

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGIAS SOCIALES Y
HUMANIDADES

PROGRAMA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



“AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A FACEBOOK EN ADOLESCENTES PRE UNIVERSITARIOS”

Tesis presentada por:
DÍAZ VALENCIA, SORAYA PAOLA
PERALTA HUARACALLO, SMITH CLAUDIA

Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADAS EN PSICOLOGÍA

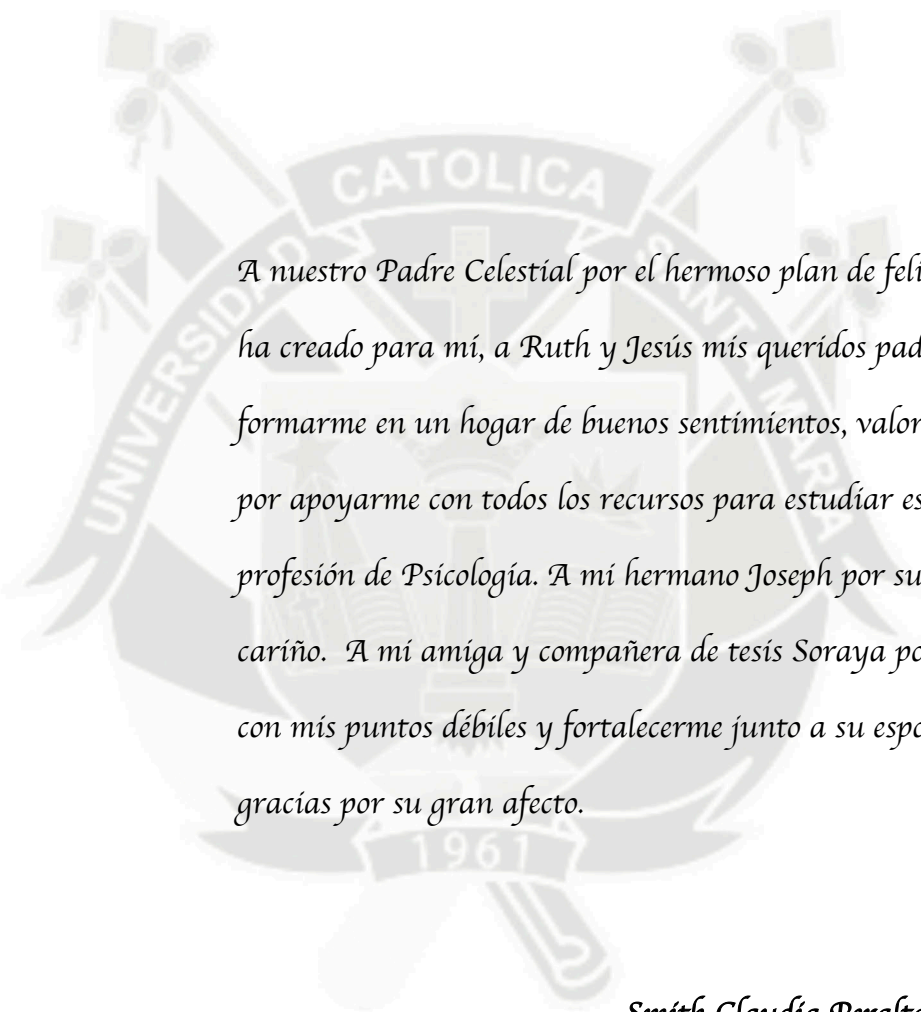
AREQUIPA – PERU
2015

ÍNDICE

<i>Dedicatoria</i>	4
Agradecimientos	6
Resumen.....	7
Abstrac	8
CAPITULO I	9
Marco Teórico.....	9
Introducción	10
Problema.....	12
Interrogantes.....	12
Variables.....	12
Variable 1. Autoestima	12
Variable 2. Adicción al Facebook	13
Objetivo Principal:	13
Objetivos Secundarios:.....	13
Antecedentes Teóricos - Investigativos	14
<i>Autoestima</i>	14
<i>Desarrollo de la autoestima</i>	15
Autoestima Alta.....	17
Autoestima Baja	19
Redes Sociales Directas.....	21
Redes Sociales Indirectas	21
Facebook	21
Herramientas del Sistema de Comunicación en Facebook.....	22
Herramientas de Facebook	23
Crecimiento de Facebook	24
Facebook y Adolescencia	25
Uso de Facebook y su relación con variables psicológicas	27
Hipótesis.....	31
CAPITULO II	32
Diseño Metodológico.....	32
Método	33

Técnica e Instrumentos.....	33
Población y Muestra.....	35
Estrategia de Recolección de Datos	35
Criterios de Procesamiento de Información	36
CAPITULO III.....	37
Resultado.....	37
Tabla N°. 1: Nivel de Autoestima según Edad	38
Tabla N°. 2: Nivel de Autoestima según Género	39
Tabla N°. 3: Nivel de Autoestima según Área Académica	40
Tabla N°. 4: Adicción a Facebook según Edad	41
Tabla N°. 5: Adicción a Facebook según Género	42
Tabla N°. 6: Adicción a Facebook según Área Académica	43
Tabla N°. 7: Dimensiones de Autoestima y Adicción a Facebook	44
Tabla N°. 8: Autoestima y Adicción a Facebook	45
Discusión	46
Conclusiones	50
Sugerencias.....	52
Limitaciones.....	54
Referencias	55
Anexos	61
<i>Anexo 1</i>	62
<i>Anexo 2</i>	65
<i>Anexo 3</i>	67
<i>Anexo 4</i>	68

DEDICATORIA



A nuestro Padre Celestial por el hermoso plan de felicidad que ha creado para mí, a Ruth y Jesús mis queridos padres, por formarme en un hogar de buenos sentimientos, valores y hábitos, por apoyarme con todos los recursos para estudiar esta hermosa profesión de Psicología. A mi hermano Joseph por su gran cariño. A mi amiga y compañera de tesis Soraya por ayudarme con mis puntos débiles y fortalecerme junto a su esposo Diego, gracias por su gran afecto.

Smith Claudia Peralta Huaracallo

A mi Padre Celestial por haberme permitido llegar hasta ese punto, por su infinita bondad y cariño, a mi madre Carolina por ser mi fuente de inspiración y sabiduría, a mi padre Miguel sus cuidados y afecto, quienes con esfuerzo, amor y sacrificio forjaron mi camino desde pequeña, a mi compañero eterno Diego Barreda, por darme alas para volar, por su cuidado, amor y dulzura,

A mi querido hermano Miguel quien con su ejemplo me enseña grandes lecciones, a mis abuelos Alfredo y Rosa por su amor excepcional, a mi tío Richard por sus palabras de motivación.

A mis segundos padres Maritza y Jesús por su cariño y voz de aliento.

A mi querida amiga, Claudía quien con su ejemplo demuestra amor y lucha por sus metas y sueños. Gracias por tu gran ejemplo de fe. A Diego E., Diana B., Diana W., Fernando P., Isabel C., Valeria G. y Windoly S., quienes me demuestran cada día la existencia de la verdadera amistad a pesar de la distancia.

