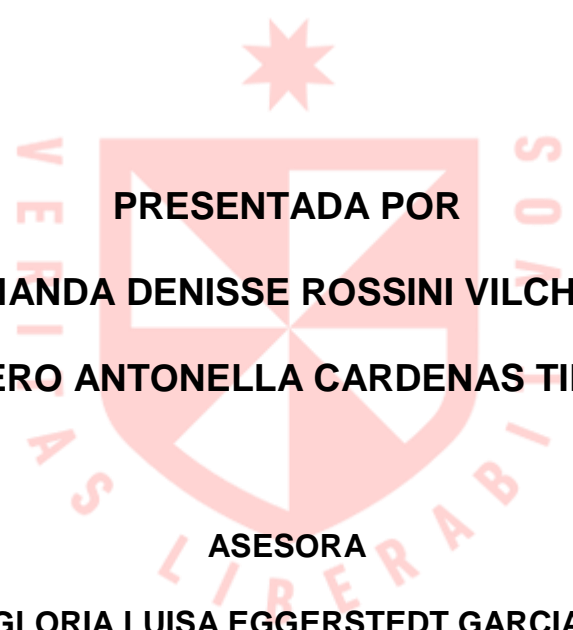


FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

**AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES
EN ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE
SECUNDARIA DE COLEGIOS NACIONALES DE LIMA
METROPOLITANA**



PRESENTADA POR
AMANDA DENISSE ROSSINI VILCHEZ
LUCERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI
ASESORA
GLORIA LUISA EGGERSTEDT GARCIA

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
PSICOLOGÍA

LIMA – PERÚ

2024



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

**AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN
ADOLESCENTES DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA DE
COLEGIOS NACIONALES DE LIMA METROPOLITANA**

**TESIS PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

**PRESENTADA POR:
AMANDA DENISSE ROSSINI VILCHEZ
LUCERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI**

**ASESORA:
DRA. GLORIA LUISA EGGERSTEDT GARCIA
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6552-5284>**

LIMA, PERÚ

2024

Dedicatoria

Para mí, por el esfuerzo, dedicación y
perseverancia que me ha traído hasta donde
estoy hoy.

Amanda Rossini

En honor a mi familia, que ha sido soporte
emocional en todo momento.

Lucero Cárdenas

REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

AUTOR

AMANDA DENISSE ROSSINI VILCHEZ LU CERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI

RECuento DE PALABRAS

16317 Words

RECuento DE CARACTERES

94295 Characters

RECuento DE PÁGINAS

80 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

4.9MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 28, 2024 8:39 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 28, 2024 8:41 AM GMT-5

● 11% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado



Dra Gloria Eggerstedt Garcia

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
REPORTE DE SIMILITUD.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	ix
1.1. Bases Teóricas	11
1.1.1. Evolución Conceptual de la Autoestima	11
1.1.5. Evolución Conceptual Adicción a Redes Sociales.....	18
1.2. Antecedentes de la Investigación.....	32
1.2.1. Nacionales.....	32
1.2.2. Internacionales	33
1.3. Planteamiento del problema.....	34
1.3.1. Descripción de la realidad problemática.....	34
1.4. Justificación de la investigación	36
1.5. Objetivos de la investigación.....	38
1.5.1. Objetivo General	38
1.5.2. Objetivos Específicos.....	38
1.6. Hipótesis	39
1.6.1. Hipótesis General.....	39
1.6.2. Hipótesis Específica.....	39

1.7. Definición Operacional de las Variables	40
CAPÍTULO II: Método.....	41
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	41
2.2. Participantes	41
2.3. Medición	42
2.3.1. Ficha Sociodemográfica	42
2.3.2. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)	42
2.3.3. Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS).....	43
2.4. Procedimiento.....	45
2.5. Aspectos Éticos	46
2.6. Análisis de datos.....	46
CAPÍTULO III: Resultados.....	47
3.1. Análisis descriptivo	47
3.2. Análisis inferencial: correlacional	50
CAPÍTULO IV: Discusión.....	52
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS	61
ANEXO A	74
ANEXO B	75
ANEXO C	76
ANEXO D	77
ANEXO E	78

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de la operacionalización de las variables	40
Tabla 2 Confiabilidad del Cuestionario de Autoestima de Rosenberg	43
Tabla 3 Confiabilidad del Cuestionario Adicción a las Redes Sociales.....	45
Tabla 4 Características sociodemográficas de la muestra.....	47
Tabla 5 Estadística descriptiva de las variables	48
Tabla 6 Niveles de ARS y sus dimensiones	49
Tabla 7 Niveles de ARS y autoestima en función a la cantidad de horas al día conectado a las RS.....	49
Tabla 8 Correlación entre la Autoestima y la Adicción a las Redes Sociales.....	50
Tabla 9 Correlación entre la Autoestima y las Dimensiones de Adicción a las Redes Sociales.....	51

RESUMEN

La adicción a las redes sociales es un riesgo psicosocial al que se encuentran expuestos los adolescentes debido al aumento del uso de la tecnología, generando consecuencias negativas como pérdida de control, irritabilidad, trastornos del sueño, bajo rendimiento académico, alteración de la percepción de si mismo, entre otros. Por ello la presente investigación tuvo como objetivo estudiar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas nacionales de lima metropolitana. El enfoque metodológico fue mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo-correccional y para la recolección de los datos se utilizaron la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014). Se evaluó a 218 alumnos, de ambos sexos, 70 varones y 148 mujeres entre los 15 y 17 años de edad ($M=15.9$, $DS=.54$) con los siguientes criterios de inclusión: estar cursando quinto año de secundaria, pertenecer a una (IE) nacional, ser adolescente y haber aceptado el consentimiento informado. Los resultados indican que el tipo de relación entre las variables de estudio es significativa negativa ($r = -.274$, $<.001$) y una correlación negativa entre la autoestima y las dimensiones obsesión ($r = -.313$, $<.001$), uso excesivo ($r = -.297$, $<.001$) y falta de control ($r = -.181$, $<.008$). Respecto al nivel de adicción el 91.73% de la muestra de estudiantes se encuentra en un nivel alto, adicionalmente se puede evidenciar que quienes se conectan entre 2 a 5 horas al día presentan un mayor nivel de adicción y menor autoestima.

Palabras claves: Adicción a redes sociales, autoestima, adolescentes.

ABSTRACT

Adolescents are exposed to a psychosocial risk of social media addiction due to increased technology usage, resulting in negative consequences such as loss of control, irritability, sleep disorders, poor academic performance, and altered self-perception. In light of this, the present research aimed to study the relationship between social media addiction and self-esteem among adolescents attending national educational institutions in metropolitan Lima. The methodological approach employed a cross-sectional design with a descriptive-correlational type. Data collection utilized the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and the Social Media Addiction Questionnaire (SMAQ) proposed by Eскурra and Salas (2014). A total of 218 students (70 males and 148 females) aged 15 to 17 years (mean age = 15.9, SD = 0.54) were evaluated based on the following inclusion criteria: currently in the fifth year of secondary education, attending a national educational institution, being adolescents, and having accepted informed consent. The results indicate a significant negative relationship ($r = -.274$, $p < .001$) between the study variables, with negative correlations observed between self-esteem and the dimensions of obsession ($r = -.313$, $p < .001$), excessive use ($r = -.297$, $p < .001$) lack of control ($r = -.181$, $p < .008$). Regarding addiction levels, 91.73% of the student sample falls into the high addiction category. Additionally, it is evident that those who connect to social media for 2 to 5 hours per day exhibit higher addiction levels and lower self-esteem.

Keywords: Addiction to social networks, self-esteem, teenagers.

INTRODUCCIÓN

La tecnología ha proporcionado una serie de ventajas y facilidades que han acelerado la adaptación y el avance en la satisfacción de necesidades de manera eficiente. Sin embargo, también se han evidenciado impactos adversos, principalmente relacionados con el uso de las redes sociales. Estos espacios virtuales, donde las personas establecen relaciones interpersonales e incluso emocionales, han resultado en una disminución del contacto físico, directo y personal, afectando la calidad de las relaciones humanas y el bienestar emocional.

Esta tendencia es especialmente notable en los adolescentes, quienes están inmersos en el mundo digital desde edades tempranas y muestran una dependencia cada vez mayor a las nuevas tecnologías. En el Perú, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2022), se ha observado un aumento significativo en el uso de Internet en menores de 18 años. En el 2020, el porcentaje de usuarios menores de edad alcanzó el 53,1%, en el 2021 aumentó al 57%, y en el 2022 llegó al 72,4%. Este incremento se atribuye, en gran medida, a la necesidad de adaptarse a la educación virtual y el confinamiento provocado por la pandemia de COVID-19. Estas cifras son esenciales para comprender la motivación detrás del uso excesivo de los entornos virtuales y su impacto en el desarrollo adolescente.

Numerosos estudios (Echeburúa, 2012; Boyd, 2014; Ecurra & Salas, 2014; Arab & Diaz, 2015) concluyen que las redes sociales son atractivas para los adolescentes debido a su capacidad para obtener seguidores, "me gusta" y comentarios. Estas interacciones virtuales ofrecen sensaciones de reconocimiento, valoración y aceptación que refuerzan su autoestima. Sin embargo, esta búsqueda de validación en línea puede tener repercusiones negativas en la autoevaluación

personal, llevando a una dependencia emocional y a una percepción distorsionada de uno mismo.

Esta investigación tiene como objetivo identificar la relación que existe entre la autoestima y la adicción a las redes sociales para comprender mejor el tipo de vinculación que los adolescentes mantienen con la tecnología en la actualidad. Para ello, se eligió un diseño de investigación empírica de tipo correlacional predictivo con la intención de encontrar asociaciones entre dichas variables. Además, se investigó a 218 alumnos de instituciones educativas nacionales de Lima, todos ellos adolescentes de 14 a 17 años.

La pesquisa está conformada por cuatro capítulos. El primero presenta el marco teórico y los antecedentes que sustentan la investigación, además de describir la realidad problemática y los objetivos e hipótesis. En el segundo capítulo, se desarrolla el tipo y diseño de investigación, se describen a los participantes, así como la medición y el análisis de los datos. El tercer capítulo muestra el análisis de los resultados y, finalmente, en el capítulo cuatro se discuten los resultados obtenidos, cerrando con las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: Marco Teórico

1.1. Bases Teóricas

1.1.1. Evolución Conceptual de la Autoestima

Para comprender la autoestima, numerosos autores han dedicado años de estudio y análisis a lo largo del tiempo. Cada uno de ellos ha desempeñado un papel crucial para dar inicio al análisis de esta compleja variable psicológica, han permitido sentar las bases para entender que importante es la autoestima en el desarrollo y progreso, personal y como sociedad.

James William (1890) en su libro: *"Principles of psychologist"*, define por primera vez a la autoestima como una auto evaluación que la persona hace en comparación con las habilidades de otros. Siendo así que una evaluación positiva está condicionada a la ausencia de alguien con habilidades similares; de lo contrario, se vería anulada. James argumentaba que una evaluación positiva de uno mismo está condicionada a la percepción de no tener competencia directa en las mismas habilidades. En otras palabras, si una persona posee ciertas habilidades y no encuentra a otros con habilidades similares para compararse, su autoestima será alta. Sin embargo, si esa persona encuentra a alguien con habilidades iguales o superiores, su autoestima puede verse afectada negativamente. En resumen, la autoestima es una evaluación dinámica y relativa, que depende significativamente del contexto social y de las comparaciones que uno hace con los demás. La autoestima no es fija ni absoluta, sino que varía según las circunstancias y las personas con las que nos comparamos.

Posteriormente, Adler (1927) resaltó que los individuos poseen una tendencia innata hacia el sentimiento de inferioridad, lo que los impulsa a hacer su mayor esfuerzo por reemplazar este sentimiento con una sensación de superioridad, construyendo el concepto sobre la estima de sí mismo en base a la baja autoestima.

Para Rosenberg (1965) autor de la teoría en la que se basa esta investigación, la autoestima es un constructo complejo que va más allá de una evaluación comparativa o calificación individual, en este sentido, se plantea la presencia de una variedad de factores que inciden en su formación. Esto quiere decir que, la autoestima surge de las influencias culturales compartidas en la comunidad, el entorno familiar y las relaciones interpersonales. Estos elementos convergen para configurar un fenómeno intrínsecamente personal, psicológico y social. Siendo así que el estudio proporcionado por el autor es fundamental para comprender la complejidad en la construcción de la autoestima.

Coopersmith (1967, como se citó en Branden, 1993) define la autoestima como la evaluación continua que el individuo realiza sobre sí misma. Esta evaluación incluye la expresión de actitudes de conformidad o desaprobación, así como la medida en que uno se considera digno y capaz. En esencia, representa un juicio personal de dignidad que se refleja en los comportamientos de la persona hacia sí misma. En resumen, para Coopersmith la autoestima es la percepción individual y subjetiva del propio valor. Esta percepción se muestra en la forma en que la persona se trata así misma, en sus pensamientos, sentimientos y comportamientos hacia su persona.

Del mismo modo, Maslow (1970) bajo su teoría de la motivación humana, menciona que la autoestima está determinada por una necesidad que no deviene de un sentimiento de inferioridad, sino más bien, de un deseo constante de sentirse merecedor y competente, de tener la capacidad suficiente para formar parte del entorno e interferir positivamente en él. Además, reconoce a la autoestima como la autoevaluación que se desprende de los logros, actividades y las funciones que desempeña la persona.

