



**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE UNA  
UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA**

**Línea de investigación:**

**Psicología de los procesos básicos y psicología educativa**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología con  
mención en Psicología Clínica

**Autor:**

Malma Medina, Marlon Randy

**Asesor:**

Del Rosario Pacherras, Orlando  
(ORCID: 0000-0003-0981-9808)

**Jurado:**

Pinto Herrera, Florita

Henostroza Mota, Carmela

Mayorga Falcón, Elizabeth

**Lima - Perú**

**2023**



## Reporte de Análisis de Similitud

Archivo: AI – MALMA MEDINA MARLON RANDY - OFICIO N° 059-2023-OGGE-AS-FAPS-UNFV

Fecha del Análisis: 13 /04/2023

Operador del Programa Informático: SALAZAR CHAMBA SOFIA TERESA

Correo del Operador del Programa Informático: ssalazar@unfv.edu.pe

Porcentaje: 24 %

Asesor: ORLANDO DEL ROSARIO PACHERRES

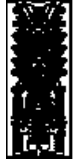
Título: AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PUBLICA DE LIMA.

Enlace: <https://secure.arkund.com/view/156747595-629040-320993>

Jefe de la Oficina de Grados y Gestión del Egresado:



MG. VILMA BARTOLA ZEGARRA MARTINEZ



## **FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

### **AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA**

Línea de investigación: Psicología de los procesos básicos y psicología educativa

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología con mención en  
psicología clínica

#### **Autor:**

Malma Medina, Marlon Randy

#### **Asesor:**

Del Rosario Pacherras, Orlando  
(Código ORCID: 0000-0003-0981-9808)

#### **Jurado:**

Pinto Herrera Florita  
Henostroza Mota Carmela  
Mayorga Falcón Elizabeth

**LIMA-PERÚ**

**2023**

## **Pensamientos**

“La felicidad también consiste en lo  
quedejas ir por tu propio bien“

Coco Chanel

“ El deber tiene un inmenso parecido  
con la felicidad de otros“

Victor Hugo

### **Dedicatoria**

A mis padres y seres queridos,  
que acompañan y motivan en todo  
momento.

### **Agradecimientos**

A mi asesor, el Mg. Orlando Del Rosario Pacherras, por su dedicación y orientación oportuna durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

A mi alma mater, la Universidad Nacional Federico Villarreal, por estos seis años de formación profesional en la carrera de Psicología.

## Índice

	Pág.
Pensamientos .....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimientos .....	4
Índice .....	5
Lista de tablas .....	8
Lista de figuras .....	9
Resumen .....	10
Abstract.....	11
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
1.1 Descripción y formulación del problema .....	14
1.2 Antecedentes .....	17
1.3 Objetivos .....	21
1.3.1 Objetivo General .....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4 Justificación.....	22
1.5 Hipótesis.....	23
1.5.1 Hipótesis General.....	23
1.5.2 Hipótesis Específicas .....	23
<b>II MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>24</b>
2.1 Autoestima .....	24
2.1.1 Definiciones de autoestima .....	24
2.1.2 Modelos teóricos de la autoestima.....	24
2.1.3 Dimensiones de la autoestima.....	27

2.1.4	Niveles de autoestima .....	28
2.2	Las adicciones .....	30
2.2.1	Definiciones de adicción.....	30
2.2.2	Modelos teóricos de las adicciones.....	31
2.2.3	Clasificación de las adicciones .....	32
2.3	Adicción a las redes sociales .....	34
2.3.1	Características de la adicción a las redes sociales.....	35
2.3.2	Dimensiones de la adicción a las redes sociales .....	37
2.3.3	Adicción a las redes sociales en tiempos de pandemia .....	37
2.3.4	Redes sociales y uso problemático.....	38
<b>III</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>40</b>
3.1	Tipo de investigación .....	40
3.2	Ámbito espacial y temporal.....	40
3.3	Variables.....	41
3.3.1	Autoestima .....	41
3.3.2	Adicción a las redes sociales.....	42
3.4	Población y muestra .....	43
3.4.1	Criterios de Inclusión .....	43
3.4.2	Criterios de exclusión.....	43
3.5	Instrumentos .....	44
3.5.1	Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) para adultos.....	44
3.5.2	Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS).....	47
3.6	Procedimientos.....	52
3.7	Análisis de datos.....	53
3.8	Consideraciones éticas .....	54

<b>IV RESULTADOS</b> .....	<b>55</b>
<b>V DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>59</b>
<b>VI CONCLUSIONES</b> .....	<b>65</b>
<b>VII . RECOMENDACIONES</b> .....	<b>67</b>
<b>VIII REFERENCIAS</b> .....	<b>68</b>
<b>IX ANEXOS</b> .....	<b>80</b>

**Lista de tablas**

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de la variable Autoestima	41
Tabla 2. Operacionalización de la variable Adicción a las redes sociales	42
Tabla 3. Medidas de ajuste del modelo estructural del SEI	45
Tabla 4. Cargas factoriales del modelo estructural del SEI (Lambda)	46
Tabla 5. Medidas de confiabilidad de las escalas del SEI	47
Tabla 6. Medidas de ajuste del modelo confirmatorio del Cuestionario ARS	48
Tabla 7. Cargas factoriales y covarianzas del Cuestionario ARS	48
Tabla 8. Medidas de confiabilidad de las escalas ARS	50
Tabla 9. Índices de discriminación de los ítems del Cuestionario ARS	50
Tabla 10. Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad	53
Tabla 11. Correlación entre adicción a las redes sociales y autoestima	55
Tabla 12. Niveles de autoestima	55
Tabla 13. Niveles de Adicción a Redes Sociales	56
Tabla 14. Comparación de la autoestima por variables sociodemográficas	57
Tabla 15. Comparación de la adicción a las redes sociales por variables sociodemográficas	57
Tabla 16. Correlación por dimensiones	58

**Lista de figuras**

	Pág.
Figura 1. Diagrama de senderos del SEI	46

## Resumen

El objetivo de la presente investigación fue el de analizar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima Metropolitana, en 300 estudiantes que cursaban entre el 1° y 6° año de estudios de la carrera de psicología, con edades comprendidas entre los 18 y 35 años. Se empleó una metodología con diseño no experimental, correlacional y trasversal, teniendo como instrumentos al Inventario de AutoestimaSEI (Coopersmith, 1967) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS, Escurra y Salas, 2014). Los resultados evidenciaron una relación inversa, baja y estadísticamente significativa entre las variables ( $Rho = -.257, p < .001$ ), lo cual sugirió que a menor autoestima existen mayores posibilidades de presentar comportamientos adictivos hacia las redes sociales, confirmando la hipótesis general de la investigación. Además de ello, no se detectaron diferencias estadísticamente significativas en las variables de estudio según los criterios sociodemográficos analizados. A partir de los hallazgos, se sostiene que la relación detectada presenta tendencias a ser más fuerte en menores de 25 años, además de establecerse recomendaciones respecto al uso de instrumentos en el contexto virtual.

*Palabras clave:* adicción a redes sociales, autoestima, universitarios

### **Abstract**

The objective of this research was to analyze the relationship between self-esteem and addiction to social networks in students of a public university in metropolitan Lima. Three hundred students between the 1st and 5th year of psychology studies, aged between 18 and 35 years, participated in the study. A non-experimental, correlational and cross-sectional design methodology was used, using the SEI Self-Esteem Inventory (Coopersmith, 1967) and the Social Network Addiction Questionnaire (ARS, Escurra and Salas, 2014) as instruments. The results evidenced an inverse, low and statistically significant relationship between the variables ( $Rho = -.257, p < .001$ ), which suggested that the lower the self-esteem the higher the chances of presenting addictive behaviors towards social networks, confirming the general hypothesis of the research. In addition, no statistically significant differences were detected in the study variables according to the sociodemographic criteria analyzed. Based on the findings, it is argued that the relationship detected tends to be stronger in those under 25 years of age, in addition to establishing recommendations regarding the use of instruments in the virtual context.

*Keywords:* social network addiction, self-esteem, university students

## I. Introducción

La autoestima es definida como la valoración que el individuo hace de sí mismo; mientras que, la adicción a las redes sociales es caracterizada como un tipo de comportamiento que demanda estar alerta de lo que sucede en entornos virtuales, verificándolos constantemente a través de dispositivos electrónicos en circunstancias que afectan a las relaciones interpersonales y el estado de ánimo de las personas.

En este contexto, se considera a la juventud como una de las etapas del desarrollo en la que los individuos están expuestos a ver su autoestima alterada por el uso excesivo de estos medios, característico de la adicción. Sin embargo, la claridad de la relación entre estos dos constructos se ha obnubilado frente a la modalidad de clases virtuales emergentes en pandemia y aún el mismo uso excesivo de dispositivos como un potencial indicador de la adicción. Es por ello, motivo del presente estudio analizar la relación entre estas dos variables en adolescentes de la ciudad de Lima, Perú.

Los objetivos de la investigación se centran en el análisis de la relación y en la descripción de los niveles de autoestima y adicción a las redes sociales de la muestra de estudio. En este sentido, se estimó encontrar tendencias a la media frente a la normalización de uso de dispositivos, como también alteraciones en la magnitud de la relación entre ambas variables. Los resultados mostraron la hipótesis de partida, permitiendo confirmarla y caracterizar a los participantes del estudio, en los cuales el término *adicción* presenta dificultades para definirse en función de las circunstancias e implicancias teóricas como empíricas.

En el Capítulo I son planteados los principales aspectos del problema de investigación, el intento por responder a la pregunta a partir de los hallazgos de otros investigadores como también los objetivos, hipótesis y la justificación del estudio.

En el Capítulo II son desarrollados las bases teóricas de ambos constructos psicológicos y los modelos sobre los cuales se establecen los fundamentos de la investigación a nivel conceptual. En el Capítulo III son presentadas las bases metodológicas sobre las cuales fueron desarrollados los objetivos de la investigación, sus procedimientos y aspectos éticos implicados en cada momento.

En el Capítulo IV son mostrados los resultados y hallazgos principales del estudio, desde los cuales se logró responder a las interrogantes principales de la investigación.

Finalmente, en los Capítulos V, VI y VII son discutidos los resultados del estudio con los de investigaciones previas como también presentadas las conclusiones y recomendaciones vistas las bondades y limitaciones sobre las cuales la investigación fue desarrollada.

## 1.1 Descripción y formulación del problema

La presente investigación tiene como principal variable la autoestima y busca conocer si existe relación con la adicción a redes sociales, ya que los jóvenes cada vez utilizan más estos medios para comunicarse, relacionarse e informarse de lo que ocurre en el mundo.

La autoestima cumple una función muy importante en la vida de las personas, de ser así, Coopersmith (1967), menciona que las personas con autoestima alta son activas, expresivas, con éxitos sociales y académicas, por lo general son líderes, no rehúyen y se interesan por asuntos políticos, en cambio las personas con autoestima baja se aíslan de su medio social, muestran dificultades al expresarse y defenderse por el temor de hacer enfadar a los demás, como también presentan desánimo y depresión.

Por tanto, la autoestima, vista como una variable psicológica, busca comprender como el individuo valora sus propias cualidades, lo que implicaría un proceso de autoevaluación continua que abarcaría diversos componentes o factores del ser humano, tales como rasgos físicos, mentales, sociales, espirituales, emocionales y conductuales (Tarazona, 2013).

Según Borges-Silva et al. (2017), los jóvenes de esta nueva generación viven estresados, infelices y con problemas de autoestima, debido a la forma en la que han sido criados; tienen una baja autoestima y no saben manejar el estrés, por eso muchos se refugian en las redes sociales, donde pueden hacer que sus vidas se vean increíbles, aunque estén tristes y con problemas; las redes sociales les brindan un alivio temporal.

En el contexto universitario hay jóvenes que aparentan una vida tranquila, sin embargo, muchos se sienten decaídos y no piden ayuda, esto afecta su salud emocional y por tanto muestran baja autoestima, afectando los lazos familiares, sociales y académicos.

En la actualidad, la sociedad se encuentra inmersa en las nuevas tecnologías, entre ellas, por el uso de las redes sociales. Estas se corresponden con un sinnúmero de herramientas digitales que cada vez tienen mayor predilección por jóvenes de cualquier escala social (Marín y Cabero, 2019; Vega et al., 2019). Si bien es cierto, estos tienen el beneficio de comunicarte con personas de cualquier parte del mundo, así como el actualizarlos respecto a novedades locales e internacionales, con diversas fuentes de información, no podemos negar la otra cara de la moneda, ya que se ha convertido en un medio con el que pueden expresar contenidos personales (Del Pretey Redón-Pantoja, 2020; Pullido et al., 2021; Tejada et al., 2019). Entre estos se destacan fotografías, historias, y publicaciones acompañadas del afán por ganar deseabilidad social. Hoy en día, los jóvenes mientras más coloquen “me gusta” a una foto, más su autoestima tiende, aparentemente, a aumentar; sin embargo, también está el caso de quienes no se verán afectados por no recibir “me gusta”. El verdadero problema reside en el potencial adictivo de un uso asociado, el cual conlleva a una alteración en la autoestima y hace que un usuario pueda volverse más dependiente a las redes sociales (Critikián y Núñez, 2021; Cabero et al., 2020).

En ese sentido la organización We Are Social (2019), con el respaldo de Hootsuite señaló que el mundo cuenta con 4.388 millones de internautas y 3.484 millones son usuarios activos de redes sociales. Asimismo, indicaron que existen 24 millones de usuarios activos de dichas redes en el Perú, donde el mayor uso está en el rango de edades de 18 a 34 años.

El Instituto para la Integración de América Latina (INTAL), del Banco Interamericano del Desarrollo, elaboró un estudio, indicando que de todos los países de la región, los ciudadanos de Paraguay son los que más usan las redes sociales, a pesar de ser una de las naciones más atrasadas de la región. Según informa la investigación, en términos relativos, el

acceso a las nuevas tecnologías alcanza el 83 % en ese país. En dicho estudio se señala que, en segundo lugar en el acceso a redes sociales, se encuentra Costa Rica (78 %), seguido de Uruguay (74 %), México (73 %), Ecuador (72 %), Argentina (71 %) y Colombia (68 %), mientras que el Perú no se encuentra en los primeros lugares; no obstante, está por encima de los 50% de su población.