Soraya Paola Díaz Valencia

AGRADECIMIENTOS

Nuestros más sinceros agradecimientos a nuestra querida asesora Mg. Flor Vilches Velásquez, quien con su conocimiento, entusiasmo y comprensión nos apoyó para la realización de nuestra investigación. A su vez a la Mg. Vilma Zevallos Cornejo por su dedicación y aporte a nuestra investigación.

A los docentes de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Católica de Santa María por sus enseñanzas y gran ejemplo.

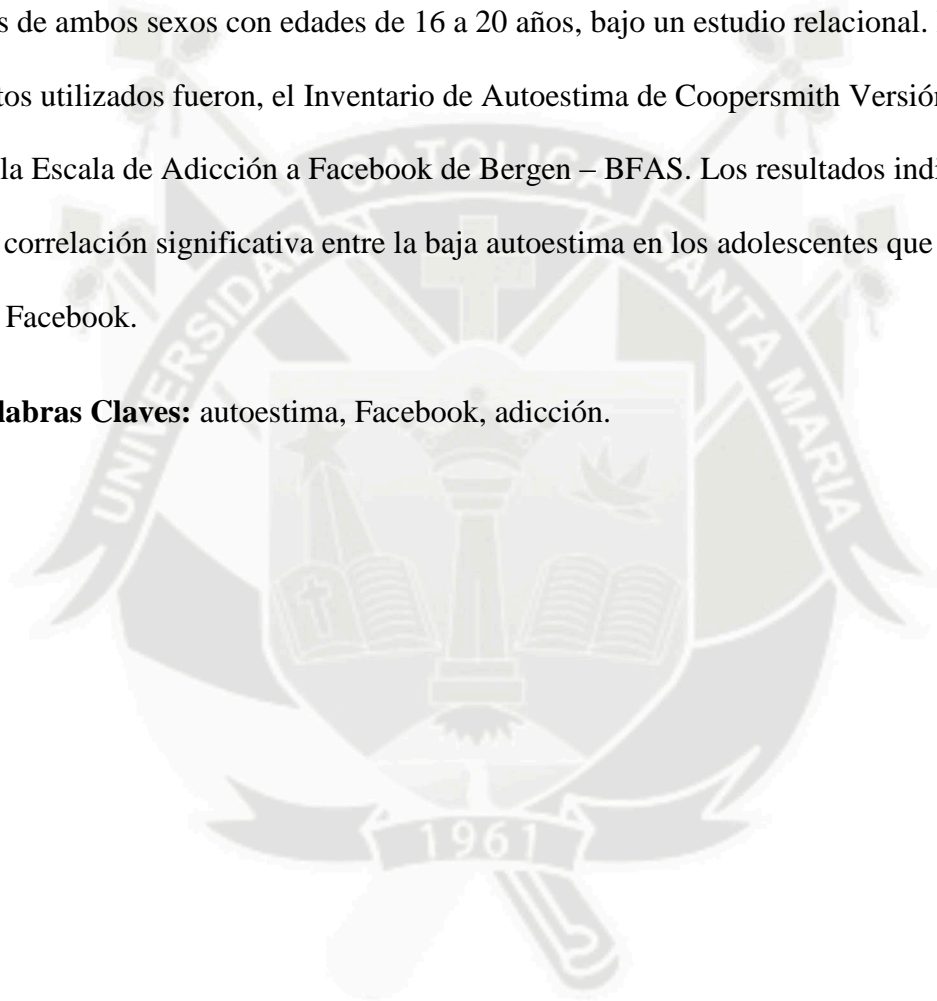
A todo el equipo del Centro Pre Universitarios por brindarnos su apoyo facilitándonos el ingreso a los salones.

A Lucía Valderrama por su servicio y palabras de aliento en el proceso de la investigación.

Resumen

Se investigó la relación entre la autoestima y la adicción a Facebook en adolescentes del centro Pre Universitario de la Universidad Católica de Santa María con una muestra de 930 estudiantes de ambos sexos con edades de 16 a 20 años, bajo un estudio relacional. Los instrumentos utilizados fueron, el Inventario de Autoestima de Coopersmith Versión para Adultos y la Escala de Adicción a Facebook de Bergen – BFAS. Los resultados indican que existe una correlación significativa entre la baja autoestima en los adolescentes que presentan adicción a Facebook.

Palabras Claves: autoestima, Facebook, adicción.



ABSTRACT

The relationship between self-esteem and addiction in adolescents Facebook Pre University center of the Catholic University of Santa Maria with a sample of 930 students of both sexes aged 16-20 years, under a relational study investigates. The instruments used were the Coopersmith Self-Esteem Inventory and Adult Version Scale Bergen Facebook Addiction - BFAS. The results indicate a significant correlation between low self-esteem in adolescents with addiction to Facebook.

Key words: self – esteem, Facebook, addiction.



CAPITULO I

Marco Teórico

Introducción

Hoy en día las redes sociales están tomando un papel significativo en la vida de los seres humanos; como seres sociales cada uno de nosotros tenemos la necesidad de interactuar respecto al medio que nos rodea, en los últimos años hemos presenciado que uno de los medios de comunicación más visitado y utilizado en internet por los internautas ha sido Facebook; mediante diversos estudios previos, llegamos a conocer que los usuarios de dicha red social invierten gran parte de su tiempo estando conectados a esta red social, Ipsos - Apoyo Opinión y Mercado (2012) afirma que en el Perú la popularidad de Facebook ha incrementado, siendo el grupo social más activo de dicha red, los usuarios de 16 a 24 años. Cabe notar que los usuarios más inmersos en el Facebook lo integran adolescentes, ellos se caracterizan por la exploración hacia la búsqueda de identidad, buscan un grupo al cual pertenecer, interactuar y encontrar aceptación.

El grupo social actualmente en auge es el virtual y la participación del adolescente en él, influiría en el desarrollo de su autoestima, según estudios revisados.

El adolescente debido a la importancia que le da a la red social “Facebook”, invierte su tiempo, energía y recursos, dejando de lado el contacto social directo y diversas actividades con familia y amigos. Es probable que la red social Facebook genere algunos cambios en el comportamiento de los individuos que la utilizan, sus efectos pueden ser positivos como negativos, como por ejemplo: podría forjar relaciones sociales o aislar al individuo de su medio social.

Hoy en día la variable Facebook es de interés para diversos investigadores, los cuales por medio del estudio de dicha variable tienen un panorama sobre el desarrollo, la formación de identidad y otras variables psicológicas asociadas a su uso (Deza,2014).

La presente investigación tiene como propósito conocer la relación entre la Autoestima y la Adicción a Facebook en los adolescentes del Centro Pre Universitario de la Universidad Católica de Santa María.



Problema

¿El Nivel Bajo de Autoestima se relaciona con la Adicción a Facebook en adolescentes?

Interrogantes

¿Existe relación entre el nivel de autoestima y la edad en los adolescentes?

¿Habrà relación entre el nivel de Autoestima y el género en los estudiantes de la Pre Católica?