Consolidando los conceptos previos mencionados, Markus y Wurf (1987) señalan que, si bien la autoestima implica la evaluación personal de la valía, esta valoración se ve influenciada por valores culturales, es decir según lo considerado como valioso y significativo dentro de un determinado entorno cultural. Además, señala que la autoestima resulta de las expectativas que el entorno posee respecto a la persona. Sugiriendo entonces, que es el contexto socio cultural quien desempeña un rol esencial en la construcción y percepción de la estima de sí mismo.

Desde un abordaje más cognitivo y psicológico, Bednar et al. (1989) consideran que los pensamientos, creencias y emociones influyen en la autoestima, siendo este un atributo dinámico que puede, así como puede mantenerse estable también puede sufrir cambios a lo largo de la vida de un individuo, contemplando no solo factores contextuales sino más bien la cognición, emoción, conducta y percepción de la persona.

Años después, el psicólogo Nataniel Branden (1993) quien se dedicó a realizar múltiples trabajos en relación al concepto, la define como el poder experimentarse apto en la vida, y lo que se requiera para sobrevivir en ella,

expresándose en la confianza de las propias ideas y enfrentar obstáculos de la vida con la certeza del merecimiento de felicidad, dignidad y goce.

Por lo tanto, la autoestima se entiende como un proceso cognitivo y subjetivo que se desarrolla a través de la autopercepción de las propias competencias, y que a su vez está condicionada a la interacción con el entorno socio cultural. Los autores que se han dedicado a estudiarla, consideran que es un concepto que se compone de múltiples dimensiones esenciales para su comprensión, y que además la importancia de su análisis radica en que la autoestima es crucial para el florecimiento de la salud mental, siendo un recurso vital para afrontar los desafíos de la vida, siendo su ausencia un riesgo para adaptarnos a adversidades de manera efectiva.

1.1.2. Teoría de Autoestima de Rosenberg

Rosenberg (1965) observó la falta de estudios que abordaran cómo las experiencias sociales ejercen influencia en la construcción de la autoestima, a pesar de la existencia de investigaciones clínicas y experimentales sobre la naturaleza de este fenómeno. Motivado por esta brecha en el conocimiento desarrolló un instrumento de evaluación para adolescentes, con el propósito de comprender con mayor profundidad cómo se perciben a sí mismos en relación a su entorno. El autor describe a la autoestima como una evaluación subjetiva que comprende dos dimensiones fundamentales: la autoestima positiva, que refleja la confianza en uno mismo, y la autoestima negativa, relacionada a la devaluación personal. No obstante, a pesar de ser un fenómeno actitudinal, no escapa de las influencias culturales del entorno. Esto quiere decir que el grado de autoestima en un sujeto está determinado por la

autopercepción de los propios valores, y que tanto estos últimos, se ajustan a la sociedad, ya que se irán desarrollando a través de la interacción con otros.

La autoestima sería una construcción exclusiva, que está acompañada del auto concepto y la autovaloración que tiene la persona, las cuales son calificadas de forma positiva o negativa dependiendo de si son aceptadas o rechazadas por el mismo individuo que hace la autoevaluación, en el cual también se desprenden aspectos como el espacio del yo ideal y el yo real.

Autoestima negativa. Es el bajo nivel en el reconocimiento y autovaloración de los propios atributos, fortalezas y características individuales que conlleva a la manifestación de posturas, actitudes y pensamientos negativos de inferioridad y aflicción de incapacidad personal (Rosenberg,1965).

Así mismo, se expresa como la incapacidad de enfrentar cambios y nuevos retos, aferrándose la mayoría de las veces a situaciones conocidas y seguras, aunque esto suponga una rutina rígida. Las situaciones externas afectan su conducta, mostrándose dependientes y con pensamientos y actitudes pesimistas si perciben un entorno conflictivo. (Branden, 1993). Al no poseer estrategias de afrontamiento, se comportan con conformismo frente al fracaso. Experimentan constantemente sentimientos de tristeza y estados de depresión, tienden a la sumisión, lo que les conlleva a actitudes de ansiedad, miedo y agresividad sumergiéndose en estados de desolación. (Rodríguez et al., 1988).

Autoestima Positiva. En contraste con la autoestima negativa, esta autoevaluación positiva se destaca por la apreciación de uno mismo y la aprobación de sus propios atributos, así como el respeto hacia uno mismo y de

sus fortalezas. En estos casos, aquellos con una autoestima elevada experimentan sentimientos de optimismo, seguridad y confianza. (Rosenberg, 1965).

Además, la autoestima positiva se relaciona a la flexibilidad de adaptarse al entorno a pesar de las dificultades. De esta forma, generan respuestas innovadoras ante el fracaso y lo interpretan de una forma funcional, evidenciándose en la persona una mayor capacidad de racionalidad, intuición, creatividad y facilidad para aceptar errores, permitiéndoles experimentar la gratificación de ser parte de una comunidad o un espacio colectivo, logrando enriquecer sus vínculos, estimulando actos de compromiso, y la autenticidad, siendo menos propensos a tomar decisiones a consecuencia de la presión de grupo. Por tanto, es crucial entenderla no sólo como un sentimiento de aceptación, sino también como un sentido de autosuficiencia que facilita una proyección saludable hacia el resto. (González - Arratía, 2001). Esto facilita el progreso positivo hacia el bienestar y la salud, así como la adquisición de recursos para adaptarse al cambio de manera efectiva. (Álvarez et al., 2017).

1.1.3. Elementos de la Autoestima

Estos tres componentes operan en conjunto, de forma simultánea y armónica, en su defecto su desarrollo se vería afectado (Roa, 2013):

Elemento Cognitivo. Es la integración de la información que la persona tiene de sí. Está dotado de ideas, creencias, percepciones y opiniones sujetas al nivel de madurez y a la capacidad cognitiva del sujeto. Aquel procedimiento permite a la mente la representación de sí mismo. Entendiendo a esta representación como el autoconcepto que estará sostenida por las convicciones y creencias sólidas.

Elemento Conductual. Es la intención y la dirección de nuestros actos hacia la autoafirmación. La decisión de poner en práctica el esmero por lograr el bienestar, y obtener el respeto ante uno mismo y de los demás.

Elemento Afectivo. Es el proceso de autovaloración sobre nuestras cualidades y características. Resaltando nuestra sensibilidad y emotividad hacia lo que percibimos en nosotros mismos, nuestros valores y experiencias de vida, manifestándose en nuestra admiración o desprecio, así como en la respuesta al dolor o al gozo que experimentamos con nosotros mismos. El afecto constituye un pilar esencial en la estructura de la autoestima desde la niñez, siendo el entorno inicial, principalmente el familiar, el que establece los primeros vínculos de amor y confianza en la persona. (Gonzales, 2001).

1.1.4. Autoestima en la Adolescencia

Durante este periodo se experimentan cambios físicos, cognitivos y afectivos, que influyen en la percepción, comprensión y respuesta emocional frente a lo que ocurre en el entorno, dando inicio al proceso de construcción de la propia identidad. (Papalia, 2009). Definir y aceptar auténticamente la propia identidad constituye un periodo necesario y desafiante para los adolescentes. Durante este tiempo, exploran y reconocen quienes son, mientras experimentan cambios físicos que influyen en la percepción que tiene de sí mismo.

El adolescente alcanza un nivel de pensamiento abstracto más profundo, se vuelve más crítico consigo mismo, empleando un diálogo interno de juicios positivos o negativos sobre sus capacidades, su estilo personal, aptitudes, etc., y es la calidad de estos pensamientos lo que va a repercutir en su autoestima. Esta autocrítica también estará sostenida por cómo siente que

sus pares o sus figuras más importantes, lo perciben. Además, el trato que reciben de ellos a lo largo de los años, le dan lecciones acerca de lo seguro que está en el mundo, lo capaz que se siente y de que tanto depende de los demás. Este aprendizaje constituye el núcleo de sus capacidades, moldeando su nivel de confianza y desconfianza. Una manera sencilla de tener noción sobre el nivel de autoestima de un adolescente es mediante la observación de su capacidad para afirmarse a sí mismo: si logra consolidar sus ideas y opiniones, ejerciendo un juicio crítico, es consciente de sí mismo y expresa sus necesidades, toma decisiones de manera autónoma y forma parte de un grupo social manera sana, entonces está mostrando una autoestima saludable. Por el contrario, si se observa un auto sabotaje en la autoestima, manifestado en la falta de valoración personal e incapacidad de afirmarse, es indicativo de una autoestima disminuida. (Duclos et al., 2010).

1.1.5. Evolución Conceptual Adicción a Redes Sociales

La investigación sobre la adicción a las redes sociales tiene sus raíces en los trabajos pioneros de Goldberg, quien fue el pionero en darle connotación de adicción. En sus primeras definiciones, la conceptualizó como la conducta que genera ansiedad social y dificultades en el asertividad. Con el tiempo y el paso de los años, esta perspectiva inicial se enriqueció y evolucionó para incluir la falta de control, la disminución del rendimiento físico, alteraciones en el sueño y la disminución del interés en el entorno asociados al uso excesivo (Goldberg, 1995, citado en Young, 1998).

Posteriormente, Navarro y Rueda (2007) corroboraron esta idea al conceptualizarla como una dependencia psicológica, caracterizada por el aumento en el tiempo dedicado a su uso, experimentado por molestias y

frustración cuando la persona se encuentra desconectada y/o se presenta un problema de conexión que afecta la conducta obsesiva.

Echeburúa y De Corral (2010) la definieron como la falta de regulación y la alta tolerancia que resulta en síntomas de abstinencia, ira y una interferencia en las actividades diarias.

Finalmente, Cornejo y Tapia (2011) la concibieron como un uso abusivo o desmedido que conlleva consecuencias negativas, como la incapacidad para resolver problemas, la falta de compromiso y dificultades para expresar emociones propias.

Estas diversas definiciones permiten entender que la adicción a las redes sociales es una condición fácilmente observable en el comportamiento humano, y su abuso evidencia aislamiento y angustia (Salcedo, 2017). Podemos concluir además que a pesar que las redes sociales han evolucionado en el tiempo, desde sus inicios ha sido considerada como una dependencia psicológica que está principalmente ligada al tiempo de conexión, es decir la falta de control y además genera sensaciones negativas que afectan el bienestar emocional y la salud psicológica de las personas.

1.1.6. Criterios diagnósticos de la adicción a las redes sociales

Aunque la problemática asociada al uso excesivo de las plataformas digitales aún no está oficialmente reconocida como un trastorno clínico según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-V), se considera un conflicto de conducta. (Jasso et al., 2017). Desde una perspectiva psicológica, la comprensión de esta adicción se basa en sus características y sintomatología, que se asemejan a las de una adicción psicológica. Esto se debe a que implican comportamientos repetitivos que generan satisfacción en

la persona, actuando como un reforzador positivo que establece un hábito. Con el tiempo, este comportamiento reforzado se vuelve indispensable, y la persona pierde el control, lo que provoca niveles elevados de ansiedad cuando se interrumpe la experiencia o no se lleva a cabo (Oliva et al., 2012).

Estos niveles de ansiedad inducen a la persona a buscar alivio mediante el comportamiento adictivo, que se caracteriza por ser patológico y perjudicial, creando así un ciclo vicioso entre el uso adictivo y la ansiedad. Este mecanismo subyacente nos lleva a comprender que este problema no implica necesariamente el consumo de una sustancia y debe ser abordado, definido y tratado como cualquier otra forma de adicción (Eскурra & Salas-Blas, 2014). De hecho, cualquier actividad que una persona encuentre placentera puede volverse adictiva, y su presencia como tal se reconoce cuando se pierde el control sobre ella. Además, toda conducta potencialmente adictiva suele estar inicialmente motivada mediante recompensas positivas y, después puede involucrar reforzadores negativos, en su mayoría destinados a aliviar la tensión emocional.

De esta manera, es posible hacer uso de la sintomatología asociada a las adicciones químicas como referencia para diagnosticar y/o identificar este problema (Griffiths, 1998):

Saliencia. La conducta adictiva tiende a convertirse en la actividad central y dominante en el día a día de la persona. Es decir, ocupa un lugar central en su atención y afecta diversos ámbitos de su vida, incluyendo aspectos emocionales, cognitivos y conductuales. En otras palabras, dicha conducta adquiere una prominencia excesiva en la vida de la persona, eclipsando otras actividades e inquietudes.

Modificación del humor. Se produce un cambio en el estado de ánimo del individuo cuando se suspende o realiza la conducta adictiva, manifestándose de manera subjetiva y emocional.

Tolerancia. Se refiere al proceso en el que el individuo experimenta una disminución en los efectos de una conducta adictiva. Esto significa que, con la repetición excesiva y prolongada de la actividad, lleva a que la persona requiera de una mayor intensidad o cantidad de la acción para experimentar el mismo placer que inicialmente experimentaba con cantidades menores. En relación a las redes sociales, significa que el cuerpo y la mente terminan adaptándose, necesitando incrementar la frecuencia de la conducta para obtener el mismo nivel de placer que experimentaba inicialmente.

Abstinencia. Aparición de síntomas físicos y psicológicos desagradables que surgen cuando se reduce, elimina o interrumpe bruscamente la conducta adictiva. Estos síntomas se caracterizan por un malestar emocional profundo como ánimo disfórico, irritabilidad, inquietud, dificultades para conciliar el sueño, entre otros.