A nivel local, el Instituto Nacional de Estadística e Informática ([INEI], 2017) indicó que el trimestre julio-agosto-setiembre 2017, el 91,3% de la población con educación universitaria y el 78,7% de los que tienen educación superior no universitario, accedieron a Internet, mientras que el 55,8% y 19,8% de la población con educación secundaria y primaria, respectivamente; hizo uso de la misma plataforma.

Estos estudios nos dan a conocer el paulatino crecimiento en el uso desmedido de las redes sociales, a su vez de señalar que las razones por las cuales se percibe este comportamiento, por parte de los jóvenes, puede ser a causa de una acentuada necesidad afectiva, baja autoestima, poco autocontrol en las conductas, problemas familiares y sociales (Challco et al., 2016; Arana, 2014; Rayo, 2014; Herrera et al., 2010). Por ejemplo, en el estudio de Mehdizadeh (2010), se encontró una relación entre mayor uso de Facebook, específicamente mayor cambio de la foto de perfil y menor autoestima. Igualmente, también encontraron una relación entre mayor uso de Facebook, mayor contenido autopromocionar (fotos, estados) y mayor narcisismo.

Para Ortega (2012) los jóvenes universitarios manejan códigos y su propia forma de comunicación, que les hace más fácil crear comunidades virtuales con el fin de socializar. Esto tiene un fin pragmático que es el de satisfacer sus necesidades de inclusión social. Sin embargo las prácticas que acompañan dicho fin pueden afectar a los jóvenes en sus relaciones

interpersonales y conllevar a una adicción por las redes sociales. Uno de los signos de esta adicción es la falta de control y la dependencia que produce, ligada a una baja autoestima en las personas (Valdez, 2018;Díaz y Peralta, 2015; Salcedo, 2016).

Siguiendo con lo expuesto anteriormente, las redes sociales se convierten en parte de su aprendizaje social, que, si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, en muchos casos crea modelos alejados de la realidad generando comportamientos y actitudes que suscitan problemas de autoestima y estrés, siendo un predictor potencial el tiempo en línea (Armstrong et al., 2000; Chalco et al., 2016). Entre ellos, están los relacionados con el cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital (Reis et al., 2013).

La adicción a redes sociales en jóvenes es un tema que cada vez va tomando mayor fuerza en el mundo, además ha sido muy poco estudiado en nuestro país en jóvenes, por lo que es pertinente la realización de una investigación sobre este grupo, el cual presenta mayor afluencia al uso de internet. Es, por tanto, que se plantea la siguiente pregunta:

¿Existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en jóvenes de una universidad pública de Lima?

## **1.2 Antecedentes**

### ***1.2.1. Antecedentes Nacionales***

Pillaca (2021) desarrolló una investigación que tuvo por propósito el análisis de la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad pública de Lima Sur. Participaron 466 estudiantes de ambos sexos entre los 16 y 35 años. El método se estableció sobre un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel correlacional, empleando como instrumentos al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y el Inventario de Autoestima de Coopersmith. Los resultados determinaron una relación

inversa y moderada, siendo estadísticamente muy significativa ( $R_s = -.42$ ,  $p = .00$ ), demostrando la hipótesis principal del estudio. Además, se identificó al 33.9% de estudiantes con bajo grado de adicción a las redes sociales y al 36.5% con alta autoestima. Asimismo, fueron percibidas diferencias por edad, ciclo, sexo y situación laboral.

Jiménez y Lagos (2021) investigaron la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en pre universitarios de Juliaca, Perú. Participaron 246 estudiantes entre 15 y 30 años entre hombres y mujeres. El estudio se sostuvo en un diseño no experimental, relacional, teniendo como instrumentos al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) y la Escala de Autoestima para Adolescentes de Caso y Hernández. Los resultados mostraron una relación baja, inversa y significativa entre las variables ( $R = -.16$ ,  $p = .02$ ). A partir de los hallazgos, se recomendó enfatizar en análisis que expliquen la adicción a las redes sociales a partir de las dimensiones de la autoestima en estudiantes de niveles académicos similares.

Carrasco y Vásquez (2020) indagaron sobre la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en universitarios de una institución privada de Lima. Conformó la muestra 122 estudiantes entre hombres y mujeres, con distribuciones porcentuales del 25% y 75% respectivamente. Siguiendo un diseño no experimental, relacional y transversal, fueron colectados los datos empleando el Cuestionario ARS y el Inventario SEI. Los resultados demostraron una relación inversa, estadísticamente significativa y baja. Asimismo, se notó como carrera con mayor predisposición a la adicción a las redes sociales a la de Nutrición y Dietética, mientras que la de Enfermería se caracterizó por ser la de más baja autoestima.

Quispe-Yucra (2020) investigó la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de cursos de nivelación de una universidad ayacuchana. Participaron 42 estudiantes entre 19 y 43 años, de ambos sexos. El diseño fue no experimental, de nivel

relacional, tomando como medidas al Cuestionario ARS y la Escala de Autoestima de Coopersmith (SEI). Los resultados mostraron una relación inversa y baja entre ambas variables, con alto margen de error, siendo no significativa ( $R = -.35, p = .83$ ); sin embargo, dicha relación con la adicción a las redes sociales fue significativa con la dimensión familiar de la autoestima. Se recomendó evaluar las fuentes de error de la estimación de la magnitud de la relación con estudiantes en el mismo grado académico, además de analizar el papel de la familia en casos de adicción.

Chacolla-Soto (2019) analizó la relación entre el uso de las redes sociales digitales y autoestima en universitarios de pregrado de Tacna. Participaron 400 estudiantes de pregrado entre hombres y mujeres de diferentes carreras. El diseño del estudio fue no experimental, relacional y transversal, teniéndose como instrumentos al Cuestionario de Uso de Redes Sociales Digitales, desarrollado para fines de la investigación y la Escala de Rosenberg. Los resultados evidenciaron una correlación baja y no significativa entre ambas variables ( $Rho = .07, p = .149$ ). Se concluyó que el uso de redes sociales digitales no afecta o se relaciona con la autoestima, pese a que el 100% de estudiantes fueron usuarios de tales.

### ***1.2.2. Antecedentes Internacionales***

Portillo-Reyes et al. (2021) desarrollaron una investigación que entre sus objetivos buscó establecer la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en universitarios mexicanos. Participaron 100 estudiantes, de ambos sexos, siendo 64 mujeres y 36 hombres. Siguiendo un diseño no experimental, relacional, les fue aplicado el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados mostraron que la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima resultó inversa, presentando también mayor ansiedad aquellos estudiantes con mayor carga de adicción.

Wahyuni y Maksun (2020) analizaron la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en universitarios. Participaron 225 estudiantes de 4 universidades de Indonesia. Se siguió un diseño no experimental, correlacional, aplicando la Escala de Adicción a las Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados determinaron la inexistencia de una correlación entre ambas variables, además de una leve contribución del sexo como moderador sobre dicha relación, elevándola a un 9%. Se concluyó que los hallazgos no fueron determinantes frente a la literatura, los modelos de medida de las escalas y otros hallazgos contrastados.

Acar et al. (2020) llevaron a cabo otra investigación que tuvo por objeto el analizar la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima, en función de los problemas emocionales en adolescentes. Participaron 221 adolescentes turcos entre hombres y mujeres, entre 15 y 20 años, siendo el 51.7% del primer grupo y el 49.3% del segundo. El estudio siguió un diseño no experimental, correlacional y transversal, empleándose como medidas a la Escala de Adicción a las Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados evidenciaron que la relación entre ambas variables fue inversa, baja y estadísticamente significativa ( $r = -.30$ ,  $p = .00$ ), además de también ser baja entre ambas con los problemas emocionales. Se recomendó continuar indagando sobre la existencia de otros factores que fortalezcan explicativamente la relación entre las variables.

Köse y Doğan (2019) investigaron sobre la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes universitarios turcos. Participaron 325 estudiantes, siendo el 60.9% mujeres y el 37.1% restante, varones. Con un diseño no experimental, relacional fueron aplicadas la *Social Media Addiction Scale* y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados evidenciaron una correlación baja, inversa y estadísticamente significativa entre

ambas variables solo para el caso de las mujeres ( $R = -.25, p = .01$ ). Así también, se detectó mayor nivel de adicción en función del número de seguidores en redes sociales, la ocupación, recaídas y modificaciones del estado de ánimo.

Hawi y Samaha (2017) desarrollaron un estudio que tuvo entre sus objetivos determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y autoestima en universitarios del Líbano. Participaron 364 estudiantes elegidos de manera aleatoria entre varones y mujeres con edades promedio de 21.1 años ( $DE = 2.3$ ). El estudio de enfoque cuantitativo se sostuvo en un diseño no experimental, relacional y transversal, empleando como instrumentos de colecta de datos a la Escala SMAQ y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados evidenciaron una correlación significativa, inversa y moderada entre ambas variables ( $R = -.46, p = .00$ ). Estos resultados fueron concluyentes al ratificarse con los de estudios similares.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo General***

Determinar si existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

#### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

- Describir el nivel de autoestima que predomina en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- Describir el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- Identificar si existen diferencias en adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.
- Identificar si existen diferencias en autoestima en estudiantes de una universidad

pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.

- Determinar la relación entre la dimensión “Si mismo general” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- Determinar la relación entre la dimensión “Social-pares” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- Determinar la relación entre la dimensión “Hogar” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.

#### **1.4 Justificación**

La investigación realizada fue de suma importancia, ya que en la actualidad son muchas las personas en el mundo, especialmente adolescentes y jóvenes, que se han dejado influenciar por las nuevas tecnologías incorporándolos en su vida cotidiana.

En lo que respecta al valor teórico la investigación genera y aporta un nuevo conocimiento por lo que se hace necesario seguir profundizando a corto y mediano plazo a través de futuras investigaciones ya sea de tipo cuantitativa o cualitativa con respecto a una influencia, ya sea de forma positiva o negativa.

En cuanto a la relevancia social, el internet es una herramienta que se ha expandido de manera rápida por todo el mundo, esta expansión tecnológica de ordenadores y conexiones a internet en los hogares de los estudiantes universitarios ha puesto de manifiesto la necesidad de conocer si su uso favorece o interfiere en la autoestima de los jóvenes. Por ello, la investigación fue relevante, puesto que son los estudiantes universitarios quienes más usan estas tecnologías; conviven a diario con ellas y hacen parte de su rol académico - social y son ellas las que los integran la familia y a la sociedad.

Dentro de las implicancias prácticas, la presente investigación permite mostrar

información auténtica y objetiva acerca de la autoestima y adicción a las redes sociales; Asimismo esta investigación favorece a los universitarios, porque de los resultados generados en la investigación se podrán tomar estrategias preventivas y de intervención para minimizar o evitar el impacto de las mismas dentro de la sociedad, especialmente las más jóvenes.

## **1.5 Hipótesis**

### ***1.5.1 Hipótesis General***

- **H<sub>G</sub>**: Existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima – 2022.

### ***1.5.2 Hipótesis Específicas***

- **H<sub>1</sub>**: Existen diferencias significativas de la variable autoestima en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.
- **H<sub>2</sub>**: Existen diferencias significativas en la variable adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.
- **H<sub>3</sub>**: Existe relación entre la dimensión Si mismo general y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- **H<sub>4</sub>**: Existe relación entre la dimensión Social-pares y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.
- **H<sub>5</sub>**: Existe relación entre la dimensión Hogar y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.

## II Marco Teórico

### 2.1 Autoestima

#### 2.1.1 Definiciones de autoestima

La autoestima es el nivel de apreciación que se tiene uno mismo, sean estas de forma positiva o negativa, cuyas bases se sientan en el conocimiento que hay de uno mismo, siendo reflejados con una actitud de aprobación o desaprobación hacia uno mismo y los demás (Papalia,2010).

Además Navarro (2005) comenta que la autoestima significa que la persona se siente bien consigo mismo y con los demás, ya que reconoce y acepta sus dificultades y habilidades, para mejorar y desarrollarse.

Coopersmith (1967) atribuye que la autoestima es la evaluación habitual que realiza un individuo con respecto a el mismo , la cual influenciará en la expresión de una actitud de aprobación o rechazo , si es de aprobación, se sentirá importante, creativo, digno y exitoso, si es de rechazo experimentara todo lo contrario.

En tanto, se puede decir que la autoestima es uno de los constructos psicológicos más conocidos y tratados en los últimos años, su estudio, involucra conocer lo más profundo del ser humano, considerándose como una característica importante en la vida de las personas.

#### 2.1.2 Modelos teóricos de la autoestima

##### 2.1.2.1 Teoría de Coopersmith

Coopersmith (1967) propuso una teoría de la autoestima, determinada principalmente por el ambiente familiar. Retoma la competencia como un elemento importante dentro de la determinación de la autoestima. Indica que las propias experiencias de competencia y autoestima de los padres son factores significativos en el desarrollo de ésta. Los niños se

evalúan observando a sus padres, reconociendo sus puntos buenos y también sus deficiencias, así como enfrentando la crítica. Las expectativas positivas que nos creamos con respecto a nosotros mismos, tienen más probabilidades de ser cumplidas, si desde niños observamos a nuestros padres utilizando esos atributos.

Asimismo, Coopersmith (1967), sugiere cuatro factores que contribuyen al desarrollo de la autoestima:

- El valor que el niño percibe de otros hacia sí mismo expresado en afecto, reconocimiento y atención.
- La historia de éxito del niño, o sea la posición o estatus que uno percibe tener en relación a su entorno.
- La definición del niño de éxito o fracaso, las aspiraciones y demandas que una persona define como elementos del éxito.
- El estilo del niño para manejar la crítica o retroalimentación negativa.

Después de evaluar a padres con autoestima elevada, Coopersmith (1967) dedujo, que deberían existir ciertas condiciones en el ambiente familiar para el desarrollo de una autoestima sana, siendo éstas:

- a) Los padres deben comunicar claramente al niño su aceptación, comprobando que el niño se sienta un miembro de la familia valioso y apreciado.
- b) Establecimiento de límites bien definidos.
- c) Expectativas altas con respecto a la conducta del niño.
- d) Respeto a su individualidad, dándole libertad para ser diferente y único.

Por otra parte, considero que la alta autoestima en los niños se asociaba con ambientes bien estructurados (límites y demandas). De donde se deduce que el aspecto social, según esta

teoría, no ejerce una gran influencia en niños con una autoestima alta. Este tipo de niños confían en sus propios juicios y decisiones, a pesar de que difieran éstos, con las del grupo; son más conscientes de sus opiniones y expresan más sus convicciones aunque se enfrenten a puntos de vista opuestos. En una posición contraria se encuentran los niños que se sienten inseguros de las habilidades que poseen; siendo más cautelosos y poco dispuestos a contradecir y exponerse a la crítica; por lo que son más dependientes del componente social.