¿Habrà correlación entre el nivel de Autoestima y el área a la cual pertenece la escuela profesional elegida por los adolescentes?

¿Cuál será nivel de adicción a Facebook según la edad?

¿Existirá diferencias asociadas al género en relación a la Adicción a Facebook en la adolescencia?

¿Habrà relación entre el nivel de Adicción a Facebook y el área a la cual pertenece la escuela profesional elegida por los estudiantes pre universitarios?

Variables

Variable 1. Autoestima

Es el “juicio personal de valía, que es expresado en las actitudes que el individuo toma hacia sí mismo. Vista como una experiencia subjetiva que se transmite a los demás por reportes verbales o conducta manifiesta”. Se divide en cuatro sub tipos: sí mismo, social, hogar y laboral; con una valoración de: bajo, medio y alto Coopersmith (1967).

Variable 2. Adicción al Facebook

Estar conectado a la red social Facebook gran parte del tiempo, descuidando la interacción social directa y posponiendo actividades y tareas cotidianas. La medición de la variable se expresa en tres grupos: normal, posible adicción y adicción.

Objetivo Principal:

Establecer la relación existente entre la baja autoestima y la adicción al Facebook en los adolescentes.

Objetivos Secundarios:

Conocer el nivel de autoestima que presentan los adolescentes según edad.

Identificar el nivel de autoestima según el género.

Detectar si existen diferencias en cuanto al nivel de autoestima en relación al área a la cual pertenece la escuela profesional elegida por los adolescentes.

Conocer el grado de adicción a Facebook de los adolescentes, según la edad.

Detectar la relación entre el género y la adicción a Facebook en los estudiantes evaluados.

Detectar la relación entre el nivel de adicción a Facebook y el área a la cual pertenece la escuela profesional elegida por los estudiantes pre universitarios.

Antecedentes Teóricos - Investigativos

Autoestima

James (1890) fue el primero en definir la autoestima en su obra *Principles of psychology*, el autor explica que la autoestima es el resultado de una operación que consta del éxito y/o el fracaso dividido por las pretensiones (Branden, 1997). Desde entonces, han surgido valiosos cambios en cuanto al tema de la autoestima, para una mejor comprensión de este concepto, consideramos a Tiscar (s.f), máster en psicología clínica y de la salud, quien explica la autoestima a partir de diversos enfoques.

Desde un enfoque psicodinámico, White (1963) considera que la autoestima integra dos fuentes, una interna y la otra externa. Comprendemos que la fuente interna tiene que ver con los logros de la persona, y la fuente externa tiene que ver con las afirmaciones de las demás personas; por lo que la autoestima resulta ser un fenómeno evolutivo que no solamente se basa en la aceptación de las demás personas sobre uno, sino también sobre la auto aceptación. Cabe señalar que el enfoque psicodinámico explica que la autoestima es influenciada por la experiencia, a su vez esta ejerce acción y además es generadora del comportamiento.

Desde el punto de vista sociocultural, Rosenberg (1965) da a conocer la autoestima como producto de la influencia de la cultura, la sociedad, la familia y las relaciones interpersonales y ello resulta en una determinada actitud de la persona; tanto una actitud positiva como negativa, que por consiguiente la persona toma sobre sí misma; en esta perspectiva, las creencias y los sentimientos respecto al valor propio o a la dignidad son muy importantes. De acuerdo a esta perspectiva, si existen problemas en la vida de la persona su autoestima será negativa y por otro lado la autoestima será positiva si las situaciones externas le permiten a la persona enfrentar diversas dificultades.

Considerando la perspectiva conductual tenemos a Coopersmith (1967) relacionó también la autoestima con la ansiedad y la depresión tal y como lo hizo Rosenberg, así mismo destacamos que Coopersmith incluyó como indicadores de autoestima al éxito y autovalía. Desde esta perspectiva la autoestima se ve como un rasgo adquirido, además el autor menciona tres principales factores que trabajan como mecanismos de aprendizaje y anteceden la autoestima, tales como: aceptación parental, límites establecidos y tratamiento respetuoso.

Coopersmith (1967) expresa: “Entendemos por autoestima la evaluación que efectúa y generalmente mantiene el individuo con respecto a sí mismo. Expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica en qué medida el individuo se cree capaz, importante, digno y con éxito. En resumen, la autoestima es un juicio personal de dignidad, que se expresa en las actitudes del individuo hacia sí mismo” (Branden, 1997).

Desde el punto de vista humanista, Branden (1997) enseña que “la autoestima es una necesidad muy importante para el ser humano. Es básica y efectúa una contribución esencial al proceso de la vida; es indispensable para el desarrollo normal y sano; tiene valor de supervivencia” y expone lo siguiente:

Confianza en: Nuestra capacidad de pensar y de afrontar los desafíos de la vida.

Confianza en: Nuestro derecho a ser felices, el sentimiento de ser dignos, de merecer, de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y a gozar de los frutos de nuestros esfuerzos.

Desarrollo de la autoestima

Coopersmith (1990) considera fases en el proceso de desarrollo de la autoestima, y estos son:

El grado de trato respetuoso, de aceptación e interés que el individuo recibe de las personas significativas de su vida.

La historia de éxito, el status y la posición que el individuo tiene en el mundo.

Los valores y las aspiraciones, por los cuáles estos últimos pueden ser modificados e interpretados.

La manera singular y personal de responder a los factores que disminuyen la autoestima, ya sea que el individuo minimice, distorsione o suprima las percepciones de las fallas propias y las de los demás.

Erikson (1963, citado por Sokol, 2009) refiere que los adolescentes mientras van dejando atrás la niñez, experimentan cambios físicos, cognoscitivos y sociales; por lo que, a menudo se confunden y muestran por lo menos algún deterioro de su autoestima, comienzan a buscar estabilidad y durante este periodo su autoestima es inestable a causa de la búsqueda de su identidad.

Generalmente los adolescentes experimentan altibajos en su autoestima, una vez que la autoestima decae considerablemente, podemos decir que es debido a la acumulación de diversos factores que le ocasionan estrés, tanto en su casa como en el centro de estudios, provocando así tensiones psicológicas en el adolescente.

Wals y Vaughan (1999, citado por Steiner, 2005), mencionan que la autoestima puede desarrollarse convenientemente cuando los adolescentes experimentan positivamente cuatro condiciones bien establecidas:

Vinculación: resultado de la satisfacción que obtiene el adolescente al establecer vínculos que son importantes para él y que los demás también lo reconocen como importantes.

Singularidad: resultado del conocimiento y respeto que el adolescente siente por cualidades o atributos que le hacen especial o diferente, sostenido por el respeto y la aprobación que recibe de los demás por esas cualidades.

Poder: consecuencia de la disponibilidad de medios, de oportunidades y de capacidad en el adolescente para modificar las circunstancias de su vida de manera significativa.

Modelos o pautas: puntos de referencia que dotan al adolescente de los ejemplos adecuados, humanos, filosóficos y prácticos, que le sirven para establecer su escala de valores, sus objetivos, ideales y modales propios.