Conflicto. Se refiere a la manifestación de tensiones internas y externas que surgen como resultado del consumo de sustancias y/o conductas adictivas. El conflicto abarca múltiples ámbitos de la vida de la persona como el personal, social, interpersonal y emocional. Los conflictos personales en la adicción a las redes sociales hacen referencia a la disonancia cognitiva entre el deseo de estar conectado (revisar perfiles, buscar obtener “me gusta”, aumentar seguidores etc.) y el reconocimiento de que dicha conducta afecta negativamente su vida. En lo interpersonal, por ejemplo, un adolescente adicto presenta problemas familiares a causa de su constante conexión al dispositivo

móvil, su falta de participación en eventos familiares, (almuerzos, conversaciones cotidianas) y aislamiento. En cuanto a los conflictos sociales se enfrenta a los efectos en el ámbito académico pues ha descuidado sus responsabilidades y disminuido su rendimiento. Finalmente, el conflicto emocional abarca las luchas internas del individuo adicto, como la ansiedad, la depresión, la culpa y la vergüenza, que resultan tanto de la adicción en sí como de las consecuencias negativas. Estas emociones contradictorias pueden alimentar el ciclo de la adicción, ya que el individuo busca aliviar su malestar emocional a través de la conexión a las redes sociales, perpetuando así el conflicto.

Reincidencia. Tendencia a continuar con el comportamiento adictivo a pesar de reconocerlo como problemático y haber intentado alejarse de él. A pesar de los esfuerzos por cambiar, la persona cae repetidamente en la conducta adictiva, ocasionando insatisfacción y sentimientos de incapacidad.

Echeburúa y De Corral (2010) también describen indicadores alarmantes en el comportamiento del adolescente:

(a) Cambios en la cantidad de descanso (<5 horas) para seguir conectado, a las que dedica cantidades altas de tiempo. (b) Descuido de actividades importantes para la persona, sea amistades, familia, intereses, salud, estudios, metas, sueños, etc. (c) Recibir comentarios negativos del entorno cercano, sobre su uso del internet. (d) Pensamientos obsesivos sobre el uso de las redes cuando se está alejado de ellas y la presencia del enojo cuando el internet es lento o se cae la señal. (e) Tiene intención de limitar el tiempo en línea, pero no lo consigue con éxito. (f) Mentir sobre el tiempo real que dedica al uso de

RS. (g) Aislamiento social y bajo rendimiento académico. (h) Actitud eufórica cuando se está en uso de la red.

Otra característica que es común observar en este trastorno adictivo es la negación o minimización del problema por parte del individuo afectado, quien atribuye las preocupaciones sobre su conducta a exageraciones del resto y muestra una aparente sensación de control sobre su comportamiento. En ese sentido, la consciencia del problema suele surgir cuando la persona percibe una acumulación de consecuencias adversas en su vida y ya no le es posible encontrar ventajas en la conducta adictiva.

Para evaluar el nivel de disposición que se tiene a un posible cambio Prochaska y Di Clemente (1986) describen las siguientes fases:

Falta de conciencia del problema. También llamada fase amotivacional, en donde no se reconoce el problema, la persona percibe solamente ventajas en la conducta adictiva.

Valoración del problema. El individuo ocasionalmente reflexiona sobre su conducta y la posible necesidad de realizar un cambio. Esta fase se caracteriza porque la persona puede reconocer la existencia de un problema, pero no lo percibe como una preocupación grave.

Decisión de cambiar. Se encuentra determinado a iniciar un cambio, ya que observa un deterioro en todos los aspectos de su vida y ello le genera altos niveles de malestar. Es el momento ideal para iniciar un tratamiento.

Inicio del cambio. Se inicia el tratamiento y se siguen las indicaciones terapéuticas.

Mantenimiento del cambio. Momento en el que se practican las habilidades aprendidas, en su mayoría puede tomar entre 3 a 12 meses o verse interferida por recaídas.

1.1.7. Dimensiones de la Adicción a Redes Sociales

Obsesión por las redes sociales. Se manifiesta a través de pensamientos reiterativos donde se fantasea con su uso acompañados de una preocupación excesiva y ansiedad cuando se está desconectado.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales. Conlleva a una interferencia y desinterés en las actividades diarias como el trabajo y responsabilidades educativas como resultado de la conexión excesiva.

Uso excesivo de las redes sociales. Se caracteriza por la falta de control en el periodo del tiempo de conexión o la reducción del hábito (Escurra & Salas-Blas, 2014).

1.1.8. Factores de Riesgo de la Adicción a Redes Sociales

La búsqueda de satisfacción y felicidad es una necesidad intrínseca de la naturaleza humana. Aunque varía de una persona a otra, en su mayoría se encuentra en aspectos internos de la vida, como la familia, la pareja, el desarrollo profesional, y los intereses personales. Según Echeburúa (1999), las carencias emocionales, los vacíos afectivos y la falta de propósito pueden impulsar a las personas a buscar gratificación en otras áreas, aumentando así el riesgo de desarrollar adicciones en aquellos que se sienten infelices y frustrados. Además de estos factores, existen otras vulnerabilidades psicológicas que pueden contribuir a la adicción:

Factores personales. Se refieren al grupo de características personales, emocionales y estados anímicos, que predisponen a la

vulnerabilidad psicológica y aumentan el riesgo de desarrollar adicciones. Entre estas se encuentran la impulsividad, disforia (estado de ánimo anormal que la persona vivencia como displacentero; se caracteriza por cambios frecuentes de humor), la búsqueda de sensaciones intensas y la intolerancia a estímulos desagradables, físicos (dolor), y psíquicos (conflictos, preocupaciones o responsabilidades). La adicción también se relaciona con problemas de personalidad (timidez, baja autoestima, dificultad para enfrentar las adversidades) y trastornos psicológicos (hostilidad, TDAH, depresión, fobia social) (Estévez et al., 2009).

A lo anterior, trabajos de investigación como los de Castellana et al. (2007) y Güemes et al. (2017) agregan que los adolescentes con estas características perciben el internet como una ayuda o un espacio donde no tienen la necesidad de inhibirse y es allí cuando son susceptibles a convertirse en adictos.

Factores familiares. Se refiere a la atmósfera inadecuada que dificulta la asimilación de límites que regulen una conducta sana y socialmente adaptada. La existencia de vínculos familiares rígidos con formas de crianza autoritarias puede generar dependencia o rebeldía en los individuos. De igual manera, los cuidadores permisivos que no establecen reglas ni normas claras y son inconsistentes en la aplicación de límites durante la crianza de los hijos también contribuyen a esta situación.

Aponte et al. (2017) señalan que los adolescentes tienen un mayor riesgo de desarrollar adicción a Internet si provienen de familias disfuncionales, que carecen de unidad, armonía y muestras de afecto. Además de ello, Matalí

et al. (2015) añaden que el uso desmedido e irresponsable de las redes sociales suele ser consecuencia de una supervisión parental insuficiente.

Factores sociales. En este punto, cobran importancia aspectos como el rechazo social o la pertenencia en grupos que fomentan el abuso de las nuevas tecnologías, lo que lleva a las personas a aumentar su conexión en Internet. Esta tendencia se desarrolla como resultado de las deficiencias que experimentan en el mundo real, lo que los impulsa a establecer una mayor conexión en el mundo digital (Echeburúa, 2012).

Como consecuencia, una persona se vuelve vulnerable a la adicción cuando cuenta con recursos psicológicos débiles, carece de un entorno familiar cohesionado, presenta relaciones sociales pobres, experimenta presión externa y se enfrenta a situaciones de estrés o vacíos existenciales.

1.1.9. Adicción a Redes Sociales en los Adolescentes

Para los adolescentes, los espacios digitales representan una atracción significativa debido a la rapidez de las respuestas, la interacción constante, las recompensas instantáneas y la capacidad de realizar múltiples actividades simultáneas a través de diversas ventanas. Las redes sociales son entornos riesgosos porque satisfacen necesidades propias de esta etapa como el sentirse protagonistas, populares y reconocidos (Arnao & Surpachín, 2016). Además, como parte de su desarrollo psicológico, buscan independencia de sus padres y anhelan tomar el control de sus propias decisiones (Martínez & Sánchez, 2016). Sienten la urgencia de experimentar el sentimiento de pertenencia y es entonces cuando la conexión virtual se transforma en una variable importante e indispensable en sus vidas. Dado que las redes sociales les brindan visibilidad, reconocimiento y la oportunidad de pertenecer a grupos

modernos, es común que su uso se vuelva frecuente y que algunos individuos desarrollan una adicción que requiere tratamiento para superarla. De esta forma, cuando se interactúan más de 5 horas al día, se tiene mayor predominancia a la adicción y se pueden ver reducidas otras actividades como practicar algún deporte, salir con amistades, etc. (Rodríguez et al., 2012). Otro aspecto relevante es que enfrentan ciertas desventajas en comparación con otros grupos generacionales. Durante la adolescencia, el cerebro todavía está en desarrollo, particularmente el lóbulo frontal, que es responsable de funciones ejecutivas como la toma de decisiones, el control de impulsos y la regulación de emociones. Por ello, los adolescentes a menudo tienen dificultades para identificar sus emociones con precisión. Pueden confundir sentimientos o no reconocer los matices de sus estados emocionales. Esto se debe en parte a la inmadurez del sistema límbico, que está involucrado en la experiencia y expresión de las emociones. La capacidad de expresar emociones de manera saludable también se encuentra en desarrollo, debido a la falta de vocabulario emocional o habilidades comunicativas adecuadas. Esto puede llevar a expresiones de emociones a través de comportamientos extremos o inadecuados, como la agresión, el aislamiento social o conductas impulsivas (García & Silva, 2019). Dado que aún son menores de edad, la interacción de los padres es fundamental, y aunque los adolescentes busquen independencia, es crucial que cuenten con el respaldo y guía de sus cuidadores. Las redes sociales (RS) también presentan importantes riesgos para los adolescentes, como el ciberacoso, la pérdida de privacidad y el acceso a contenido inapropiado. Además, es fácil acceder a contenido como pornografía, mensajes que incitan a trastornos alimentarios, suicidio o

conductas delictivas. Existe también el riesgo de caer en la fantasía y el autoengaño al crear perfiles que distorsionan la realidad, como creer que se es popular o tener numerosos amigos basándose únicamente en likes y comentarios en fotos. El uso excesivo de las redes sociales puede conducir al aislamiento social, bajo rendimiento académico, reducción de actividades cotidianas, trastornos de conducta, sedentarismo, obesidad y problemas de salud física y emocional en general. Es fundamental que tanto los adolescentes como sus padres sean conscientes de estos riesgos y tomen medidas para mitigarlos.

1.1.10. Adicción a las Redes Sociales y la COVID 19

Ante la situación generada por la pandemia de COVID-19 y las medidas de seguridad como el aislamiento social para prevenir contagios, las personas se vieron obligadas a interactuar principalmente a través de plataformas virtuales, lo que impactó significativamente en las relaciones sociales y físicas.

El covid-19 es una de las muchas pandemias que la humanidad ha enfrentado a lo largo de las décadas. Entre ellas se encuentran: la peste negra, la viruela, la gripe española, el virus de la gripe A (H2N2) y su variante (H3N2), y el virus de inmunodeficiencia adquirida (VIH), el cual persiste hasta el día de hoy (Castañeda & Ramos, 2020).

Hoy en día, diversos estudios han mostrado los impactos del COVID-19 en el desarrollo socioemocional de las personas, así como en su desempeño general y en la manifestación de distintos trastornos emocionales, incluida la adicción a internet. La angustia psicológica, el miedo, la ansiedad y la depresión han surgido como efectos recurrentes en la mayoría de la población, como respuesta a las repercusiones físicas del virus, el temor a la infección o

la pérdida de seres queridos, el aislamiento social, la separación de amigos y familiares, las dificultades económicas y la incertidumbre sobre el futuro (Organización de las Naciones Unidas, 2020; Huarcaya-Victoria, 2020).

Se ha observado que los adolescentes enfrentaron mayores desafíos para hacer frente a la situación mencionada, especialmente porque a esa edad aún no han desarrollado completamente la habilidad para reconocer y comunicar sus emociones de manera similar a la de un adulto. Las transformaciones hormonales que acompañan la adolescencia impactan en sus dinámicas sociales y los vuelve sumamente sensibles al estatus social, el grupo de pares y las relaciones por lo que se les hace difícil estar aislados en casa. Como resultado del distanciamiento social, pueden experimentar sentimientos de frustración, ansiedad, desconexión, nostalgia y aburrimiento (Imran et al., 2020), lo que provocó que durante la pandemia buscaran refugio en dispositivos electrónicos e internet como una forma de escapar de esas emociones desagradables y buscar entretenimiento y compañía. Zhao y Zhou (2021) señalan que las personas que enfrentan situaciones estresantes, aislamiento o enfermedades tienen un mayor riesgo de desarrollar adicción a internet como mecanismo de afrontamiento.

Por otro lado, el distanciamiento social y la transición de las clases escolares presenciales a virtuales también resultaron en un aumento del tiempo que los adolescentes pasaban frente a la pantalla navegando por internet. Durante la pandemia se observó un notable aumento en el uso de internet en países como Argentina (25%), Ecuador (30%) y Colombia (40%) (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020), por ejemplo, niños y adolescentes dedicaron más

tiempo a actividades en línea, cómo estudiar, participar en juegos virtuales, realizar compras, ver películas, interactuar en redes sociales y socializar (Don et al., 2020). Una investigación acerca del efecto de las plataformas de redes sociales en estudiantes pertenecientes a comunidades indígenas ha puesto de manifiesto que, si bien estas plataformas les posibilitan mantenerse conectados, también funcionan como distracciones que inciden en su rendimiento académico, lo que podría tener repercusiones en su carrera profesional (Dzib & Durán, 2020).

