlisi qualitatiu

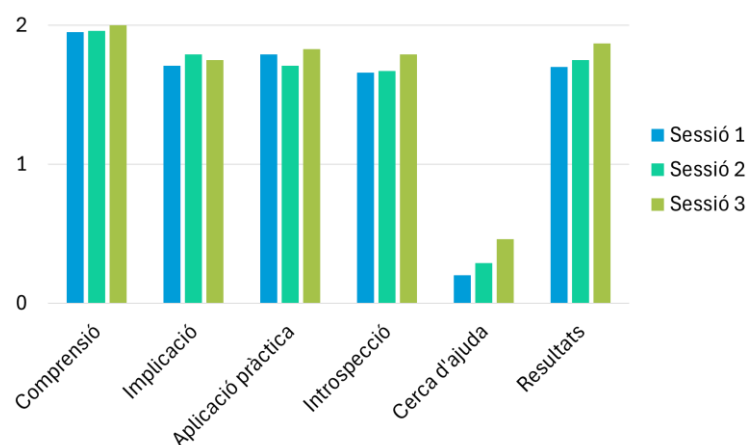
##### **Objectiu 9: Descriure qualitativament els resultats del programa mitjançant l'anàlisi del material treballat en les diferents sessions.**

Amb l'objectiu d'avaluar els resultats de les sessions del programa i la implicació dels seus participants, s'han dissenyat 6 indicadors, els quals estan descrits a l'Annex L. Es valora el grau d'assoliment de l'aspecte observat mitjançant una escala del 0 al 2: el 0 indica absència de la característica, l'1 n'indica un compliment parcial, mentre que el 2 n'indica una presència total.

A continuació, únicament es mostrarà el balanç global de les diferents sessions, tot i que a l'Annex M, trobareu la descripció dels resultats individuals.

**Figura 1**

*Balanç global del desenvolupament de les tres sessions*



A través de la mitjana dels 6 indicadors recollits durant les 3 sessions, s'observa que el rendiment dels participants tendeix a ser constant. La totalitat dels indicadors solen situar-se al voltant de la puntuació màxima, cosa que reflecteix que els alumnes entenen i s'interessen pel contingut treballat. Altrament, també cal destacar que els alumnes tendeixen a dur a terme el treball de forma autònoma com es pot observar a la gràfica en l'indicador de cerca d'ajuda ( $\approx 0$  punts).

Pel que fa a la part inicial de les sessions dutes a terme, la part teòrica és en la que sempre he percebut un grau elevat d'atenció cap a allò que explicava. Sembla que el material audiovisual i els conceptes que mostrava captava l'interès dels alumnes. A més, quan els feia participar per veure si entenien els conceptes, sempre hi havia algun voluntari per donar resposta.

Per contra, la part pràctica solia ser una mica més costosa per alguns, ja que a vegades hi havia a qui li costava posar-se a fer les fitxes de treball, tot i que, la majoria acabaven adoptant una actitud positiva i em preguntaven en el cas que tinguessin algun dubte.

Una cosa que em va sorprendre en especial, és la gran implicació i eficàcia en la dinàmica que vaig fer l'últim dia amb ells. Aquesta consistia a ordenar-se per ordre de naixement amb l'única condició que no podien parlar. Tant el tutor de classe com jo, vam quedar bocabadats del ràpid que van anar i de la cohesió que van crear com a grup per tal d'aconseguir l'objectiu de l'activitat.

En definitiva, considero que els alumnes de tercer d'ESO B són un grup actiu i que s'implica a les activitats, tot i que algunes activitats els hi costin més que unes altres. També cal tenir en compte que la majoria de les sessions les vaig realitzar a les 15h de la tarda i molts tenien ganes de marxar ja a casa perquè estaven cansats. A més, el fet de tractar aspectes de caràcter emocional, pot costar amb els adolescents, ja que estan en una època de canvis a tots els nivells, i els hi costa mostrar-se vulnerables cap als altres. Aquesta resistència inicial es va fer evident en dos alumnes que, en la primera sessió es mostraven poc implicats i es mantenien al marge dels exercicis que es proposaven. Davant d'això, vaig intentar establir una relació positiva amb ells i anar-los animant que realitzessin les activitats. A poc a poc, van anar-se esforçant igual que la resta de la classe i els va agradar el programa.

Per acabar, únicament tres persones han respost que no els hi ha sigut gaire útil el programa perquè ja tenien aquells coneixements o, simplement, no s'identificaven amb el contingut. Tot i això, la resta coincideixen en què han estat unes sessions d'aprenentatge i d'autoconeixement personal que els ha ajudat a acceptar-se. Pel que fa al grau de satisfacció amb el programa el 69,94% n'està molt satisfet, el 29,28% n'està una mica, i el 0,78% ha puntuat neutre.

## **5. Discussió i conclusions**

El present estudi ha tingut com a objectiu analitzar la relació de les xarxes socials i l'autoestima, així com dissenyar i avaluar l'eficàcia d'una proposta d'intervenció orientada a la millora de l'autoestima.

Pel que fa a la primera línia d'investigació, s'ha constatat una relació negativa significativa entre l'ús excessiu de les xarxes socials (avaluat mitjançant les variables de la freqüència d'ús i el malestar derivat del no ús de les xarxes socials). Els resultats són coherents amb els extrets per Blomfield i Barber (2014), els quals reflectien que l'ús excessiu d'aquestes plataformes en adolescents, amb el qual incloïen el nombre d'hores i el malestar a causa de no poder utilitzar-les, es relacionava amb indicadors deficients d'ajust personal i emocional, com el d'una menor autoestima.

Pel que fa a les diferents xarxes socials, s'ha trobat una correlació negativa significativa entre el TikTok i l'autoestima. Aquest resultat recolza l'observat per Handrikse i Linnai (2024), els quals exposaven que l'ús d'aquesta plataforma es relacionava amb una menor autoestima i, tot i que no s'aborda en el present estudi, també s'associava amb simptomatologia depressiva.

En relació amb les finalitats d'ús de les xarxes socials, no s'han trobat diferències en l'autoestima. Aquests resultats no eren els esperats, ja que atenent a Krause et al. (2019) i els tres mecanismes – el feedback, la comparació social i l'autoreflexió – que actuen de mediadors entre l'ús de les xarxes socials i l'autoestima, s'esperava que el seu impacte fos diferent segons la finalitat d'ús i, per tant, el tipus de finalitat tingués un impacte diferencial en l'autoestima.

Malgrat això, la finalitat més rellevant en el present estudi era la de cercar inspiració en els altres a través de les xarxes socials. Aquesta és la que ha presentat una correlació negativa més pronunciada amb l'autoestima en

comparació amb les altres finalitats i, de fet, és la finalitat que més es relaciona amb la comparació social. Els resultats observats segueixen la mateixa línia que Lockwood (2012), que assenyalava com les comparacions ascendents (*upward comparisons*) es relacionen amb una baixa autoestima. Atenent els resultats qualitius extrets en el present estudi, s'observa una tendència important per part dels alumnes de realitzar comparacions ascendents en el context de les xarxes i, per tant, podria explicar la correlació negativa entre la finalitat inspiració i l'autoestima. També, aquesta teoria concorda amb la correlació negativa significativa trobada entre la variable d'insatisfacció personal originada per les xarxes socials i l'autoestima.

Tenint en compte la manca d'estudis previs sobre les diferents finalitats d'ús i la relació que tenen amb l'autoestima, a continuació es realitzaran unes aproximacions provisionals, en relació amb la resta de finalitats estudiades, les quals caldria contrastar en futures investigacions.

La correlació negativa significativa entre el fet d'utilitzar les xarxes per comunicar-se i l'autoestima rendiment o, la correlació negativa entre divertir-se i aquesta mateixa dimensió de l'autoestima, podrien suggerir que les persones amb baixa autoestima, tendeixen a cercar suport emocional en el context de les xarxes socials. La finalitat de diversió també correlació de forma negativa i significativa amb l'autoestima estat. Tots aquests resultats semblen ser coherents amb el que deien Apaolaza et al. (2013) i Gross (2009) sobre la importància de les xarxes socials com a mitjà per augmentar el benestar en els adolescents.

Pel que fa a la correlació negativa trobada entre l'autoestima i la finalitat d'actualització, es podria explicar pel tipus de contingut que aquests consumeixen a les xarxes socials, el quals podria induir a sentir-se insatisfets amb ells mateixos. Alternativament, aquest efecte també es podria entendre des de la perspectiva inversa recordant el que deia Young (2003) sobre els pensaments automàtics i destructius relacionats amb la baixa autoestima, els quals podrien fer que els subjectes descodifiquessin de forma negativa el contingut consumit.

Així doncs, els resultats obtinguts obren una nova línia de recerca centrada en l'impacte de les finalitats d'ús de les xarxes socials i les dimensions de l'autoestima.

Un altre aspecte rellevant analitzat ha estat la correlació entre la preocupació pel tipus de retroalimentació (els "m'agrada" i els comentaris a les publicacions personals) rebut en el context de les xarxes socials, i l'autoestima. Entre aquestes dues variables es va trobar una correlació negativa, així com entre la freqüència de recepció de missatges ofensius i l'autoestima. Aquests resultats coincideixen amb els resultats de Valkenburg et al. (2006) relacionats amb que, qualsevol signe de no acceptació o de rebuig podia afectar negativament a l'autoestima, mentre que, la retroalimentació positiva s'associava amb una autoestima més alta.

Per altra banda, en l'anàlisi de les diferències de gènere pel que fa a l'autoestima, tot i que els homes presenten unes mitjanes més elevades, la diferència no ha estat estadísticament significativa. Aquest resultat contradiu el que exposaven Minerv (2019) i Vink et al. (1999), els quals tot i que trobaven una diferència petita, aquella resultava significativa.

Pel que fa a l'efectivitat del programa, no s'han trobat diferències significatives en termes d'autoestima, entre les mesures posttest del grup experimental i del control. No obstant això, sí que s'han observat diferències estadísticament significatives entre les mesures d'autoestima abans de la intervenció i després de la intervenció en el grup experimental. El grup experimental ha augmentat significativament la seva autoestima estat i també en les seves diferents dimensions, excepte en l'autoestima de rendiment. Probablement, aquesta no hagi augmentat significativament perquè els alumnes es trobaven en època d'exàmens i estaven especialment neguitosos respecte el seu rendiment acadèmic. Pel que fa a l'ús de les xarxes socials, els canvis en la preocupació per la retroalimentació rebuda i disconformitat amb un mateix han estat significatius, aquest fet també serveix per confirmar l'efectivitat del nostre programa, ja que en presentar una autoestima més positiva són capaços d'establir una relació més saludable amb les xarxes socials i amb el contingut que consumeixen en aquestes.

Aquests resultats permeten concloure que el programa proposat ha tingut un efecte significatiu en l'autoestima dels adolescents. Així mateix, donen suport a l'eficàcia les intervencions amb base cognitivo-conductuals (TCC), que en aquest cas s'ha basat en el treball dels factors personals associats a la baixa autoestima descrits per Young (2003), així com en posar en pràctica els 6 pilars de l'autoestima proposats per Branden (1994).

Finalment, considero necessari recalcar la importància de treballar l'autoestima en l'adolescència, ja que aquesta té un impacte significatiu en tots els aspectes de la seva vida: personal, relacional i acadèmic.

Tanmateix, cal tenir en compte el paper que tenen les xarxes socials a l'hora de treballar l'autoestima amb els adolescents, ja que aquestes acostumen a formar part de la seva rutina diària i tal com s'ha vist, influeixen en l'autoestima i benestar emocional.

## **6. Limitacions i futures línies d'investigació**

Tot i els resultats esmentats, és necessari destacar algunes limitacions del present estudi.

La principal limitació ha estat el reduït nombre de participants, fet que suposa no poder generalitzar les conclusions. Seria convenient, replicar els resultats amb una mostra més àmplia i en diferents centres educatius, per tal d'obtenir uns resultats amb un major suport empíric i validesa externa.

Una altra limitació ha estat la impossibilitat de distribuir els participants de forma aleatòria en ambdós grups, i per tant, pot haver afectat negativament a la representativitat dels resultats.

Pel que fa als instruments, el fet de tractar-se exclusivament d'autoinformes, no es pot descartar que els estudiants hagin simulat o dissimulat certa simptomatologia, fet que podria haver causat biaixos en els resultats obtinguts. Es recomana complementar la informació amb entrevistes als familiars i/o als tutors de classe en futures investigacions.

Per acabar, un dels principals obstacles per avaluar l'efectivitat del programa ha estat el temps limitat per aplicar-lo. Es considera que, per poder conèixer el grau d'efectivitat real, caldria poder implantar-lo completament i seguir a mitjà i a llarg termini el manteniment dels resultats.

## **7. Referències**

Abramson, L. Y., Seligman, M. E., & Teasdale, J. D. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal Of Abnormal Psychology, 87*(1), 49-74. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.87.1.49>

Alcántara, J.A. (1990) *Cómo educar la autoestima*. CEAC

Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.pr0.110.2.501-517>

Apaolaza, V., Hartmann, P., Medina, E., Barrutia, J. M., & Echebarria, C. (2013). *The relationship between socializaing on the Spanish online networking site Tuenti and teenagers' subjective wellbeing: The roles of self-esteem and loneliness*. *Computers in Human Behavior*. 29 (4), 1282-1289. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.002>

Bair, C. E., Kelly, N. R., Serdar, K. L., & Mazzeo, S. E., (2012). Does the Internet function like magazines? An exploration of image-focused media, eating pathology, and body dissatisfaction. *Eating Behaviors*, 13, 398-401

Baldwin, S. A., & Hoffmann, J. P. (2002). The dynamics of self-esteem: a growthcurve analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(2), 101e113.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychological Science In The Public Interest*, 4(1), 1-44. <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>

Baumgardner, A. H. (1990). To know oneself is to like oneself self-certainty and selfaffect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1062–1072

Baumrind, D. (1971). Current paterns of parental authority. *Developmental Psychology Monographs*, 4 (1,Pt.2), 1-103.

Bell, C., Cocks, A. J., Hills, L., & Kerner, C. (2024). *Active and passive social media use: Relationships with body image in physically active men*. *New Media & Society*, Advance online publication. <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1177/14614448241272201>

Berg, M., Lindegaard, T., Flygare, A., Sjöbrink, J., Hagvall, L., Palmebäck, S., Klemetz, H., Ludvigsson, M., & Andersson, G. (2022). Internet-based CBT for adolescents with low self-esteem: A pilot randomized controlled trial. *Cognitive Behaviour Therapy*, 51(1), 388–407 <https://doi.org/10.1080/16506073.2022.2060856>

Bi, Y., Ma, L., Yuan, F., & Zhang, B. (2016). Self-Esteem, Perceived Stress, and Gender During Adolescence: Interactive Links to Different Types of Interpersonal Relationships. *The Journal of Psychology*, 150(1), 36–57

Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L., (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depression mood. *Australian Journal of Psychology*.