La autoestima es muy importante en la vida de cada ser humano, es la prueba verídica del aprecio que la persona tiene sobre sí misma, además es un requerimiento y/o necesidad natural en cualquier grupo social que el individuo integre, y específicamente tiene que ver con el amor a uno mismo, incluyendo virtudes y defectos propios.

Eguizabal (2007, citado por Piera, 2012) nos proporciona dos alcances: la autoestima positiva o autoestima alta, y la autoestima negativa o baja; de modo que, las personas con alta autoestima tienen confianza en sus capacidades y además tienen una percepción de la vida que les satisface, por otro lado está la autoestima baja que se vincula con sentimientos de inseguridad, de falta de confianza para dirigir los desafíos que se presentan en la vida.

Autoestima Alta

Ayuda a que la persona pueda desempeñarse adecuadamente en su medio, las personas con una autoestima alta o positiva expresan sus emociones espontáneamente, considerando también los sentimientos, actitudes de las demás personas.

Coopersmith (1984, citado por Barón, 2005), hace mención sobre algunas características de personas con niveles altos de autoestima y además se refiere a ellas como personas que tienen presente sus habilidades, desempeñan activamente su rol en sus grupos sociales, expresan sus perspectivas y afectividades sin dificultades, tienen presente que se comenten errores pero también estas personas saben que se aprende de los errores y además tienen un gran sentido de amor propio.

Coopersmith (1967) menciona las características de las personas con Autoestima Alta:

Cree firmemente en ciertos valores y principios, está dispuesto a defenderlos aun cuando encuentre oposición y se siente lo suficientemente seguro como para modificarlos, si sus nuevas experiencias indican que estaba equivocado.

Es capaz de obrar según crea más acertado, confiando en su propio juicio, sin sentirse culpable cuando a otros les parece mal lo que haya hecho.

No emplea demasiado tiempo preocupándose por lo que haya ocurrido en el pasado, ni por lo que pueda ocurrir en el futuro.

Tiene confianza básica en la capacidad para resolver sus propios problemas, sin dejarse acobardar por fracasos y dificultades.

Se considera y se siente igual, a cualquier otra persona, ni inferior ni superior, sencillamente igual, y reconoce diferencias en talentos específicos, prestigio profesional o posición económica.

Se considera interesante y valioso para otros, por lo menos aquellos con quienes se asocia.

No se deja manipular por los demás aunque está dispuesto a colaborar si le parece apropiado y conveniente.

Reconoce y acepta en sí mismo una variedad de sentimientos y pulsiones tanto positivas como negativas, y está dispuesta a revelarlas a otra persona si le parece que vale la pena.

Es capaz de disfrutar diversas actividades, como: trabajar, leer, jugar, holgazanear, caminar, charlar, etc.

Es sensible a las necesidades de los demás, respeta las normas de convivencia generalmente aceptadas y sabe que no tiene derecho a divertirse a costa de los demás.

Las personas con alta autoestima, gustan más de sí mismos que los otros, quieren madurar, mejorar y superar deficiencias.

Autoestima Baja

Coopersmith (1967, citado en Tarazona, 2013), afirma que las personas con una autoestima baja o negativa tienen dificultades para entablar relaciones interpersonales, debido a: sentimientos de inferioridad, autocrítica, insatisfacción, pesimismo y menos dispuestos a correr riesgos para auto beneficiarse.

Mora y Raich (2005) mencionan las características de las personas con baja autoestima, las cuales son:

Excesiva necesidad de aprobación.

Perfeccionismo.

Desear controlar a los otros.

Sufrir explotación por parte de parejas, colegas o amigos.

Creación de relaciones de dependencia con gente, en instituciones, causas o sustancias como alcohol o comida.

Tener pensamientos distorsionados.

Presentar más percepciones distorsionadas.

Sentimientos de autoinsatisfacción, autoodio, autodisgusto y desprecio. Entre estos, el cuerpo puede centrar la insatisfacción.

González, Valdez y Serrano (2003) expresan que la autoestima influye fuertemente en el comportamiento de las personas, y refieren la importancia de usar como alternativa la asesoría psicológica para fortalecer el crecimiento personal de las personas con baja de autoestima.

Redes Sociales

Actualmente la tecnología se ha acelerado, todo descubrimiento de la ciencia, es útil para la humanidad es por ello que hoy gozamos de diferentes medios de comunicación, uno de ellos, son los sitios de redes sociales (SRS), las cuales están conformadas por diversos usuarios alrededor del mundo.

Boyd y Ellison (2007) definen a las redes sociales como sitios web, que ofrecen a los usuarios, la creación de un perfil personal (público o semi - público), les permite instaurar una lista de otros usuarios con los cuales se establece una conexión y de esa manera el usuario de Facebook puede ver las conexiones personales de otros usuarios. También provee a los usuarios aplicaciones que les permite personalizar sus perfiles y realizar otras actividades.

Urueña et al., (2011) dividen en dos tipos las redes sociales:

Redes Sociales Directas

Es un servicio prestado a través de Internet, el cual se caracteriza por la existencia de perfiles personales, los usuarios interactúan entre sí y controlan la información que comparten.

Según su Finalidad: Las redes sociales directas se dividen en dos tipos, considerando los objetivos que buscan los usuarios:

Redes de Ocio: Facilitan al usuario entretenimiento y relaciones sociales, por medio del intercambio de información ya sea en formato escrito o audiovisual. Por ejemplo Facebook, Twitter e Instagram.

Redes sociales de uso profesional: Promueven las relaciones a nivel profesional, permite al usuario estar al día en su campo e incrementar su agenda de contactos profesionales. Como por ejemplo las redes LinkedIn y Xing.

Redes Sociales Indirectas

Los usuarios de dichas redes no disponen de un perfil visible para los demás miembros la información compartida es controlada por uno o varios administradores. Las redes sociales indirectas se pueden clasificar en foros y blogs.

Las redes sociales más conocidas en Internet son las redes directas de perfil personal.

Facebook

Zuckerberg (2004) dio a conocer su creación en internet con el nombre “Thefacebook.com”, cuando tenía 19 años de edad y cursaba su segundo año de estudios de la carrera de Ciencias de la Computación; el sitio web inicio como una pequeña red social, solo para alumnos de la Universidad de Harvard, posteriormente la red se extendió a diversas universidades de Estados Unidos. Actualmente “Facebook” es la red social más frecuentada y utilizada (Carlson, 2010).

Facebook en el 2006 se convirtió a una red social “pública”, cualquier persona que cuente con correo electrónico puede unirse y ser un usuario de esta red social.

Desde ese año en adelante dicha red social obtuvo gran desarrollo y popularidad a nivel mundial.

En el 2010 la revista Time nombró a Zuckerberg como la “persona del año” ya que “conecto a más de 500 millones de personas en todo el mundo” (Computación Aplicada al Desarrollo, 2011).