Por ello se ha encontrado que el abuso del internet está relacionado con consecuencias adversas en la salud mental, especialmente en forma de síntomas ansiosos. Esto se debe a varios factores, como la sobreexposición a la información, el tiempo prolongado en línea, la comparación con representaciones idealizadas de otros y la formación de relaciones en redes sociales que pueden ser superficiales o incluso perjudiciales. Estos efectos pueden incluir perturbaciones en el sueño, disminución de la actividad, afectación de la autoestima, pérdida de motivación y exposición a agresiones cibernéticas (Tala & Vásquez, 2020). Estudios como el de Imran et al. (2020) han evidenciado los impactos adversos que la crisis mundial ha tenido en esta comunidad, incluyendo ansiedad, depresión, trastornos del sueño y del apetito, así como deterioro en las interacciones sociales.

1.1.11. Adicción a Redes Sociales y Autoestima

Echeburúa y Requenses (2012) discuten que las RS merma la libertad, la adicción reduce la gama de intereses e impacta en una mayor atención en lo que se percibe y experimenta dentro de ellas. Afecta aspectos vitales en la socialización, responsabilidades académicas y familiares, fundamentales para

la creación positiva de la autoestima del púber. Como menciona Challco et al., (2016) desde una mirada clínica psicológica, su uso indiscriminado conlleva a diferentes trastornos psicológicos entre ellas, la ansiedad, adicción y también aquellos que están relacionados con la autoestima negativa. Una de las razones por las que la autoestima es afectada a un nivel clínico por el uso desmedido de las redes, es por la exposición constante al culto de la belleza y el cuerpo, generando presión social sobre el adolescente distorsionando la satisfacción con uno mismo, y con ella su autoestima (Echeburúa & Requesens, 2012). Aun así, se ha demostrado también, que la autoestima negativa y la desaprobación del concepto físico son un problema de personalidad que subyace en la adicción. Esta última relación entre RS y autoestima, es confirmada también por Reolid et al. (2015) quienes aportan que los jóvenes propensos al peligro de desarrollar adicción son los que tienen baja autoestima, poco apoyo psicológico y problemas desadaptativos con el entorno. Así mismo, Mohanna y Romero (2021) señalan que cuando existe un gran uso de redes se desarrollan comportamientos que impactan en las emociones, ideas y comportamientos.

Por otro lado, Herrera et al. (2010) concluyen en su investigación que la baja autoestima puede influir en la adicción a las redes sociales debido a los efectos desinhibitorios que estas poseen. En otras palabras, si alguien tiene una baja autoestima y encuentra desafíos para socializar debido a la timidez o la falta de confianza en sí mismo, es probable que recurra a Internet como una forma de interactuar y así ganar autoconfianza sin la necesidad de interactuar en persona (Niemz et al., 2005). Del mismo modo, según Jiménez y Pantoja (2007), aquellos con niveles bajos de autoestima son más susceptibles a

desarrollar adicción a Internet, lo que a su vez puede limitar su capacidad para forjar relaciones interpersonales significativas.

1.2. Antecedentes de la Investigación

Se examinaron artículos científicos en las siguientes fuentes de información: *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, *Redalyc*, *Dialnet* y *Scopus*, utilizando las palabras, en español “Redes Sociales”, “Adicción a redes sociales”, “Autoestima” y “Adolescentes” en inglés “*Social Networks*” “*Internet Addiction*”, “*Self-esteem*” y “*Adolescence*”. Los criterios considerados fueron: estar cursando la secundaria, tener de 14 a 17 años y haber sido publicados entre los años 2019 al 2023.

1.2.1 Nacionales

Yovera (2023) tuvo interés en estudiar el rango de ARS por adolescentes de último año. Siendo una pesquisa de tipo descriptiva, obtuvo un modelo de 185 colegiales de una I.E de Catacaos, que se encontraban dentro de 15 - 18 años e hizo uso del Cuestionario (ARS) - Ecurra Salas. Los hallazgos indican que la adicción se encuentra en nivel alto (33.3%) y moderado (34.7%).

Chapilliquen y Puemape (2023) profundizaron la unión entre la ARS y la autoestima en edades de 13 a 17 de IE del distrito de La Unión. El estudio es descriptivo correlacional y de grupo no experimental. La medición de la ARS se ejecutó por medio de la EARS - Ecurra y Salas-Blas (2014) y la Escala de Autoestima de Rosenberg para la variable Autoestima (RSE). El estudio indica que la conexión es negativa en un nivel moderado ($Rho = -.560$; $p < .000$). Además, que los niveles de autoestima en gran porcentaje se encuentran en puntuaciones bajas (41.1%) y finalmente se hallaron conexiones negativas

moderadas entre la autoestima y las dimensiones de ARS. Esto significa que el comportamiento de las variables es, mientras una aumenta, la otra disminuye.

Valdez (2021) estudio 197 estudiantes adolescentes entre 3ro y 5to de una IE privada en el distrito de Magdalena. La pesquisa fue cuantitativa transversal, correlacional descriptiva y se utilizaron el ARS y el Test de autoestima para escolares de Ruiz (2003). Fue obtenida una relación inversa entre la ARS con la autoestima ($Rho = -.506$; $p < .000$), así interpretamos que, más ARS, menor autoestima. Respecto a los factores de la ARS, se encontró una correlación de significancia inversa en nivel moderado ($Rho = -.454$; $p < .000$) entre la variable autoestima con el uso excesivo y; una relación igualmente inversa, pero en nivel débil entre obsesión ($Rho = -.357$; $p < .000$) y falta de control personal ($Rho = -.362$; $p < .000$). Los resultados concluyen que 67.3% de la muestra presentó un nivel medio de adicción y 77% mostraron una tendencia a tener baja autoestima, además, se presentan diferencias en las dimensiones de la autoestima en función con la edad de los participantes.

1.2.2. Internacionales

Vidal et al. (2022), buscaron encontrar la relación entre la autoestima, del hábito de redes virtuales, hábitos de estudio y productividad académica en alumnos de Concepción - Chile, siendo una porción final 110 puberes. Este es un aporte de tipo descriptivo correlacional, transversal cuantitativo. Fueron utilizadas la prueba de autoestima - Coopersmith, el (ARS), el listado desaprobatorio escolar y media de notas del semestre uno del 2019. Encontraron que está presente una unión inversa y significativa entre

autoestima total y ARS; el comportamiento de las variables sería que, a superior grado de autoestima, menor es el valor de ARS.

Soria y Villegas (2024), presentaron interés en buscar la relación entre ARS y autoestima. Para ello desarrollaron un estudio a 406 estudiantes entre la edad de 14 y 17 años en Ecuador. Utilizaron un muestreo no experimental de tipo cuantitativo, de alcance descriptivo, correlacional y de corte transversal. Los datos se recolectaron por el ARS y RSE. Los resultados obtenidos indican lo siguiente: 40.6% tienen baja autoestima, a comparación de la autoestima media (27.1%) y alta (32.2%). Además, no encontraron nexo entre las dimensiones de ARS “falta de control personal” ($p=.132$) y “uso excesivo” ($p=.192$) y la autoestima. Finalmente hallaron una significancia negativa entre la dimensión obsesión y la autoestima ($p=.022$), esto infiere que, a mayor obsesión, menor autoestima.

Acosta et al. (2022), centran su investigación en encontrar el lazo entre la práctica de RS y autoimagen. Por un diseño cuantitativo de tipo descriptivo, lograron población de 117 jóvenes entre los 14 - 17 años en Antioquia, Colombia. Los instrumentos utilizados fueron el (ARS) y (CAI). Las discusiones señalan que gran cantidad de púberes tienen una reiteración relevante de conexión entre las 3, 6 veces al día y hasta estar todo el tiempo conectado, sin embargo, no se logra esclarecer un lazo negativo significativo en las variables mencionadas.

1.3. Planteamiento del problema

1.3.1. Descripción de la realidad problemática

Los espacios virtuales son utilizados cotidianamente para mantenernos en contacto con el entorno, obteniendo información ilimitada e inmediata

(Valencia et al., 2021). Sin embargo, 4 de cada 5 jóvenes aseguran que al estar constantemente conectados experimentan niveles altos de ansiedad, empeorando sus síntomas (Shannon et al., 2022). Asimismo, al poder conectarse con otras personas de manera instantánea, las pautas de socialización se han transformado, convirtiéndose en altamente riesgosas (Ballesteros & Picazo, 2019).

El Centro Peruano de Formación e Investigación Continua (2023) muestra que el 41% de adolescentes entre 12 y 17 años han sido víctimas de ciberacoso, experimentando sentimientos intensos de miedo, frustración y vergüenza, desarrollando baja autoestima, trastornos de ansiedad y trastornos alimenticios. Incluso, en muchos casos, puede culminar con el suicidio. En las redes sociales (RS) también existen contenidos sexuales, violentos, pornográficos y mensajes que incitan al odio (Aldeas Infantiles SOS [AIS], 2023). En Perú, un 76.5% de adolescentes cuentan con un Smartphone personal (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020), siendo más fácil la exposición de información íntima como la edad, los gustos, la ubicación constante, las fotos y los videos (Murillo & Puerta-Cortés, 2020). Debido a que el adolescente se encuentra en un cuestionamiento, definiendo lo que son y lo que desean ser, así como la necesidad de convertirse en un ser valorado y aceptado, desarrollan mayor desinhibición frente a las pantallas (Malo-Cerrato et al., 2018). Esto es para la obtención de un reconocimiento que refuerce su autoestima (Santana et al., 2019). Esta necesidad de cumplir con las exigencias del entorno afecta peligrosamente su capacidad de autoevaluación como persona (Valencia et al.,

2021). Un estudio muestra que, en Perú, el 50.7% de adolescentes se encuentra en una escala de autoestima baja (Meléndez, 2023). Así se evidencia que la importancia de las RS pone en peligro la consolidación de una autoestima sólida y saludable, facilitando la adquisición de una patología de orden social, como la adicción y conductas desadaptativas (Arab & Díaz, 2015; Castro et al., 2020).

Por esta razón, es preciso conocer en qué medida esta nueva normalización del uso de internet afecta y vulnera a la adolescencia. Así se pretende encontrar la correlación que existiría entre autoestima y adicción a redes sociales (ARS), cuestionando si esta última variable impacta en la elaboración de la autopercepción.

1.4. Justificación de la investigación

Las redes sociales se consideran herramientas indispensables para el aprendizaje cooperativo e intercambio de información. Sin embargo, a raíz del confinamiento por efecto del COVID-19, muchos reconocen que su conexión es mayor que antes (Zea & León, 2022). Este uso excesivo ha generado cambios en los hábitos de sueño, provocando consecuencias negativas en el bienestar psicológico y distorsionando la percepción de la realidad, del entorno y de sí mismos (García & Mejía, 2022).

La adolescencia es una de las etapas donde se observa una mayor predominancia de uso y tiempo de conexión, a nivel nacional el 75,4% de adolescentes navegó en internet (Encuesta Nacional de Hogares [ENAH], 2023, citado en Instituto nacional de Estadística e Informática [INEI], 2023).

Los adolescentes, encontrándose en pleno florecimiento de su autoestima, son particularmente vulnerables a los efectos de las redes

sociales. Es fundamental investigar el posible nexo entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales, que son de fácil acceso y tienen una alta predominancia de uso en esta etapa de la vida.

Si bien existen estudios que señalan un vínculo negativo entre estas variables, esta investigación se diferenciará por considerar el contexto social específico generado por la COVID-19, donde la virtualidad se convirtió en una herramienta obligatoria para la adaptación académica y social de los adolescentes. Esto permitirá evidenciar las consecuencias y el impacto actual de su uso, proporcionando una comprensión más profunda de cómo la pandemia ha afectado las dinámicas de uso de redes sociales y el bienestar emocional de los adolescentes.

La presente investigación se justifica a nivel teórico, ya que, al comprender la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales, aporta datos empíricos que permiten identificar los factores de riesgo y los mecanismos subyacentes que contribuyen al desarrollo de conductas adictivas en los adolescentes. A nivel práctico, esta información facilita el diseño de intervenciones y programas preventivos más efectivos, promoviendo una relación saludable con la tecnología y fortaleciendo la autoestima de los jóvenes. Además, investigar esta relación brinda la oportunidad de sensibilizar a padres, educadores y profesionales de la salud sobre la importancia de fomentar una imagen corporal positiva, habilidades de afrontamiento saludables y un sentido de valía personal independiente de la validación en línea. Finalmente, a nivel social, los hallazgos de esta investigación podrán informar políticas educativas y de salud mental, contribuyendo a la reducción

de problemas de salud mental en adolescentes y promoviendo un entorno más saludable y consciente del uso de la tecnología.

Formulación del problema

En base a lo investigado se plantea la siguiente pregunta: ¿Existe relación entre la autoestima y la adicción a redes sociales en adolescentes de 5to secundaria de colegios nacionales de Lima Metropolitana?

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

1.5.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la autoestima y la ARS en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

1.6.2. Hipótesis Específica

H1: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

H2: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.

H3: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana

1.7. Definición Operacional de las Variables

Tabla 1

Matriz de la operacionalización de las variables.

Variable(s)	Dimensiones	Ítems	Escala de medición	Indicadores	Instrumento
Autoestima	Autoestima Positiva	1,3,4,6 y 7	Ordinal	A mayor puntuación, se observa una mayor presencia de autoestima en el individuo evaluado	La escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) validada y adaptada en el Perú por Ventura-León, Caycho-Rodríguez, Barboza-Palomino (2018).
	Autoestima Negativa	2,5,9 y 10			
Adicción a las Redes Sociales	Obsesión por las redes sociales.	2,3,5,6,7,13,15,19,22,23	Ordinal	A mayor puntuación mayor presencia de adicción a las redes sociales en el evaluado	El Cuestionario de Adicción a las Redes sociales (ARS) fue elaborado y validado por Ecurra & Salas (2014).
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales.	4,11,12,14,20,24			
	Uso excesivo de las redes sociales.	1,8,9,10,16,17,18,21			

CAPÍTULO II: Método

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

Pertenece a los diseños de indagación empírica, de estrategia asociativa y de tipo predictivo, visto que se busca explorar la relación funcional existente entre dos variables, en este caso autoestima y ARS. En función al objetivo de estudio adopta el tipo predictivo ya que la comparación de dichas variables es en función de la predicción del comportamiento de un grupo (Ato et al., 2013).