Boden, J. M., Fergusson, D. M., & Horwood, L. (2008). Does adolescent self-esteem predict later life outcomes? A test of the causal role of self-esteem. *Development and Psychopathology*, 20(1), 319–339. <https://doi.org/10.1017/S0954579408000151>

Boissicat N, Fayant MP, Nurra C, Muller D. (2022) Social comparison in the classroom: Priming approach/avoidance changes the impact of social comparison on self-evaluation and performance. *British Journal Educational Psychology*. 92(2). <https://doi.org/10.1111/bjep.12466>

Bracke, P., Christiaens, W., & Verhaeghe, M. (2008). Self-esteem, self-efficacy, and the balance of peer support among persons with chronic mental health problems. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(2), 436–459. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00312.x>

Branden N. (1994) *Los seis pilares de la autoestima*. Paidós (pp.71-149)

Branden, N. (1990). El respeto hacia uno mismo: Cómo vencer el temor a la desaprobación de los demás, el sentimiento de culpa u la inseguridad. (1a ed.). *Paidós*. (pp.19-29)

Brewer, M. B., & Kramer, R. M. (1985). The psychology of intergroup attitudes and behavior. *Annual Review of Psychology*, 36, 219-243 <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.36.020185.001251>

Brummelman, E., Thomaes, S., & Sedikides, C. (2016). Separating narcissism from self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 25, 8–13. <http://dx.doi.org/10.1177/0963721415619737>

Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and certainty of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 538–549.

Cantero, M. J., Alfonso-Benlliure, V., & Melero, R. (2016). *Creativity in middle childhood: Influence of perceived maternal sensitivity, self-esteem, and shyness*. *Creativity Research Journal*, 28(1), 105–113.

Cava Caballero, M. J., & Musitu Ochoa, G. (2000). *La potenciación de la autoestima en la escuela*. Paidós. (pp. 18-31)

Crone EA, Konijn EA. (2018) Media use and brain development during adolescence. *Nature Communications*, 9, 588 <https://doi.org/10.1038/s41467-018-03126-x>

Davis, R. A. (2001). *A cognitive-behavioral model of pathological Internet use*. *Computers in Human Behavior*, 17, 187–195. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00041-8)

Deci, E. L., and Ryan, R. M. (1995). *Human autonomy: the basis for true self-esteem, in Efficacy, Agency, and Self-Esteem*, ed. M. H. Kernis. Plenum Press. Chapter 2. 31–49.

Demo, D. H. (1985). The measurement of self-esteem: refining our methods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 1490-1502. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.48.6.1490>

- Deng, X. P., & Zhang, X. K. (2011). Understanding the relationship between self-esteem and creativity: A meta-analysis. *Advances in Psychological Science*, 19(5), 645–651.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—a study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Dogan, T., Totan, T., & Sapmaz, F. (2013). The role of self-esteem, psychological wellbeing, emotional self-efficacy, and affect balance on happiness: A path model. *European Scientific Journal*, 9(20), 31–42.
- Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., & Robins, R. W. (2011). Self-esteem: Enduring issues and controversies. In T. Chamorro-Premuzic, S. von Stumm, & A. Furnham (Eds.), *The Wiley-Blackwell handbook of individual differences* (718–746)Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444343120.ch28>
- Doré, C. (2017). Self-esteem: Concept analysis. *Recherche en soins infirmiers* [Nursing Research], 129(2), 18–26. <https://doi.org/10.3917/rsi.129.0018>
- Dumont, M., & Provost, M. A. (1999). Resilience in adolescents: Protective role of social support, coping strategies, self-esteem, and social activities on experience of stress and depression. *Journal of Youth and Adolescence*, 28(3), 343–363. <https://doi.org/10.1023/A:1021637011732>
- Eccles, J. S., Wigfield, A., Flanagan, C. A., Miller, C., Reuman, D. A., & Yee, D. (1989). Self-concepts, domain values, and self-esteem: Relations and changes at early adolescence. *Journal of Personality*, 57(2), 283–310. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb00484.x>
- Epel N, Zohar AA, Artom A, Novak AM, Lev-Ari S. (2021). The Effect of Cognitive Behavioral Group Therapy on Children's Self-Esteem. *Psychiatric Quarterly* <https://doi.org/10.3390/children8110958>.
- Escrivá-Martínez, T., Molinari, G., Ciudad-Fernández, V., Corno, G., & Baños, R. M. (2025). A validation study of the State Self-Esteem Scale-20 (SSES-20) and the State Self-Esteem Scale-6 (SSES-6) in a Spanish-speaking sample. *Anales de Psicología*, 41(1), 29–40. <https://doi.org/10.6018/analesps.603481>
- Griffiths MD, Kuss DJ, Demetrovics Z. (2014) Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings. *Behavioral Addictions Criteria, Evidence, and Treatment* (119–141). Chapter 6. Academic Press.
- Gross, E. F. (2009). Logging on, bouncing back: An experimental investigation of online communication following social exclusion. *Developmental Psychology*.
- Haeussler, I., & Milicic, N. (2014). *Confiar en uno mismo. Programa de desarrollo de la autoestima*. Capítulo 3. Editorial Catalonia.

Handrikse, A., & linnai, E. (2024). The use of Instagram and TikTok in relation to probelmatic use and well-being. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 9(4), 846-857. <https://doi.org/10.1007/s41347-024-00399-6>

Hank, P., & Baltes-Götz, B. (2019). The stability of self-esteem variability: A real-time assessment. *Journal of Research in Personality*, 79, 143–150. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.03.004>

Harris, M. A., & Orth, U. (2019). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1459–1477. <https://doi.org/10.1037/pspp000026>

Heffer, T., Good, M., Daly, O., MacDonell, E., & Willoughby, T. (2019). The longitudinal association between social-media use and depressive symptoms among adolescents and young adults: An empirical reply to Twenge et al. (2018). *Clinical Psychological Science*, 7(3), 462–470. <https://doi.org/10.1177/2167702618812727>

Hofmann, W., De Houwer, J., Perugini, M., Baeyens, F., & Crombez, G. (2010). Evaluative Conditioning in Humans: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 136(3), 390–421. <https://doi.org/10.1037/a0018916>

Hoge, D. R., Smit, E. K., & Hanson, S. L. (1990). School experiences predicting changes in self-esteem of sixth- and seventh-grade students. *Journal of Educational Psychology*, 82(1), 117–127. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.82.1.117>

Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), Article 4. <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>

<https://doi.org/10.1037/a0016541>

Jensen, M., George, M., Russell, M., & Odgers, C. (2019). Young adolescents' digital technology use and mental health symptoms: Little evidence of longitudinal or daily linkages. *Clinical Psychological Science*, 7(6), 1416–1433.

<https://doi.org/10.1177/2167702619859336>

Jordan, C. H., Spencer, S. J., Zanna, M. P., Hoshino-Browne, E., & Correll, J. (2003). Secure and defensive high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 969–978. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.5.969>

Kavaklı, M., & Ünal, G. (2021). The effects of social comparison on the relationships among social media addiction, self-esteem, and general belongingness levels. *Personality Psychology*, 9(2), 114-124. <https://doi.org/10.5114/cipp.2021.105349>

Keles B, McCrae N, Grealish A, 2019. A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ADOLESCENCE AND YOUTH*, 1–15.

<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>

Kemmelmeier, M., Oyserman, D., (2001), Gendered influence of downward social compari-

- sons on current and possible selves. *Journal of Social Issues*, 57, 129-148. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00205>
- Kemple, K. M., David, G. M., & Wang, Y. (1996). Preschoolers' creativity, shyness, and self-esteem. *Creativity Research Journal*, 9(4), 317-326 [https://doi.org/10.1207/s15326934crj0904\\_3](https://doi.org/10.1207/s15326934crj0904_3)
- Kernis, M. H. (2003). Toward a conceptualization of optimal self-esteem. *Psychological Inquiry*, 14, 1-26. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1401\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1401_01)
- Kernis, M. H., Cornell, D. P., Sun, C.-R., Berry, A., & Harlow, T. (1993). There's more to self-esteem than whether it is high or low: The importance of stability of self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(6), 1190-1204. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.6.1190>
- King, K. A. (1997). Self-concept and self-esteem: A clarification of terms. *Journal of School Health*, 67(2), 68-70 <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.1997.tb06303.x>
- Kling, K. C., Hyde, J. S., Showers, C. J., & Buswell, B. N. (1999). Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125(4), 470-500. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.4.470>
- Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H., & Benbasat, I. (2015). Why following friends can hurt you: An exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information Systems Research*, 26(3), 585-605. <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0588>
- Krause, H.-V., Baum, K., Baumann, A., & Krasnova, H. (2019). *Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: A systematic literature review. Media Psychology*, 24(1). <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1656646>
- Lázaro L, Font E, Moreno E, Calvo R, Vila M, Andrés-Perpiñá S, Canalda G, Martínez E, Castro-Fornieles J.(2011) Effectiveness of self-esteem and social skills group therapy in adolescent eating disorder patients attending a day hospital treatment programme. *Eur Eat Disord Rev* <https://doi.org/10.1002/erv.1054>
- Le Bon, G. (1895). *The crowd: A study of the popular mind*. International Relations and Security Network. Recuperat de [https://www.files.ethz.ch/isn/125518/1414\\_LeBon.pdf](https://www.files.ethz.ch/isn/125518/1414_LeBon.pdf)
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- León Camargo, A., Rodríguez Angarita, C., Ferrel Ortega, F. R. y Ceballos Ospino, G. A. (2009). Asertividad y autoestima en estudiantes de primer semestre de la Facultad de Ciencias de la Salud de una universidad pública de la ciudad de Santa Marta (Colombia). *Psicología desde el Caribe*, 24, 91-105

- Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 91–103. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.1.91>
- Lockwood, P., Shaughnessy, S., Fortune, J., & Tong, M.-O. (2012). Social comparisons in novel situations: finding inspiration during life transitions. *Personality and Social Psychology Bulletin*. <https://doi.org/10.1177/0146167212447234>
- Marchant Orrego, T., Milicic Müller, N., & Pino García, M. J. (2017). La Autoestima en Alumnos de 3º a 8º Básico. Una Mirada por Nivel de Escolaridad y Género. *Revista Iberoamericana De Evaluación Educativa*, 10(2). <https://doi.org/10.15366/riee2017.10.2.006>
- Marengo D, Montag C, Sindermann C, Elhai JD & Settanni M. (2021). Examining the links between active Facebook use, received likes, self-esteem and happiness: a study using objective social media data. *Telematics and Information*. 58, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101523>
- Masten, A. S., & Coatsworth, J. D. (1998). The development of competence in favorable and unfavorable environments. Lessons from research on successful children. *American Psychologist*, 53(2), 205–220. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.53.2.205>
- McCabe, R. E., Blankstein, K. R., & Mills, J. S. (1999). Interpersonal sensitivity and social problem solving: Relations with academic and social self-esteem, depressive symptoms, and academic performance. *Cognitive Therapy and Research*, 23(6), 587-604. <https://doi.org/10.1023/A:1018732707476>
- Minev, M., Petrova, B., Mineva, K., Petkova, M., & Strebkova, R. (2018). Self-esteem in adolescents. *Trakia Journal of Sciences*, 16(2), 114–118. <https://doi.org/10.15547/tjs.2018.02.007>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2018). In search of likes: longitudinal associations between adolescents' digital status seeking and health-risk behaviors. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*. <https://doi.org/10.1080/15374416.2018.1437733> Epub 2018 Mar 8. PMID: 29517936; PMCID: PMC6279624.
- Niveau N, New B. & Beaudoin M.(2021a). Self-esteem Interventions in Adults – A Systematic Review and Metanalysis, *Journal of Research in Personality*, 94, 104131 <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2021.104131>
- Obar, J.A. and Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2647377>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2019). Development of self-esteem across the lifespan. In D. P. McAdams, R. L. Shiner, & J. L. Tackett (Eds.), *Handbook of personality development* (pp. 328–344). The Guilford Press.
- Orth, U., Erol, R. Y., Ledermann, T., & Grob, A. (2018). Codevelopment of well-being and self-esteem in romantic partners: Disentangling the effects of mutual influence and

shared environment. *Developmental Psychology*, 54(1), 151–166.  
<https://doi.org/10.1037/dev0000400>

Oud, M., de Winter, L., Vermeulen-Smit, E., Bodden, D., Nauta, M., Stone, L., van den Heuvel, M., Al Taher, R., de Graaf, I., Kendall, T., Engels, R., & Stikkelbroek, Y. (2019). Effectiveness of CBT for children and adolescents with depression: A systematic review and meta-regression analysis. *European Psychiatry*, 57, 33–45  
<https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2018.12.008>

Parada, N. E., Valbuena, C. P., & Ramírez, G. A. (2016). La autoestima en el proceso educativo, un reto para el docente. *Educación y Ciencia*, (19), 127-144

Paradise, A. W., & Kernis, M. H. (2002). Self-esteem and psychological well-being: Implications of fragile self-esteem. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21(4), 345–361. <https://doi.org/10.1521/jscp.21.4.345.22598>

Pew Research Center (2018). *Teens, social media, and technology 2018*.  
<http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

Phan, H. P. (2010). Students' academic performance and various cognitive processes of learning: An integrative framework and empirical analysis.

Pinquart, M., & Forstmeier, S. (2012). Effects of reminiscence interventions on psychosocial outcomes: A meta-analysis. *Aging and Mental Health*, 16(5), 541–558.  
<https://doi.org/10.1080/13607863.2011.651434>

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On The Horizon The International Journal Of Learning Futures*, 9(5), 1-6.  
<https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

R.E. Goldsmith, T.A. Matherly, Creativity and self-esteem: a multiple operationalization validity study, *Journal of Psychology* 122 (1) (1988) 47–56.  
<https://doi.org/10.1080/00223980.1988.10542942>

Rash, J. A., Matsuba, M. K., & Prkachin, K. M. (2011). Gratitude and well-being: Who benefits the most from a gratitude intervention? *Applied Psychology: Health and WellBeing*, 3(3), 350–369. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2011.010158.x>

Reynolds, M. W., Nabors, L., & Quinlan, A. (2000). The effectiveness of art therapy: Does it work? *Art Therapy: Journal of the American Art Therapy Association*, 17(3), 108–112  
<http://dx.doi.org/10.1080/07421656.2000.10129706>

Rivera, P. M., & Barraza, M. A. (2022). *Emociones positivas y autoestima: Análisis de su relación* (Tesis). Universidad Pedagógica de Durango.

Robins, R. W., & Trzesniewski, K. H. (2005). Self-esteem development across the lifespan. *Current Directions in Psychological Science*, 14(3), 158-162.  
<https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2005.00353.x>

Rogers, C. (1951). Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory. *Constable*.

- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Basic Books Chapter 5 (pp. 128-146)
- Scherer, C. W., & Cho, H. (2003). A social network contagion theory of risk perception. *Risk Analysis: An International Journal*, 23(2), 261–267. <https://doi.org/10.1111/1539-6924.00306>
- Sedikides, C., & Gregg, A. (2003). Portraits of the Self. In M. A. Hogg, & J. Cooper (Eds.), *Sage Handbook of Social Psychology*
- Shapka, J. D., & Keating, D. P. (2005). Structure and change in self-concept during adolescence. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 37(2), 83-96. <https://doi.org/10.1037/h0087247>
- Sharma, S., & Agarwala, S. (2015). Self-Esteem and Collective Self-Esteem Among Adolescents: An Interventional Approach. *Psychological Thought*, 8(1), 105-113. <https://doi.org/10.5964/psyct.v8i1.121>
- Shavelson, R., Hubner, J. y Stanton, J. (1976). Self concept: Validation of construct interpretation. *Review of Educational Research*, 46 (3), 407-441. <https://doi.org/10.3102/00346543046003407>
- Sonstroem, R.J. y Morgan, W.P. (1989). Exercise and selfesteem: Rationale and model. *Medicine and Science in Sports and Exercise* 21(3), 329-336. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/2659918/>
- Sowislo, J. F. and Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139-213. <https://doi.org/10.1037/a0028931>
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213–240. <https://doi.org/10.1037/a0028931>
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119–146. <https://doi.org/10.1353/foc.0.0006>
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Sage Publications*, 11(5), 159–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.0019>
- Thai, H., Davis, C. G., Stewart, N., Gunnell, K. E., & Goldfield, G. S. (2021). The effects of reducing social media use on body esteem among transitional-aged youth. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 40(6), 481–507. <https://doi.org/10.1521/jscp.2021.40.6.481>
- Toma CL, Hancock J.T. (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Pers Social Psychology Bulletin*, 39:321–331, <https://doi.org/10.1177/0146167212474694>.
- Trzesniewski KH, Donnellan MB, Moffitt TE, Robins RW, Poulton R, Caspi A. 2006. Low self-esteem during adolescence predicts poor health, criminal behavior, and limited economic

prospects during adulthood. *Developmental Psychology*, 42(2), 381-390, <https://doi.org/10.1037/0012-1649.42.2.381>. PMID: 16569175.

Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W. (2013). Development of self-esteem. In V. Zeigler-Hill (Ed.), *Self-esteem* (60–79). Psychology Press

Urbiola, I., Estévez, A., & Iraurgi, I. (2017). Dependencia emocional en jóvenes: Relación con la sintomatología ansiosa y depresiva, autoestima y diferencias de género. *Ansiedad y Estrés*, 23 (1), 6-11. <https://doi.org/10.1016/j.anyes.2016.11.003>

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*. 9 (5), 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>

Valkenburg, Piotrowski (2017) *Plugged In: How Media Attract and Affect Youth* Yale University Press (78-96 pp.)

Vannucci, A., McCauley Ohannessian, C. (2019). Social Media Use Subgroups Differentially Predict Psychosocial Well-Being During Early Adolescence. *J Youth Adolescence*, 48, 1469–1493. <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1007/s10964-019-01060-9>

Villanti A.C., Johnson A.L., Ilakkuvan V., Jacobs M.A., Graham A.L., Rath J.M. (2017). Social Media Use and Access to Digital Technology in US Young Adults in 2016. *Journal of Medical Internet Research* 19 (6): e196 <https://doi.org/10.2196/jmir.7303>

Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ilakkuvan, V., Jacobs, M. A., Graham, A. L., & Rath, J. M. (2017). Social Media Use and Access to Digital Technology in US Young Adults in 2016. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6) <https://doi.org/10.2196/jmir.7303>

We are social (2024). *Digital in 2019*. <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Young, J. E., Klosko, J. S., & Weishaar, M. E. (2003). *Schema therapy: A practitioner's guide*. Guilford Press.

Young, K. S. (1999). Internet addiction: Symptoms, evaluation and treatment. In L. VandeCreek & T. L. Jackson (Eds.), *Innovations in clinical practice: A source book* (Vol 17, 19–31).

Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses: Predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1-34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>

## **8. Annexes**

### **8.1 Annex A. Qüestionari: Ús de les xarxes socials (*ad-hoc*)**

A continuación, se le formularán algunas preguntas. Le agradecería que respondiese con atención y sinceridad.

1. ¿Cuántas horas emplea en redes sociales?
2. ¿Considera que dedica demasiado tiempo a las redes sociales?
3. ¿Cuándo no puede acceder a ellos siente malestar físico o emocional?
4. ¿Cuándo no tiene acceso a ellos, padece malestar físico o emocional? (ítem dicotómico)
5. Señala la frecuencia con la que usa cada una de las siguientes plataformas:
  - a. Instagram
  - b. TikTok
  - c. Whatsapp
  - d. X o Twitter
  - e. Youtube
6. ¿Con qué finalidad acostumbra a utilizar las redes sociales?
  - a. Para divertirme
  - b. Para aprender
  - c. Para inspirarse con la vida o hábitos de otros
  - d. Para ponerme al día
  - e. Para comunicarme
7. ¿El contenido que consume en redes sociales, le ha hecho sentir disconforme consigo mismo/a?
8. ¿Le importa el número de "Me gustas" y/o comentarios de sus publicaciones?
9. ¿Ha recibido mensajes ofensivos o hirientes en redes sociales?

## 8.2 Annex B. Material de treball sessió 1

### Figura B

#### Fitxa de treball Sessió 1

Nom i cognoms: \_\_\_\_\_ FITXA 1

## Qui soc?

**I. Escriu com a mínim 2 de cada tipus i puntua'l de l'1 al 10 en com és d'important per tu.**

### ÀMBIT FÍSIC

- Coses que m'agraden de mi... Pts.
- Coses que no m'agraden de mi... Pts.

### ÀMBIT SOCIAL

- Coses que m'agraden de mi... Pts.
- Coses que no m'agraden de mi... Pts.

### ÀMBIT ACADÈMIC

- Coses que m'agraden de mi... Pts.
- Coses que no m'agraden de mi... Pts.

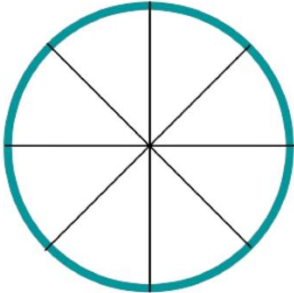
**Suma puntuacions "coses que m'agraden de mi"** \_\_\_\_\_

**Suma puntuacions "coses que no m'agraden de mi"** \_\_\_\_\_

**Reflexió: Em fixo més en les coses que m'agraden, o en les coses que no m'agraden de mi?**

"Cadascú de nosaltres som diferents. Tenim la nostra manera de ser i de fer les coses. És imprescindible acceptar-nos i valorar-nos, perquè és amb nosaltres mateixos amb qui conviurem tota la vida. També, és normal voler canviar algun aspecte de nosaltres que no ens agrada, sempre que ho fem per millorar i sentir-nos millor".

**2. Escriu dins la roda de la vida 2 objectius, com a mínim, i després apunta les accions necessàries que creus que hauries de dur a terme per aconseguir-los.**



### ACCIONS

- OBJECTIU 1:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- OBJECTIU 2:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- OBJECTIU 3:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 8.3 Annex C. Material de treball sessió 2

### Figura C


#### Fitxa de treball Sessió 2

Número identificatiu:
FITXA 2

## Detectius del pensament!

**1. Llegeix la situació i el pensament derivat de cadascun dels subjectes. Després, respon les preguntes.**


- SITUACIÓ 1: En Joan ha estudiat moltíssim per l'examen, però sent que no li ha anat gens bé.**  
 Creus que en Joan té raó? Per què?



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_
  
- Situació 2: La Leila veu que unes companyes de classe s'estan rient molt.**  
 Creus que el que pensa la Leila és veritat? Per què?



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_
  
- SITUACIÓ 3: L'equip de bàsquet d'en Pablo ha perdut, tot i haver-ho donat tot al camp.**  
 Creus que en Pablo té raó? Per què?



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**2. Llegeix el cas que es descriu i com hi responen els 2 subjectes. Després, respon les preguntes següents.**

Cas: El grup d'amics i amigues han quedat per anar a banyar-se a la platja de l'Arrabassada. En Samir i la Clàudia tenen moltes ganes d'anar perquè fa molta calor i a més, tenen ganes de passar una bona estona amb els seus amics. Tot i així, se senten una mica insegurs perquè no es senten a gust amb el seu cos i pensen que els altres els jutjaran.

- **Samir:** Passo d'anar, ja quedaré amb ells un altre dia que em senti millor. Prefereixo quedar-me a casa que sentir-me assenyalat, en Joan i l'Adrià tenen el cos perfecte.
- **Clàudia:** Aniré igualment perquè en tinc moltes ganes. Són els meus amics i no m'haurien de jutjar. Si em sento malament sempre puc marxar.

**3. Escriu 1 situació en la que t'hagis sentit malament o insegur. Posa com vas reaccionar o què vas pensar. I com creus que actuaries ara, tenint en compte el que hem donat a classe.**

- Si et trobessis en la mateixa situació, respondries com en Samir, o com la Clàudia?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- Per què?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- Quina creus que és la resposta més adequada?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- Justifica la teva resposta.  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

SITUACIÓ	COM VAIG REACCIONAR?	COM REACCIONARIA ARA?

**4. Exercici de tancament**

- Què has fet avui que t'hagi fet sentir orgullós/osa de tu mateix/a? (digues 1 cosa com a mínim)  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- Què has fet avui que t'hagi fet sentir bon/a company/a, o bon/a amic/amiga? (digues 1 cosa com a mínim)  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- Digues **dues** coses bones que t'hagin passat durant el dia d'avui.  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## 8.4 Annex D. Material de treball sessió 3

### Figura D

#### Fitxa de treball Sessió 3

Número identificatiu (núm llista classe):

FITXA 3

## Estem connectats amb nosaltres mateixos?

### 1. Respon a les següents preguntes:

- Quina és la xarxa social que utilitzes més sovint?
- Quin % (aprox.) del total de persones que segueixes, és gent desconeguda (que només coneixes de les xarxes)? \_\_\_\_\_
- Consideres que t'has comparat algun cop? Sí - No
- En cas afirmatiu, acostuma a passar més, en la vida real, o via *on-line*? \_\_\_\_\_
- Solen ser comparacions *Upward* (et compares amb algú que evalues com millor que tu) o *Downward* (et compares amb persones que evalues com pitjor que tu)? \_\_\_\_\_

### 2. Completa el quadre segons les instruccions de cada columna.

Pensa en 1 situació que t'hagi passat a les xarxes socials.

Què va iniciar la comparació? (una foto, un vídeo, un tweet...) 📱	Com et vas sentir? (ex: insegur/a, gelós/osa, trist/a, enfadat/ada..) 😞	Què vas pensar de la persona que apareixia a la publicació? 🗣️	Creus que el teu pensament era realista, o precipitat? 🤔

"Amb les persones amb qui et compares, estàs veient la versió que elles volen que vegis. Recorda tenir una actitud CRÍTICA i no deixar-te portar pel que veus"



FITXA 5

### 3. Respon a les següents preguntes:

- Admires alguna persona PRÒXIMA a tu, amb la que t'agradaria assemblar-te? Sí - No
- Quines qualitats t'agraden més d'ella? (**característiques de com és ella:** personalitat, físic, comportament...) Digues 3.

---



---



---

- Admires alguna persona que NO coneixis (ex: *influencer*, figura pública) ? Sí- NO
- Quines coses t'agraden d'ella? (**característiques personals:** personalitat, físic, comportament...). Digues 3.

---



---



---

Pensa en com t'agradaria ser de gran.

- Quines qualitats t'agradaria tenir?

---



---



---

"Els referents o models poden ajudar-nos a descobrir com ens agradaria ser. Però hem d'anar amb compte! Alguns mostren una imatge falsa o poc saludable, i això pot confondre'ns"



Ja hem acabat els dies de treballar l'autoestima!

- Creus que t'ha servit per millorar l'autoestima?
- Què és amb el que et quedes d'aquestes sessions?
- Indica el grau de satisfacció amb el programa (gens-poc-neutre-una mica-molt)



Gràcies! 😊

## 8.5 Annex E. Material de treball sessió 4

Figura E1

Mural Sessió 4




Figura E2

Fitxa de treball Sessió 4

Número identificatiu (núm llista classe): FITXA 4

## El timó és meu!



**1. Llegeix la següent reflexió i segueix les instruccions.**

Tots i totes tenim diverses qualitats i habilitats. Disposem d'un gran ventall de recursos personals per desenvolupar el nostre potencial. Recorda, el timó de la teua vida el portes tu!

**Ara, fes memòria (o recupera la fitxa 1) de les diverses mtes que et vas proposar el primer dia del programa.**

**Com et sentiries si les complissis?:**

Em sorprendria, em costa imaginar-m'ho.      Molt feliç.      Emocionat/ada.  
 Desconfiat/ada, segur que m'acabarà sortint malament.      Altra:


**2. Treballem la responsabilitat en relació a les nostres mtes! A continuació trobaràs una taula d'autoregistre.**

A la primera columna hauràs d'escriure l'objectiu que vulguis complir. I a sota, les accions per aconseguir-lo. Recorda proposar-te **objectius i accions REALISTES i d'acord amb els teus VALORS.** Durant les tres setmanes que queden de programa, hauràs d'escriure al final de cada setmana (els diumenges) si has complert amb les accions (SÍ, NO, PARCIALMENT). En cas que no hagi pogut ser, explica què és el que t'ha impedit fer-ho a l'apartat de **barreres**. En acabar, hauràs d'escriure com et sents.

**Aquestes 3 setmanes em comprometo a realitzar les següents accions per apropar-me al meu objectiu: .....**

ACCIONS	Dl.	Dm.	Dc.	Dj.	Dv.	Ds.	Dg.	Complert/ada?	Barreres trobades	Com et sents?

I recorda, la vida no és una competició. Tothom té el seu ritme! Pren-te-la en calma però sense perdre el rumb del teu camí.



FITXA 5

**3. Signa el "contracte". EEI compromet's amb tu mateix/a? Som-hi!**

COMPROMÍS AMB EL MEU OBJECTIU


Jo ..... em comprometo a complir les accions: .....

.....

Sé que m'ajudaran a sentir-me millor, ho faig per a mi.

Ho seguiré en les següents tres setmanes del programa.

La meua signatura: .....