Boyd (2008) afirma que los sitios de redes sociales se han vuelto una parte significativa en la vida social de los adolescentes, el autor examinó cómo los adolescentes modelan su identidad a través del perfil que les permite crear el sitio de red social, ellos pueden escribir de ellos mismos y de esa manera darse a conocer a la sociedad. Boyd investigó cómo este medio apoya a la sociabilidad entre pares, permitiéndoles relacionarse con sus compañeros de clase, amigos y desarrollar su identidad. Él afirma que los sitios de redes sociales son un modelo de público en red, con cuatro características las cuales no están presentes en la comunicación cara a cara: persistencia, capacidad de búsqueda, copiabilidad exacta y audiencias invisibles. Dichas características alteran la dinámica social, lo cual dificulta la interacción en tiempo real entre las personas.

Herramientas del Sistema de Comunicación en Facebook

Facebook cuenta con un sistema privado de comunicación y uno público. Las herramientas del sistema de comunicación privado son:

Chat: Servicio de mensajería instantánea a través de Software e internet ya sea en dispositivos móviles y computadoras por medio de Facebook. Se pueden crear grupos de conversación con más de dos personas a la vez por medio del Chat.

Bandeja de Entrada: Funciona como un buzón de correo electrónico.

Cabe resaltar que toda información compartida por el chat y la bandeja de entrada es privada, solo la verá la persona con la cual se mantiene una conversación.

Herramienta de comunicación sistema de comunicación público:

Muro: Se distingue por ser un espacio público, en el cual los usuarios comparten información, la cual es vista y comentada por los contactos y por el mismo usuario. Es un espacio donde se comparten pensamientos, ideas, actividades o ubicación por medio del “estado”, el usuario puede indicar que algo le agrada presionando el botón “Me gusta” (Deza, 2014).

Herramientas de Facebook

Facebook brinda diferentes herramientas las cuales permiten a los usuarios administrar su cuenta personal:

Solicitud de Amistad: Permite añadir a amigos y conocidos con los cuales se ha perdido contacto, también puede añadir personas que se desea conocer por medio de la Red, una vez aceptada la solicitud de amistad, el número de amigos del usuario incrementara.

Foto de Perfil: Es la foto principal que aparece en el perfil (biografía), la cual aparece en miniatura junto a los comentarios y otras actividades compartidas.

Fotos: El usuario puede subir fotos personales o de cualquier evento y compartirlas en su “muro”, también puede “etiquetar” a otro usuario que esté presente en la foto a publicar.

Botón “Me Gusta”: Este icono se caracteriza por su forma de mano con el dedo pulgar hacia arriba, aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus demás contactos, permite valorar si el contenido es del agrado del usuario actual de la red social, de la

misma manera notificara a la persona que expuso ese tema originalmente si es del agrado de alguien más.

Creación de grupos y páginas: Tienen como finalidad congrega a personas con intereses comunes, estas personas comparten mensajes, información o/y actividades que son de interés para el grupo formado, creando espacio de discusión de algún tema concreto.

Juegos: ofrece actividades lúdicas como son: pruebas de habilidades, juegos de rol, estas generan competencia entre los usuarios (Grupo Publispain, 2012).

Crecimiento de Facebook

Ipsos - Apoyo Opinión y Mercado (2012) realizó un estudio sobre el “Perfil del usuario de redes sociales en el 2012” en el Perú Urbano, en el cual participaron personas usuarias de alguna red social entre los 8 y 70 años de todos los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana y algunas ciudades del país. Por medio del estudio se reveló que en Lima, el 79% de internautas pertenecían a alguna red social, en el interior del país un 71 % hace uso de las redes sociales. El 12% de usuarios se encuentran entre los 36 a 50 años de edad. La red más usada en el Perú Urbano indudablemente fue Facebook. Reduciéndose el uso de la Red Social Hi5 en lugar de esta red, incrementaron los usuarios de Twitter, quienes en el 2011 solo llegaban a ser un 1%. Posteriormente Ipsos - Apoyo Opinión y Mercado (2013) realizó un estudio entre internautas de 8 a 70 años, en el cual se observó que los usuarios de redes sociales incremento en un 84%, los usuarios con una cuenta en Facebook habían incrementado a un 98%, mientras que los de Hi5 habían disminuido a un 10%. Los usuarios de redes sociales lo conforman personas entre los 8 y 15 años con el 21%, el 34% tenía entre 16 y 24 años, el 24% entre 25 y 35 años y el 20% tenía entre 36 y 70 años. Podemos concluir que la popularidad de Facebook sigue incrementando y es más usada por los usuarios entre 16 y 24 años.

Actualmente Facebook cuenta con aproximadamente 968 millones de usuarios mensuales activos en el mundo, de los cuales, el 83,1% reside fuera de los EEUU y Canadá (Facebook, 2015).

Facebook y Adolescencia

Hoy en día la sociedad está experimentando cambios en la vida social y personal debido a la presencia de las tecnologías de la información y de la comunicación; los adolescentes y los jóvenes son los protagonistas de dichos cambios, el acceso a internet se ha convertido en una actividad cotidiana en la vida de los jóvenes de 16 a 24 años (Reig. D.; Vílchez. L., 2013).

El promedio de estudiantes pasa menos de 5.000 horas de sus vidas leyendo; sin embargo invierten más de 10.000 horas jugando video juegos, navegando por la red, y revisando mensajes instantáneos por medio del teléfono celular; las acciones mencionadas nos indican que los jóvenes invierten gran cantidad de tiempo en las nuevas tecnologías (Prensky, 2001). La manera en la cual ellos reciben y procesan la información se da forma distinta, ya que desde muy temprana edad manejan tecnología, avanzada para sus predecesores, pero básica para ellos; los mensajes instantáneos, las touch screen, y juegos en tabletas, son parte de las actividades cotidianas en la vida de algunos niños y adolescentes.

El servicio virtual más utilizado, que ha ganado popularidad entre los adolescentes y los jóvenes son las redes sociales, especialmente Facebook ya que se ha convertido en un espacio vital para los adolescentes, para ellos representa un espacio personal, donde organizan y hallan parte de su vida social, lo cual les permite ampliar el tiempo que pasan con sus pares, creando una sensación de independencia temprana de sus padres (Reig. D.; Vílchez. L., 2013).

Los jóvenes por medio del muro personal, exponen fotografías, pensamientos, ideas y/o actividades, estas publicaciones son reforzadas con cada “Me Gusta” que ponen sus pares,

dicho reforzador en algunos casos provoca dependencia, el uso de la red social “Facebook” crea en el individuo la percepción de pertenencia y aceptación en un grupo; a medida que se reciben más “Me gusta” aumenta la sensación de satisfacción, y de una manera casi imperceptible las emociones se ven presas de los comentarios, “Me gusta” y respuestas, llegando a verse por ejemplo conversaciones semejantes a un Chat a través de comentarios en los muros de las personas.

En ocasiones el adolescente dedica excesivo uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, en especial de las redes sociales, lo cual lo lleva a estar conectado largo tiempo frente al computador o Smartphone, este hecho se asocia a una pérdida de control, lo cual afecta la vida cotidiana de la persona. Para poder comprender la definición de “adicción a las redes sociales” debemos tener en cuenta que cualquier comportamiento desmesurado hacia alguna actividad puede afluir en una adicción.