Destacó también la importancia de la autoevaluación que hace el sujeto, así como la percepción que tiene de sus habilidades y competencia personal. Además de los componentes auto-perceptivo y conductual. La dimensión cognitiva es relevante, ya que nos señala que el individuo evalúa, contrasta y hace juicios de su situación constantemente. Así como del afecto que el niño percibe en la familia y que determinará su evaluación. Esta postura pone especial atención en la influencia de los padres en el desarrollo de una sana autoestima y sostiene que la aprobación y la atención que el niño reciba de su familia influirán en gran medida en su autoestima. Concluye que las experiencias de éxito o fracaso son factores que inciden en el desarrollo de la autoestima.

### **2.1.2.2 Teoría Subjetiva de la Autoestima**

Branden (1994) menciona para que la autoestima se desarrolle óptimamente, es necesario llevar una vida gratificante y placentera, poseer la capacidad para afrontar positivamente los diferentes desafíos que se presentan para lograr un aprendizaje a partir de las experiencias. También es importante que se fortalezca la confianza en sí mismo, o va en cursiva bien y respetarse. Por otro lado, Branden (1994) afirma que la autoestima permite que los individuos actúen saludablemente tanto de forma individual como en interacción con los demás. Además, la autoestima comprende 2 componentes básicos que son la autoeficacia

personal y el respeto a unomismo.

- a) La autoeficacia personal: El individuo tiene sentido control al enfrentar diversas situaciones utilizando estrategias motivadas por una confianza positiva que se formó en experiencias anteriores.
- b) Respeto a uno mismo: La persona tiene una actitud positiva aceptándose y respetándose porque reconoce que tiene habilidades y defectos en la interacción con su medio.

Estos componentes son fundamentales, debido a que permite que el individuo logre un desarrollo integral. A nivel individual tenga la capacidad de enfrentar desafíos y experiencias de manera positiva, aprendiendo de ellas. La persona a interactuar tendrá relaciones saludables.

### **2.1.3 Dimensiones de la autoestima**

Coopersmith (1967), señala que la autoestima posee cuatro dimensiones que se caracterizan por su amplitud y radio de acción, logrando identificar las siguientes:

- Autoestima en el área personal: consiste en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lleva implícito un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo.
- Autoestima en el área académica: es la evaluación que el individuo hace y con frecuencia sostiene sobre sí mismo, en relación con su desempeño en el ámbito escolar teniendo en cuenta su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual nuevamente implica un juicio personal manifestado en la Actitud hacia sí mismo.
- Autoestima en el área familiar: consiste en la evaluación que el individuo hace y

frecuentemente mantiene con respecto a sí, en relación con sus interacciones con los miembros de su grupo familiar, su capacidad, productividad, importancia y dignidad, implicando un juicio personal manifestado en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

- Autoestima en el área social: es la valoración que el individuo realiza y con frecuencia mantiene con respecto a sí mismo en relación con sus interacciones sociales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lo cual igualmente lleva implícito un juicio personal que se manifiesta en las actitudes asumidas hacia sí mismo.

En pocas palabras el individuo realiza frecuentes estimaciones de sus frecuentes interacciones consigo mismo y con el ambiente en el que se desenvuelve, logrando monitorear constantemente cómo influye dentro de él, posterior a lo cual y de acuerdo con la satisfacción que esto le brinde, va a asumir una actitud hacia sí mismo.

#### ***2.1.4 Niveles de autoestima***

Padilla (2006) menciona que Coopersmith considera que la autoestima se categoriza en tres niveles: bajo, promedio y alto. A continuación se nombran sus principales características.

##### **a. Nivel alto de autoestima**

Las personas que se hallan en este nivel tienen firmes sus creencias y están dispuestos a defenderse aun cuando encuentren oposición, se sienten lo suficientemente seguros como para modificar sus creencias si la experiencia les indica que estaban equivocados, y se caracterizan por:

- Trazarse metas y dirigir su vida hacia el objetivo de esas metas, desarrollando habilidades que hagan posibles esto.

- Considerarse y sentirse igual a cualquiera otra persona, ni inferior, ni superior, sencillamente igual.
- Aceptarse tal cual son y al mismo tiempo desear mejorar.
- Disfrutar cuando logra una mejora, pero entiende que no siempre es posible.
- Las personas con alta autoestima, gustan más de sí mismas que otros, quieren madurar, mejorar, superar sus diferencias, y disfrutan sus actividades cotidianas como: estudiar, trabajar, conversar y caminar.

b. Nivel promedio de autoestima

Las personas que se hallan en este nivel en tiempos normales mantienen una actitud positiva hacia sí mismas, un aprecio genuino de sí mismo, aceptación tolerante y esperanzada de sus propias limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Sin embargo, en situaciones extremadamente difíciles, mantienen actitudes de baja autoestima y les cuesta cierto tiempo recuperarse. Asimismo, si las personas no logran resolver sus problemas, su salud física, psíquica y espiritual, pueden deteriorarse.

c. Bajo nivel de autoestima.

Las personas que se hallan en este nivel tienen dificultades para reconocer su valor y se caracterizan porque constantemente ejercen en sí mismo lo siguiente:

- Autocrítica rigorista y desmesurada que mantiene al individuo en un estado de insuficiencia consigo mismo.
- Vulnerabilidad a la crítica, por lo que se siente exageradamente atacado, herido, hecha culpa de sus fracasos a los demás o a la situación y cultiva resentimiento contra la críticas.
- Indecisión crónica, no por falta de información si no miedo exagerado a

equivocarse.

- Deseo excesivo de complacer, por lo que no se atreve a decir “no” por miedo a desagradar y perder la benevolencia o buena opinión del peticionario.
- Tendencia depresiva, un negativismo generalizado, todo lo ve negro, su vida, su futuro, sobre todo el concepto de sí mismo y una inapetencia generalizada del gozode vivir y de la vida misma.
- Desconfianza de sí mismo y de los demás.

La autoestima baja implica insatisfacción, y el rechazo de sí mismo. El autorretrato es desagradable y desearía que fuera distinto.

## **2.2 Las adicciones**

### **2.2.1 Definiciones de adicción**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) definía a la adicción como una enfermedad crónica de entidad propia, de índole física y emocional que se ve vinculada a un consumo repetitivode sustancias o actividades. Este término, desde 1963, ha ido, a lo largo de los años, tomando diferentes conjeturas, englobando principalmente conceptualizaciones más modernas como las dedependencia o abuso de sustancias en general (OMS, 1994).

Por otra parte, Capa-Luque et al. (2022) conciben a la adicción como un “trastorno patológico de dependencia caracterizado por la pérdida de autocontrol, afectando de manera negativa las relaciones familiares, interpersonales, académicas y sociales” (p. 3). Asimismo, Echeburúa (1999) sostiene que estas se dan a partir de conductas aparentemente inofensivas que pueden generar hábitos en el usuario que perjudiquen progresivamente su vida.

Así también, instituciones como el Instituto Nacional del Abuso de Drogas de España (NIDA, 2018) y la Comunidad Internacional de Alcohólicos Anónimos ([AA], 2017), surgida

en Akron, Ohio en 1935, definen a las adicciones a partir de su propia especialidad en la comunidad científica.

## **2.2.2 Modelos teóricos de las adicciones**

### **2.2.2.1 Modelo neurocientífico**

Desde el punto de vista de las neurociencias, las adicciones hacen alusión al consumo psicotrópico progresivo de sustancias que producen cambios en el cerebro del adicto, principalmente en el neurotransmisor DA, y generan síntomas de dependencia de sustancias a partir de lo que se denominan recompensas naturales, las cuales sensibilizan al individuo sin saciarlo, usurpando mecanismos de recompensa. A su vez, el consumo de sustancias acarrea consecuencias sobre la capacidad de decodificar el contenido emocional de los estímulos y de la motivación, como también problemas con la memoria de trabajo y la capacidad del individuo de supervisar sus propias acciones (Corominas et al., 2007). El funcionamiento del cerebro, las redes neuronales, los sistemas de respuesta inhibitorios y de procesos corticales complejos sientan las bases de modelos posteriores en aparición.

### **2.2.2.2 Modelo de cognición social**

Este modelo emerge en el marco del desarrollo de la *Teoría de la Mente*, centrada en la atribución de estados mentales y la predicción del comportamiento a partir de tales. En este sentido, ante la demanda del entorno que abduce las representaciones más complejas del entorno a raíz de la evolución humana, surgió la hipótesis del “cerebro social” (Brothers, 1990) desde la cual se sostiene que una mejor capacidad meta representacional se asocia con mayor éxito social.

Siendo así, Davies y Stone (2004) propusieron que se hace posible la replicación de generar dichos estados mentales en otros individuos, gracias a lo cual fueron descubiertas más

adelante las “neuronas espejo”, desde las cuales es encontrada la capacidad de transmitir emociones en otros. Es entonces la cognición social: “el conjunto de procesos cognitivos que se activan en situaciones de interacción social” (p. 4).

En efecto, el modelo de la cognición social se sostiene en bases neuroanatómicas del funcionamiento de la corteza pre frontal izquierda y el funcionamiento de la parietal derecha, cuales están implicadas en una representación interna del entorno social. Sobre tal aspecto, son concebidas las adicciones como un desorden cerebral complejo que repercute a nivel cognición social. Esto, dado que el consumo de sustancias tiende a alterar la estabilidad de procesos de representación vinculados al funcionamiento de la memoria y circuitos límbicos que favorecen dicha representación. Es así como la capacidad de inhibir respuestas queda menoscabada por la alteración a partir del consumo.

### **2.2.2.3 Modelo psicosocial**

Autores como Ovejero (2007) indican cuán poco útil puede ser separar el concepto de adicciones a partir del uso de diferentes posturas o modelos, dado que no tiene sentido el hacerlo a partir de una enfermedad artificialmente construida.

Para Levin (2011) la adicción es una enfermedad socialmente construida. Esta construcción se abastece a partir de componentes físicos, psíquicos y sociales que persigue el sujeto que presenta adicción. En ese sentido, es el contexto psicosocial que puede finalmente o no regular la permanencia de una condición adictiva hacia algún objeto o sustancia (Ehrenberg, 1994; Saiz, 2008).

## **2.2.3 Clasificación de las adicciones**

### **2.2.3.1 Adicciones químicas**

Entre estas destacan el consumo de sustancias químicas que regulan o activan las

respuestas de comportamientos adictivos. En este grupo se encuentran:

- El consumo excesivo de alcohol
- Consumo excesivo de cocaína
- Consumo de LSD
- Consumo de marihuana
- Consumo de Crack
- Consumo de PBC, entre otras sustancias psicoactivas.

Entre las consecuencias más comunes por el desarrollo de este grupo de adicciones se encuentran a las conductas delictivas, la agresividad, comportamientos antisociales y el favorecimiento de situaciones que vulneran la integridad (Adam, 2014; López-Maya et al., 2012).

### **2.2.3.2 Adicciones comportamentales**

#### *2.2.3.2.1 Adicción al trabajo*

Forma parte de las adicciones aprendidas por reforzamiento del contexto sociofamiliar. Esta emerge de la misma necesidad de las personas por trabajar y dedicar tiempo para generar ingresos materiales o no materiales, como el dinero o los reconocimientos y prestigio en el ambiente de trabajo, ascensos, tranquilidad de la familia, estabilidad económica, entre otras situaciones que motivan su aparición. El perjuicio de mantener dicha adicción a largo plazo puede generar episodios de estrés, cuadros ansiógenos, problemas cardíacos y de la presión arterial, entre otros síntomas clínicos.

#### *2.2.3.2.2 Adicción a los videojuegos*

Forma parte del grupo de adicciones de comportamiento, reforzadas por el uso de plataformas donde los videojuegos están presentes. Es decir, tanto en dispositivos móviles

como laptops, ordenadores de escritorio, tablets, entre otros. Además de ello, en este grupo ingresan los juegos de video de las máquinas de casino.

Para Marco y Chóliz (2013) las adicciones a los videojuegos forman parte de las adicciones tecnológicas, caracterizándose por: tolerancia, cada vez se necesita jugar o conectarse durante más tiempo o a más juegos, de tal forma que el patrón de uso inicial deja de ser suficiente; abstinencia, malestar cuando se interrumpe el juego o la conexión a Internet o cuando se lleva un tiempo sin jugar o conectarse; jugar o usar Internet más de lo que se pretendía inicialmente; no poder dejar de jugar o usar Internet; emplear excesivo tiempo en todo lo relacionado con los videojuegos/Internet, hasta tal punto que se llega a producir una interferencia con actividades cotidianas; dejar de hacer otras actividades o perder oportunidades por jugar o estar en Internet; y seguir jugando o usando Internet, a pesar de saber que está siendo perjudicial (p. 126).

#### *2.2.3.2.3 Adicción a las redes sociales*

Es una adicción comportamental que emerge de la clasificación/taxonomía más aceptada a la actualidad. Para definir esta adicción, los trabajos de Escurra y Salas (2014) han precisado cómo este tipo de adicciones puede subdividirse en 3 componentes: a) obsesión por las redes sociales, b) falta de control y c) uso excesivo de las redes sociales.

### **2.3 Adicción a las redes sociales**

A través del internet se puede tener comunicación, obtener información, conocer lo que pasa al otro lado del mundo. Por medio de sus diversos programas informáticos y plataformas, podemos compartir lo que pensamos, sentimos, queremos, etc. con los demás, sea que los conozcamos o no. A todo ello es a lo que se denomina redes sociales.

En tanto, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTEF, 2017) define

a las redes sociales como servicios tecnológicos prestados por el internet; que han tomado importancia en muchos usuarios, ya que facilita obtener un perfil virtual público, el cual refleja información personal y datos de interés, abriendo posibilidades de contacto con otros usuarios públicos afines o no al perfil publicado.

Kujath (2011, citado en Tarazona, 2013) definen a las redes sociales como una herramienta que tiene distintas funciones, entre las más importantes está la sustitución de la comunicación interpersonal directa, como también una forma de contactarse con otras personas sin importar el espacio tiempo donde estos se encuentren. Las redes sociales también permiten ocultar información sobre la identidad verdadera de quien las usa.