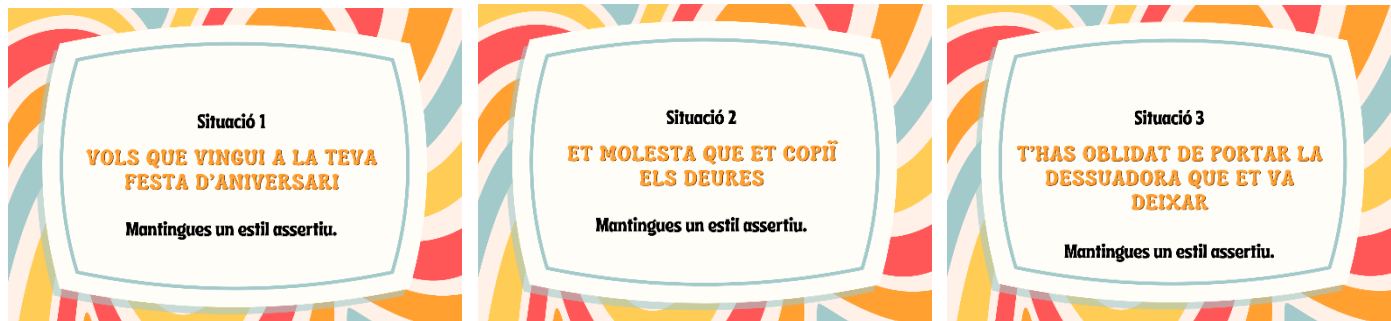


## 8.6 Annex F. Material de treball sessió 5

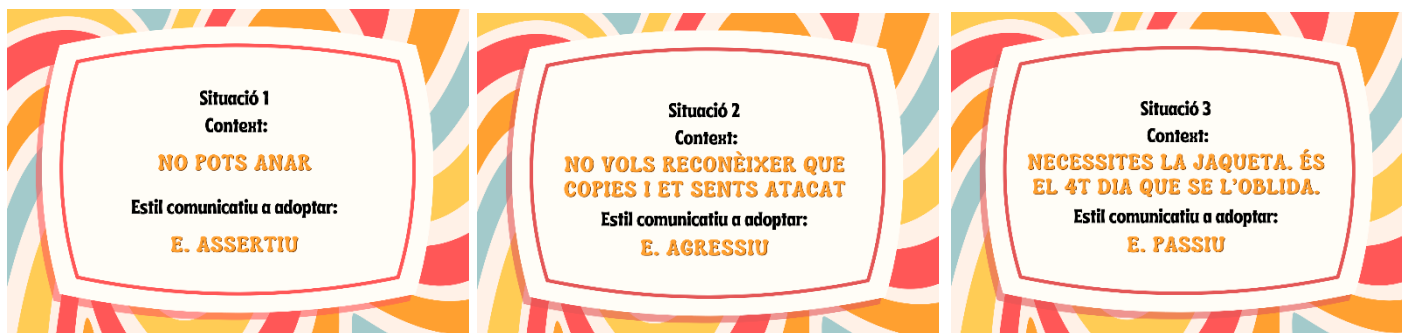
Figura F1

Exemple de BLOC (12 fitxes)

Rol A:

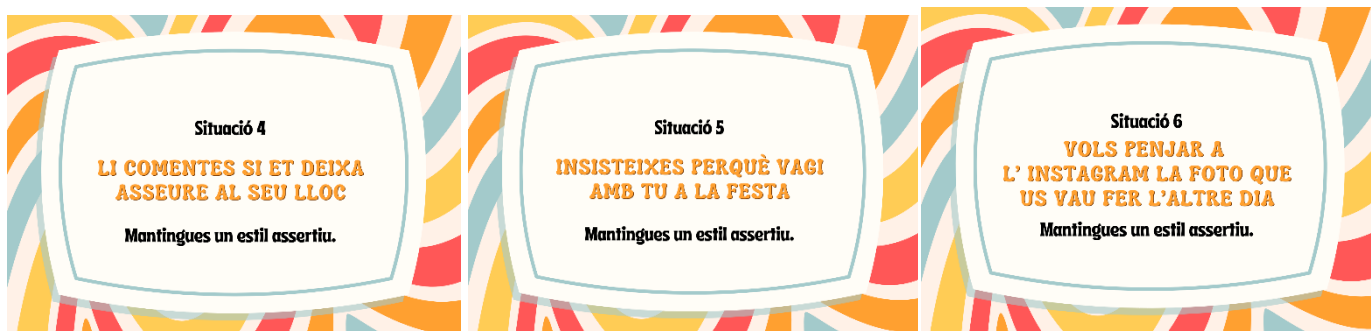


Rol B:

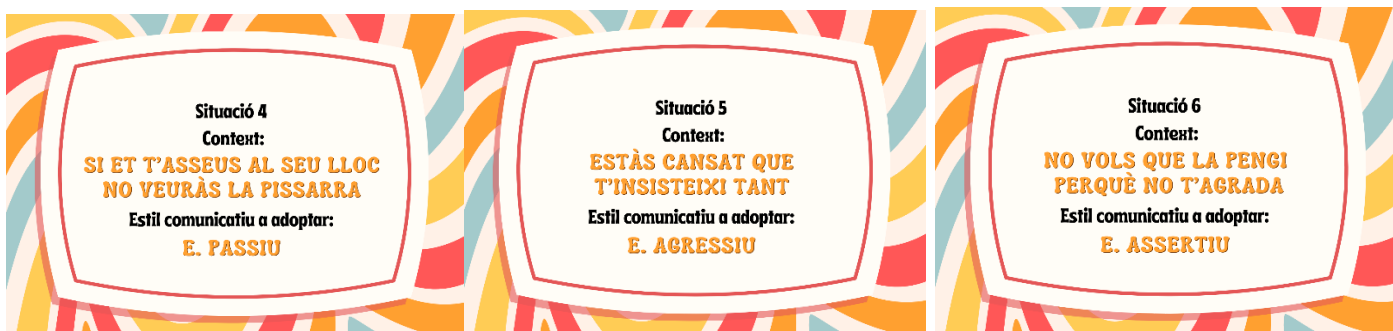


Canvi de rols!....

Rol A:



Rol B:



## Figura F2

### Fitxa de treball Sessió 5

Número identificatiu (núm llista classe):

FITXA 5

## SOC EL QUE FAIG?

### 1. Reflexiona sobre l'activitat de role-playing que acabem de fer a classe.

- Quin estil comunicatiu (passiu, agressiu, assertiu) t'ha semblat més fàcil d'adoptar? .....  
Justifica la teva resposta. ....
- Quin estil comunicatiu t'ha semblat més difícil d'interpretar?  
Justifica la teva resposta. ....
- T'has sentit identificat/ada en alguna de les situacions? Explica si mai et va passar i com ho vas gestionar.  
.....

### 2. Ajuda a en Joan a reinterpretar la situació perquè pugui actuar de forma més assertiva la pròxima vegada!

En Joan fa uns mesos que deixa de banda els exàmens i treballs de l'escola per quedar amb els seus amics. Té molts contactes i sempre li diuen de veure's. En Joan no ha dit que no a cap proposta que li han fet perquè sent que si ho fa, aquests li faran el buit i no li proposaran de quedar. Ara se sent sobrepassat pel gruix de feina que té acumulat.

#### ESQUEMA COGNITIU-CONDUCTUAL:

SITUACIÓ	Pensament 🧠	Emoció 🧡	Conducta 🗨️ (Estil comunicatiu)
Els amics li proposen de quedar	Si dic que no, em deixaran de costat	Angoixa	Decideixo acceptar per evitar problemes (E. passiu)

Yeure d'una altra manera les coses que ens passen, faran que actuem de manera diferent!



FITXA 5

### 3. Elabora una resposta assertiva per cadascuna de les situacions. Practica el fet de rebre crítiques, donar o rebre feedback positiu, expressar sentiments negatius i realitzar peticions.

#### Rebre crítiques.

El teu pare et diu que t'has portat malament amb la teva germana.



Resposta:



#### Rebre elogis.

Una companya de classe et comenta que has presentat un molt bon treball.



Resposta:



#### Expressar sentiments negatius.

Un company de classe et contesta de males maneres i no t'agrada.



Resposta:



#### Realitzar peticions.

La teva amiga et pregunta si necessites ajuda amb els deures perquè et veu atabalat.



Resposta:



"Comunicar-se de forma assertiva t'obrirà moltes portes, et farà sentir bé i segur de tu mateix/a."



## 8.7 Annex G. Material de treball sessió 6

### Figura G1



Mural Sessió 6



\*Nota: imatges de persones extretes de Free Pik.

### Figura G2.

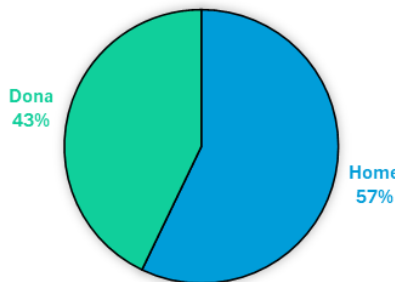
Fitxa de treball Sessió 6

<p>Número identificatiu (núm llista classe):</p>	<p>FITXA 5</p>
<h1>CELEBREM LA DIVERSITAT!</h1>	
<p><b>1. A continuació dibuixa't a tu mateix/a, al teu Jo real. I a darrere, el teu Jo ideal.</b> No pateixis, no tots hem de dibuixar perfectes! :)</p>	
<div style="border: 1px dashed gray; height: 300px; width: 100%;"></div> 	<p><b>3. Anem a reflexionar una mica sobre aquests dibuixos.</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consideres que el teu jo actual, i el teu jo ideal coincideixen? Descriu en quins aspectes són iguals i en quins són diferents.</li></ul> <p>Són iguals en ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li><li>• .....</li><li>• .....</li></ul> <p>Són diferents en ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• .....</li><li>• .....</li><li>• .....</li></ul>
	<p><b>En el cas que creguis que són bastant diferents, com et sentiries si el teu jo real, coincidís amb el teu jo ideal? Justifica la teva resposta.</b></p> <div style="border: 1px dashed gray; height: 40px; width: 100%;"></div> <p><b>En el cas que, el teu jo real i el teu jo ideal coincideixin. Com et fa sentir? Explica-ho.</b></p> <div style="border: 1px dashed gray; height: 40px; width: 100%;"></div> <p><b>Què li aconselleries a algú que no s'accepta a ella mateixa?</b></p> <div style="border: 1px dashed gray; height: 40px; width: 100%;"></div>
<p>"Si e el teu jo real no coincideix amb el teu jo ideal això no vol dir que hakis de sentir-te malament per qui ets. Preguntat si aquest jo ideal és realista i saludable. Sovint som massa exigents i crítics amb nosaltres mateixos. Mereixes reconèixer el teu valor tal com ets ara, no només com tagradana ser!"</p> 	

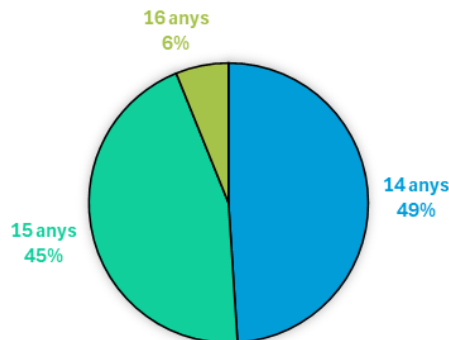
## 8.8 Annex H. Freqüències de les variables

### Part 1: Variables sociodemogràfiques

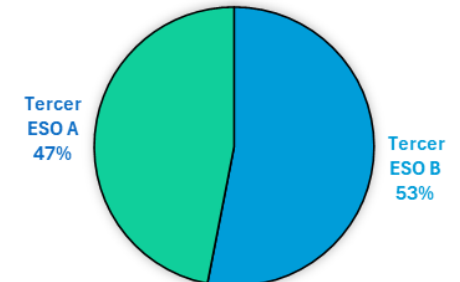
**Figura H1**  
Variable gènere



**Figura H2**  
Variable edat

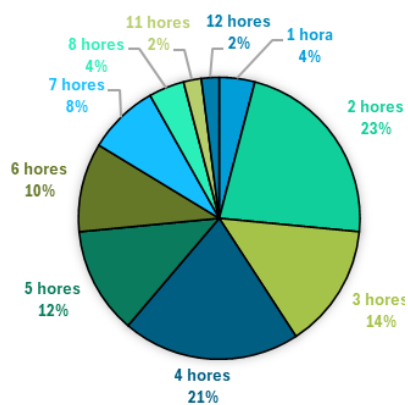


**Figura H3**  
Variable grup-classe

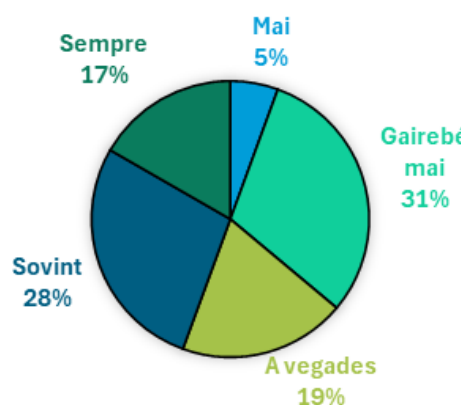


### Part 2: Variables relacionades amb l'ús de les xarxes socials

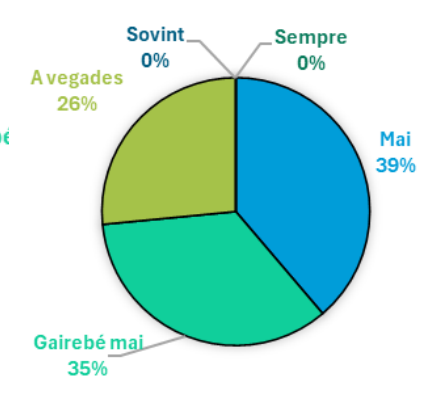
**Figura H4**  
Hores a les xarxes socials