2.2. Participantes

La cantidad mínima de participación se concluyó por medio del software G*Power (Faul et al., 2007), tomándose un nivel de confianza de .05, potencia estadística de .95 y un promedio de la magnitud del efecto de .40 adquirido de los antecedentes Yovera (2023), Chapilliquen y Puemape (2023), Valdez (2021), Vidal et al. (2022), Soria y Villegas (2024), y Acosta et al. (2022), lo cual propone una cantidad de mínimo 71 encuestados, sin embargo, la elección del modelo es no probabilístico por conveniencia, donde la población seleccionada es voluntaria (Otzen & Manterola, 2017) y se ha obtenido una muestra total de 218.

Los criterios de inclusión fueron: cursar el 5to año de secundaria, pertenecer a una (IE) nacional, ser adolescente y haber aceptado el consentimiento informado. El rango etario es de 15 a 17 años ($M=15.9$, $DS=.54$). Por otro lado, los criterios de exclusión fueron: adolescentes que no pertenecen a una red social y no cuentan con acceso a internet.

El 32.1% de los participantes fueron hombres y un 67.8%, mujeres. En relación a las Instituciones Educativas, el 50.4 % proceden de la IE Fe y Alegría, siguiendo la IE Virgo Potens con una participación del 18.3%. Por otro lado, como parte de la ficha sociodemográfica se planteó identificar la cantidad de

horas al día conectado. Un 37.6% mencionan conectarse entre 2 a 5 horas, seguido de un 23.8% de menos de 2 horas.

2.3. Medición

2.3.1. Ficha Sociodemográfica

Fue realizado un fichero de recopilación de detalles referentes a la edad de la población, sexo y sumatoria de horas destinadas a las redes.

2.3.2. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)

Validada y ajustada en población peruana por Ventura et al. (2018), mide la percepción positiva o negativa global de sí mismo. Comprende un total de 10 preguntas (1, 3, 4, 6 y 7) escritas en positivo y el resto (2, 5, 9 y 10) en sentido inverso. La valoración es del 1 al 4 ('Muy en desacuerdo', 'Desacuerdo', 'Acuerdo' y 'Muy de acuerdo'). La población objetivo utilizada para la validación del instrumento fueron estudiantes de secundaria en Lima, de 11 a 18 años. La interpretación de los resultados puede estar entre los 10 y 40 puntos, siendo los valores bajos para una autoestima reducida y altos para una elevada. Los niveles de la variable se establecen en: alta de 30 a 40 puntos, media de 26 a 29 y baja, siendo la puntuación menor a 25 puntos (Guijarro & Larzabal, 2021). La confiabilidad del Cuestionario de Autoestima de Rosenberg (EAR) se estableció mediante la fórmula de consistencia interna y el análisis de invarianza factorial, utilizando el coeficiente H. Los resultados indican que el modelo bifactor mostró una alta consistencia, con un coeficiente alfa de Cronbach de .86. Esto sugiere que los ítems del cuestionario miden de manera consistente el constructo de autoestima (Ventura et al., 2018). Además, la inspección factorial reveló la presencia de un factor global para la autoestima, respaldando la validez del instrumento. Esto significa que el cuestionario parece medir efectivamente el

constructo teórico de autoestima. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el análisis de invarianza factorial también señaló la necesidad de ajustes en algunos ítems específicos (retiro del ítem 8). La confiabilidad del cuestionario EAR, fue medida a través de la consistencia interna y la validez es respaldada por la estructura factorial que muestra un factor global para la autoestima. Estos hallazgos subrayan la utilidad del cuestionario como herramienta válida y confiable para medir la autoestima en diferentes contextos y grupos de población.

Para los fines de esta investigación, la confiabilidad del Cuestionario EAR fue instaurada mediante un modelo de consistencia interna omega de McDonald de 0.89 y un valor alfa de Cronbach de 0.89 (ver Tabla 3), ambos considerados en un nivel moderado por Murphy y Davishofer (1998, como se citó en Hogan, 2015). En relación a las dimensiones, estas obtuvieron un valor omega entre 0.87 y 0.83 y un alfa de 0.87 a 0.82.

Tabla 2

Confiabilidad por consistencia interna del cuestionario EAR (n=218)

Variable y dimensiones	# de ítems	Alfa de Cronbach [IC 95%]	Omega de McDonald [IC 95%]
Escala Autoestima de Rosenberg	9	.89 [.86-.91]	.89 [.87-.91]
Actitud positiva	5	.87 [.84-.89]	.87 [.85-.90]
Actitud negativa	4	.82 [.78-.85]	.83 [.80-.87]

Nota. CI=Consistencia Interna. Esta tabla muestra que la consistencia Interna (CI) del cuestionario de Autoestima (EAR) es moderada (Los resultados de esta tabla fueron obtenidos IBM SPSS STATISTIC 27) (Murphy & Davishofer, 1998; citado en Hogan, 2015).

2.3.3. Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS)

Producido y adaptado hacia contexto nacional por Ecurra y Salas (2014), la meta de esta herramienta es la medición de la magnitud de ARS. Comprende

un total de 24 interrogantes distribuidas en: obsesión por las redes sociales (10 ítems), falta de control personal en el uso de las redes sociales (6 ítems) y uso excesivo de las redes sociales (8 ítems); los cuales son puntuados a través de una categoría ordinal de 4 puntos siendo 0 (nunca), 1 (rara vez), 2 (a veces), 3 (casi siempre) y 4 (siempre). Se aplicó a universitarios residentes en Lima de 16 a 42 años y fue sujeta a un análisis factorial exploratorio de las 3 dimensiones las cuales explicaron en conjunto 57.49% de la varianza total. Estos análisis preliminares incluyen la determinante de la matriz (.0000002), la prueba de adecuación muestral KMO (.95) y la prueba de esfericidad de Bartlett (χ^2 (276) = 4313.8, $p < .001$). Estos análisis son comunes antes de realizar un Análisis Factorial Exploratorio para asegurar que los datos sean adecuados y que los supuestos necesarios para realizar el análisis sean cumplidos. La confiabilidad se estableció por medio del método de consistencia interna a través del coeficiente alfa (Cronbach, 1951), los cuales fluctuaron de .88 a .92 (Escurra & Salas, 2014). El puntaje total de la prueba será interpretado en categorías desde muy bajo (0-12), bajo (13-19), intermedio (20-29), alto (30-38) y muy alto (39- a más).

Dentro de este estudio, la confiabilidad del ARS se dio por consistencia interna con omega de McDonald, .92 y alfa de Cronbach .91 (ver Tabla 4), ambos considerados en una jerarquía elevada (Murphy & Davishofer, 1998, como se citó en Hogan, 2015). En relación a las dimensiones, estas obtuvieron un valor omega entre .59 a .88 y, alfa de .49 a .87.

Tabla 3

Confiabilidad por consistencia interna del cuestionario ARS (n=218)

Variable y dimensiones	# de ítems	Alfa de Cronbach [IC 95%]	Omega de McDonald [IC 95%]
Adicción a las Redes Sociales	24	.91 [.89-.93]	.92 [.90-.93]
Obsesión por las redes sociales	10	.87 [.85-.90]	.88 [.85-.90]
Falta de control personal para el uso de redes sociales	6	.49 [.39-.58]	.59 [.51-.66]
Uso excesivo a redes sociales	8	.84 [.80-.87]	.84 [.81-.87]

Nota. CI=Consistencia Interna. Esta tabla muestra que la consistencia Interna (CI) del cuestionario Adicción a las Redes Sociales (ARS) es moderada (Los resultados de esta tabla fueron obtenidos IBM SPSS STATISTIC 27) (Murphy & Davishofer, 1998; citado en Hogan, 2015).

2.4. Procedimiento

Para obtener la información se realizaron los trámites administrativos en las diferentes IE con la aspiración de conseguir las autorizaciones respectivas. Para ello se coordinó una reunión virtual por separado con cada uno de los directores de los colegios donde se les presentaron los objetivos e intenciones. En dicha reunión se planteó realizar la aplicación de las pruebas durante las clases de tutoría previamente coordinado con los tutores quienes fueron los encargados de otorgar los accesos. Seguidamente se estimó el tiempo de 30 minutos en total, de los cuales 20 minutos a la aplicación propiamente dicha y 10 minutos a la explicación del tema y objetivos de la investigación a todos los estudiantes.

Debido a la situación de confinamiento y protegiendo la salud e integridad de los participantes, la aplicación fue virtual a través de la creación de un cuestionario de Google con la cantidad de preguntas de ambos instrumentos, finalmente la recolección de datos se logró realizar en una sola sesión en cada uno de los colegios siendo en total 4 sesiones.

2.5. Aspectos Éticos

La pesquisa se sustenta en el reglamento de conducta de psicología American Psychological Association (APA, 2017). Siendo así, se cumple con el dictamen de obediencia del orden normativo y el honor, guardándose el derecho de la confidencialidad de los participantes y protegiendo su integridad. Para ello, se tomaron las precauciones salvaguardando la privacidad y la reserva de la difusión brindada.

Así mismo, bajo el principio de fidelidad y responsabilidad, se brindó a los participantes los contenidos adecuados de las motivaciones de la pesquisa, comunicando el rol y obligaciones del estudio. Además, se fomentó la participación voluntaria, por medio del consentimiento expreso a los representantes familiares, y/o apoderados quienes tuvieron la libertad de elección en la participación de los menores de edad.

Finalmente, acudiendo al principio de integridad, se protegió los derechos de intelecto, respetando las ideas y diseños de las fuentes de investigación consultadas.

2.6. Análisis de datos

Se examinaron los registros en la aplicación informática IBM SPSS STATISTIC 27. Para ello, previamente, la información recopilada mediante el formulario de Google, pasó por un proceso de limpieza en un archivo de programa excel versión 2017.

Respecto al análisis descriptivo fue realizado mediante tablas de frecuencias y porcentajes para las variables sociodemográficas y para las variables de estudio se estimó la media, desviación, asimetría (g_1), curtosis (g_2) y normalidad (Kolmogorov) ya que la muestra fue mayor a 50.

CAPÍTULO III: Resultados

A continuación, en la siguiente sección se presentan los resultados que han sido obtenidos de programas estadísticos.

3.1. Análisis descriptivo

La tabla 4 precisa que el 32.1% de los participantes fueron hombres y un 67.8%, mujeres. En relación a las Instituciones Educativas, el 50.4 % proceden de la IE Fe y Alegría, siguiendo la IE Virgo Potens con una participación del 18.3%. Por otro lado, como parte de la ficha sociodemográfica se planteó identificar la cantidad de horas al día conectado. Un 37.6% mencionan conectarse entre 2 a 5 horas, seguido de un 23.8% de menos de 2 horas.

Tabla 4

Características sociodemográficas de la muestra (n=218).

	f	%		f	%
Edad			Sexo		
15 años	41	18.8	Hombre	70	32.1
16 años	153	70.1	Mujer	148	67.8
17 años	24	11.0			
Institución Educativa			Horas al día conectado		
IE Fe y Alegría N1	110	50.4	Menos de 2 horas	52	23.8
IE Virgo Potens	40	18.3	Entre 2 a 5 horas	82	37.6
IE Gabriela Mistral	36	16.5	Más de 5 horas	42	19.2
IE Nuestra Señora del Carmen	32	14.6	Estoy conectado todo el tiempo	42	19.2
Total	218	100.0	Total		100.0

Nota. La tabla 4 muestra los datos obtenidos en la ficha sociodemográfica

La Tabla 5 presenta un resumen detallado de los resultados obtenidos en este estudio. En relación con la variable de autoestima, se observó una media general de 25.2 (SD=3.31), mientras que sus subdimensiones, autoestima positiva y autoestima negativa, mostraron valores medios de 15.0 (SD=2.34) y 9.8 (SD=2.04), respectivamente. Por otro lado, en cuanto a la variable de

Adicción a las Redes Sociales (ARS), la media fue de 57.6 (SD=14.99), con valores específicos para sus dimensiones: obsesión por las redes sociales, falta de control personal y uso excesivo, registrando medias de 21.3 (SD=5.5), 15.2 (SD=4.5) y 21.0 (SD=6.0), respectivamente. Es crucial destacar que, según los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov, ninguna de las variables ni sus dimensiones demostró una distribución normal de datos, dado que el valor de p fue inferior a .05.

Tabla 5

Estadística descriptiva de las variables (n=218)

Variables y dimensiones	M	DS	g1	g2	KS (p-valor)
Autoestima	25.2	3.31	-.44	-.27.	.105(<.001)
Autoestima Positiva	15.0	2.34	-.91	.42	.191(<.001)
Autoestima Negativa	9.8	2.04	-.21	-.66	.110(<.001)
Adicción a las redes sociales	57.6	14.99	.40	-.38	.070(.012)
Obsesión	21.3	5.5	.77	.12	.124(<.001)
Falta de control	15.2	4.5	.24	-.48	.079(<.002)
Uso excesivo	21.0	6.0	.16	-.44	.063(<.036)

Nota: M, media. DS, desviación estándar. g1, asimetría. g2, curtosis. KS, prueba de normalidad de Kolmogorov).