Otra característica de las redes sociales, es el anonimato, lo cual permite el ocultamiento de información sobre la identidad de la persona que las usa (Herrera et al., 2010). En tanto se considera a las redes sociales como un perfil público de uso personal, cuya herramienta sirve para exponer las vivencias diarias, además de comunicarse fácilmente con amigos, familiares, entre otros. Dicho acceso debe estar supervisado y regulado, ya que posibilita las puertas de un uso excesivo, contrayendo conductas adictivas a las redes sociales. A continuación describiremos con mayor precisión las características de las personas con una conducta adictiva.

### ***2.3.1 Características de la adicción a las redes sociales***

West (2013) indica que existen dos características principales para que una actividad se ha vista como adicción, estas son: pérdida de control sobre las redes sociales, y que sea reiterativa en el tiempo, a pesar de las implicancias. Existe así una variedad de problemas asociados al síndrome tipo adictivo, y en particular a las redes sociales se denotan indicadores específicos que lo caracterizan.

Fernández (2013) señala las siguientes características acerca de la adicción a redes sociales en las personas: el uso inadecuado a las redes sociales, afecta en los niveles de pensamientos, sentimientos y conducta; hay un gran desgaste de tiempo y esfuerzo en la actividad; altera los estados emocionales (ansiedad, enojo) como una involucración excesiva en la actividad (modificación del humor); asimismo se perturba cuando se le quita el acceso o se le interrumpe en la actividad (abstinencia); se presentan conflictos con las personas de su entorno, sea dentro o fuera de las redes sociales o consigo mismo, motivado por la insistencia de la actividad, asimismo se muestra dejadez por las responsabilidades dadas en el trabajo, la escuela o el hogar (conflicto), reanuda la actividad en las redes sociales de manera persistente una vez que, aparentemente, la ha dejado o la ha reducido (recaída); niega no tener el control de la actividad y que presume poder dejar de usar cuando quiera, sin embargo no lo demuestra (y no lo demuestra o efectúa) (p. 525).

El autor señala otras características esenciales para la detección de una conducta adictiva en el uso a redes sociales, como el aislamiento social, priorizando el contacto virtual; el bajo rendimiento escolar; el poco interés de las responsabilidades en casa u otros; mostrando irritación con cambios espontáneos de ánimo; presentando pérdida en la noción de tiempo y espacio, por estar muchas horas en la actividad; asimismo alterando los hábitos de sueño, siendo mayormente sus conversaciones en relación a las redes sociales, considerándose como un refugio para poder relacionarse y encontrar pertenencia al grupo. (Fernández, 2013).

Por otra parte, para Escurra y Salas (2014) se define el fenómeno de la adicción a las redes sociales como “una adicción en toda regla. Siendo la única diferencia, del resto de adicciones, la presencia o ausencia de las sustancias” (p. 74).

Quedan muchos aspectos por definir y especificar acerca de la adicción a redes sociales

e investigaciones de los últimos tiempos han señalado que dicho fenómeno está en crecimiento acelerado, debido a ello está surgiendo nuevas teorías y criterios de detección sobre las opciones de diagnósticos. Permitiendo nuevas posibilidades y líneas de investigación actualmente. (Verdejo, 2015).

### ***2.3.2 Dimensiones de la adicción a las redes sociales***

#### **2.3.2.1 Dimensión 1: Obsesión por las redes sociales**

En el modelo de Ecurra y Salas (2014), se define a partir de la obsesión por estar “conectado” o “informado” o la perturbación del comportamiento sobre el hecho de necesitar estar tanto de lo que ocurre en las redes sociales (Ecurra & Salas, 2014; Chóliz & Marco, 2012). Es el primero de tres componentes que definen a la adicción a las redes sociales. Los 2 restantes serán mencionados a continuación.

#### **2.3.2.2 Dimensión 2: Falta de control personal en el uso de las redes sociales**

Esta dimensión refiere a la falta de capacidad de control o el desmedido uso de las redes sociales digitales, a través de cualquier dispositivo potencialmente vinculado a estas. Aquí se encuentran las aplicaciones de ocio, chat, videos, entre otras.

#### **2.3.2.3 Dimensión 3: Uso excesivo de las redes sociales**

Refiere al tiempo involucrado frente al uso de alguna red social o redes sociales de preferencia del consumidor. Para el modelo teórico, es la última dimensión a considerar que concibe a la adicción a las redes sociales como parte de un grupo de adicciones comportamentales adquiridas por aprendizaje.

### ***2.3.3 Adicción a las redes sociales en tiempos de pandemia***

A raíz de la pandemia por COVID-19, se ha ido incrementando el uso de dispositivos electrónicos, entre los que destacan el Smartphone y las computadoras portátiles que facilitan

el acceso al internet y el uso ocioso de las redes sociales, generando dependencias y un impacto académico negativo (Capa-Luque et al., 2022; Jalal et al., 2020). Dicha situación llevó a los usuarios de la red a un uso prolongadamente problemático, desvirtuando en parte la utilidad de tales dispositivos en procesos de enseñanza-aprendizaje (Sixto-Costoya et al., 2021; Capa-Luque et al., 2022).

Frente a la situación, no se ha profundizado en las evidencias sobre estudios de las adicciones a las redes sociales como problema al cual atender o intervenir en el contexto de pandemia (Capa-Luque et al., 2022). Sin embargo, diversos de estos escasos ejemplares se han encaminado en concebir al problema como uno de carácter comportamental regulado por el aprendizaje (Marco & Chóliz, 2013; Sixto-Costoya et al., 2021), más allá de las concepciones clínicas o los síntomas de abstinencia ampliamente analizados en investigaciones con objetivos terapéuticos enfocados en otras adicciones.

#### ***2.3.4 Redes sociales y uso problemático***

Hoy en día, la red social que ha tenido mayor acogida por la comunidad juvenil es Facebook, siendo el más usado por los cibernautas, dejando en segundo plano a las plataformas virtuales como Google, YouTube y Google News (Tarazona, 2013) La relevancia que ha tomado Facebook en la vida diaria de los cibernautas, ha hecho que destinen mayor tiempo a esta red social, ya que posibilita conocer personas, intercambiar ideas, acercarse virtualmente con personas lejanas, buscar algún tipo de ayuda e incluso hacer denuncias de hechos delictivos. Siendo una valiosa herramienta, sin embargo, también puede contraer efectos negativos si se hace algún uso indebido de estos (Verdejo, 2015)

Se ha evidenciado en muchas investigaciones que muchos jóvenes pueden llegar a percibir, inseguridad, irritación y desesperación cuando se le imposibilita el uso del celular,

dando menos importancia a las relaciones sociales de manera presencial. Las personas que entran en contacto con un aparato móvil, están propensas a desarrollar una adicción o trastorno a redes sociales, sin embargo el grupo etario más vulnerable o de mayor riesgo está en los jóvenes y adolescentes, ya que no hay una madurez emocional y un pleno control de sus impulsos, por otro lado sirve como símbolo de estatus social, deduciendo en los jóvenes y adolescentes que no posean equipo móvil, sentimientos de inferioridad, bajo nivel de autovaloración que puedan afectar su autoestima (Muñoz-Rivas et al., 2005, citados en Sánchez et al.,2008).

Otros informes de investigación mencionan que personas que tienen previamente baja autoestima, son extrovertidos y dificultades en habilidades sociales, aumentan el riesgo de padecer una adicción a redes sociales (Sánchez & Espinoza, 2008).

### **III Método**

#### **3.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación de este trabajo es básica, dado que busca responder a vacíos en el conocimiento del tema (Kerlinger et al., 2002).

Asimismo, es de enfoque cuantitativo, dado que se basa en los datos y estimaciones estadísticos para alcanzar sus objetivos planteados (Hernández-Sampieri et al., 2010).

El nivel de la investigación es descriptivo-correlacional, descriptivo porque, a través de los procedimientos sistematizados busca enunciar o describir las características externas o perceptuales de un determinado fenómeno, tal como se presenta en la realidad. Correlacional; porque busca identificar probables relaciones entre las variables medidas, con la finalidad de observar la dirección o grado en que varía (Sánchez y Reyes, 2006).

El diseño es no experimental, porque el investigador no tiene control directo de las variables, y de corte transversal, pues los datos serán recolectados en un solo momento y tiempo único, buscando describir las variables de estudio y analizaron su incidencia o interrelación en un momento dado (Hernández et al., 2010).

#### **3.2 Ámbito espacial y temporal**

La presente investigación fue desarrollada en la facultad de psicología de una universidad pública de la ciudad de Lima, en modalidad virtual, durante el período de junio a diciembre del año 2022.

### 3.3 Variables

#### 3.3.1 Autoestima

##### 3.3.1.1 Definición Conceptual

Es la evaluación habitual que realiza un individuo con respecto a él mismo, la cual influenciará en la expresión de una actitud de aprobación o rechazo. Si es de aprobación, se sentirá importante, creativo, digno y exitoso, si es de rechazo, experimentará todo lo contrario (Coopersmith, 1967).

##### 3.3.1.2 Definición Operacional

La variable Autoestima es medida a través de los puntajes obtenidos en el Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos (SEI).

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable Autoestima*

Variable	Dimensiones	Ítems	Escala de respuestas	Niveles	Escala de medición
Autoestima	Si mismo - General	1, 3, 4, 7, <b>10</b> , 12, <b>13</b> , <b>15</b> , 18, <b>19</b> , 23, 24, 25		Alto ( 75 -100)	Ordinal
	Social-pares	<b>2</b> , <b>5</b> , <b>8</b> , <b>14</b> , 17, <b>21</b> .	V: Verdadero F: Falso	Medio Alto ( 50 – 74)	
	Hogar	<b>6</b> , <b>9</b> , <b>11</b> , <b>16</b> , <b>20</b> , 22.		Medio Bajo (25 – 49)	

*Nota:* 2, 5, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21 ítems inversos

### 3.3.2 Adicción a las redes sociales

#### 3.3.2.1 Definición Conceptual

Para Ecurra y Salas (2014) comprende una serie de comportamientos adictivos al uso de las redes sociales que implica estar permanentemente alerta de lo que sucede en entornos virtuales, verificar continuamente el celular u ordenador, usar dichos dispositivos en circunstancias inapropiadas y otras actividades relacionadas al uso de estos medios que provocan irritabilidad en las personas, descuidos en sus relaciones interpersonales presenciales, además de la falta de regulación de hábitos saludables en función de la alimentación y el sueño.

#### 3.3.2.2 Definición Operacional

La variable adicción a redes sociales es medida a través de los puntajes obtenidos en el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS).

**Tabla 2**

*Operacionalización de la variable Adicción a las redes sociales*

Variable	Dimensiones	Ítems	Escala de respuestas	Niveles	Escala de medición
Adicción a las redes sociales	a) Obsesión por las redes sociales	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23	0 = "Siempre", 1 = "Casi Siempre"	Bajo: < 26	Ordinal
	b) Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4, 11, 12, 14, 20, 24	2 = "A veces" 3 = "Rara vez"	Medio: 27 a 75 Alto: >76	
	c) Uso excesivo de las redes sociales	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21	4 = "Nunca"		

### **3.4 Población y muestra**

La población estuvo conformada por 924 estudiantes que cursan el pre grado en la Facultad de Psicología de una universidad pública de Lima, de ambos sexos, cuyas edades fluctúan entre los 18 hasta 45 años, entre el 1° y 6° año de estudios, matriculados durante el año académico 2022. El tamaño de muestra fue de 300 estudiantes, el cual fue obtenido a través de una fórmula estadística para poblaciones finitas, estimada a un 95% de intervalo de confianza y un 5% de margen de error.

El tipo de muestreo utilizado fue no probabilístico, por bola de nieve, dado que se difundió virtualmente las encuestas (Hernández- González, 2021). Se tienen para tales los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

#### **3.4.1 Criterios de Inclusión**

- Cursar la carrera de Psicología en Pregrado de 1° a 5° año de una universidad pública.
- Aceptar participar voluntariamente (consentimiento informado).
- Contar con buen acceso de señal a internet y con dispositivo electrónico.

#### **3.4.2 Criterios de exclusión**

- No presentar dificultades psicomotoras. (visuales, auditivas)
- Pertener a otra universidad pública o privada.
- Presentar dificultades para el acceso a internet y dispositivo electrónico.
- Llenar indebidamente el cuestionario o no completarlo.

### 3.5 Instrumentos

#### 3.5.1 *Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) para adultos*

El Inventario fue creado por Stanley Coopersmith en el año 1967, diseñado para medir las actitudes valorativas hacia el Sí mismo para personas mayores de los 15 años. Está compuesto por 25 ítems de respuesta dicotómica (V/F). Consta de tres dimensiones: Sí mismo, Social y Hogar. Los puntajes se obtienen haciendo uso de una plantilla de calificación, ante cada respuesta coincidente con la plantilla (respuesta correcta) se otorga un punto. El puntaje de cada dimensión es la suma de las respuestas correctas de los ítems que la conforman. El puntaje total de autoestima resulta de la suma de los totales de las subescalas o dimensiones multiplicadas por 4. De esta forma se obtiene un puntaje total mínimo de 4 y un puntaje total máximo de 100.

Para nuestro medio, el cuestionario de autoestima ha sido validado y adaptado para diferentes grupos, por ejemplo se tiene el trabajo realizado por Panizo (1985), quien tradujo y adaptó el instrumento al español empleándolo en niños de quinto grado de educación primaria en Lima, Perú utilizó el coeficiente de confiabilidad por mitades al azar, obteniendo luego de ese procedimiento que la correlación entre ambas mitades fue de 0.78, arrojando un nivel de confiabilidad necesario; así también a Arce (1987) quien realizó modificaciones adaptándolo por primera vez para la población universitaria de Lima; en relación con su confiabilidad y validez, tenemos estudios en la década anterior como los de Tarazona (2013), quien utilizando el procedimiento de validez de contenido por jueces expertos llega a demostrar un consenso superior a .80. Además de ello, halla un coeficiente alfa de Cronbach igual a 0.79 para la escala global, demostrando la confiabilidad de las medidas del instrumento por consistencia interna en estudiantes universitarios de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), en Lima, Perú.

Asimismo, Albán (2018) desarrolló un estudio de las propiedades psicométricas del SEI en universitarios, reportando indicadores de validez de contenido por juicio de expertos mediante la

prueba binomial con 10 jueces, obteniendo significancia estadística que evidenció el acuerdo ( $p < .001$ ). En el mismo sentido, reportó confiabilidad mediante el método de homogeneidad por consistencia interna usando el estadístico Alpha de Cronbach, reportando un valor de .69, siendo adecuado.