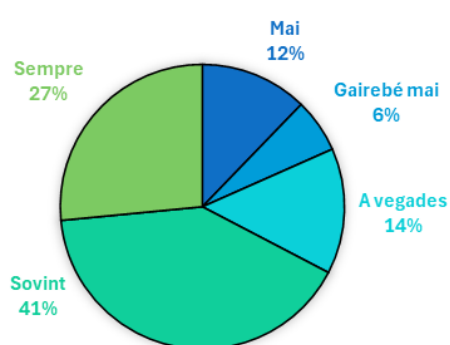
**Figura H5**  
Percepció subjectiva



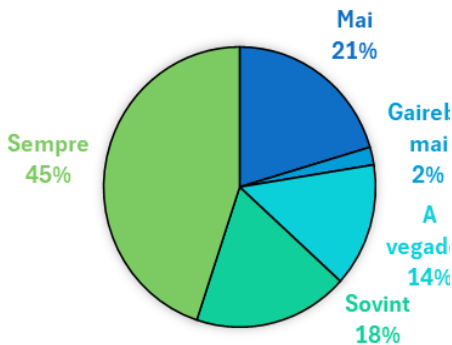
**Figura H6**  
Malestar derivat



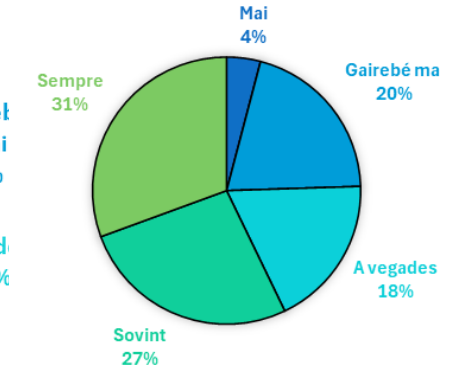
**Figura H7**  
Instagram



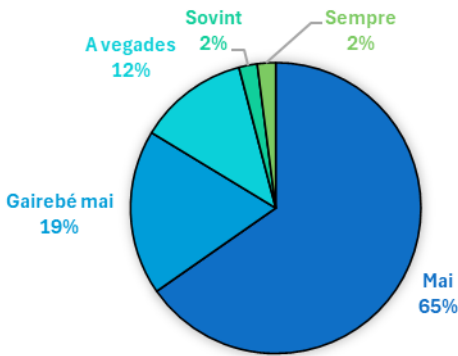
**Figura H8**  
TikTok



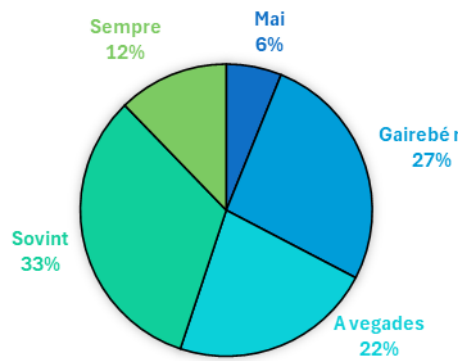
**Figura H9**  
WhatsApp



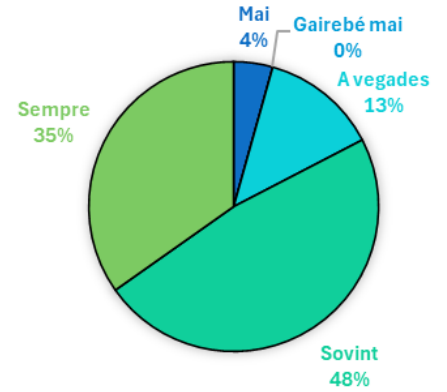
**Figura H10**  
X (Twitter)



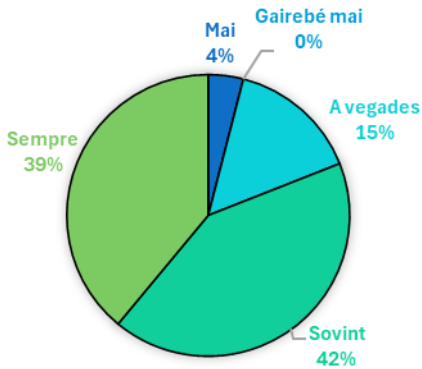
**Figura H11**  
YouTube



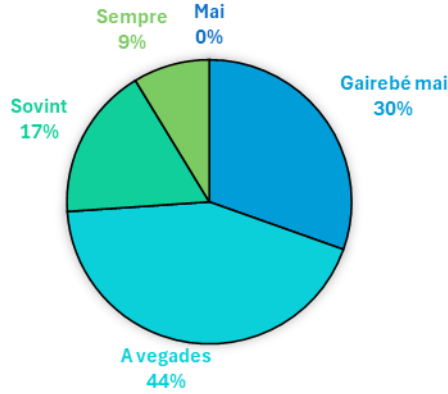
**Figura H12**  
Diversió grup control



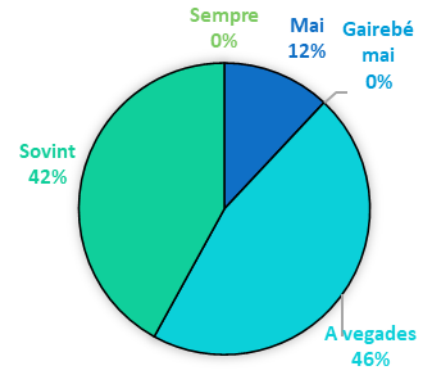
**Figura H13**  
Diversió grup experimental



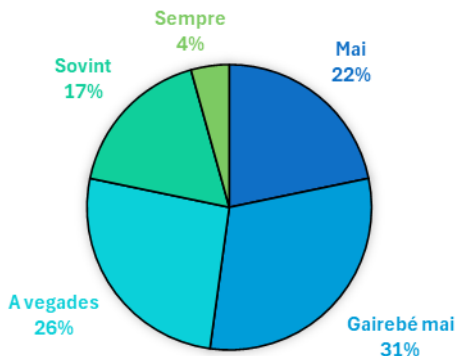
**Figura H14**  
Aprentatge grup control



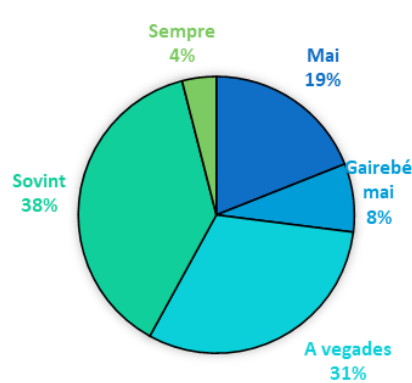
**Figura H15**  
Aprentatge grup experimental



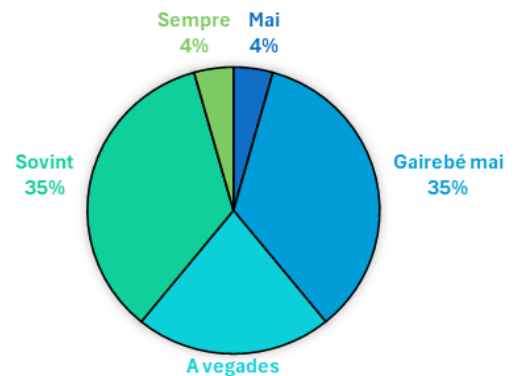
**Figura H16**  
Inspiració grup control



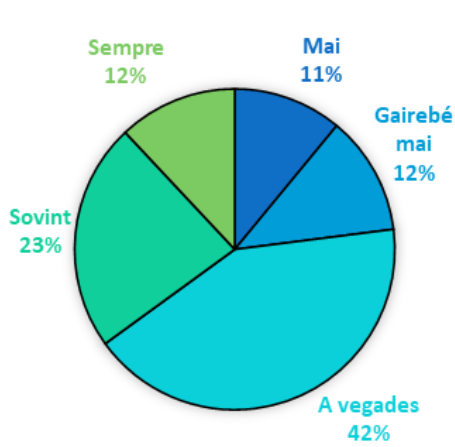
**Figura H17**  
Inspiració grup experimental



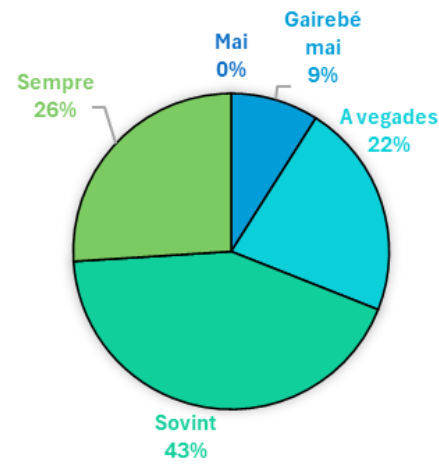
**Figura H18**  
Actualització grup control



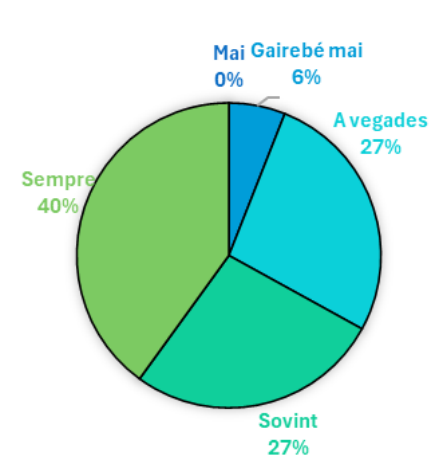
**Figura H19**  
Actualització grup experimental



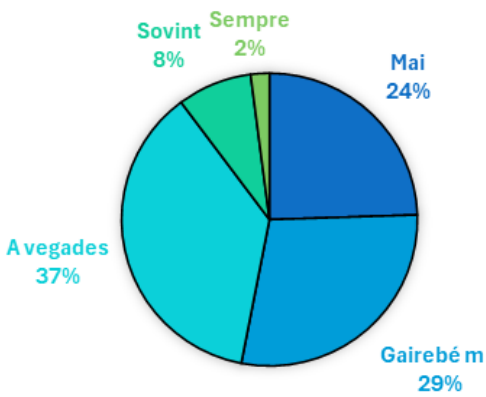
**Figura H20**  
Comunicació grup control



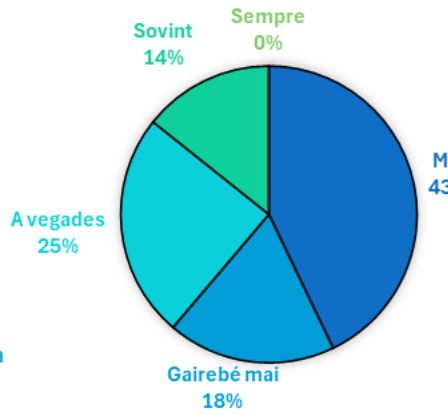
**Figura H21**  
Comunicació grup experimental



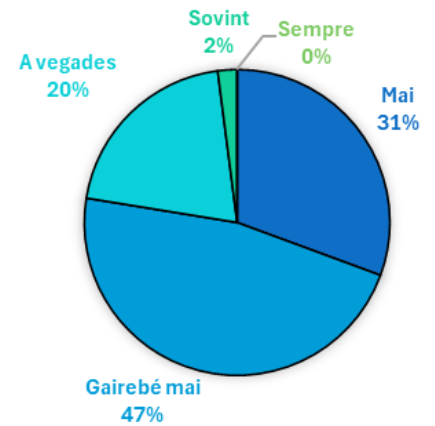
**Figura H22**  
Disconformitat personal derivada de les xarxes socials



**Figura H23**  
Retroalimentació

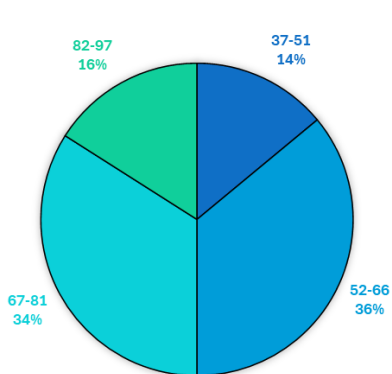


**Figura H24**  
Missatges ofensius

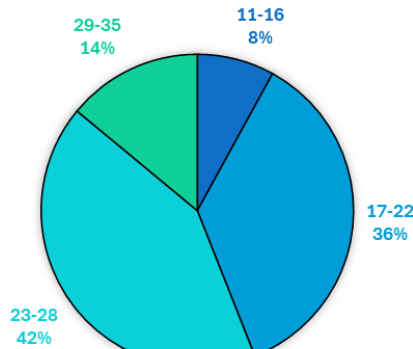


**Part 3: Variable autoestima i les seves dimensions**

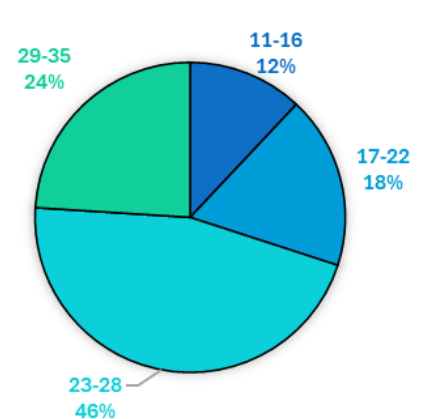
**Figura H25**  
Autoestima Estat



**Figura H26**  
AE Rendiment

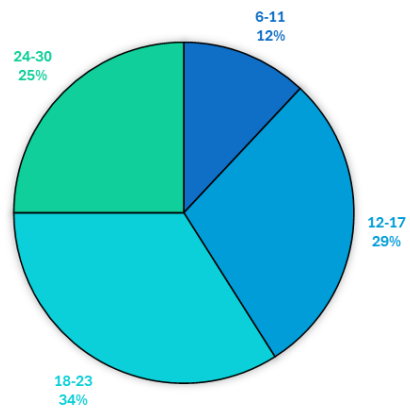


**Figura H27**  
AE Social



**Figura H28**

### AE Aparença



## 8.9 Annex I. Comportament entre la variable TikTok i l'autoestima

A continuació, es presenta una taula creuada que pretén exposar de forma més descriptiva, com es relacionen les variables TikTok i Autoestima.

**Taula I1**

*Taula creuada de les puntuacions extrems en la variable freqüència d'ús del TikTok i puntuació total d'autoestima estat*

<b>Puntuació total AE Estat</b>		<b>37-61</b>	<b>62-78</b>	<b>79-94</b>
<b>Freqüència TikTok</b>	<b>Mai</b>	2	1	6
	<b>Gairebé mai</b>	2	1	1
	<b>A vegades</b>	0	4	1
	<b>Sovint</b>	3	4	2
	<b>Sempre</b>	12	7	3
<b>Total subjectes</b>		19	17	13

*Nota: n=49*

La distribució de les puntuacions en relació amb la freqüència d'ús del TikTok és diferent segons el nivell d'autoestima estat presentat. Els subjectes amb puntuacions més baixes en autoestima estat (entre 37 i 61 punts) tendeixen a presentar una major freqüència d'ús del TikTok, la majoria indiquen un ús de "sempre". En canvi, el grup amb puntuacions mitjanes-elevades (62-78) presenten una distribució més equitativa entre les diferents freqüències d'ús de la plataforma.

Finalment, les persones amb una autoestima més elevada (interval de 79 i 94 punts) la majoria afirmen que mai utilitzen el TikTok (extrem de l'escala oposat que el que havien indicat els participants del primer interval). Aquesta descripció gràfica, també dona suport a la idea de correlació negativa entre autoestima i l'ús d'aquesta xarxa social.

### 8.10. Annex J. Estadístics descriptius de la puntuació total en el *State Self-Esteem Scale (SESS-20)*

A continuació es mostren els estadístics descriptius de la puntuació extreta en l'escala *State Self-Esteem Scale (SESS-20)* del grup control i experimental en la mesura posttest.

**Taula J**

*Estadístics descriptius de la puntuació total del SESS-20 del grup experimental i control en la mesura postintervenció*

		<b>N</b>	<b>Mitjana</b>	<b>D. t.</b>	<b>Màxim</b>	<b>Mínim</b>
<b>Autoestima estat _Post</b>	<b>Grup experimental</b>	26	70.5	3.2	95	38
	<b>Grup control</b>	23	66.35	2.5	82	40
<b>Autoestima rendiment _Post</b>	<b>Grup experimental</b>	26	24	1	32	11
	<b>Grup control</b>	23	23.1	0.9	30	12
<b>Autoestima social _Post</b>	<b>Grup experimental</b>	26	25.9	1.1	35	11
	<b>Grup control</b>	23	24.5	0.9	31	13
<b>Autoestima aparença _Post</b>	<b>Grup experimental</b>	26	20.5	1.11	30	8
	<b>Grup control</b>	23	18.7	1	25	8

### 8.11 Annex K. Comparativa estadístics descriptius mesures pre i postintervenció del grup experimental

Tot seguit es mostren els estadístics descriptius de les mesures pre i post intervenció del grup experimental en la variable d'autoestima estat (i les seves dimensions).