Echeburúa y Corral (2009) declaran la conducta adictiva no se da por la frecuencia con la que el individuo la realiza, sino por la dependencia que esta origina, dañando el control que tiene el individuo sobre su conducta y vida cotidiana. El uso adictivo de la red social Facebook se ve controlado por reforzadores positivos como por ejemplo el botón “Me gusta”, como mencionamos anteriormente; algunas herramientas de la red social Facebook podrían llegar a provocar dependencia por parte de los usuarios, en especial en los adolescentes quienes en esta etapa forman y definen su identidad. En los últimos años los adolescentes no solo han desarrollado una necesidad por los “Me gusta”, sino también por exponer partes de su vida social que tienen como objetivo impresionar y demostrar a sus pares cualidades que ganen más atención. Diversos estudios han demostrado que los adolescentes también buscan consuelo, es así por ejemplo, que la cantidad de fotos compartidas con mensajes de autoayuda incrementan

considerablemente en temporadas de ruptura o depresión, logrando en algunos casos obtener comentarios de ánimos y aliento, creando una falsa sensación de apoyo y comprensión, la cual sustituye a las relaciones reales más importantes, como las familiares.

Reig y Vílchez en el 2013 afirman que las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) son entendidas como TEP (tecnologías para el empoderamiento y la participación) los autores sugieren que el uso Facebook o WhatsApp ayudan los adolescentes en el aspecto socioemocional, debido a logros relacionados con la intimidad y las relaciones sociales virtuales. Es por ello que las TIC pueden tener un papel significativo en cuanto al aumento de las expectativas de la autoeficacia, autoestima y del autoconcepto en la adolescencia. Los autores afirman que la tecnología puede ser una buena aliada de la autoestima cuando se le entiende como un complemento a las relaciones reales familiares o con pares, debemos considerar que el individuo al recibir aceptación por medio de las herramientas virtuales, encuentra un reforzador positivo, el cual fortalece las relaciones reales, sin embargo cuando las relaciones virtuales reemplazan a las reales, es probable que los problemas, y desbalances emocionales se inicien en la vida del individuo.

Uso de Facebook y su relación con variables psicológicas

Armstrong, Philips y Saling (2000) Realizaron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y la adicción a internet, los autores encontraron que la autoestima baja era un síntoma significativo de dicha adicción. Las personas con bajo nivel de autoestima invirtieron mayor cantidad de tiempo en línea; sin embargo la relación entre ambas variables no es clara, debido a que la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella; los individuos podrían usar Internet como una escapatoria, también puede suceder

que el uso excesivo de Internet lleve a la persona al aislamiento lo cual ocasionaría que su habilidad y capacidad de sociabilización se vea afectada, por su timidez o falta de autoestima.

Jiménez y Pantoja (2007) en su estudio “Autoestima y Relaciones Interpersonales en sujetos adictos a Internet”, mencionan que los sujetos que presentaron bajos niveles de Autoestima se caracterizan por manifestar desanimo, aislamiento, frustración, sensación de vacío interno y desconfianza consigo mismo, lo cual podría provocar que el individuo emplee el internet como una escapatoria a esas sensaciones, dándose una dependencia a la red.

Mehdizadeh, (2010), en su estudio realizado con 100 estudiantes en la ciudad de New York, encontró que los individuos que sacaron los más altos puntajes en el Inventario de Personalidad Narcisista (NPI – 16) tienden a revisar la cuenta de Facebook más veces al día y estar más tiempo online, de la misma manera sucede con los individuos que reportaron baja autoestima, es por ello que se encontró relación entre el uso de Facebook y la baja autoestima. Es decir que ambas variables se asocian al uso intenso de la Red Social Facebook.

Oliva y col. (2012) en su estudio titulado “Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces”, encontraron que el uso de las redes sociales es una de las principales actividades realizadas con mayor frecuencia al usar Internet, los adolescentes de 15 a 19 años mostraron el porcentaje más alto en el uso de las redes sociales (48,40%), en comparación de los jóvenes de 25 a 29 años (28,14%). De modo que el uso de la red social disminuye cuando la edad de los adolescentes o jóvenes incrementa. En relación al género y el uso de la red social Facebook, no se encontraron diferencias significativas.

Actualmente en Perú son pocas las investigaciones relacionadas con el uso de Facebook entre ellas se encuentra el estudio realizado por Kina (2011) quien tuvo como objetivo conocer la relación entre el nivel de uso de Internet y soporte social percibido en

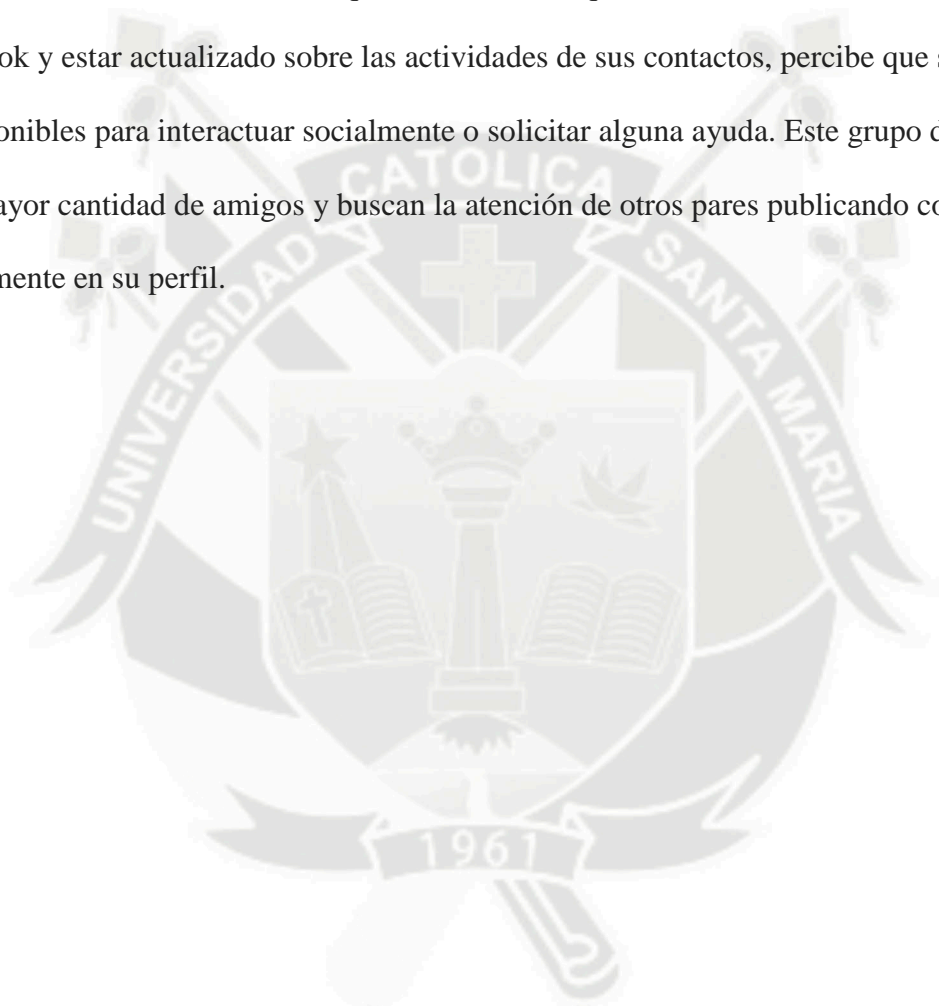
Facebook y en mensajería instantánea, halló que los hombres realizan un mayor uso de internet en comparación de las mujeres, también refiere que las mujeres en la adolescencia presentan mayor interés por mantener y fortalecer relaciones significativas.