Como parte de este estudio se evaluó la validez en función del modelo estructural del SEI en función del modelamiento de ecuaciones estructurales por el método de máxima verosimilitud (ML). Este proceso evidenció que los índices de ajuste del modelo conformado por 3 dimensiones cargando en un solo factor latente fue adecuado, como se muestra en la tabla 3.

**Tabla 3**

*Medidas de ajuste del modelo estructural del SEI*

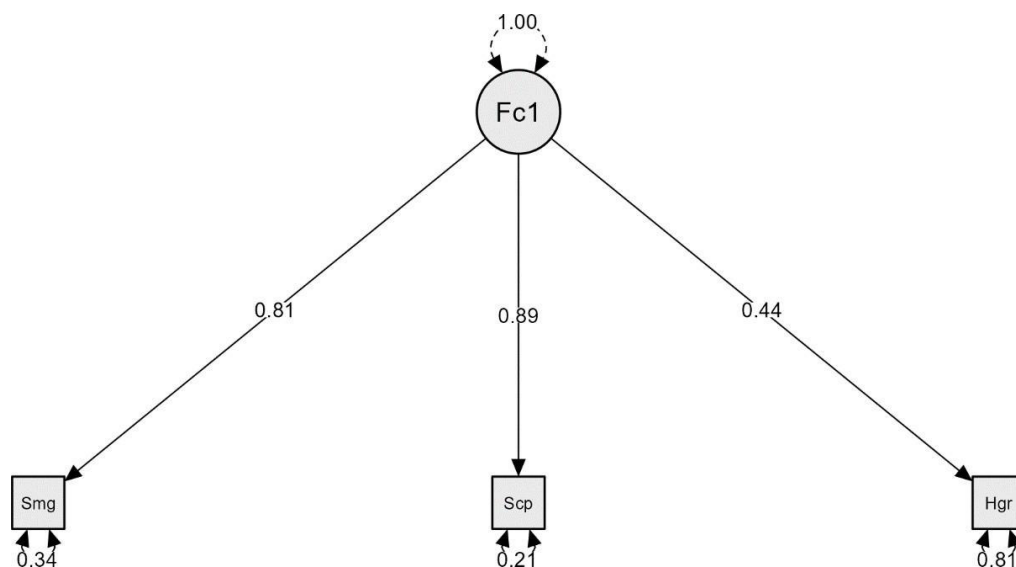
<i>GFI</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>	<i>NFI</i>	<i>RMSEA</i>	<i>SRMR</i>
1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	<.001

*Nota:* Estimación del modelo por método de máxima verosimilitud (ML)

En ese sentido, las medidas obtenidas a través de las cargas factoriales (Lambda) fueron reportadas con estimaciones entre .44 y .89, siendo la dimensión “Hogar” la de menor peso; y el de mayor, el de la dimensión “Social pares”. El detalle de los resultados del proceso se muestra en la Tabla 4, en conjunto al diagrama de senderos de la Figura 1.

**Tabla 4***Cargas factoriales del modelo estructural del SEI (Lambda)*

Factor	Indicador	Estimación	e.e.	z	p	I.C. 95%		Lambda
						inferior	superior	
Factor 1	Si mismo general	2.39	0.19	12.67	< .001	2.02	2.77	0.81
	Social pares	1.27	0.09	13.63	< .001	1.09	1.45	0.89
	Hogar	0.71	0.10	7.34	< .001	0.52	0.90	0.44

**Figura 1***Diagrama de senderos del SEI*

Asimismo, las medidas de confiabilidad del modelo fueron obtenidas para los ítems correspondientes a cada dimensión por el estadístico KR-20 y para el modelo estructural por Alpha de Cronbach, como se muestra en la Tabla 5. Estas demostraron ser consistentes atribuyendo confiabilidad a las medidas del SEI, con valores superiores a .70.

**Tabla 5***Medidas de confiabilidad de las escalas del SEI*

Escala	Nº de ítems	Confiabilidad	
		KR-20	Alpha (Estructural)
Si mismo general	13	0.746	
Social pares	6	0.799	
Hogar	6	0.772	
Total	25	0.787	0.777

### 3.5.2 *Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)*

El Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) construido y validado por Ecurra y Salas (2014), bajo la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) para ítems politómicos de respuesta graduada. Está conformado por 24 reactivos bajo un sistema de calificación de cinco puntos: (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre, y (4) siempre. Según los propios constructores, se considera que la ausencia de adicción idealmente correspondería al puntaje cero (0), a partir de uno se valora el nivel de la adicción, por lo que aquello más cercano a 96 indica más nivel de adicción. Estos valores se obtienen sumando las respuestas marcadas para cada uno de los ítems, pudiendo obtenerse un puntaje mínimo de 0 y un máximo de 96 para la escala global. Los ítems están distribuidos en 3 factores o dimensiones latentes. a) obsesión por las redes sociales,

b) falta de control personal en el uso de las redes sociales, y c) uso excesivo de las redes sociales: En su versión original, el cuestionario de adicción a redes sociales evidencia validez y confiabilidad adecuadas, presentando validez de contenido por juicio de expertos y de constructo por análisis factorial exploratorio con un 57.49% de varianza total explicada, en donde hallaron los tres factores antes mencionados. Al análisis exploratorio se le agregó el confirmatorio,

obteniéndose índices de ajuste adecuados para el modelo de los 3 factores ( $\chi^2(238) = 35.23$ ;  $p < .05$ ;  $CMIN = 1.48$ ;  $GFI = .92$ ;  $RMR = .06$ ;  $RMSEA = .04$ ;  $AIC = 477.28$ ). Asimismo, los modelos de respuesta graduada de Samejima que fueron puestos a prueba sobre la constitución de los 3 factores lograron demostrar operar unidimensionalmente, con parámetros adecuados. Como parte del presente estudio, se estimaron también los índices de ajuste del modelo a través del análisis factorial confirmatorio con el método robusto DWLS. Los resultados de este se presentan en la tabla 6.

**Tabla 6**

*Medidas de ajuste del modelo confirmatorio del Cuestionario ARS*

Medida	$\chi^2$	$gl$	$p$	$GFI$	$CFI$	$TLI$	$NNFI$	$RMSEA$
ARS (3 factores)	1089.72	249.00	<.001	0.95	0.95	0.95	0.95	0.06

*Nota:* Método de estimación: DWLS (robusto)

En este sentido, fueron obtenidas cargas factoriales y medidas de covarianza entre factores superiores a .30, refiriendo aportes importantes de los ítems para cada factor del modelo tridimensional. Estas son mostradas en la tabla 7, de manera contigua.

**Tabla 7**

*Cargas factoriales y covarianzas del Cuestionario ARS*

Factor	Ítem	Estimación	$e.e.$	$z$	$p$	I.C. 95%		Carga
						Inferior	Superior	
F1	ARS2	1.00	0.00			1.00	1.00	0.94
	ARS3	0.72	0.05	15.47	<.001	0.63	0.81	0.79
	ARS5	0.74	0.04	21.00	<.001	0.67	0.81	0.83
	ARS6	0.59	0.06	10.79	<.001	0.49	0.70	0.67

	ARS7	0.67	0.04	15.19	< .001	0.58	0.75	0.80
	ARS13	0.45	0.06	7.29	< .001	0.33	0.56	0.52
	ARS15	0.51	0.04	14.27	< .001	0.44	0.58	0.76
	ARS19	0.23	0.06	4.22	< .001	0.12	0.34	0.29
	ARS22	0.60	0.05	12.45	< .001	0.51	0.69	0.56
	ARS23	0.56	0.05	12.41	< .001	0.47	0.65	0.56
F2	ARS4	1.00	0.00			1.00	1.00	0.81
	ARS11	1.06	0.07	14.93	< .001	0.92	1.20	0.83
	ARS12	0.26	0.06	4.09	< .001	0.13	0.38	0.31
	ARS14	0.84	0.05	16.23	< .001	0.74	0.94	0.75
	ARS20	0.86	0.08	10.25	< .001	0.69	1.02	0.62
	ARS24	1.12	0.09	11.89	< .001	0.93	1.30	0.79
F3	ARS1	1.00	0.00			1.00	1.00	0.87
	ARS8	1.02	0.04	23.98	< .001	0.94	1.10	0.83
	ARS9	0.70	0.06	11.77	< .001	0.58	0.81	0.73
	ARS10	0.96	0.05	21.38	< .001	0.87	1.04	0.81
	ARS16	0.31	0.06	5.60	< .001	0.20	0.42	0.31
	ARS17	0.50	0.05	9.35	< .001	0.40	0.61	0.50
	ARS18	0.77	0.05	15.28	< .001	0.67	0.87	0.69
	ARS21	0.48	0.06	8.63	< .001	0.37	0.59	0.46
F1 - F2		0.90	0.07	12.89	< .001	0.76	1.04	0.99
F1 - F3		0.93	0.08	12.15	< .001	0.78	1.08	0.87
F2 - F3		0.76	0.07	11.15	< .001	0.63	0.90	0.96

En relación con la confiabilidad originaria, se obtuvieron coeficientes de consistencia interna Alpha de Cronbach y de Confiabilidad Marginal por Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) elevados, situándose todos estos entre 0.88 y 0.92 en los factores que conforman el cuestionario (Escorra y Salas, 2014). Asimismo, como parte de este estudio fueron estimadas medidas de confiabilidad por consistencia interna mediante el estadístico Alpha Ordinal y Omega de McDonald, como se muestra en la Tabla 8, obteniéndose valores entre .848 y .899 para los factores y de hasta .952 para la escala general, reflejando confiabilidad adecuada.

**Tabla 8**

*Medidas de confiabilidad de las escalas ARS*

Escala	Nº de ítems	Confiabilidad	
		Alpha	Omega
Obsesión por las Redes Sociales	10	0.897	0.899
Falta de Control Personal	6	0.848	0.860
Uso excesivo de las Redes Sociales	9	0.860	0.875
Total	25	0.948	0.952

Del mismo modo, el análisis de ítems realizado reveló que todos los elementos de las escalas se caracterizaron por presentar adecuada capacidad discriminativa (IHC). Siendo así, los valores obtenidos se situaron por encima del mínimo de .30 esperado, como puede observarse en la tabla 9.

**Tabla 9***Índices de discriminación de los ítems del Cuestionario ARS*

Factor	Item	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>IHC</i>	$\omega$ eliminando el ítem
Obsesión por las Redes Sociales	ARS2	2.56	1.18	0.83	0.87
	ARS3	2.28	1.01	0.77	0.88
	ARS5	2.06	0.99	0.77	0.87
	ARS6	1.92	0.99	0.67	0.89
	ARS7	2.39	0.92	0.82	0.88
	ARS13	2.72	0.95	0.47	0.90
	ARS15	2.40	0.75	0.73	0.88
	ARS19	2.41	0.88	0.37	0.90
	ARS22	2.50	1.18	0.63	0.90
	ARS23	2.60	1.11	0.51	0.90
Falta de Control Personal	ARS4	2.56	1.02	0.69	0.84
	ARS11	2.35	1.06	0.73	0.82
	ARS12	2.50	0.69	0.31	0.87
	ARS14	2.25	0.92	0.71	0.83
	ARS20	2.56	1.15	0.62	0.85
	ARS24	2.08	1.17	0.73	0.82
Uso excesivo de las Redes Sociales	ARS1	2.70	1.11	0.78	0.84
	ARS8	2.66	1.18	0.74	0.84
	ARS9	2.56	0.92	0.67	0.86
	ARS10	2.61	1.14	0.81	0.83
	ARS16	2.59	0.97	0.41	0.88

ARS17	2.63	0.96	0.54	0.87
ARS18	3.08	1.08	0.61	0.86
ARS21	2.43	1.00	0.30	0.89

Por otra parte, Mendoza-Nieto (2020) analizó las propiedades psicométricas del Cuestionario ARS en universitarios del distrito de Comas, con 253 estudiantes entre 16 y 42 años. Detectó adecuados indicadores de validez de contenido por criterio de expertos a partir del dictamen de 10 jueces con el estadístico V de Aiken, del cual obtuvo valores superiores a .80. A esta evidencia se le sumó la de validez de constructo empleando la técnica del análisis factorial confirmatorio, desde la cual se obtuvo adecuados indicadores de ajuste del modelo original ( $\chi^2/df = 2.94$ ,  $GFI = .98$ ,  $CFI = .98$ ,  $TLI = .98$ ,  $RMSEA = .08$ ,  $SRMR = .07$ ). En el mismo estudio, reportó además consistencia interna como medida de confiabilidad de .94 con uso de los coeficientes Alpha y Omega.

En el mismo sentido, un estudio más reciente de las propiedades de los ítems del instrumento realizado por Fernández (2022) en universitarios de la ciudad de Lima entre 18 y 55 años, reveló adecuados indicadores de validez de contenido por juicio de 7 expertos en empleo de la V de Aiken con un valor de .80, además de una estructura factorial interna que explicó el 57.47% de varianza total con 3 factores como indicador de validez de constructo. En el mismo estudio, se reportaron coeficientes Alpha de Cronbach y Omega de McDonald de .95 y .94, respectivamente, señalándose alta confiabilidad para el uso del instrumento.

### 3.6 Procedimientos

En primer lugar, fueron elaborados formularios electrónicos, se difundieron mediante un “URL” a través de las redes sociales y mails para recolectar información de la investigación, en tal sentido, se incluyeron en dichos formularios los instrumentos de medida como el

consentimiento informado, respetando los principios éticos para el desarrollo de investigaciones en seres humanos, bajo su consentimiento. Una vez distribuida la encuesta electrónica, se procedió a codificar las respuestas en una hoja de cálculo de uso libre en línea. Codificados los datos, se procedió a su depuración y análisis, librándolos previamente de sesgos en las respuestas de los participantes del estudio.

### 3.7 Análisis de datos

Los datos colectados fueron previamente depurados en función de *outliers* o medidas sesgadas en la respuesta de los participantes del estudio. Una vez realizado este proceso, la base de datos del Microsoft Excel se trasladó al software estadístico SPSS versión 25 en el cual se realizaron los respectivos análisis estadísticos, primero los descriptivos y, en segundo lugar, los inferenciales o correlacionales. Luego se hallaron las frecuencias de los niveles de ambas variables, las cuales se presentaron en las respectivas tablas. A través del estadístico de Shapiro-Wilk se determinó que la distribución de las puntuaciones de ambas variables de estudio fue no normal, tal como es mostrado en la tabla 10.