En la Tabla 6 se presenta un análisis detallado de los niveles de Adicción a las Redes Sociales (ARS) encontrados en la muestra. Se observa que predominó mayoritariamente un nivel muy alto de ARS, representando el 91.74% de los participantes. Es importante destacar que un 0.91% de la muestra alcanzó un nivel intermedio, mientras que un 7.33% mostró un nivel alto de adicción. No se registraron valores en los niveles muy bajo y bajo, según la baremación del instrumento utilizado.

Tabla 6

Niveles de ARS y sus dimensiones (n=218)

	Frecuencia	Porcentaje
ARS		
Intermedio	2	.91
Alto	16	7.33
Muy alto	200	91.74
Total	218	100.00

Nota: ^(a) Descripción de los niveles de adicción a las redes sociales según los baremos establecidos por Ecurra & Salas-Blas (2014).

La tabla 7 explica los niveles de ARS y autoestima en función a la cantidad de horas al día conectado a ellas. Las cifras alcanzadas refieren que el nivel de la primera adicción es mayoritariamente elevado y el nivel de autoestima es bajo independiente de las horas al día conectado. Además, el porcentaje más alto de adolescentes de la muestra que interactúa con las redes sociales se da entre 2 a 5 horas al día (37.6%) y de ellos 36.7% se ubican en la categoría muy alta de adicción y 17.9% en un nivel de autoestima baja.

Tabla 7

Niveles de ARS y autoestima en función a la cantidad de horas al día conectado a las RS (n=218)

	Nivel adicción			Nivel Autoestima			
	Intermedio	Alto	Muy alto	Baja	Media	Alta	
Horas al día conectado							
Menos de 2 horas	0.9	5	17.9	12.4	10.1	1.4	23.9
Entre 2 a 5 horas	0	0.9	36.7	17.9	14.7	5	37.6
Más de 5 horas	0	0.9	18.3	11	6.9	1.4	19.3
Todo el tiempo conectado	0	0.5	18.8	11.9	4.6	2.8	19.3
	0.9	7.3	91.7	53.2	36.2	10.6	100

Nota: ^(a) Descripción de los niveles de adicción a las redes sociales y autoestima en comparación con las horas al día conectado a las redes sociales.

3.2. Análisis inferencial: correlacional

Como el p-valor o nivel de significancia es menor a .05 interpretamos que existe una relación significativa entre las variables autoestima y ARS (ver tabla 8). Esta relación es inversa lo que indica que, a menor presencia de autoestima, mayor es la posibilidad de presentar una adicción a las redes sociales y viceversa, además esta relación sería pequeña al igual que el tamaño del efecto de .076.

Tabla 8

Correlación de la autoestima y la ARS (n=218)

		ARS
Autoestima	Rho Spearman (p-valor) r^2	-.276 (<.001) .076

Nota: ^(a) Rho Spearman: Medida estadística utilizada para evaluar la relación entre dos variables, especialmente cuando los datos no siguen una distribución normal o cuando las relaciones son no lineales. Dicha tabla muestra que existe una relación negativa significativa entre la autoestima y la ARS:.

La tabla 9 describe la correlación entre la variable autoestima y las dimensiones de ARS. Para la dimensión obsesión se obtuvo una relación significativa negativa baja (Rho= -.331; p<.001). Para la dimensión uso excesivo se obtuvo igualmente una relación significativa negativa baja (Rho= -.263; p<.001), y finalmente para la dimensión falta de control personal se obtuvo una correlación negativa baja (Rho= -.181; p<.008) Para las tres variables el tamaño del efecto fue pequeño y el p-valor menor a .05.

Tabla 9

Correlación entre la autoestima y las dimensiones de ARS (n=218)

		Autoestima
Obsesión por las redes sociales	Rho Spearman	-.331**
	(p-valor)	(<.001)
	r^2	.109
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Rho Spearman	-.181**
	(p-valor)	(<.008)
	r^2	.032
Uso excesivo de las redes sociales	Rho Spearman	-.263**
	(p-valor)	(<.001)
	r^2	.069

Nota:** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral). Dicha tabla muestra que existe una relación negativa significativa baja entre las dimensiones Obsesión y Uso excesivo con la autoestima.

CAPÍTULO IV: Discusión

La presente investigación, de carácter correlacional simple, pretendió examinar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales (ARS) en 218 alumnos de quinto año de secundaria de colegios nacionales en Lima, Perú.

De acuerdo a la hipótesis general: *existe relación significativa entre la autoestima y la ARS en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana*. Los descubrimientos corroboran la correlación entre las variables mencionadas, hallando que los adolescentes con una alta autoestima tendrán menores posibilidades de padecer una ARS, y viceversa. Esta correlación negativa coincide con lo encontrado por autores como Chapilliquen y Puemape (2023); Valdez (2021); Vidal et al. (2022) y puede explicarse por varios elementos. En primer lugar, la autoestima está influenciada por diversos factores sociales, culturales y el entorno en el que se desenvuelve el individuo. Las redes sociales proporcionan un espacio donde las personas interactúan y se conectan entre sí en base a intereses compartidos, lo que influye en el desarrollo de una autoestima alta o baja dependiendo del tipo de relación que se tenga en estas plataformas.

En segundo lugar, los adolescentes se encuentran en una etapa de desarrollo donde la aprobación, el reconocimiento social y la urgencia de satisfacer el sentido de pertenencia son aspectos cruciales. Las redes sociales ofrecen un medio inmediato y visible para recibir validación social a través de "me gusta", comentarios y seguidores, que son percibidos como indicadores de

aceptación por parte de sus pares. Además, permiten la creación de perfiles falsos o poco realistas, donde los adolescentes con baja autoestima pueden sentirse atraídos a utilizarlas de manera desadaptativa en busca de esta validación externa, intentando compensar la percepción negativa de sí mismos (Niemz et al., 2005; Arab & Diaz, 2015).

En tercer lugar, las redes sociales están inundadas de imágenes y publicaciones que muestran versiones idealizadas de la vida de otras personas. Los adolescentes son especialmente susceptibles a la comparación social, lo que puede aumentar sus sentimientos de inferioridad y alimentar una obsesión por las redes sociales, buscando constantemente mejorar su imagen y obtener más aprobación (Escurrea & Salas, 2014). Es por este motivo que, fortalecer la autoestima emerge como un factor de protección crucial para prevenir y abordar la adicción a las redes sociales, ya que esta es fundamental para el equilibrio emocional, una actitud positiva hacia la vida y la capacidad de enfrentar las adversidades cotidianas.

De esta forma, es posible afirmar que las redes sociales son un medio sencillo y favorable para la socialización; sin embargo, por otro lado, también son una actividad de riesgo para quienes tienen una baja valoración de sí mismos, tienen carencias emocionales y entornos disfuncionales.

Como hipótesis específicas se planteó descubrir la relación entre la autoestima y los factores de la variable ARS. Las conclusiones obtenidas permiten aceptar las hipótesis H1, H2 y H3, similar a lo investigado por Soria y Villegas (2024), quienes investigaron un grupo de 406 estudiantes entre las edades de 14 y 17. Las relaciones encontradas facilitan determinar que los

adolescentes que tienen menor autoestima, tendrán mayores posibilidades de obsesionarse, preocuparse por su consumo y presentar dificultades para manejar la frecuencia de conexión a las RS y viceversa. Estas correlaciones pueden explicarse por diversos factores psicológicos y sociales que caracterizan la adolescencia.

Durante esta etapa crucial de desarrollo, las redes sociales se convierten en un espacio donde los adolescentes buscan validación y aceptación. La cantidad de "me gusta", comentarios y seguidores puede influir significativamente en su autoestima. De esta forma, cuando no obtienen la validación esperada, es posible que su autoestima disminuya, lo que refuerza la necesidad de estar constantemente conectados para obtener esa validación.

Por otro lado, las comparaciones con vidas aparentemente perfectas y logros de otros pueden generar sentimientos de inferioridad y afectar negativamente la autoestima, lo que también contribuye al uso excesivo. La presión por mantener una imagen idealizada en las redes sociales puede ejercer una carga adicional sobre los adolescentes.

La falta de madurez emocional y neuropsicológica en los adolescentes puede explicar su vulnerabilidad ante la falta de gestión del uso de las redes sociales. Debido a que todavía están desarrollando habilidades de autorregulación y control de impulsos, esto puede hacer que sea difícil moderar el uso de redes sociales, especialmente cuando las plataformas están diseñadas para ser altamente atractivas y adictivas (Zhao y Zhou, 2021; Echeburúa y Requenses, 2012). La falta de control personal sobre el tiempo en línea puede interferir con otras actividades importantes y relaciones personales. Este uso excesivo puede tener efectos negativos en su estado de ánimo, contribuyendo a

la ansiedad y la depresión. Estos problemas emocionales pueden tener un impacto negativo en la autoestima, creando un ciclo donde la baja autoestima lleva a más tiempo en las redes sociales en un intento de mejorar el estado de ánimo, pero que finalmente resulta contraproducente.

Adicionalmente a ello, al haber sido realizada esta investigación durante la pandemia ocasionada por la Covid-19, se presentó interés en descubrir los niveles de adicción a las redes sociales en los adolescentes. Según los baremos establecidos por Ecurra y Salas-Blas (2014), se encuentra que la muestra obtuvo mayoritariamente un nivel muy alto (91.74%), en ARS, esto es diferente a lo encontrado por Yovera (2023) quien luego de encuestar a 185 estudiantes encontró que la proporción más alta se encuentra entre los niveles de adicción alto (33.3%) y moderado (34%). La alta puntuación es alarmante, pero puede entenderse a través de varios factores. Los baremos utilizados para medir esta adicción fueron establecidos antes de la pandemia, sería fundamental una actualización considerando nuevos elementos como las clases virtuales, la angustia frente al contagio y el aislamiento social. Por ejemplo, múltiples autores (Echeburúa & Requenses, 2012; Griffiths, 1998, Echeburúa, 1999) mencionan que la adicción a las redes sociales puede identificarse principalmente por el tiempo de conexión. Sin embargo, aunque el tiempo de conexión es una variable cuantitativa significativa, puede resultar insuficiente si no se relaciona con las actividades específicas del usuario (académicas, laborales). Esto nos lleva a cuestionar si el tiempo de conexión sigue siendo un factor determinante en la adicción o si existen nuevos elementos que también deben considerarse, como la excitación y los motivadores de la conexión. No tiene el mismo peso que un adolescente se conecte a la red porque debe realizar un trabajo escolar por varias

horas, que hacerlo para obtener reconocimiento social o como una forma de escapar de su realidad. Es fundamental, entonces, evaluar no solo la cantidad de tiempo en línea, sino también la calidad y propósito de esa conexión, entendiendo que el contexto actual ha alterado significativamente el uso y la percepción de las redes sociales. Otro punto que fortalece la idea de la realización de una adaptación o actualización de la prueba es que el cuestionario utilizado esta categorizado en tres dimensiones que hacen referencia al nivel de obsesión, la falta de control y el uso excesivo; sin embargo, deja de lado la identificación de síntomas característicos de la adicción como la abstinencia y la tolerancia.

Por otro lado, debido a que, durante la adolescencia, el cerebro aún está en desarrollo, especialmente el lóbulo frontal, encargado de la toma de decisiones, el control de impulsos y la regulación emocional, las redes sociales operan como una escapatoria fácil a sentimientos desagradables de frustración, ansiedad, desconexión, nostalgia y aburrimiento, a consecuencia del confinamiento (Zhao y Zhou, 2021; Imran et al., 2020; IPSOS, 2020, ONU, 2020; Echeburúa y Requenses, 2012). Esta inmadurez cerebral dificulta que los adolescentes identifiquen y expresen sus emociones de forma saludable y los conduce a comportamientos extremos o inadecuados, como el consumo adictivo de las redes sociales.

Adicionalmente, la transición de las clases escolares presenciales a virtuales también resultó en el aumento del tiempo de los adolescentes frente a las pantallas, viéndose obligados a navegar horas en internet (UNESCO, 2020; Don et al., 2020). Desde 1999, Echeburúa mencionó que la capacidad adictiva del internet se deriva de su presencia en los lugares más significados para la

persona como su hogar, la escuela, el trabajo, etc. Sería interesante volver a encuestar a los adolescentes para identificar si en la actualidad post pandemia, volviendo a las clases presenciales, la reducción del uso de internet y el celular, los niveles de adicción se vean reducidos, ya que la exposición a ellas es menor.

Algunos datos descriptivos permiten conocer si la cantidad de horas al día conectados a las redes sociales puede estar relacionada con el nivel de autoestima y adicción. Los resultados describen que los niveles de adicción se muestran elevados y la autoestima baja, independientemente de las horas al día de conexión. Múltiples autores explican que la adicción a las redes sociales (ARS) no solo se caracteriza por la pérdida del control, sino también por la alta tolerancia al tiempo de exposición (Echeburúa & De Corral, 2010; Navarro & Rueda, 2007). Además, Rodríguez et al. (2012) mencionaron que quienes interactúan más de 5 horas al día tienen mayores posibilidades de padecer una adicción y tener baja autoestima. Sin embargo, los resultados de este estudio son diferentes. Como se ha explicado anteriormente, los hallazgos sugieren la necesidad de reevaluar si el tiempo de conexión sigue siendo un factor indispensable en la adicción a las redes sociales o si, en la actualidad, podría representar una fase inicial de un posible comportamiento adictivo. Esta fase inicial vinculada a la búsqueda de validación y gratificación inmediata, refuerza positivamente el comportamiento adictivo. Sin embargo, a medida que el uso de las redes sociales se intensifica, otros factores comienzan a desempeñar un papel más significativo, tales como la necesidad de escapar de emociones negativas, la búsqueda de aceptación social y la influencia de comparaciones sociales constantes.