**Taula K**

*Comparació dels estadístics descriptius de la puntuació total del SESS-20 del grup experimental, en les mesures pre i post intervenció*

		<b>N</b>	<b>Mitjana</b>	<b>D. t.</b>	<b>Mitjana error estàndard</b>
<b>Autoestima estat</b>	<b>Grup exp. pre</b>	26	66.9	16	3.142
	<b>Grup exp. post</b>	26	70.5	16.3	3.200
<b>Autoestima rendiment</b>	<b>Grup exp. pre</b>	26	23.2	4.9	0.952
	<b>Grup exp. post</b>	26	24	5.1	1.011
<b>Autoestima social</b>	<b>Grup exp. pre</b>	26	24,3	6.9	1.351
	<b>Grup exp. post</b>	26	24.9	7.2	1.417
<b>Autoestima aparença</b>	<b>Grup exp. pre</b>	26	19.3	6	1.184
	<b>Grup exp. post</b>	26	20.5	5.8	1.143

## 8.12 Annex L. Indicadors qualitius

Taula L1

Indicadors qualitius per interpretar els resultats de les sessions

<b>Indicadors qualitius</b>	
<b>1. Comprensió</b>	<b>0 punts:</b> la persona no demostra una comprensió del contingut explicat ni de les activitats requerides.
	<b>1 punt:</b> la comprensió del subjecte és variable segons el contingut o exercici requerit.
	<b>2 punts:</b> la persona entén la totalitat dels requisits de l'activitat o contingut tractat.
<b>2. Implicació</b>	<b>0 punts:</b> el participant no mostra atenció ni interès a realitzar la tasca.
	<b>1 punt:</b> la persona s'implica i s'interessa en alguns dels exercicis requerits.
	<b>2 punts:</b> participa activament a l'activitat i s'esforça a l'hora de realitzar-la.
<b>3. Aplicació pràctica (trasferència)</b>	<b>0 punts:</b> l'alumne/a no és capaç de posar en pràctica el contingut treballat durant la sessió.
	<b>1 punt:</b> el subjecte en ocasions sap aplicar el material explicat a la sessió.
	<b>2 punts:</b> la persona és capaç d'aplicar la totalitat dels conceptes treballats.
<b>4. Introspecció</b>	<b>0 punts:</b> el subjecte no sap identificar el seu estat intern.
	<b>1 punt:</b> l'alumne/a és capaç d'identificar com es va sentir o com se sentiria, pensaria, o actuaria, en algun context.
	<b>2 punts:</b> la persona comprèn com se sentiria, pensaria o actuaria en qualsevol ocasió. Relacionat amb un grau d'autoconeixement elevat.
<b>5. Cerca d'ajuda</b>	<b>0 punts:</b> treballa de forma autònoma.
	<b>1 punt:</b> necessita o sol·licita ajuda en una ocasió.
	<b>2 punts:</b> demana o requereix suport en diverses ocasions.
<b>6. Resultats</b>	<b>0 punts:</b> manca de realització dels exercicis o no ha seguit les instruccions.
	<b>1 punt:</b> el grau d'eficàcia és variable segons l'exercici o activitat.
	<b>2 punts:</b> duu a terme totes les activitats correctament.

### 8.13 Annex M. Anàlisi qualitativa individual

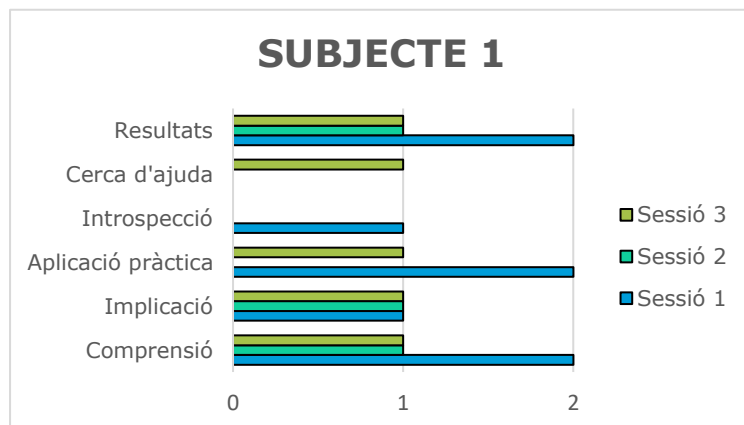
Es presenta la valoració del treball dut a terme a les diferents sessions de cadascun dels subjectes. En total són 26 participants i estan ordenats segons el número de llista.

**Subjecte 1:** com es pot observar, el subjecte presenta un rendiment i implicació variable al llarg de les tres sessions. Els resultats més positius es donen el primer dia.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** li dona més importància a les característiques que avalua com a positives d'ell mateix que a les negatives. No es compara amb els altres i no pensa que hagi de millorar res d'ell mateix. S'identifica certa prepotència i egocentrisme.

**Figura M1**

*Subjecte 1*



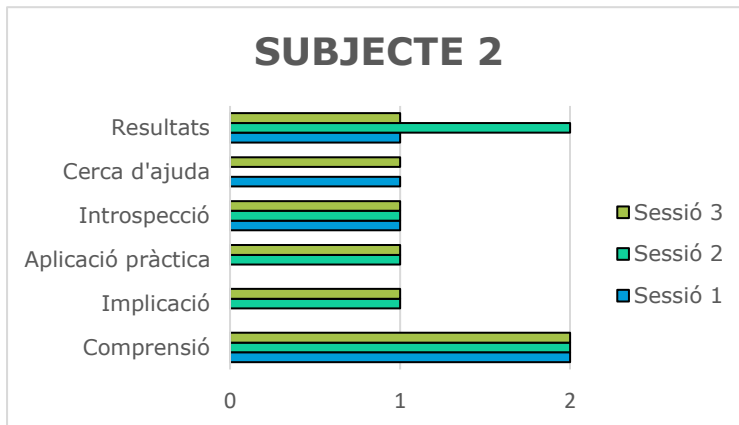
**Subjecte 2:** és un subjecte molt mogut, s'aixeca contínuament de la cadira mentre es realitzen els exercicis proposats. S'observa una manca d'introspecció important, però tampoc demana ajuda. Vaig anar amb ell diversos cops per animar-lo que fes les fitxes o activitats proposades.

Els exercicis que són més demandants no els respon o ho fa de qualsevol manera sense esforç.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** valora més els aspectes negatius d'ell que no els positius. S'acostuma a comparar i de forma més freqüent en el context de les xarxes socials. Majoritàriament són comparacions ascendents (*upwards*).

**Figura M2**

*Subjecte 2*

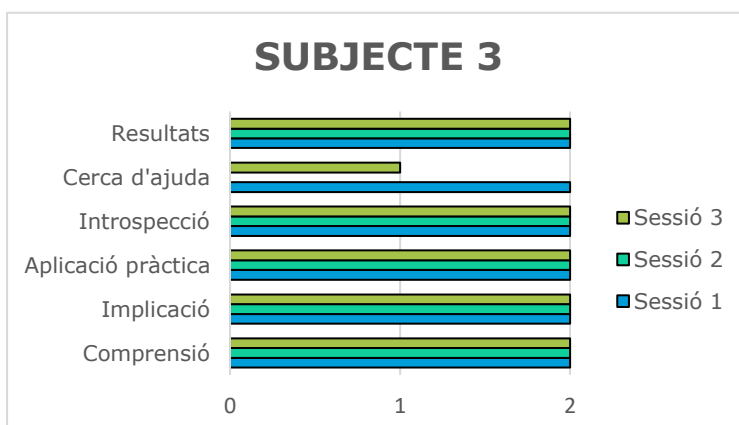


**Subjecte 3:** és una persona implicada i que duu a terme les diferents activitats proposades amb esforç i dedicació. Presenta respostes elaborades i les relaciona amb el treballat a la sessió.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** és capaç d'identificar i valorar tant les seves virtuts com les seves limitacions. Acostuma a realitzar comparacions de tipus descendent (*downward*) i ascendent (*upward*). A més, declara que les acostuma a realitzar tan a la vida real com via *on-line*.

**Figura M3**

*Subjecte 3*

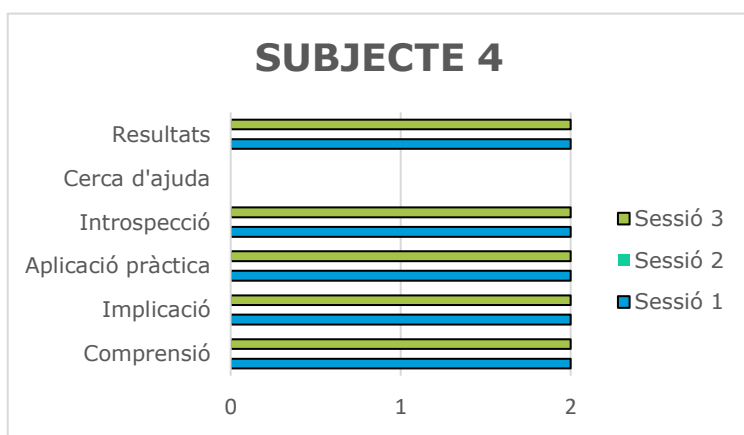


**Subjecte 4:** presta atenció als continguts treballats a classe i els té en compte a l'hora de completar les fitxes de treball.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** acostuma a donar més pes a les seves limitacions o a allò que no se li dona bé, que a les seves fortaleces. Tendeix a realitzar comparacions ascendents (*upward*) i a la vida real.

**Figura M4**

*Subjecte 4*



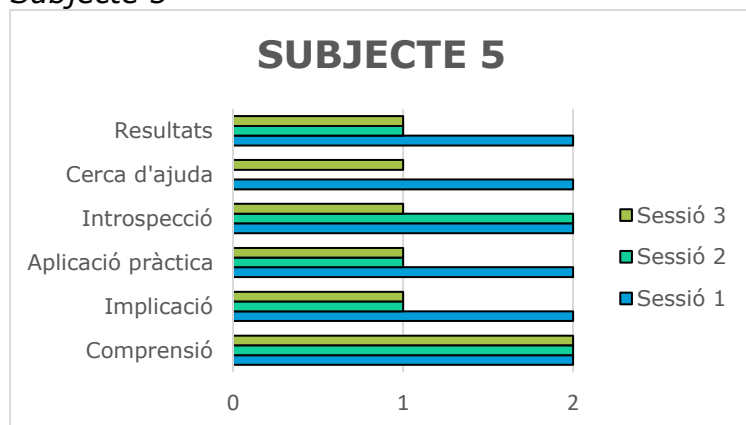
*Nota: No ha assistit a la Sessió 2.*

**Subjecte 5:** mostra un ritme de treball molt fluctuant. Tendeix a presentar una actitud passiva i a l'hora de fer les activitats, fa el mínim possible.

Aspectes relacionats amb l'autoestima: tendeix a donar més valor als seus punts forts que a les seves debilitats. Acostuma a comparar-se amb els altres i les comparacions són majoritàriament de tipus descendent (*downward*).

**Figura M5**

*Subjecte 5*

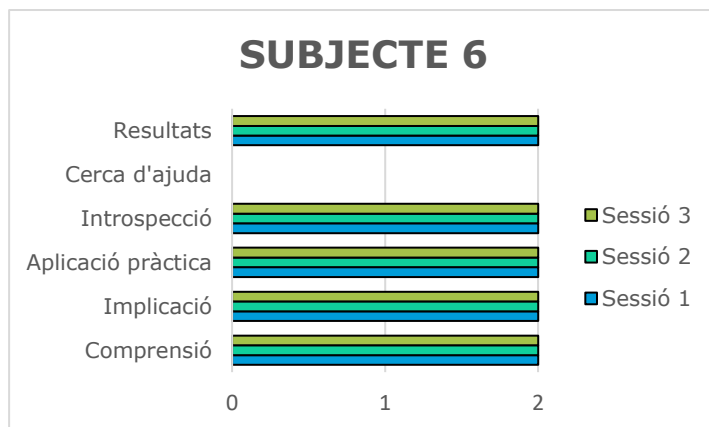


**Subjecte 6:** s'observa una implicació excel·lent en aquesta participant. El seu grau d'esforç és constant i les seves respostes reflecteixen esforç i reflexió. Molt bona capacitat d'introspecció i de fixar-se objectius i accions per tal de viure amb propòsit i de forma conscient.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** s'observen indicis de baixa autoestima física. Acostuma a valorar més els aspectes negatius personals que els positius. Tendeix a realitzar comparacions de tipus ascendent (*upward*) i descendent (*downward*), tant a la vida real com a través de les plataformes *on-line*.

### Figura M6

Subjecte 6



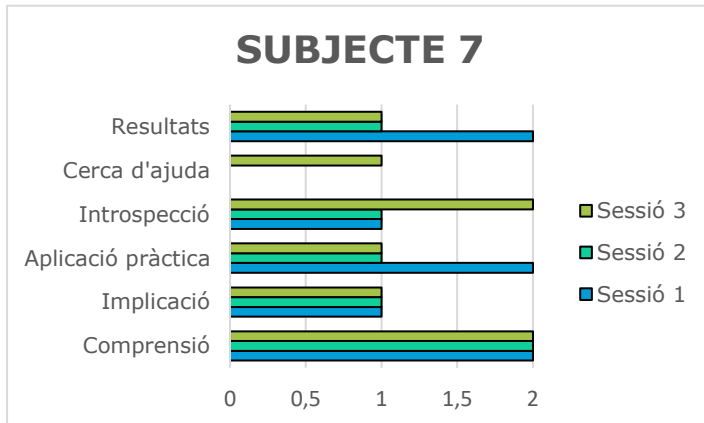
**Subjecte 7:** la seva actitud i esforç depèn de l'activitat que realitzi. Aquells exercicis més demandants no els completa o ho fa de forma molt superficial.

Es distreu fàcilment i parla constantment amb els seus companys. S'observa impulsivitat en les respostes, ja que hi ha moltes respostes rectificades.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** valora les seves virtuts i identifica i accepta les seves limitacions. S'acostuma a comparar més en la vida real que no a través de les xarxes socials. Les comparacions que acostuma a fer són ascendents (*upward*).