**Tabla 10**

*Estadísticos descriptivos y pruebas de normalidad*

VARIABLES	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Me</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	<i>Shapiro-Wilk (p)</i>
Adicción a las redes sociales	61.90	17.29	57.00	0.53	-0.84	< .001
Obsesión por las Redes Sociales	23.85	7.26	20.00	0.71	-0.72	< .001
Falta de Control Personal	16.80	5.34	16.00	0.50	-0.91	< .001
Uso excesivo de las Redes Sociales	21.26	5.96	21.00	-0.21	-0.71	< .001
Autoestima	15.82	4.97	16.00	-0.12	0.17	< .001
Si mismo general	8.44	2.95	9.00	-0.59	-0.24	< .001
Social pares	3.75	1.43	4.00	-0.19	-0.60	< .001

Hogar	3.63	1.62	4.00	-0.02	-1.25	< .001
-------	------	------	------	-------	-------	--------

---

*Nota. M: media, DE: desviación estándar, Me: mediana, g1: Asimetría, g2: curtosis*

Siendo así, se optó por emplear el coeficiente de correlación *Rho* de Spearman, sobre el mismo nivel de significancia establecido para las pruebas de hipótesis. En el mismo sentido, procedimientos no paramétricos fueron empleados para la realización de comparaciones de las medidas de adicción a las redes sociales y autoestima, en función de los criterios sociodemográficos de agrupamiento. Entre no paramétricas empleadas estuvieron la *U* de Mann-Whitney y *H* de Kruskal-Wallis.

### **3.8 Consideraciones éticas**

Se contemplaron como principios éticos a los introducidos por la Declaración de Helsinki para la realización de investigaciones en seres humanos. Estos refieren a la beneficencia, no maleficencia, justicia y autonomía para los participantes, garantizando procedimientos éticos durante el desarrollo de todo el estudio. Asimismo, se aplicaron los preceptos del Art 53° y 56° del Código de Ética del Psicólogo Peruano, definidos en la Ley del Psicólogo Peruano (Ley N° 28369), referidos a la investigación como práctica profesional y, asimismo, de la Ley de Protección de Datos (Ley N° 29733), garantizando la confidencialidad de la información compartida por los participantes de la investigación.

Todos estos aspectos fueron socializados en un formato de consentimiento informado, comunicando a la vez el objetivo del estudio, su autor y responsable como también las garantías de la realización de un proceso ético en la investigación, tomando precedentes conforme a la legislación peruana vigente

## IV Resultados

Conforme a la distribución no paramétrica de las variables de estudio mostrada en la tabla 10, se estimó la magnitud de la correlación entre la autoestima y adicción a las redes sociales a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman, obteniéndose una correlación inversa, baja y estadísticamente significativa. Este resultado, mostrado en la tabla 11, permite confirmar la hipótesis general del estudio, dando a entender que a mayores puntuaciones de autoestima, menores son las de adicción a las redes sociales.

**Tabla 11**

*Correlación entre adicción a redes sociales y autoestima*

(n = 300)	<i>Rho</i>	<i>p</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>
Adicción a redes sociales - Autoestima	-0.257	<.001	0.07

*Nota: Rho: Coeficiente de correlación de Spearman, p: significancia estadística, R<sup>2</sup>: tamaño del efecto*

De manera descriptiva, fue notoria la prevaencia de nivel medio de autoestima por parte de los participantes del estudio, quienes estuvieron representando al 44% del total. Asimismo, el menor recuento estuvo caracterizado por participantes en el nivel de autoestima alta, con el 24.67% mientras que el 31.33% fue representado por aquellos con autoestima baja, como se muestra en la tabla 12.

**Tabla 12**

*Niveles de autoestima*

	<i>Fr</i>	<i>%</i>
Alta	74	24.67
Baja	94	31.33
Media	132	44.00
Total	300	100.00

*Nota: Fr: frecuencia, %: porcentaje*

En el mismo sentido, la mayoría de los participantes presentó nivel medio de adicción a las redes sociales, caracterizando al 74.67% con 224 de 300. El segundo lugar lo ocuparon participantes con un nivel alto, siendo todos los restantes (25.33%).

**Tabla 13**

*Niveles de Adicción a Redes Sociales*

	<i>Fr</i>	<i>%</i>
Alto	76	25.33
Medio	224	74.67
Bajo	0	0.00
Total	300	100.00

*Nota: Fr: frecuencia, %: porcentaje*

Continuando con la resolución a los objetivos de la investigación, se estimaron de manera no paramétrica las comparaciones de puntajes en rango promedio de la autoestima de los participantes, en función del sexo, la edad y el año de estudios. Los resultados mostrados en la tabla 14 evidencian que no existieron diferencias estadísticamente significativas entre los diferentes grupos por ninguno de los criterios sociodemográficos inicialmente establecidos. Esto es equivalente a decir que las puntuaciones de autoestima se mantuvieron similares independientemente de cualquier uno de los criterios sociodemográficos de contraste anteriormente establecidos.

**Tabla 14***Comparación de la autoestima por variables sociodemográficas*

Variable	Categorías	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>U/F</i>	<i>p</i>
Sexo	Masculino	100	15.81	4.92	9751.00	0.72
	Femenino	200	15.83	5.00		
Edad	18 a 25	135	15.44	5.07	1.27	0.28
	26 a 30	72	16.60	4.87		
	Más de 30	93	15.77	4.88		
Año de estudios	1° Año	68	15.50	5.30	0.61	0.66
	2° Año	73	16.08	5.02		
	3° año	47	15.00	4.71		
	4° año	52	16.10	3.93		
	5° Año	60	16.28	5.54		

*Nota: M: media, DE: desviación estándar, U (Mann-Whitney), F (Anova), p (significancia)*

De manera análoga, fueron comparadas las medidas de adicción a las redes sociales de manera no paramétrica, empleando la U de Mann-Whitney para contrastar 2 categorías (sexo) y el H de Kruskal-Wallis para más de 2. Los resultados mostrados en la tabla 15 no evidenciaron diferencias estadísticamente significativas por alguno de los criterios. Esto fue indicador de que las puntuaciones de adicción a las redes sociales fueron similares en los participantes; sin embargo, es importante considerar que en el criterio de edades los participantes de 18 a 25 años fueron los que obtuvieron mayor tendencia a elevar el promedio, contrastándose con aquellos con más de 30 años. Este detalle puede depender de la cantidad de casos que afecta directamente al *p* valor, el cual resultó con una significancia cercana al límite establecido de .05, así no se haya detectado diferencia alguna.

**Tabla 15***Comparación de la adicción a las redes sociales por variables sociodemográficas*

Variable	Categorías	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>U/F</i>	<i>p</i>
Sexo	Masculino	100	61.05	17.19	9018.50	0.17
	Femenino	200	63.61	17.46		
Edad	18 a 25	135	64.27	17.89	2.75	0.07
	26 a 30	72	61.38	15.53		
	Más de 30	93	58.88	17.37		
Año de estudios	1° Año	68	62.72	18.69	0.38	0.82
	2° Año	73	61.64	16.27		
	3° año	47	62.60	19.62		
	4° año	52	59.40	16.23		
	5° Año	60	62.92	16.13		

*Nota: M: media, DE: desviación estándar, U (Mann-Whitney), F (Anova), p (significancia)*

Finalmente, se obtuvo correlación entre la dimensión “Sí mismo general” de la autoestima con la adicción a las redes sociales, siendo esta moderada, inversa y significativa, lo cual permitió confirmar la hipótesis correspondiente del estudio, al contrario de los 2 restantes (Tabla 16).

**Tabla 16***Correlación por dimensiones*

	Sí mismo general		Social pares		Hogar	
	<i>Rho</i>	<i>p</i>	<i>Rho</i>	<i>p</i>	<i>Rho</i>	<i>p</i>
Adicción a las redes sociales	-0.41	<.001	-0.090	0.100	-0.050	0.380

*Nota: Rho: Coeficiente de correlación de Spearman, p: significancia estadística*

## V Discusión de Resultados

El objetivo de esta investigación se centró en determinar la relación entre la autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Primero se muestran los resultados generales, a partir de ello se van explicando los resultados específicos, es decir los resultados descriptivos y finalmente la comparación de las dimensiones de la variable autoestima frente a la variable adicción a redes sociales.

En principio se confirmó la hipótesis de partida, con una correlación inversa, muy baja y estadísticamente significativa, con un tamaño de efecto del 7% que corresponde a una magnitud pequeña, de lo cual se deduce que, a medida que los puntajes obtenidos en la autoestima disminuyen, los puntajes en la adicción a las redes sociales se incrementan en la muestra de estudio, lo cual se ve acompañado de un tamaño de efecto que implica un escaso impacto de la autoestima en la adicción a las redes sociales en jóvenes universitarios. En concordancia con este resultado, Loro (2015) señala que las personas con una baja autoestima, inseguras, que no se sienten atractivas, etc. muestran tendencia a preferir las redes sociales como medio de comunicación, y que ésta es una de las características de las personas con un uso problemático o característica que aumenta la predisposición y la vulnerabilidad para que un sujeto desarrolle una adicción.

Estos resultados se asemejan con los reportados por Jiménez y Lagos (2021) quienes la detectaron con la misma característica de ser inversa y estadísticamente significativa en 246 estudiantes de Juliaca; al igual que Carrasco y Vásquez (2020) quienes reportaron el mismo fenómeno con una cantidad de muestra relativamente inferior a la de los otros dos estudios anteriormente mencionados. Asimismo, Los resultados de esta investigación coinciden con los reportados por Portillo-Reyes et al. (2021), quien en una muestra de 100 estudiantes mexicanos demostró que la autoestima y adicción a las redes sociales se relacionaron de manera inversa;

presentando aún más nivel de adicción estudiantes con comportamientos ansiógenos. Esto último es también respaldado en el estudio de Hawi y Samaha (2017) quienes detectaron una correlación moderada en estudiantes universitarios con una edad promedio de 21.1 años ( $DE = 2.3$ ), lo cual continúa el patrón de los resultados de este estudio. Asimismo, estos últimos son coincidentes por el estudio desarrollado por Köse y Doğan (2019), hallando en su investigación una correlación baja, inversa y significativa entre sus variables; sin embargo, el estudio desarrollado por Wahyuni y Maksum (2020) con 225 estudiantes de 4 universidades de Indonesia reportó el resultado contrario, determinando que no existen relaciones estadísticamente significativas entre ambas variables.

Así también, los resultados reportados por Chacolla-Soto (2019) indicaron que no se detectó relación significativa entre ambas variables, pese a haber desarrollado su investigación en muestras universitarias de pregrado en contexto peruano, dicha relación se puede atribuir a características de la muestra y las escalas de medición. La significancia estadística de la relación puede estar sujeta a los tamaños de muestra como sus propias fuentes de variabilidad, sobre todo, en contextos sociales, cultura y costumbres diferentes.

Respecto a los niveles de autoestima, en la presente investigación se encontró que de los 300 participantes, 44% se situó en el nivel medio, lo que significa que las personas que se hallan en este nivel en tiempos normales mantienen una actitud positiva hacia sí mismas. Un aprecio genuino de sí mismo, aceptación tolerante y esperanzada de sus propias limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Sin embargo, en situaciones extremadamente difíciles, mantienen actitudes de baja autoestima y les cuesta cierto tiempo recuperarse. Asimismo, si las personas no logran resolver sus problemas, su salud física, psíquica y espiritual, pueden deteriorarse.

Estos resultados se asemejan con los de Pillaca (2021) quien detectó en estudiantes

universitarios niveles de autoestima, 36.7 % medio, quiere decir que predomina ligeramente en ambas investigaciones el nivel medio lo que explica que los estudiantes suelen auto percibirse positivamente. Estas características coinciden con las bases del concepto de Coopersmith (1967), quien refirió a este componente dentro de la niñez como el valor que auto perciben los menores del afecto, reconocimiento y atención de los demás para sí; la relación entre sus éxitos y fracasos y el manejo de la crítica de otros.

Acercas de los niveles de adicción a redes sociales se encontró que el 74.67 % estuvo en el nivel medio, lo cual representó a la mayor parte de participantes. Esta tendencia sobre el nivel medio denota que los niveles de adicción a las redes sociales no necesariamente implican manifestaciones clínicas que comprometen la funcionalidad de los estudiantes de la carrera de psicología que formaron parte de la muestra del estudio. Sin embargo, más que niveles, las puntuaciones promedio en el presente estudio han resultado ser relativamente menores en adicción a redes sociales frente a las de Wahyuni y Maksun (2020) y también a las de Portillo-Reyes et al. (2021) en alrededor de 4 a 6 puntos.

En ese sentido, la tendencia en la muestra local es menor, lo que implica que usuarios de redes sociales en nuestro contexto tienden a presentar comportamientos menos adictivos. Cabe mencionar que los niveles de adicción a las redes sociales no son suficientemente informativos en función al contexto de las clases virtuales en el cual fue desarrollada la investigación, esto quiere decir que para distinguir los niveles alto, medio y bajo de adicción a redes sociales, se hace necesario evaluar la capacidad discriminativa de los ítems del cuestionario (ARS) para contextos similares.

Con relación a la comparación de la variable autoestima en función al sexo, edad y año de estudios no existen diferencias significativas, quiere decir que la valoración que se tienen los

estudiantes de sí mismo es independiente a las variables sociodemográficos. Los resultados no coinciden con los de Portillo-Reyes et al. (2021), quienes encontraron que existieron diferencias estadísticamente significativas por sexo en adicción a las redes sociales y autoestima. No obstante, las medidas de la adicción a las redes sociales con implicancia del sexo no son suficientes para demostrar un poder explicativo relevante sobre la autoestima en el presente y otros estudios (Köse y Doğan, 2019; Wahyuni y Maksum, 2020; Portillo-Reyes et al., 2021).

Continuando con los objetivos de la investigación en relación con la adicción a redes sociales, en la presente investigación no se reflejaron diferencias significativas en cuanto al sexo, edad y año de estudios. De la misma forma, existe convergencia con los resultados de Acar et al. (2020), en el grupo etario de 18 a 25 años de este estudio, ya que no hay diferencias estadísticamente significativas reportadas en el contraste de grupos.