Cerna y Plasencia (2012) realizaron un estudio en la ciudad de Cajamarca con la finalidad de determinar y analizar la influencia del Facebook en la autoestima de las alumnas de 1°, 2°, 3°, 4°, 5° años de Educación Secundaria de la I.E.P. “María de Nazaret”. Se encontró que el uso de la red social Facebook influye de manera positiva en la formación de la autoestima de las alumnas, a su vez se comprobó que las alumnas que no poseen Facebook tienen baja autoestima.

Tarazona (2013) en nuestro país realizó un estudio, con el mismo objetivo que la investigación realizada por Mehdizadeh (2010), el cual fue conocer la relación entre autoestima, narcisismo y uso de Facebook, en 146 estudiantes que tenían entre 17 y 25 años, los cuales pertenecían a diversas universidades de Lima Metropolitana, se encontró que el 76% de los participantes reportaron un uso elevado de la Red Social Facebook, ya que se conectaban a la red diariamente. Los participantes que pasaban mayor cantidad de tiempo en Facebook se sentían menos identificados con su familia, aquellos que presentaron un mayor número de fotos subidas a red presentaron mayor autoestima, dicho resultado se relaciona con las habilidades académicas y laborales.

Deza (2014) realizó una investigación acerca del uso y el soporte social percibido en Facebook en estudiantes universitarios. Se aplicaron encuestas a 167 estudiantes de 16 a 24 años, los cuales cursaban el primer año de estudio universitario, en Lima Metropolitana. Para medir la variable de soporte social en Facebook la autora creó la Escala de Soporte Social Percibido en Facebook (ESSPEF), la cual consta de cuatro conglomerados: Socialmente activos

online, sociales discretos, indiferentes y buscadores de autoestima. Nos centraremos en el resultado del conglomerado “buscadores de autoestima” en este grupo se encontraron aquellas personas que revisan fotos, otros perfiles y realizan comentarios de estados de amigos con mucha frecuencia, la autora describe que esto se debe a que el usuario, al invertir mayor tiempo en Facebook y estar actualizado sobre las actividades de sus contactos, percibe que sus amigos están disponibles para interactuar socialmente o solicitar alguna ayuda. Este grupo de usuarios tiene la mayor cantidad de amigos y buscan la atención de otros pares publicando contenidos constantemente en su perfil.



Hipótesis

Los adolescentes del Centro Pre Universitario de la Universidad Católica de Santa María con un Nivel Bajo de Autoestima presentan Adicción al Facebook.





CAPITULO II

Diseño Metodológico

Método

La presente investigación es de tipo correlacional cuyo propósito es analizar la relación que existe entre las variables autoestima y adicción a Facebook. Asimismo, la investigación es de corte transversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento (Hernández, Fernández Baptista, 2006)

Técnica e Instrumentos

La técnica utilizada fue la aplicación de dos instrumentos disponibles que se adecuan a la medición de variables planteadas en el presente estudio. Los instrumentos fueron:

Inventario de Autoestima original Versión para Adultos de Coopersmith.

Este instrumento es la tercera versión que fue creada por Coopersmith en el año 1967, dirigidas a personas mayores de 16 años, consta de cuatro áreas: Si Mismo (valoración de sí mismo, estabilidad, confianza en sí mismo, buenas habilidades y atributos personales) constituido por 12 ítems; Social (aceptación por parte de las personas de su alrededor, confianza y respeto por parte de otras personas) compuesta por 4 ítems; Hogar (habilidades en las relaciones íntimas con la familia, sentimiento de pertenencia a la familia, comparten ciertas pautas de valores y sistemas de aspiraciones con la familia, perspectivas acerca de lo que está bien o mal dentro del marco familiar) conformada por 6 ítems; Laboral (afrontan eficazmente las tareas del trabajo, poseen buena capacidad para aprender, son competitivos, aprecian sus recursos y capacidades) integrada por 3 ítems. El inventario consta de un total de 25 ítems, las opciones de respuesta son de verdadero y falso. Tiene un tiempo de aplicación de 10 a 15 minutos. Cada respuesta correcta se puntúa con un punto de acuerdo a la clave de respuesta por cada una de las escalas. El puntaje total es el doble de los puntajes parciales. Los puntajes altos están dados entre el rango de 34 a 50 puntos, los puntajes medios entre 17 a 33 puntos y los

bajos de 0 a 16. El resultado proporciona un puntaje que es transformado en norma, percentil mediante un baremo que nos indica el nivel de autoestima del examinado. A su vez, este instrumento fue validado en este estudio mediante una prueba piloto a 20, tomando como criterio que cursaran el primer año de cualquier carrera en la Universidad Católica de Santa María, asimismo se midió el nivel de validez y confiabilidad por medio del Alfa de Crombach teniendo un resultado de 0,778 (Anexo 3).

Escala de Adicción a Facebook de Bergen – BFAS. Se utilizó la escala desarrollada por Cecilie Schou Andreassen en el 2012, la cual evalúa la adicción a Facebook en las interacciones sociales y la influencia de su uso en la vida cotidiana, la cual consta de 18 ítems calificados en una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 corresponde a “muy raramente” y 5 a “muy seguido”. Permittiéndonos categorizar las respuestas de los usuarios de Facebook en tres grupos: Normal, Posible Adicción y Adicción. La escala fue traducida del idioma inglés al español, por La Torre y Vílchez (2014) en su investigación de apego y adicción a Facebook en adolescentes.

La puntuación directa se obtiene mediante la sumatoria de los puntajes marcados por sujeto al realizar la prueba, el puntaje directo es ubicado en los siguientes rangos:

Normal (0 – 30), Posible Adicto (31 – 42) y Adicto (≥ 43)

Andreassen (2012) reporta la confiabilidad de la Escala de Adicción a Facebook de Bergen – BFAS, con un coeficiente de correlación de 0,83 lo cual indica que la prueba cumple con los cometidos para la cual ha sido diseñada.

Para comprobar la comprensión de dicho instrumento y eliminar todo tipo de dudas al momento de la evaluación, se tomó una prueba piloto. A su vez, se midió el nivel de validez y confiabilidad por medio del Alfa de Crombach teniendo un resultado de 0,934 (Anexo 4).