## Figura M7

### Subjecte 7

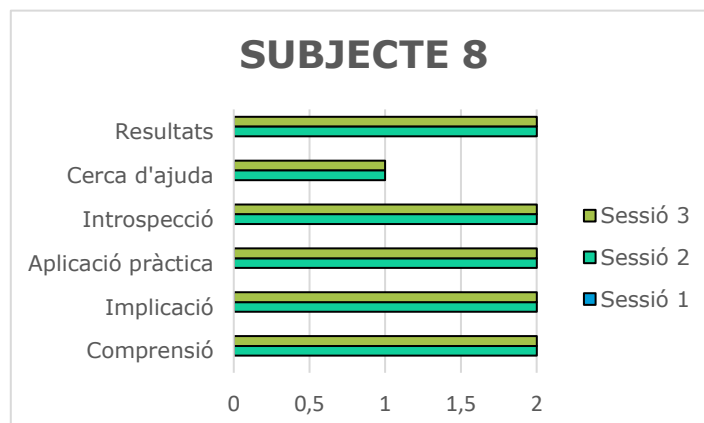


**Subjecte 8:** és una persona que s'implica en les diferents dinàmiques i exercicis que es proposen. No obstant, molts cops es despista i se li ha de reconduir l'atenció perquè continuï amb la tasca que havia començat.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** es centra amb els aspectes que valora com a negatius d'ella i no li dona importància en allò bo que té. Acostuma a comparar-se molt, tan a la vida real com a través de les xarxes socials i aquestes solen ser ascendents (*upward*).

## Figura M8

### Subjecte 8



*Nota: no ha acudit a la primera sessió.*

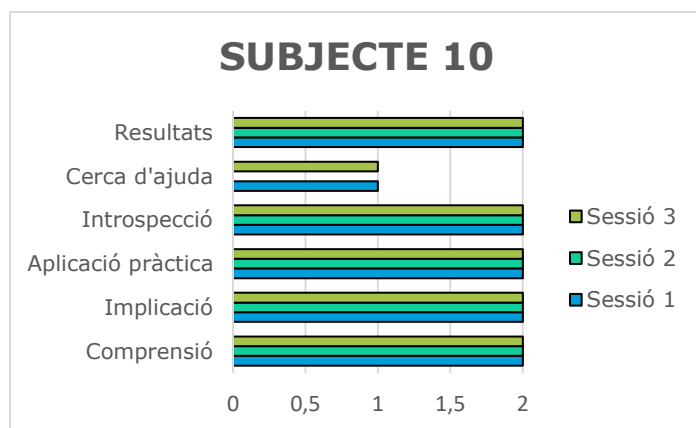
**Subjecte 10:** presenta un grau d'implicació elevat. És capaç d'incorporar els conceptes treballats a classe a l'hora de respondre les fitxes de treball. És una persona reflexiva i amb gran capacitat d'introspecció.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** Tendeix a donar més importància a les característiques personals que avalua com a negatives que a les positives. Li costa identificar virtuts d'ella i les seves respostes denoten una baixa autoestima física.

Acostuma a realitzar comparacions de tipus ascendent (*upward*), tant a la vida real com via *on-line*.

### Figura M10

*Subjecte 10*



**Subjecte 11:** posa atenció a les diferents activitats i exercicis proposats, i dona respostes de qualitat i amb contingut.

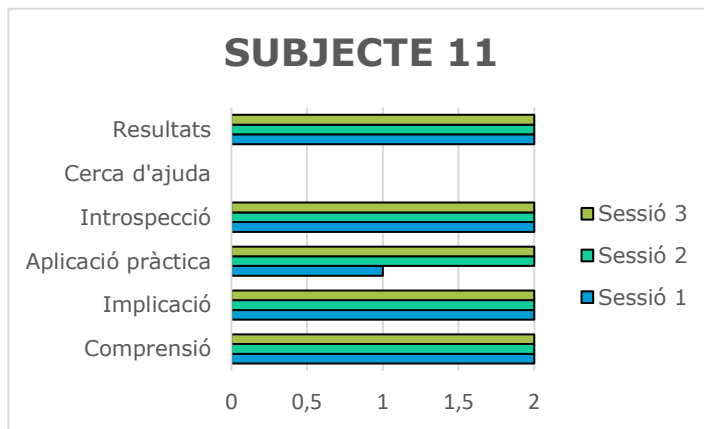
Està atenta sempre, no se li ha de cridar mai l'atenció.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** tot i que sap identificar les seves qualitats i limitacions, li dona més importància a allò que li costa o no hi té traça. Les seves respostes denoten baixa autoestima física i acadèmica. És molt autoexigent amb sí mateixa, i es proposa objectius poc realistes que encara poden perpetuar més aquesta percepció negativa d'ella.

Té molta tendència a comparar-se amb els altres, acostuma a fer comparacions ascendents (*upward*), i sobretot a les xarxes socials. També comenta que tothom és millor que ella.

## Figura M11

### Subjecte 11

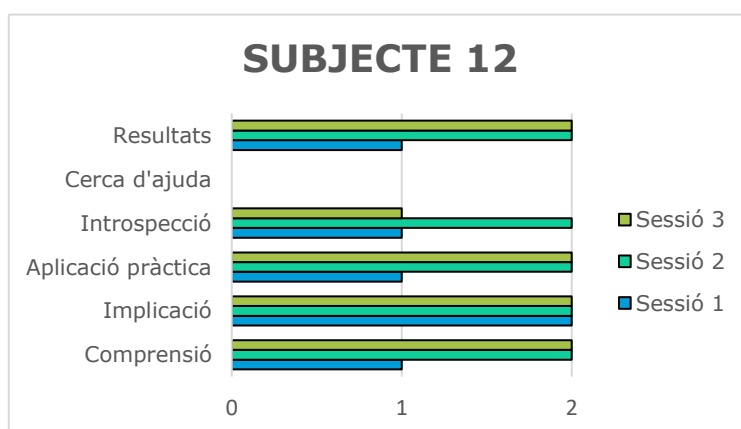


**Subjecte 12:** el seu rendiment i grau d'implicació és variable. A vegades s'esforça molt i completa els diferents exercicis relacionant-los amb el contingut treballat. Tanmateix, en altres ocasions dona respostes senzilles i curtes que no reflecteixen el que s'ha explicat a classe.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** presenta una autoestima física molt baixa, tot i que explica que el programa li ha anat bé per acceptar-se. Tendeix a fixar-se en allò que no li agrada d'ella i acostuma a realitzar comparacions ascendents (*upwards*).

## Figura M12

### Subjecte 12

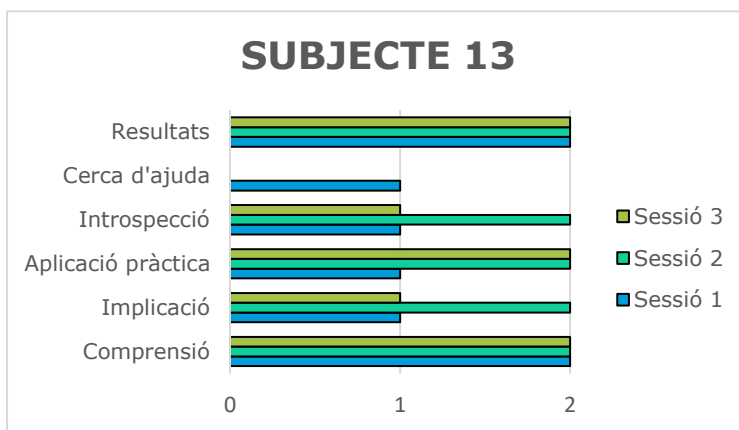


**Subjecte 13:** Tot i que s'esforça, el seu grau d'implicació és variable segons l'actitud d'aquell dia. En les sessions 1 i 3 les respostes eren curtes i senzilles, amb poc contingut. En canvi, a la sessió 2 ja va poder puntuar el màxim, ja que va posar atenció i va reflexionar a l'hora d'escriure les respostes.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** li dona més valor als aspectes positius personals que no pas als que avalua de forma negativa. S'acostuma a comparar més a través de les xarxes socials, que no en la vida real. Fa tant comparacions ascendents (*upward*) com descendents (*downward*).

### Figura M13

#### Subjecte 13

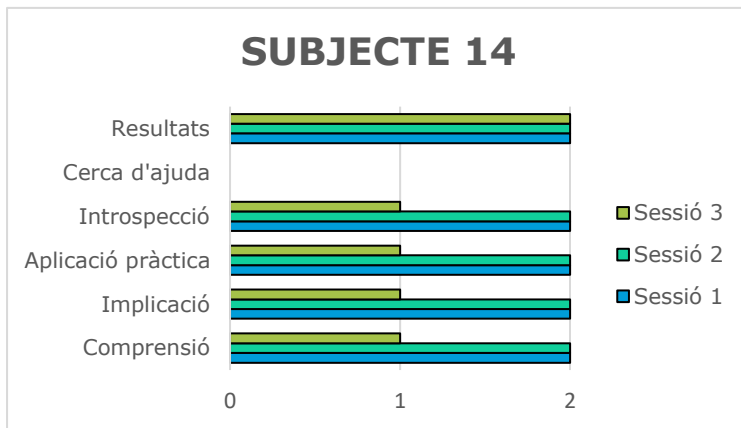


**Subjecte 14:** s'implica en les diverses dinàmiques i activitats proposades, tret de l'últim dia en què el seu rendiment i esforç va disminuir una mica. Acostuma a saber aplicar els conceptes i exercicis treballats en les diferents sessions.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** dona més importància als trets personals que avalua de forma positiva que els que avalua de forma negativa. Les comparacions les acostuma a fer en la vida real i de tipus ascendent (*upward*).

## Figura M14

### Subjecte 14

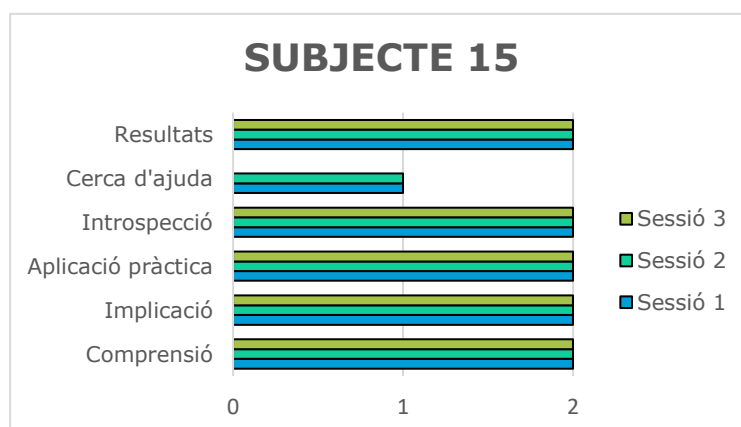


**Subjecte 15:** mostra una participació activa en totes les sessions. Presta atenció a les activitats que se li demanen i respon tenint en compte els continguts treballats a classe.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** dona més valor als seus "defectes" que a les seves virtuts. S'acostuma a comparar més a la vida real que no a través de les xarxes socials, normalment són de tipus ascendent (*upward*).

## Figura M15

### Subjecte 15

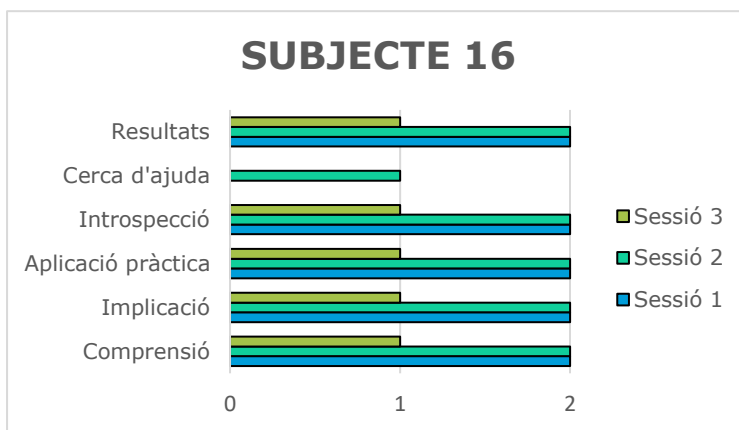


**Subjecte 16:** cal destacar que cuida molt la presentació dels exercicis que presenta. Utilitza gran varietat de bolígrafs de colors per fer més atractiu el que ella explica. Les seves respostes són molt elaborades i denoten un grau elevat de reflexió.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** presenta un elevat autoconeixement: sap identificar les seves virtuts i defectes, i té molt clars els seus objectius vitals. Li dona més valor a allò que valora com a bo d'ella mateixa que allò que no li agrada o no se li dona bé. No obstant això, a l'hora de comparar-se, tendeix a fer-ho amb més freqüència en el context de les xarxes socials, la majoria de les comparacions que fa solen ser de tipus ascendent (*upward*).

### Figura M16

Subjecte 16

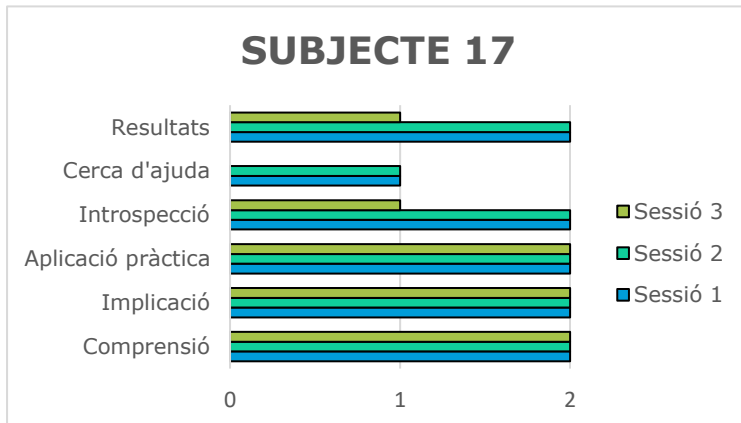


**Subjecte 17:** sap aplicar el que s'ha treballat durant la sessió. Es percep dedicació i esforç en allò que fa.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** acostuma a donar més importància a allò que no li agrada d'ella. En diverses ocasions comenta que se sent inferior als altres i a vegades li costa relacionar-se amb els altres companys. Explica que acostuma a fer comparacions ascendents (*upward*), i sobretot a la vida real.

## Figura M17

### Subjecte 17

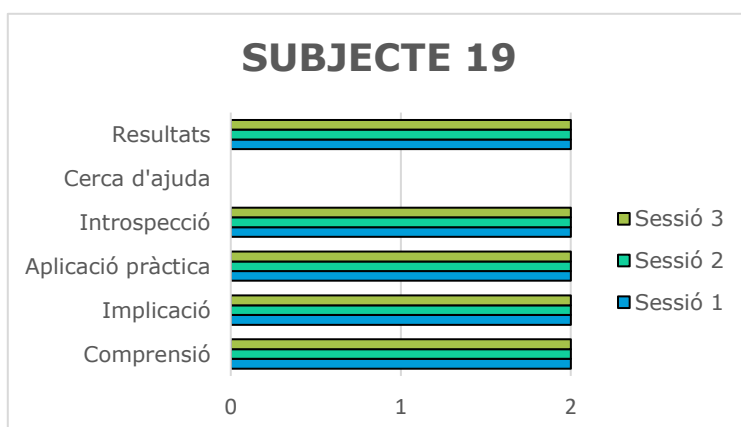


**Subjecte 19:** realitza el treball de forma autònoma. S'observa una gran comprensió i adquisició dels conceptes treballats a les sessions, i sap integrar-los i fer els exercicis basant-se en aquests.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** valora tant les característiques positives com negatives d'ell mateix. Acostuma a realitzar comparacions ascendents (*upward*).