La relación entre la dimensión “sí mismo general” y adicción a redes sociales mostraron una correlación significativa, indicando que consiste en la evaluación que el individuo realiza y con frecuencia mantiene de sí, en relación con su imagen corporal y cualidades personales, considerando su capacidad, productividad, importancia y dignidad, lleva implícito un juicio personal expresado en la actitud hacia sí mismo. Además el uso excesivo o la propia adicción a las redes sociales se ha visto vinculada a una acentuada necesidad afectiva y baja autoestima; sobre todo, en el componente de esta última que refleja la valoración hacia el “sí mismo general”, tal y como lo ponen en mención otras investigaciones (Challco et al., 2016; Mehdizadeh, 2010; Díaz y Peralta, 2015; Salcedo, 2016). En este sentido, es probable encontrar una serie de problemas socioemocionales y del estado de ánimo en usuarios con comportamientos más adictivos ante el uso de las redes (Köse y Doğan, 2019). Esta situación es vista de una manera más adaptada al concepto de Branden (1994) quien afirmó que el desarrollo de una adecuada autoestima es más

dependiente de la autoeficacia personal y el respeto hacia uno mismo. Las tendencias al uso de dicho medio por cantidad de seguidores o “me gusta” en sus fotos y los reforzadores digitales que perciben estos usuarios pueden generar entornos de dependencia a las redes sociales (Critikián y Núñez, 2021; Cabero-Almenara & Llorente-Cejudo, 2020).

Por otro lado, no se encontró relación entre la dimensión “social pares” y adicción a las redes sociales. Esto equivale a decir que la relación del adolescente con su propio entorno social o el establecimiento de las relaciones entre pares no se vincularon a comportamientos de adicción a las redes sociales. Papalia et al. (2012, como se citó en Ortega-Flores, 2021) señalan que los estudiantes se encuentran con la necesidad de la estimulación social, sin embargo, estos aspectos son propios de la etapa en la que se encuentran; puesto que buscan alcanzar madurez emocional y social, la necesidad de ser aceptado dentro de un grupo y la búsqueda de su identidad. Puede dar a entender que los universitarios que presentan una autoestima estable en el área social no necesariamente serigen a una condición de baja autoestima, sino que su comportamiento esté más ajustados a las características de la etapa.

En contraste a lo dicho anteriormente, la adicción a las redes sociales podría catalogarse, en términos de Levin (2011) como una “enfermedad socialmente construida”, dadas sus implicaciones sobre comportamientos generados por refuerzos de la interacción digital excesiva y el efecto psicosocial hacia el objeto de la adicción (Saiz, 2008; Ehrenberg, 1994). Como toda adicción, es posible que lleve a los individuos hacia comportamientos antisociales o situaciones que vulneren la integridad, por lo cual se hace necesario realizar acciones efectivas que permitan su abordaje en programas tutoriales universitarios y de cualquier nivel (Adam, 2014; López et al., 2012). Asimismo, no se detectó relación entre la dimensión “hogar” y adicción a redes sociales. Esto evidencia que los componentes de la autoestima forjados en el hogar y la familia no han

tenido repercusión sobre el comportamiento adictivo hacia las redes sociales, pese a que el impacto de estos es conocido en los primeros años de convivencia en familia para fortalecimiento de esta y de la identidad personal (Coopersmith, 1959; 1976).

Recientes estudiosos han demostrado que la interacción no es exclusiva de las redes sociales, sino que al contexto se le suma la adicción a los videojuegos que incorporan interacciones multijugador, generando vínculos similares a los que en redes sociales se consolidan por conexión digital. Esta es un área en el campo de las adicciones digitales que está siendo recientemente explorada tomando como base a los trabajos de Ecurra y Salas (2014) y Capa-Luque et al. (2021), desde los cuales existen oportunidades de profundizar en la investigación de este tipo de comportamientos en la juventud.

Por otro lado, es necesario ampliar el estudio considerando la presencia de otras características para profundizar en el conocimiento de la adicción a las redes sociales y su relación con otras variables que involucran a la esfera personal y del estado de ánimo. En ese sentido, con los resultados del estudio piloto se genera la oportunidad de profundizar en el uso de instrumentos con evidencias sólidas de validez y confiabilidad para futuras investigaciones. Esto permitirá establecer indicadores que permitan diferenciar comportamientos de uso excesivo por otros motivos y de la propia adicción.

## VI Conclusiones

1. Existe una relación inversa, baja y estadísticamente significativa ( $Rho = -.257, p < .001$ ) entre las variables del estudio, lo cual confirma que la autoestima covaría en función de la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios.
2. El 44% de participantes presentó nivel de autoestima media, lo cual implica que en tiempos normales mantienen una actitud positiva hacia sí mismas, un aprecio genuino de sí mismo, aceptación tolerante y esperanzada de sus propias limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Sin embargo, en situaciones extremadamente difíciles, mantienen actitudes de baja autoestima y les cuesta cierto tiempo recuperarse.
3. El 74.67% de participantes presentó nivel medio de adicción a las redes sociales; no obstante, es necesario establecer medidas estandarizadas ante un nuevo contexto para precisar indicadores de dicho nivel de adicción a las redes sociales.
4. No existen diferencias significativas de la variable autoestima en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios y carrera, lo cual implica que se puede desarrollar de manera similar sobre estos criterios.
5. No existen diferencias significativas en la variable adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios y carrera, lo cual es un indicador de que la adicción no se sujeta a dichos criterios.
6. Existe relación entre la dimensión “Sí mismo general” y adicción a redes sociales en los participantes ( $Rho = -.41, p < .001$ ), lo cual involucra la presencia de atributos intrapersonales de la autoestima en dicha relación.

7. No existe relación entre la dimensión “Social-pares” y adicción a redes sociales en los participantes ( $Rho = -.09, p = 1.00$ ), lo cual refleja que esta es independiente de la necesidad del adolescente por involucrarse con sus amigos, compañeros o pares.
8. No existe relación entre la dimensión “Hogar” y adicción a redes sociales en los participantes ( $Rho = -.05, p = .38$ ), lo cual disminuye la implicancia de la familia en la relación o la desvincula de la misma.

## VII Recomendaciones

1. Ampliar el tamaño de muestra y acoger en estos grupos con diversidades características a nivel sociodemográfico, controlando la diversidad de las edades de participantes de posteriores estudios. Esto, dado que ha sido vista la tendencia de fortalecerse la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes más jóvenes; específicamente, en grupos de 18 a 25 años en promedio y las limitaciones que se han tenido para focalizar el análisis sobre este grupo.
2. Analizar al Cuestionario ARS en función del contexto en próximos estudios, dado que gran parte de la población adaptó sus actividades a la virtualidad, haciendo mayor uso de redes sociales para fines comerciales o académicos. En ese sentido, la frecuencia de uso de las redes sociales podría tener una vaya más alta que el concepto concebido de adicción, en función de las dimensiones que la constituyen.
3. Establecer la construcción de normas y baremos para el uso del Cuestionario ARS, considerando criterios diferenciales de variabilidad de las muestras como la edad, sexo, tipo de actividad, entre otros. Esto fortalecería la replicabilidad de uso del instrumento como los criterios sobre los cuales se define el grado de adicción de cada individuo en futuros escenarios que discriminen contextos virtuales y presenciales.
4. Ejecutar talleres para fortalecimiento de la autoestima de nivel medio que presentan la mayor parte de participantes. Es necesaria la ejecución de esta actividad preventiva para evitar complicaciones en la aparición de futuras circunstancias que puedan implicar mayores riesgos para los participantes que presentan una autoestima escasamente fortalecida.
5. Realizar campañas asociadas al uso ecológico de las redes sociales, con fin preventivo, orientadas en enfatizar las ventajas y nocividad de su uso en función de excesos.

## VIII Referencias

- Acar, I. H., Avçılar, G., & Bostancı, S. (2020). The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*, 1-10. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-020-01174-5>
- Adam, R. (2014). El juego de azar: Una adicción singular. *PHARMAKON Digital*, 61. [http://pharmakondigital.com/old/pdf/pharmakon\\_Ed02\\_ES.pdf#page=61](http://pharmakondigital.com/old/pdf/pharmakon_Ed02_ES.pdf#page=61)
- Albán, J. (2018). *Autoestima y estrés académico en estudiantes de una universidad de Lima sur* [Tesis de pregrado. Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Institucional de la UA. <https://core.ac.uk/download/pdf/328019923.pdf>
- American Psychiatric Association (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. Wiley.
- Arana, S. (2014). *Autocontrol y su relación con la Autoestima en adolescentes* [Tesis de pregrado. Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional de la URL. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/42/Arana-Sharon.pdf>
- Arce, E. (1987). *Autoestima y dogmatismo, relación como rendimiento académico de un grupo de Estudiantes universitarios* [Tesis inédita].
- Armstrong, L., Phillips, J. G., & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier internet usage. *International journal of human-computer studies*, 53(4), 537-550. <https://doi.org/10.1006/ijhc.2000.0400>
- Babor, T., Caetano, R., Casswell, S. y Valenciana, G. (2010). *El Alcohol: Un producto de consumo ordinario: Investigación y Políticas Públicas*. Organización Panamericana de la Salud. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/2836>
- Berner, J. y Santander, J. (2012). Abuso y dependencia de internet: la epidemia y su

controversia. *Revista Chilena de Neuropsiquiatría*, 50(3), 181-190.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-92272012000300008>

Borges-Silva, F., Ruiz-González, L., Salar, C., & Moreno-Murcia, J. A. (2017). Motivación, autoestima y satisfacción con la vida en mujeres practicantes de clases dirigidas en centros de fitness. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 12(34), 47-53.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1630/163049997006.pdf>

Cabero, J., Martínez-Pérez, S., Valencia Ortiz, R., Leiva-Núñez, J. P., Orellana-Hernández, M. L. y Harvey López, I. C. (2020). La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 31(1), 1-12. <http://dx.doi.org/10.5209/rced.61722>

Carrasco, G. M., & Vasquez, Y. P. (2020). *Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019* [Tesis de pregrado. Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional de la UPN.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25031>

Branden, N. (1994). *Our urgent need for self-esteem: Our responses to events are shaped by whom and what we think we are*. Executive Excellence.

Brothers, L. (1990). The social brain: a project for integrating primate behavior and neuropsychology in a new domain. *Concepts in neuroscience*, 1, 27-51.  
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1572543024912103552>

Cabero-Almenara, J., & Llorente-Cejudo, C. (2020). Covid-19: transformación radical de la digitalización en las instituciones universitarias. *Campus virtuales*, 9(2), 25-34.  
<http://www.uajournals.com/ojs/index.php/campusvirtuales/article/view/713>

Capa-Luque, W., Vallejos-Flores, M. A., Mayorga-Falcón, L. E., Martínez Portillo, A.,

- Pardavé-Livia, Y., Sullcahuaman Amésquita, J. J., & Barboza Navarro, E. (2022). Efectos de un programa de prevención sobre las adicciones tecnológicas y disposiciones cognitiva-afectivas en universitarios. *Propósitos y Representaciones*, 10(2), e1517. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2022.v10n2.1517>
- Chacolla-Soto, M. (2019). *Correlación entre uso de redes sociales digitales, soporte social percibido en redes sociales digitales y autoestima en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna en el año 2017* [Tesis de pregrado. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional de la UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10590>
- Challco, K., Rodríguez, S. y Jaimes, 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://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Chamarro, A. (2008). La adicción al internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 36(4), 691-700. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80636409.pdf>
- Comunidad Internacional de Alcohólicos Anónimos (AA, 2017). Informe Trimestral de la O.S.G.:Actividades de la Junta de Servicios Generales Incluyendo A.A. World Services, Inc., A. A.Grapevine, Inc. *Alcohólicos Anónimos*. [https://www.aa.org/sites/default/files/newsletters/sf-14\\_QtrlyRep\\_july17.pdf](https://www.aa.org/sites/default/files/newsletters/sf-14_QtrlyRep_july17.pdf)
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*, Freeman.
- Corominas, M., Roncero, C., Bruguera, E., & Casas, M. (2007). Sistema dopaminérgico y adicciones. *Revista de neurología*, 44(1), 23-31. [https://neurofeedback-neuroconsult.es/ncl/publi/DA\\_ADIC.pdf](https://neurofeedback-neuroconsult.es/ncl/publi/DA_ADIC.pdf)

- Critikián, D. M. y Núñez, M. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76.  
<https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Davies, M., & Stone, T. (2004). Synthesis: Psychological understanding and social skills. In *Individual differences in theory of mind* (pp. 313-360). Psychology Press.
- Del Prete, A. y Redon-Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.  
<http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Díaz, S. P., & Peralta, S. C. (2015). *Autoestima y Adicción a Facebook en adolescentes pre universitarios* [Tesis doctoral, Universidad Católica De Santa María]. Repositorio Institucional de la UCSM. <https://core.ac.uk/download/pdf/198133197.pdf>
- Echeburúa, E. (1999). Cambio de concepto. *Revista Española AESED*, 24(1), 329-331.  
[https://www.aesed.com/descargas/revistas/v24n4\\_editorial.pdf](https://www.aesed.com/descargas/revistas/v24n4_editorial.pdf)
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Epstein, N., Baldwin, L. & Bishop, G. (1983). The Mc Master Assesment Device. *Journal of Marital and Family Therapy*, 9(2), 171-180.  
<https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.1983.tb01497.x>
- Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y Validación del cuestionario de adicción a redessociales (ARS). *Liberabit*, 20, 73-86.  
<http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>

- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36 (6), 521-527.  
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=47573>
- Fernández, T. (2022). *Propiedades psicométricas del cuestionario de Adicción a Redes Sociales(ARS) en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana, 2021* [Tesis de pregrado. Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/83970>
- García, S., Arana, R., Martínez, R., Infante, R. y Jiménez, A. (2004). La investigación sobre aspectos epidemiológicos y psicosociales de la Salud Mental: Un análisis bibliométrico. *Salud Mental*, 27(5), 8-22. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=16396>
- Garrido, M. (2014). Adicción al trabajo: características, detección y prevención desde una perspectiva integral. *Enfermería Global*, 13(33), 362-369.
- Guillén, F., & Nieri, D. (2009). Autoestima y competitividad en una selección juvenil peruana de surf. *Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte*.  
<https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/7820>
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576–586. <https://doi.org/10.1177%2F0894439316660340>
- Hernández-González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La Adicción a *Facebook* Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Universidad Iberoamericana*, 18(1), 6-18. <https://doi.org/10.48102/pi.v18i1.256>
- Hervás, E. S. (2006). Tratamientos combinados en la adicción a drogas. *Trastornos Adictivos*, 8(1), 42-52. [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(06\)75105-4](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(06)75105-4)
- Instituto Nacional del Abuso de Drogas de España (NIDA, 2018). *Informe 2018: Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. [https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2018\\_Informe\\_Resumen\\_ejecutivo.pdf](https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/informesEstadisticas/pdf/2018_Informe_Resumen_ejecutivo.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017). Población que accede a internet. Portal INEI. <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/>
- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTEF, 2017). Adicción a la tecnología. *Formación Abierta INTEF*. <https://enlinea.intef.es/courses/course-v1:INTEF+AdiccionDIG+2019/about>
- Instituto para la Integración de América Latina (INTAL, 2017). La tecno-integración de América Latina. *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://conexionintal.iadb.org/2017/12/14/la-tecno-integracion-america-latina/>
- Jalal, H., Buchanich, J. M., Sinclair, D. R., Roberts, M. S., & Burke, D. S. (2020). Age and generational patterns of overdose death risk from opioids and other drugs. *Nature medicine*, 26(5), 699-704. <https://www.nature.com/articles/s41591-020-0855-y>