Este estudio ofrece nuevas perspectivas sobre cómo la autoestima puede influir en el desarrollo y mantenimiento de la adicción a las redes sociales y viceversa. Además, apoyan la teoría de que una baja autoestima puede predisponer a los individuos a buscar validación y gratificación en línea, lo que a su vez puede aumentar el riesgo de desarrollar una dependencia de las redes sociales. Los resultados sugieren la necesidad de investigar más a fondo los mecanismos psicológicos y sociales que intervienen en la relación de la autoestima y la adicción a las redes sociales. Futuras investigaciones podrían examinar cómo factores como la comparación social, el miedo al rechazo y la búsqueda de aprobación afectan el uso y abuso de las redes sociales en individuos con diferentes niveles de autoestima. Los hallazgos también destacan la importancia de educar a los adolescentes sobre el impacto de la adicción a las redes sociales en su bienestar emocional, buscando promover un uso equilibrado de las redes sociales, alentando a los usuarios a buscar validación y conexión interpersonal fuera del ámbito digital.

Finalmente, en relación a las limitaciones del estudio, se destaca que los participantes no fueron evaluados de manera presencial, lo cual implicó una limitación en la supervisión debido a la distancia. Esta modalidad virtual también conllevó la falta de control sobre el entorno en el que se realizaron las pruebas. En un entorno digital, los participantes podrían haber estado expuestos a distracciones externas o haber tenido acceso a recursos no autorizados, lo que podría haber influido en sus respuestas y, por ende, en los resultados de la investigación.

CONCLUSIONES

A nivel general se determinó una relación significativa negativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana.

A nivel específico se determinó que existe relación significativa negativa entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana.

A nivel específico se determinó que existe relación significativa negativa entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana.

A nivel específico se determinó que existe relación significativa negativa entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana.

RECOMENDACIONES

A los padres de familia:

Se incentiva acceder a un proceso de orientación sobre la adolescencia y sus riesgos. Debido a que es fundamental adquirir consciencia sobre el nivel de importancia que tiene el rol que ejercen diariamente.

A las autoridades de centro educativos:

Orientar a los alumnos sobre la práctica desadaptativa de las redes sociales y desarrollar planes estratégicos para el fortalecimiento de la autoestima.

A los adolescentes y/o estudiantes:

Establecer límites de tiempo y/o horarios específicos para prevenir el uso desadaptativo de las redes sociales, además de fomentar actividades fuera de línea como deportes, hobbies, compartir tiempo de calidad con familiares y/o amigos. Para prevenir la baja autoestima, explorar fortalezas, habilidades y pasiones, celebrar logros así sean pequeños, practicar la autocompasión, es decir tratarse con amabilidad y comprensión cuando enfrente dificultades, finalmente buscar ayuda profesional si experimenta sensaciones desagradables y pensamientos negativos hacia sí mismo.

A futuros investigadores:

Se alienta a la elaboración y/o actualización de una prueba para medir la adicción a las redes sociales, que esté más adaptada a las demandas de los adolescentes en la era post pandemia. Además, se insta a extender la investigación

para seguir comprendiendo la relación entre estas variables y otros factores relacionados.

REFERENCIAS

- Acosta, S., Ramírez, A., Saldarriaga, Y., Uribe, J., & Ruiz, N. (2022). Uso de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia, Colombia. *Revista Senderos Pedagógicos*. 13(1), 23-41. <https://doi.org/10.53995/rsp.v13i13.1123>.
- Adler, A. (1927). Understanding human nature. George Allen & Unwin LTD. <https://ia802900.us.archive.org/13/items/in.ernet.dli.2015.126777/2015.126777.Understanding-Human-Nature.pdf>
- Aldeas Infantiles SOS Perú. (2023, Agosto) <https://www.aldeasinfantiles.org.pe/noticias/seis-de-cada-diez-ninas,-ninos-y-adolescentes-han>.
- Álvarez, A., Sandoval, G., & Velásquez, S. (2017). *Autoestima en los (as) alumnos (as) de los 1º medios de los Liceos con alto índice de vulnerabilidad escolar (I.V.E.) de la ciudad de Valdivia* [Tesis para licenciatura, Universidad Austral de Chile]. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2007/ffa473a/doc/ffa473a.pdf>.
- American Psychological Association. (2017). Ethical principles of psychologists and code of conduct (2002, amended effective June 1, 2010, and January 1, 2017). <http://www.apa.org/ethics/code/index.html>
- Aponte, D., Castillo, P., & González, J. (2017). Prevalencia de adicción a internet y su relación con disfunción familiar en adolescentes. *Revista Clínica de*

- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Rev. Med. Clin. Condes*, 26(1), 7-13.
- Arnao, J., & Surpachin, M. (2016). Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes. Cedro: Perú.
- Ato, M., Lopez, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Revista Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059.
- Ballesteros, J., & Picazo, L. (2019). Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación de ayuda contra la drogadicción (FAD).
<https://doi10.5281/zenodo.3626905>
- Bednar, R., Wells, M., & Peterson, S. (1989). Self-Esteem: Paradoxes and Innovations in Clinical Theory and Practice. *American Psychological Association*.
- Boyd, D. (2014). *The social lives of networked teens*. Yale university press
<https://www.researchgate.net/publication/181562649>.
- Branden, N. (1993). *El poder de la autoestima*. Paídos
<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:60e30069-e1b7-4f36-9fed-f3b46ba4f19e>.
- Castañeda, C., & Ramos, G. (2020). Principales pandemias en la historia de la humanidad. *Revista Cubana de Pediatría*, 92(1), 1-24.

- Castellana, M., Sánchez, X., Graner, C., & Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28(3), 196-204. <http://www.cop.es/papeles>
- Castro, J., Gómez, E., Rodríguez V., Toro, C., & Zapata A. (2020). Ansiedad social y adicción a redes sociales en adolescentes del valle de Aburrá en función del estrato socioeconómico y el sexo. Programa de Psicología Tecnológico de Antioquia. *Programa de Psicología Tecnológico de Antioquia*. https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/811/InformeFinal_AnsiedadRedesSociales.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centro Peruano de Formación e Investigación Continua. (2023, Marzo). ¡Alerta!: Ciberbullyng en el Perú. <https://ceficperu.org/alerta-ciberbullying-en-el-peru/>
- Challco, K., Rodríguez, S., & Soncco, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15. <https://doi10.17162/rccs.v9i1.542>
- Chapilliquen, K., & Puemape, L. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de la unión, 2023*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/128054>
- Cornejo, M., & Tapia, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Revista Fundamentos en Humanidades*, 7(24), 219 -229. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010>

- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika* 6(3), 297-333. http://cda.psych.uiuc.edu/psychometrika_highly_cited_articles/cronbach_1951.pdf
- Dong, H., Yang, F., Lu, X., & Hao, W. (2020). Internet Addiction and Related Psychological Factors Among Children and Adolescents in China During the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Epidemic. *Frontiers in psychiatry*, 11(00751), 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.00751>
- Duclos, G., Laporte, D., & Ross, J. (2010). *Qué hacer para desarrollar la autoestima en adolescentes*. Quарzo. <https://books.google.com.ec/books?id=lqukslCQsr4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Dzib, L., & Duran, R. (2020). Plataformas de medios sociales y uso dado por estudiantes indígenas durante el confinamiento por la pandemia COVID-19. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicada*, 3(3), 260-269. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/336/358>
- Echeburúa, E. (1999). ¿Adicciones...sin drogas? Las nuevas adicciones (juego, sexo, comida, compras, trabajo, internet). Desclee De Brouwer S.A. https://www.academia.edu/43259475/_Adicciones_sin_drogas_Las_nuevas_adicciones
- Echeburúa, E., & Requenses, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Ediciones Pirámides. <http://omextad.salud.gob.mx/contenidos/investigaciones/Guiaparaeducadores.pdf>

- Echeburúa, E., & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones Revista Online* 22 (2), 91-96. <https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196>
- Escurre, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). *Revista de psicología*, 20(1),73-91. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Estévez, L., Bayón, C., De la Cruz, J., & Fernández-Liria, A. (2009). Uso y abuso de Internet en adolescentes. En E. Echeburúa, F. Labrador & E. Becoña (Ed.), *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes* (pp. 101-128). Pirámide.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A., & Buchener. A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences, *Behavior research Methods*, 39(2), 175-191.<https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- García, I. & Mejía, P. (2022). *Influencia de las redes sociales en la autoestima de adultos emergentes en Guayaquil* [Tesis de Licenciatura: Universidad de Guayaquil, Ecuador].
- García, V., & Silva, M. (2019). Procrastinación académica entre estudiantes de cursos en línea. Validación de un cuestionario. *Apertura*, 11(2), 122-137. <https://dx.doi.org/10.32870/Ap.v11n2.1673>
- Gonzales - Arratia, N. (2001). *La autoestima: Medición y estrategias de intervención a través de una experiencia en la reconstrucción del ser*. Ciencias de la salud. <https://books.google.com.pe/books?id=iYPB8K->

T14gC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Griffiths, M. (1998). Internet addiction: does it really exist?. En J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the internet: intapersonal, interpersonal and transpersonal implications* (pp. 61-75). Academic Press

Guijarro, C., & Larzabal, A. (2021). Autoestima y factores de bullying en estudiantes de bachillerato de la provincia de Chimborazo. *Revista Eugenio Espejo*, 15(3), 49-58.
<https://eugenioespejo.unach.edu.ec/index.php/EE/article/view/383/41>

Güemes, M., Ceñal., M., & Hidalgo, M. (2017). Pubertad y adolescencia. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 5(1), 7-22.

Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J., & Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

Hogan, T. (2015). *Pruebas psicológicas: una introducción práctica*. Manual Moderno.
<https://books.google.com.pe/books?id=dHGFCgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Huarcaya-Victoria, J. (2020). Consideraciones sobre la salud mental en la pandemia de COVID-19. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 37(2), 327-34. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.372.5419>

Imran, N., Zeshan, M., & Pervaiz, Z. (2020). Mental health considerations for children and adolescents in COVID-19 pandemic. *Pakistan Journal of*

<https://doi.org/10.12669/pjms.36.COVID19-S4.2759>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). El 65.7% de la población de 6 a 17 años de edad accedió a internet. <https://www.gob.pe/inei/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). El 72.4% de la población de 6 a 17 años de edad accedió a internet. <https://www.gob.pe/inei/>

James, W. (1890). *The principles of psychology volume I*. Heney holt and company. https://rauterberg.employee.id.tue.nl/lecturenotes/DDM110%20CAS/James-1890%20Principles_of_Psychology_vol_I.pdf

Jasso, J., López, F., & Díaz, L. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Psychological Research Records*, 7(3), 2832-2838. <https://www.redalyc.org/pdf/3589/358954155010>

Jiménez, L., & Pantoja, A. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología-Segunda Época*, 26(1), 78- 89.

Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiña, M., & Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Revista Científica de Educomunicación*, 56(3), 101-110. <https://doi10.3916/C56-2018-10>

Martínez, M., & Sánchez, E. (2016). Construcción de la identidad y uso de redes sociales en adolescentes de 15 años. *PsicoEducativa: Reflexiones y propuestas*. 2(4), 17-23. <https://psicoeducativa.iztacala.unam.mx/revista/index.php/rpsicoedu/article/view/23>

- Markus, H., & Wurf, E. (1987). The dynamic self – concept: A social psychological perspective. *Annual Review of Psychology*, 38, 299 – 337.
<https://doi10.1146/annurev.ps.38.020187.001503>
- Maslow, A. (1970) Motivation and personality. Harper & Row Publishers Inc.
<https://www.holybooks.com/wp-content/uploads/Motivation-and-Personality-Maslow.pdf>
- Matalí, J., García, S., Martín, M., & Pardo, M. (2015). Las nuevas tecnologías en niños y adolescentes: Guía para educar saludablemente en una sociedad digital. Faros Sant Joan de Déu. <https://faros.hsjdbcn.org>
- Melendez, L. (2023). *Bienestar psicológico y autoestima en adolescentes de una institución educativa pública, Pucallpa, 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Angeles de Chimbote]. Repositorio ULADECH.
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/34547>
- Mohanna, G., & Romero, D. (2021). *Adicción a las redes sociales y ansiedad en estudiantes de secundaria de Lima Metropolitana*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC.
<http://hdl.handle.net/10757/628014>
- Monbourquette, J. (2008). *Autoestima y cuidado del alma*. Bonum.
<https://books.google.cl/books?id=6iQXkZtnmfsC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Murillo, A., & Puerta-Cortés, D. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Católica del Norte*, (59) 27-44.<https://doi10.35575/rvucn.n59a3>

- Navarro, A., & Rueda, G. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 36(4), 691-700. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80636409.pdf>
- Navarro, E. (2008) *Aportación al estudio de la satisfacción laboral de los profesionales técnicos del sector de la construcción: una aplicación cualitativa en la Comunidad Valenciana*. [Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio UPV. <http://hdl.handle.net/10251/2189>
- Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570. <https://www.doi10.1089/cpb.2005.8.562>
- Oliva, A., Hidalgo, A., Moreno, C., Jiménez, L., Jimenez, A., Antolin, L., & Ramos, P. (2012). *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*. Agua Clara S.L. <http://hdl.handle.net/11441/67723>
- Organización de las Naciones Unidas (2020). *Informe de políticas: COVID-19 y la necesidad de actuar en relación con la salud mental*. <https://unsdg.un.org/es/resources/informe-de-politicas-covid-19-y-la-necesidad-de-actuar-en-relacion-con-la-salud-mental>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020). *Riesgos y oportunidades de las redes sociales del internet en tiempos de aislamiento*. <https://articles.unesco.org/es/articles/oportunidades-y-riesgos-de-internet-en-tiempos-de-aislamiento>.