## Figura M18

### Subjecte 19

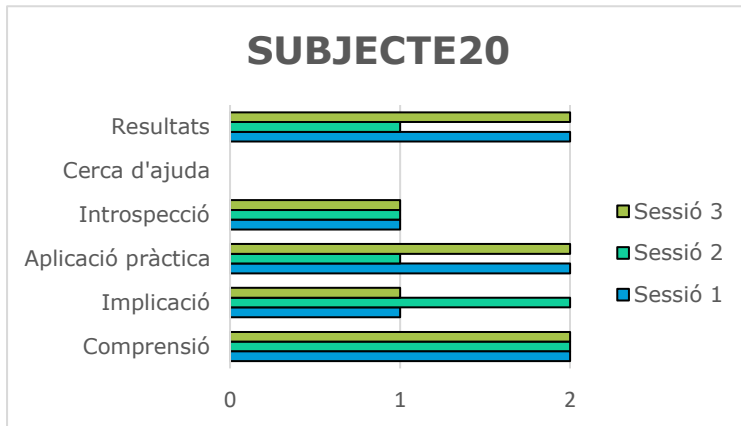


**Subjecte 20:** presenta un rendiment variable. Els exercicis que impliquem introspecció o que requereixen una mica més d'esforç només els completa de forma parcial.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** li dona molta importància a allò que li costa, és per això que en aquelles activitats que són més demandants no els respon per por de fer-los malament. Acostuma a comparar-se amb els altres, tant a la vida real com via *on-line*, i ascendent (*upward*) i descendent (*downward*).

**Figura M19**

Subjecte 20

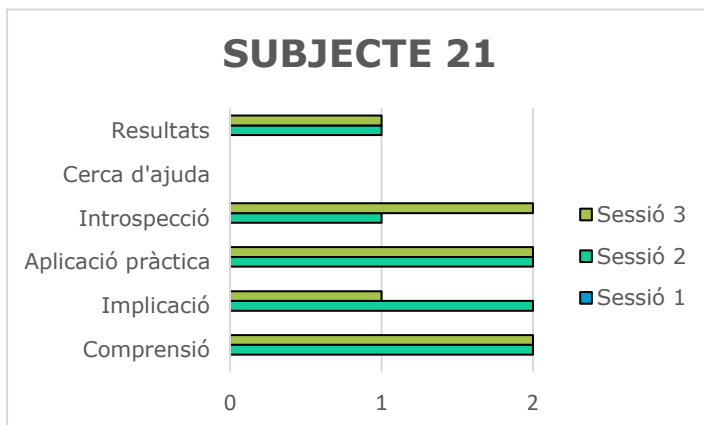


**Subjecte 21:** entén els conceptes treballats a classe i els sap aplicar. No obstant, li costa implicar-se i tendeix a donar respostes curtes i poc elaborades.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** té una visió negativa d'ella mateixa i acostuma a donar més importància a allò que valora com a negatiu d'ella. Acostuma a realitzar amb més freqüència, comparacions de tipus ascendent (*upward*) i a través les xarxes socials.

**Figura M20**

Subjecte 21



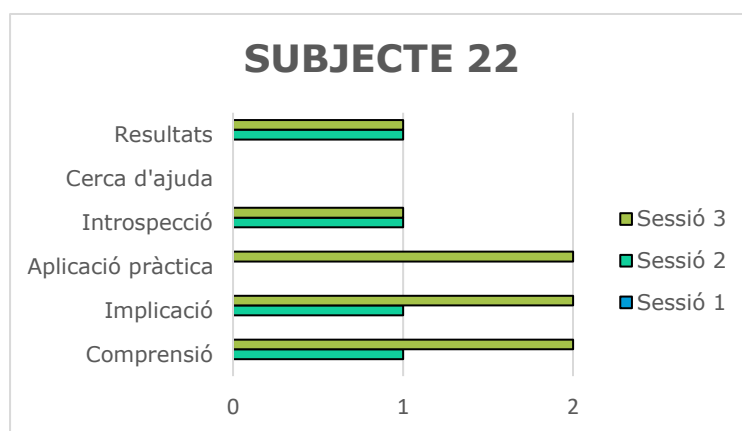
*Nota: no ha assistit a la primera sessió*

**Subjecte 22:** el seu grau d'implicació ha estat variable. En la fitxa de treball de l'última sessió les respostes eren elaborades i reflectien el contingut treballat. Malgrat això, a la sessió anterior no va estar gaire atent a la explicació teòrica o, almenys això va plasmar als exercicis realitzats.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** acostuma a realitzar comparacions ascendents (*upward*), tant a la vida real com a través de plataformes virtuals. Les seves respostes es relacionen amb baixa autoestima física.

### Figura M21

Subjecte 22

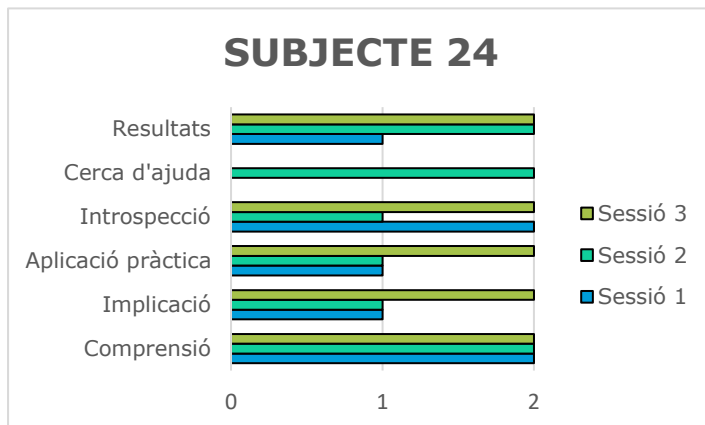


**Subjecte 24:** quan s'esforça i para atenció al què se li demana, sap respondre i aplicar el contingut treballat. No obstant, el seu rendiment és variable, segons l'exercici i l'actitud que tingui davant d'aquest, els resultats són molt bons o, millorables.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** li dona més valor a les seves virtuts que a les seves limitacions, això és un indicador de bona autoestima i d'autoacceptació. No obstant, tendeix a realitzar comparacions ascendents (*upwards*) cosa que podria fer que a la llarga es sentís disconforme amb si mateix.

## Figura M22

### Subjecte 24

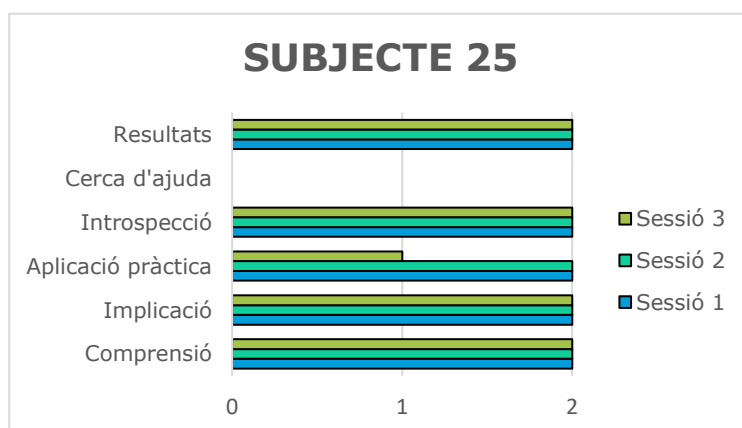


**Subjecte 25:** molt atenta i aplicada a les diferents sessions. Sap aplicar el contingut treballat i a les seves respostes inclou conceptes mencionats en les sessions. Presenta uns resultats excel·lents que denoten esforç.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** valora les seves virtuts per damunt de les seves limitacions o punts febles. Tot i això, tendeix a comparar-se amb l'altre gent a través de les xarxes socials i, acostumen a ser comparacions ascendents (*upward*).

## Figura M23

### Subjecte 25

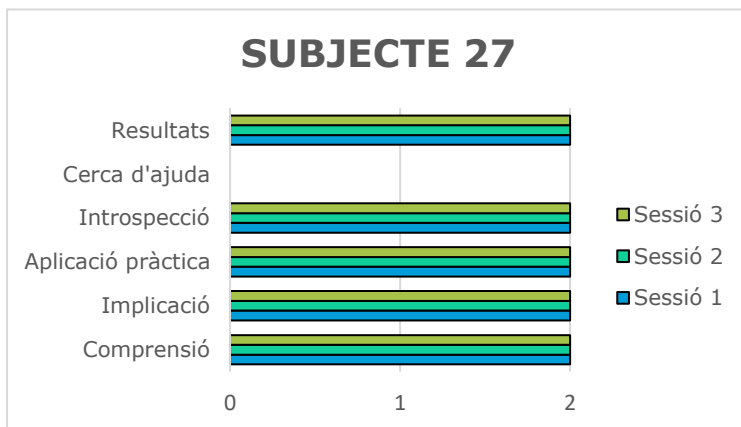


**Subjecte 27:** s'implica molt en els diferents exercicis i sempre és voluntari quan es fa alguna pregunta o quan es proposa algun exercici.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** presenta un grau alt elevat d'autoconeixement, sap identificar tant les seves forteses com les seves limitacions. A més, té molt clars els objectius vitals i les accions que ha de realitzar per aconseguir-los. Li dona més valor a les característiques positives d'ell mateix. Pel que fa a la comparació social, tendeix a comparar-se amb de forma ascendent (*upward*), tot i que a vegades també fa comparacions descendents (*downward*).

**Figura M24**

*Subjecte 27*

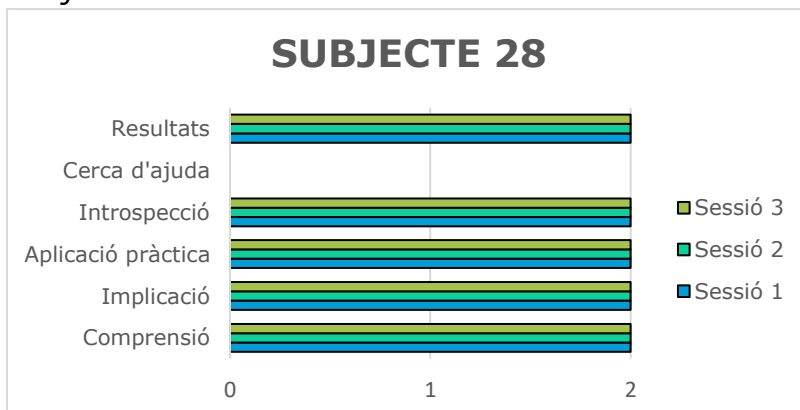


**Subjecte 28:** s'implica molt i això és quelcom que es reflecteix a la feina que realitza. Respon atenent el contingut treballat a classe i molts cops en les seves explicacions introdueix conceptes que hem treballat a classe.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** tendeix a valorar més les seves virtuts que el que avalua com a defectes. A les xarxes socials tendeix a comparar-se de forma ascendent (*upward*) amb els altres usuaris.

**Subjecte M25**

*Subjecte 28*

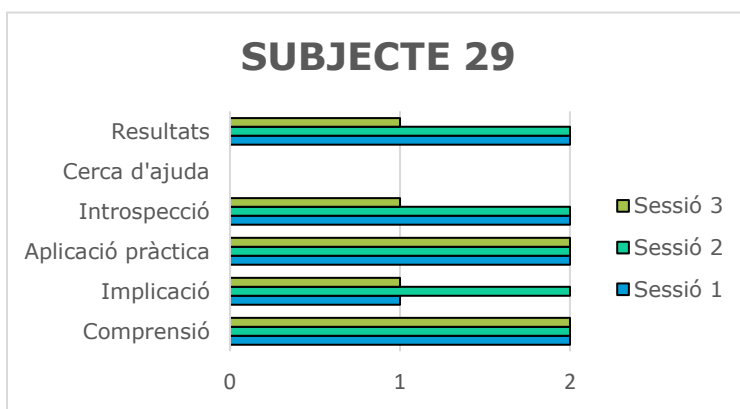


**Subjecte 29:** el seu rendiment és variable durant les tres sessions. Depenent de l'activitat i del dia, el seu grau d'implicació varia.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** es sobrefocalitza en allò que no se li dona bé. Comenta que acostuma a comparar-se tant a la vida real com en el context de les xarxes socials, i que acostumen a ser comparacions ascendents (*upward*).

### Figura M26

Subjecte 29

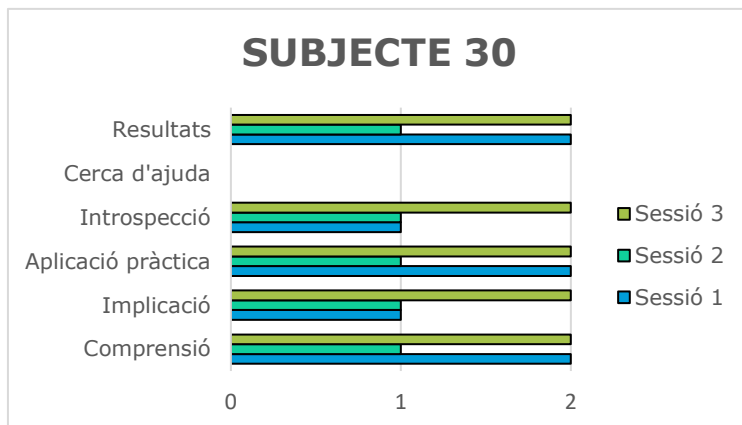


**Subjecte 30:** és capaç d'aplicar els conceptes treballats a les diferents sessions tot i que els exercicis que comporten més esforç o un grau elevat d'introspecció, no els completa. Això podria indicar que el seu grau d'implicació és baix.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** li dona més valor a allò que no se li dona bé que a les seves virtuts i potencialitats. S'acostuma a comparar en més freqüència via *on-line* que a la vida real. A més, se sol comparar de forma ascendent, és a dir, mitjançant comparacions *upward*.

## Figura M27

### Subjecte 30



**Subjecte 31:** s'esforça i s'implica en totes les tasques i exercicis proposats. Dona respostes elaborades i que denoten reflexió.

**Aspectes relacionats amb l'autoestima:** dona molta importància als seus defectes i li costa identificar característiques positives d'ella. Les seves respostes es relacionen amb una possible baixa autoestima física. Acostuma a comparar-se tant a la vida real com *on-line* i ho fa ascendentment (*upward*).

## Figura M28

### Subjecte 31