- Jiménez Acosta, G. N., & Lagos Machaca, V. K. (2021). *La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020* [Tesis de pregrado. Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional de la UPEU. <http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/4692>
- Kerlinger, F. N., Lee, H. B., Pineda, L. E., & Mora Magaña, I. (2002). *Investigación del comportamiento*. McGraw Hill.
- Köse, Ö. B., & Doğan, A. (2019). The relationship between social media addiction and self-esteem among Turkish university students. *Addicta Turk. J. Addict*, 6, 175-190. <https://www.addicta.com.tr/Content/files/sayilar/14/1.pdf>
- Levin, L. G. (2011). La construcción de la adicción como problema de conocimiento neurobiológico y las perspectivas de tratamientos. Una crítica al modelo médico hegemónico. *Instituto de Estudios Sociales sobre la Ciencia y la Tecnología; REDES*, 32, 95-132. <https://rid.unrn.edu.ar/handle/20.500.12049/4115>
- López-Maya, L., Lina-Manjarrez, F., Navarro-Henze, S., & Lina López, L. M. (2012). Adicciones en anesthesiólogos. ¿Por qué se han incrementado? ¿Debemos preocuparnos? *Revista mexicana de anestesiología*, 35(2), 95-106.
- Lora, M. E., & Calderón, C. (2010). Un abordaje a la toxicomanía desde el psicoanálisis. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 8(2), 159-180. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2077-21612010000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2077-21612010000200008&script=sci_arttext)
- Loro, G. (2015). *La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familia* [Tesis de maestría. Universidad Pontificia

- Comillas]. Repositorio Institucional de la URL. <http://hdl.handle.net/11531/1089>
- Marco, C., & Chóliz, M. (2013). Tratamiento cognitivo-conductual en un caso de adicción a Internet y videojuegos. *International journal of psychology and psychological therapy*, 13(3), 125-141. <https://www.redalyc.org/pdf/560/56028282009.pdf>
- Marín, V. y Cabero, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25-33. <https://idus.us.es/handle/11441/87606>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Mendoza-Nieto, G. C. (2020). *Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) en universitarios de una universidad privada de Lima, 2020* [Tesis de pregrado. Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47739>
- Montes-Sotelo, A. (2016). *Adicción a las redes sociales*. E-prints in library & information science. <http://eprints.rclis.org/29200>
- Muñoz-Rivas, M. y Agustín, S. (2005). La adicción al teléfono móvil. *Psicología Conductual*, 13(3), 481-493. [https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/10.Mu%C3%B1oz\\_13-3oa-1.pdf](https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/10.Mu%C3%B1oz_13-3oa-1.pdf)
- Navarro, R. (2005). *Trabaja Bien, Vivir mejor*. San Pablo.
- Organización Mundial de la Salud (1994). Programas de abusos de sustancias: reporte de las actividades de programas de 1994. OMS. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/43366?show=full&locale-attribute=es>

- Papalia, D. (2010). *Desarrollo Humano*. mcgraw-hillinteramericana editores, S.A. de c.v.
- Padilla, R. (2006). *Funcionamiento familiar y rendimiento académico* [Tesis de maestría. Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional de la UPEU.
- Ortega, M. J. M. (2012). *Redes Sociales en las PYMES*. Lulu. com.
- Ortega- Flores, C. M. (2021). *Adicción a las redes sociales en estudiantes de una universidad privada de Chiclayo, agosto–diciembre 2020* [Tesis de Licenciatura. Universidad Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional de la USAT. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3738>
- Ovejero, A. (2007). Adicciones y contexto sociocultural: perspectivas psicosociológicas críticas. ROVERIC. <https://roderic.uv.es/handle/10550/22354>
- Panizo, L. (1985). Estandarización del inventario de Autoestima de Coopersmith (SEI) adultos– Forma C.
- Pillaca, J. (2021). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada Lima Sur. *Acta Psicológica Peruana*, 4(2), 356-378. <http://201.234.119.250/index.php/ACPP/article/view/237>
- Portillo, V., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(1), 139-149. <https://revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/182>
- Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M. y Peña, W. Q. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista internacional de pedagogía e innovación educativa*, 1(1), 123-148. <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>

- Puertas, D. X. y Carbonell, X. (2013). Uso problemático de Internet en una muestra de estudiantes universitarios colombianos. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 31(3), 620-631. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-47242013000300012](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-47242013000300012)
- Quispe-Yucra, J. L. (2020). *Relación entre la Adicción a las Redes Sociales y la Autoestima en Estudiantes de los Cursos de Nivelación de la Universidad de Ayacucho Federico Froebel, Ayacucho-2020* [Tesis de pregrado. Universidad de Ayacucho Federico Froebel]. Repositorio Institucional de la UDAFF. <http://repositorio.udaff.edu.pe/handle/20.500.11936/159>
- Rayo, A. (2014). *Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas* [Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Institucional de la URL. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/42/Rayo-Alejandra.pdf>
- Reis, D. C. D., Almeida, T. A. C. D., Miranda, M. M., Alves, R. H., & Madeira, A. M. F. (2013). Vulnerabilidades a la salud en la adolescencia: condiciones socioeconómicas, redes sociales, drogas y violencia. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 21, 586-594. <https://doi.org/10.1590/S0104-11692013000200016>
- Saiz, J. (2008). Psicología Social de la Salud sobre el consumo adictivo de cocaína: un modelo psicosocial sintético. *Psychosocial Intervention*, 17(1), 61-74. <https://scielo.isciii.es/pdf/inter/v17n1/v17n1a06.pdf>
- Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima* [Tesis de maestría. Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional de la USMP.

<https://hdl.handle.net/20.500.12727/2026>

Sánchez, F. M., & Espinosa, M. P. P. (2008). Estrategias y espacios virtuales de colaboración para la enseñanza superior. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, *SOCIOTAM*, 18(2), 59-90.

<https://www.redalyc.org/pdf/654/65411193004.pdf>

Sánchez, H., & Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación*. Editorial San Marcos.

Sixto-Costoya, A., Lucas-Domínguez, R., & Agulló-Calatayud, V. (2021). Covid-19 y su repercusión en las adicciones. *Salud y Drogas*, 21(1), 259-278.

<https://doi.org/10.21134/haaj.v21i1.582>

Tarazona, R. (2013). *Variables Psicológicas Asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en Universitarios* [Tesis de pregrado. Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la PUCP.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4619>

Tejada, E., Castaño, C. M. y Romero, A. (2019). Los hábitos de uso en las redes sociales de los preadolescentes. *RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 119- 133. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.22.2.23245>

Valdez, A. M. (2018). *Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada* [Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Santa María]. Repositorio Institucional de la UCSM.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/7785>

Vega, M. Á. P., Delgado, A. O. y Meirinhos, A. R. (2019). Revisión sistemática del panorama de la investigación sobre redes sociales: Taxonomía sobre experiencias de uso.

*Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (60), 81-91. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6975535>

Verdejo, M. (2015). *Ciberacoso y violencia de género en redes sociales. Analisis y herramientas de prevención* [Tesis de pregrado. Universidad Internacional de Andalucía]. Repositorio Institucional de la UIA. [www.unia.es/actividades.../268\\_358e0a0ba6d642db33117d2b1c7461f3](http://www.unia.es/actividades.../268_358e0a0ba6d642db33117d2b1c7461f3)

Wahyuni, E. N., & Maksum, A. (2020, February). Self-Esteem and Social Media Addiction among College Students: Contribution Gender as Moderator. In *Proceeding of International Conference on Engineering, Technology, and Social Sciences (ICONETOS)* (Vol. 1, No. 1, pp. 34-38). <https://doi.org/10.18860/iconetos.v1i1.1153>

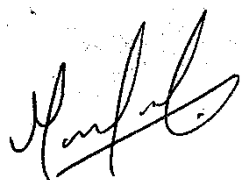
West, S. (2013). The not-London review of Brook (e) s. *The Lifted Brow*, (19), 4-5. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/INFORMIT.785251863283537>

We Are Social (2019, January, 31). Digital in 2019: Global Internet Use Accelerates. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates/>

Young, K. S. (1998). *Stuck in the Web: How to Recognize the Signs of Internet Addiction and a Winning Strategy for Recovery*. Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Caught+in+the+Net%3A+How+to+Recognize+the+Signs+of+Internet+Addiction+and+a+Winning+Strategy+for+Recovery-p-9780471191599>

## IX Anexos

### Anexo A. Matriz de consistencia

<b>Tesis: AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA</b>			
<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Método</b>
<p>¿Existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en jóvenes de una universidad pública de Lima?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar si existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022</p>	<p>General:</p> <p>Existe relación significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima – 2022.</p>	<p><i>Tipo y diseño:</i></p> <p>Básica, no experimental, correlacional</p> <p><i>Participantes:</i></p> <p>300 estudiantes entre 1° y 6° año de psicología</p> <p><i>Instrumentos</i></p> <p>a. Escala de Autoestima de Coopersmith.</p> <p>b. Cuestionario ARS.</p>
	<p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir el nivel de autoestima que predomina en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• Describir el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• Identificar si existen diferencias en adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.</li> <li>• Identificar si existen diferencias en autoestima en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.</li> <li>• Determinar la relación entre la dimensión “Si mismo general” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• Determinar la relación entre la dimensión “Social-pares” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• Determinar la relación entre la dimensión “Hogar” y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> </ul>	<p>Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• H<sub>1</sub>: Existen diferencias significativas de la variable autoestima en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.</li> <li>• H<sub>2</sub>: Existen diferencias significativas en la variable adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima, en función del sexo, edad, año de estudios.</li> <li>• H<sub>3</sub>: Existe relación entre la dimensión Si mismo general y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• H<sub>4</sub>: Existe relación entre la dimensión Social-pares y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> <li>• H<sub>5</sub>: Existe relación entre la dimensión Hogar y adicción a redes sociales en estudiantes de una universidad pública de Lima.</li> </ul>	
<p><b>Autor:</b></p> <p>Marlon Randy Malma Medina</p>		<p><b>Firma:</b></p> 	

### Anexo B. Consentimiento Informado

**Estimado(a) participante:**

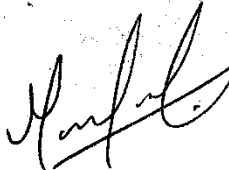
Este es un estudio dirigido por Marlon Randy Malma Medina, bachiller en Psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal, el cual tiene por objetivo conocer la relación entre la autoestima y adicción a redes sociales.

Para ello, es necesario que pueda contestar a los siguientes instrumentos presentados en formato de cuestionarios. La duración del proceso es de aproximadamente 15 minutos, siendo totalmente anónima y voluntaria su participación.

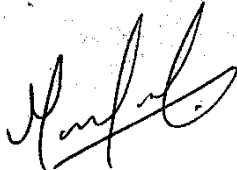
Cabe destacar que ninguno de los datos que proporcione serán revelados ni compartidos con ningún agente externo al propósito de esta investigación.

Sobre dichos términos, indique si está de acuerdo en participar del proceso.

Yo, \_\_\_\_\_, habiendo conocido los términos del desarrollo de la investigación dirigida por el Sr. Marlon Randy Malma Medina, ACEPTO participar voluntariamente en el desarrollo del estudio.

Firma del participante	Firma del investigador
	 Marlon Randy Malma Medina

Yo, \_\_\_\_\_, habiendo conocido los términos del desarrollo de la investigación dirigida por el Sr. Marlon Randy Malma Medina, ACEPTO participar voluntariamente en el desarrollo del estudio.

Firma del participante	Firma del investigador
	 Marlon Randy Malma Medina

## Anexo C. Instrumentos para desarrollo de la investigación

### CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS, Ecurra & Salas, 2014)

#### DATOS GENERALES

Sexo : (M) (F)

Año de estudios : (1) (2) (3) (4) (5)

Edad : \_\_\_\_\_ años

Carrera : \_\_\_\_\_

#### INSTRUCCIONES

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

**S: Siempre**

**CS: Casi siempre**

**RV: Rara vez**

**N: Nunca**

N°	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS			
		S	CS	RV	N
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.				
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.				
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.				
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.				
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.				
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.				
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.				
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.				
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.				
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.				
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.				
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.				
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.				
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.				
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.				

16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.				
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.				
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.				
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.				
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.				
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.				
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.				
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).				
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.				

### Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) para adultos (Coopersmith, 1967)

A continuación se presentan 25 ítems con relación a la autoestima, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	
		V	F
1.	Generalmente los problemas me afectan poco.		
2.	Me cuesta trabajo hablar en público.		
3.	Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí.		
4.	Puedo tomar fácilmente una decisión.		
5.	Soy una persona simpática.		
6.	En mi casa me enojo fácilmente.		
7.	Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo.		
8.	Soy una persona popular entre las personas de mi edad.		
9.	Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos.		
10.	Me doy por vencido fácilmente.		
11.	Mi familia espera demasiado de mí.		
12.	Me cuesta trabajo aceptarme como soy.		
13.	Mi vida es muy complicada.		
14.	Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas.		
15.	Tengo mala opinión de mí mismo.		
16.	Muchas veces me gustaría irme de casa.		
17.	Con frecuencia me siento a disgusto en mi trabajo.		
18.	Soy menos guapo (o bonita) que la mayoría de la gente.		
19.	Si tengo algo que decir generalmente lo digo.		
20.	Mi familia me comprende.		
21.	Los demás son mejores aceptados que yo.		
22.	Siento que mi familia me presiona.		
23.	Con frecuencia me desanimo por lo que hago.		
24.	Muchas veces me gustaría ser otra persona.		
25.	Se puede confiar poco en mí.		