- Otzen, P., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *INT. J. Norphol*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Papalia, D., Wendkos, S., & Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo: de la infancia a la adolescencia*. Wc Graw Hill. <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/16/2017/03/Psicologia-del-Desarrollo-PAPALIA-2009.pdf>
- Prochaska, J., & Diclemente, C. (1986). *Treating Addictive Behaviors*. Plenum Press, New York. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=5j2DBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=Treating+Addictive+Behaviors&ots=cQLkdNr2Pt&sig=3vsIaMh-pBlwHdsBXckAZsZ_dmo#v=onepage&q=Treating%20Addictive%20Behaviors&f=false
- Reolid, R., Flores, M., Lopez, M., Alcantud, P., Ayuso M., & Escobar, F. (2015). Frecuencia y características de uso de Internet por adolescentes españoles. Un estudio transversal. *Centro de Salud Universitario Zona IV de Albacete*. https://www.sap.org.ar/docs/publicaciones/primer/2016/AO_Reolid_anticip_o_15-12-15.pdf
- Roa, A. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *Revista EDETANIA estudios y propuestas socio-educativas*, (44), 241-257. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4596298>

- Rodríguez, M., Pellicer, G., & Domínguez, M. (1988). *Autoestima: clave del éxito personal*. Manual Moderno. <https://docplayer.es/62501594-Autoestima-clave-del-exito-personal.html>
- Rodríguez, R., García, M., Guillen, V., Valero, M., & Diaz, S. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICS) y ansiedad en adolescentes. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* 1 (1), 347-356
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832342035.pdf>
- Roque, D., Alvarez, M., Gastelo, K & Ramírez, C. (2022). Adicción a redes sociales y agresión en los adolescentes de la provincia de San Martín. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 15(1), 60-69.
<https://doi.org/10.17162/rccs.v15i1.1756>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self image*. Princeton University Press.
<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:80b533a0-17ab-4db9-90f0-67c8b8cc652c>
- Ruiz, C. (2003). Test de Autoestima-25. Champagnat. Taller de actualización en pruebas psicológicas 2007. Colegio de Psicólogos.
- Salcedo, R. (2017). *Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12903/Salcedo_PRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Santana, L., Gómez, A., & Feliciano, L. (2019). Uso problemático del móvil, fobia a sentirse excluido y comunicación familiar de los adolescentes. *Comunicar*, 27(59), 39-47. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-04>.
- Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P. J., Hellemans, K. G., & Guimond, S. (2022). Problematic social media use in adolescents and young adults: Systematic review and meta-analysis. *JMIR Ment Health*, 9(4). <https://doi.org/10.2196/33450>.
- Soria, P., & Villegas, N. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Revista psicología UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://orcid.org/0000-0002-1907-7361>
- Tala, A., & Vásquez, E. (2020). Conexión en tiempos de COVID-19. *Revista médica de Chile*, 148(1), 557-564. <http://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872020000400557>
- Valdez, M. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una institución educativa de magdalena del mar*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Autónoma. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1287>.
- Valencia, R., Cabero, J., Garay, U., & Fernández, B. (2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 18, 99-125. <https://hdl.handle.net/11441/104915>
- Ventura, J., Caycho-Rodriguez, T., & Barboza-Palomino, M. (2018). Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes limeños. *Revista interamericana de Psicología Internacional Journal of Psychology (IJP)*, 52(1), 44-60. <https://doi.org/10.30849/rip/ijp.v52i1.363>

- Vidal, D., Foreman, S., & Molina, B. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la provincia de Concepción, Chile. *Revista Perspectivas*, 39, 107-126. <https://doi.org/10.29344/07171714.39.2987>
- Young, K. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Yovera, A. (2023). Salud mental de adolescentes: Adicción a las redes sociales. *Journal of neuroscience and public health*, 3(3), 409-417. <https://doi.org/10.46363/jnph.v3i3.2>
- Zea, A., & León, H. (2022). Hábitos de vida durante la cuarentena por covid-19 en una muestra de la población colombiana. *Revista Ciencia y Salud*, 20(2), 1-16.
- Zhao, N., & Zhou, G. (2021). COVID-19 Stress and Addictive Social Media Use (SMU): mediating role of active use and social media flow. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 1-8. doi:10.3389/fpsy.2021.635546.

ANEXO A

Autorización uso del instrumento 1

Autorización - EAR

De: Jose Luis Ventura Leon <jventuraleon@gmail.com>
Enviado: lunes, 9 de noviembre de 2020 21:09
Para: LUCERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI <lucero_cardenas1@usmp.pe>
Asunto: Re: Autorización - EAR

Estimada Lucero:

Usted puede utilizar la escala de Autoestima. Encontrará la versión tal como debe ser aplicada en mi página web: <https://joseventuraleon.com/>

Un cordial saludo
Dr. José L. Ventura-León
Docente Investigador
C.Ps.P. 15418
Autor ID Scopus: 57192588366
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2996-4244>
Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Ventura_Leon
Google Academico: <https://scholar.google.es/citations?user=L3U14VwAAAAJ&hl=es>
Autores-Redalyc: <http://www.redalyc.org/autor.oa?id=12678>

El lun., 9 nov. 2020 a las 13:07, LUCERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI (<lucero_cardenas1@usmp.pe>) escribió:
Buenas tardes, estimado José Ventura-León

ANEXO B

Autorización uso del instrumento 2

AUTORIZACIÓN - ARS 📎 14 ▾ 📧

▼ Mostrar los datos adjuntos (2 MB) Descargar todo

Guardar todo en OneDrive - Universidad de San Martín de Porres

De: Luis Miguel Ecurra Mayaute <lescurram@unmsm.edu.pe>
Enviado: martes, 10 de noviembre de 2020 18:35
Para: LUCERO ANTONELLA CARDENAS TIPIANI <lucero_cardenas1@usmp.pe>
Asunto: Re: AUTORIZACIÓN - ARS

Estimada Lucero Antonella Cardenas Tipiani, por la presente te autorizo a usar el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, para que realice su investigación.

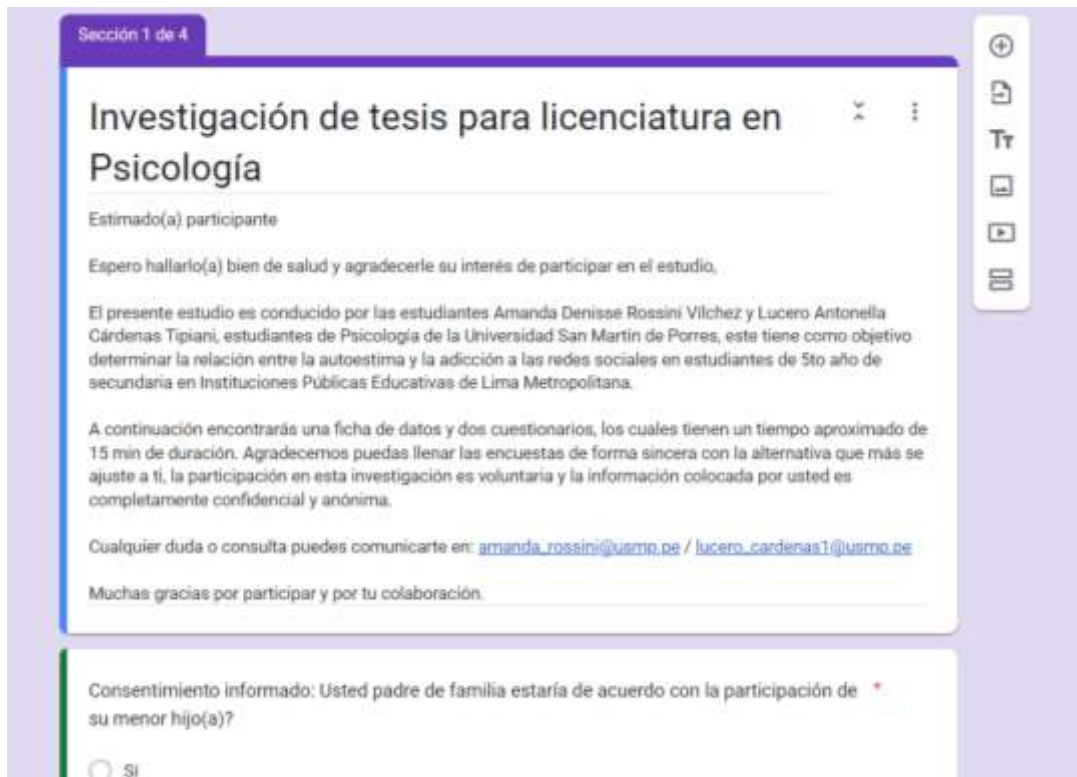
Saludos

Mg. Luis Miguel Ecurra Mayaute
Profesor Principal
Facultad de Psicología
UNMSM

ANEXO C

Formulario de Google

Link de acceso: [Investigación de tesis para licenciatura en Psicología \(google.com\)](#)



Sección 1 de 4

Investigación de tesis para licenciatura en Psicología

Estimado(a) participante

Espero hallarlo(a) bien de salud y agradecerle su interés de participar en el estudio.

El presente estudio es conducido por las estudiantes Amanda Denisse Rossini Vilchez y Lucero Antonella Cárdenas Tipiani, estudiantes de Psicología de la Universidad San Martín de Porres, este tiene como objetivo determinar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de 5to año de secundaria en Instituciones Públicas Educativas de Lima Metropolitana.

A continuación encontrarás una ficha de datos y dos cuestionarios, los cuales tienen un tiempo aproximado de 15 min de duración. Agradecemos puedas llenar las encuestas de forma sincera con la alternativa que más se ajuste a ti, la participación en esta investigación es voluntaria y la información colocada por usted es completamente confidencial y anónima.

Cualquier duda o consulta puedes comunicarte en: amanda_rossini@usmp.pe / lucero_cardenas1@usmp.pe

Muchas gracias por participar y por tu colaboración.

Consentimiento informado: Usted padre de familia estaría de acuerdo con la participación de su menor hijo(a)? *

SI

ANEXO D

Consentimiento informado

Consentimiento informado: Usted padre de familia estaría de acuerdo con la participación de su menor hijo(a)? *

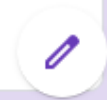
Sí

No

Asentimiento informado: Usted estudiante. ¿acepta participar en el presente estudio? *

Sí

No



ANEXO E

Matriz de consistencia

Definición del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema General ¿Existe relación entre Autoestima y ARS en adolescentes de 5to año de secundaria de colegios nacionales de Lima Metropolitana?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Podría existir relación entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana?</p> <p>¿Podría existir relación entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana?</p> <p>¿Podría existir relación entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación significativa entre la autoestima y la ARS en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p> <p>Hipótesis específicas: H1: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión obsesión por las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana. H2: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana. H3: Existe relación entre la variable autoestima y la dimensión uso excesivo de las redes sociales en adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales en Lima Metropolitana.</p>	<p>Autoestima</p> <p>Indicadores: (1,2,3,4,6,7) ítems redactados de forma positiva (2,5,9 y 10) redactados en sentido inverso</p> <p>ARS</p> <p>Indicadores: Obsesión por las redes sociales (ítems :1,2,3,4,5,6,7,8,9,10) Falta de control personal en el uso de las redes sociales (ítems:11,12,13,14,15,16) Uso excesivo de las redes sociales (ítems:17,18,19,20,21,22,23,24) Uso excesivo de las redes sociales</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa</p> <p>Diseño de investigación: Diseño empírico, de estrategias asociativa y de tipo predictivo</p> <p>Muestra: Adolescentes de 5to de secundaria de colegios nacionales de Lima Metropolitana</p> <p>Instrumentos de medición: Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) Escala de Adicción a las Redes sociales (ARS)</p>

ANEXO F

Acta de compromiso

ACTA DE COMPROMISO DE TESIS

(MODALIDAD ELABORACIÓN DE TESIS EN PARES)

Por el presente documento, yo, **Amanda Denisse Rossini Vilchez**, identificada con **DNI N° 75816035**, bachiller en la carrera de Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, dejo constancia de mi compromiso de elaborar la tesis para obtener el título de licenciatura con la responsabilidad, ética y dedicación pertinentes, en conjunto con mi compañera de investigación, **Lucero Antonella Cárdenas Tipiani**, identificada con **DNI N° 77564867**.

Así mismo, informo que doy mi consentimiento de que, en caso incumpla con este compromiso, mi compañero de investigación estará en potestad de continuar con el desarrollo de la tesis de manera individual, sin hallarme yo en oportunidad de emitir reclamo alguno relacionados a derecho de autoría.

Lima, 10 de agosto del 2023



(FIRMA)

ACTA DE COMPROMISO DE TESIS

(MODALIDAD ELABORACIÓN DE TESIS EN PARES)

Por el presente documento, yo, **Lucero Antonella Cárdenas Tipiani**, identificada con **DNI N° 77564867**, bachiller en la carrera de Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, dejo constancia de mi compromiso de elaborar la tesis para obtener el título de licenciatura con la responsabilidad, ética y dedicación pertinentes, en conjunto con mi compañera de investigación **Amanda Denisse Rossini Vilchez**, identificada con **DNI N° 75816035**.

Así mismo, informo que doy mi consentimiento de que, en caso incumpla con este compromiso, mi compañero de investigación estará en la potestad de continuar con el desarrollo de la tesis de manera individual, sin hallarme yo en oportunidad de emitir reclamo alguno relacionados a derechos de autoría.

Lima, 10 de agosto del 2023



(FIRMA)