Población y Muestra

La población de la presente investigación está conformada por adolescentes de ambos géneros, matriculados en el Centro Pre – Universitario de la Universidad Católica de Santa María Arequipa, Perú, cuyas edades oscilan entre los 16 a 20 años. La población es de 1103 adolescentes; nuestra muestra es de 950 alumnos, que asistieron a clases el día de la evaluación, de los cuales se excluyó a 20 ya que no cumplían los criterios de inclusión. Los resultados se presentan sobre 930 adolescentes, 435 varones (46,8%) y 495 mujeres (53,2%). Se ha empleado un muestreo no probabilístico intencional, por conveniencia.

Criterios de Inclusión

Ser estudiantes del Centro Pre – Universitario de la Universidad Católica de Santa María Arequipa, Perú.

Llenar los cuestionarios de forma correcta y apropiada.

Criterios de Exclusión

Los sujetos que no cuenten con una cuenta de Facebook serán excluidos de nuestra muestra de estudio.

Estrategia de Recolección de Datos

Se solicitó la autorización respectiva al Vicerrector Académico de la Universidad Católica de Santa María para obtener la autorización y de esa manera aplicar los cuestionarios correspondientes a la investigación, coordinando previamente con el Director del Centro Pre – Universitario para establecer la fecha de inicio y término de la evaluación.

La evaluación se llevó a cabo en dos días, gracias al apoyo y coordinación de la secretaria y de los auxiliares del Centro Pre – Universitario, los cuales nos facilitaron los

horarios y ubicaciones de las aulas; antes de ingresar a las aulas, los auxiliares conversaban con los profesores de cada grupo, se les consultaba sobre la posibilidad de brindar 15 minutos de su clase para la evaluación.

Las instrucciones se dieron antes de repartir los dos cuestionarios, se les pidió a los participantes sinceridad en sus respuestas, se informó que la evaluación era confidencial y anónima. Luego de ello se entregó a cada estudiante ambos cuestionarios, en la parte superior del primer cuestionario, se les explicó que indiquen su género, edad, escuela profesional a la cual postulan.

Criterios de Procesamiento de Información

Se aplicaron los instrumentos mencionados, después se pasaron todos los datos corregidos de los evaluados al programa Excel de Microsoft Windows, seguidamente la información fue procesada en el programa estadístico SPSS versión 21.0, se realizó la prueba de Chi Cuadrado con el propósito de demostrar la validez estadística entre las variables: Autoestima y Adicción al Facebook.

Los datos obtenidos fueron presentados por medio de tablas, con frecuencias absolutas y relativas porcentuales.



CAPITULO III

Resultado

Tabla N°. 1

Nivel de Autoestima según Edad

Autoestima	Edad						Total	
	16 – 17		18 – 19		20			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Bajo	35	74,4	9	19.1	3	6,4	47	100
Medio	264	70,2	89	23,7	23	6,1	376	100
Alto	351	69,2	120	23,7	36	7,1	507	100
Total	650	69.9	218	23,5	62	6,7	930	100

$$X^2=7.46$$

$$P>0.05$$

En la tabla N°. 1 observamos que los adolescentes de 16 -17 años de edad conforman el 69,9% del total de la muestra, siendo éste el mayor porcentaje del total de evaluados, frente a los de 18-19 años que integran la muestra con el 23,5 %, y por último los adolescentes de 20 años en adelante con un 6,7 %.

Observamos también que los adolescentes de 16-17 años presentaron un nivel bajo de autoestima con el 74,4 %, los de 18-19 años con un nivel bajo de autoestima de 19.1 % y los de 20 en adelante 6,4 % en nivel bajo de autoestima.

Según la prueba de Chi Cuadrado ($X^2=7.46$) se muestra que el nivel de autoestima según la edad no presentó diferencias estadísticas significativas ($P>0.05$).

Tabla N°. 2

Nivel de Autoestima según Género

Autoestima	Género				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Bajo	20	42,6	27	57,4	47	100
Medio	175	46,5	201	53,3	376	100
Alto	240	47,3	267	52,7	507	100
Total	435	46,8	495	53,2	930	100

$$X^2=0.41$$

$$P>0.05$$

La tabla N°. 2 nos indica que el género femenino integra el 53,2 %, siendo éste el mayor porcentaje del total de evaluados, frente al género masculino con un 46,8 %. Asimismo se muestra que el 57,4% de adolescentes con autoestima baja son mujeres, respecto del 42,6 % que lo conforma el género masculino.

Según la prueba estadística del Chi Cuadrado se demuestra que el nivel de autoestima según el género no presentó diferencias estadísticas significativas ($P>0.05$).

Tabla N°. 3

Nivel de Autoestima según Área Académica

Autoestima	Área Académica								Total	
	Cs. de la Salud		Cs. Ingenierías		Cs. Jurídicas y Empresariales		Cs. Sociales			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Bajo	14	29,8	18	38,3	5	10,6	10	21,3	47	100
Medio	120	31,9	154	41,0	68	18,1	34	9,0	376	100
Alto	211	41,6	191	37,7	72	14,2	33	6,5	507	100
Total	345	37,1	363	39,0	145	15,6	77	8,3	930	100

$$X^2=21.44$$

$$P<0.05$$

En la tabla N°. 3, se muestra que el 38.3% de los adolescentes presentan un nivel bajo de Autoestima, pertenecen al área de Ciencias e Ingenierías frente al 41.0% con un nivel medio y el 37.7% con un nivel alto de autoestima; sin embargo el 41,6% de estudiantes que postulan a escuelas del área de Ciencia de la Salud, presentan un nivel de Autoestima Alto.

Según la prueba de Chi Cuadrado ($X^2=21.44$) se muestra que el nivel de autoestima según el área académica presenta diferencias estadísticas significativas ($P<0.05$).

Tabla N°. 4

Adicción a Facebook según Edad

Facebook	Edad						Total	
	16 – 17		18 - 19		20			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Normal	318	67,8	120	25,6	31	6,6	469	100
Posible	175	68,1	60	23,4	22	8,6	257	100
Adicto	157	76,9	38	18,7	9	4,4	204	100
Total	650	69,9	218	23,5	62	6,7	930	100

$$X^2=15.70$$

$$P<0.05$$

En la tabla N°.4 podemos observar que el 76,9 % de adolescentes entre 16-17 años presentan adicción a Facebook, por ello podemos afirmar que la Adicción a Facebook incrementa conforme la edad es menor, el 68,1% de adolescentes presento una Posible Adicción, y el 67,8% presento un uso Normal respectivamente con esta misma edad.

La prueba de Chi Cuadro ($X^2=15.70$), muestra que la Adicción a Facebook según la edad presentó diferencias estadísticas significativas ($P<0.05$).

Tabla N°. 5

Adicción a Facebook según Género

Facebook	Género				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº.	%	Nº.	%		
Normal	218	46,5	251	53,5	469	100
Posible	115	44,7	142	55,3	257	100
Adicto	102	50,0	102	50,0	204	100
TOTAL	435	46,8	495	53,2	930	100

$$X^2=1.29$$

$$P>0.05$$

La tabla N°. 5, nos muestra que el 50,0% de los adolescentes con Adicción a Facebook son mujeres, el nivel de Posible Adicto lo integra el 55,3 % y el nivel Normal lo conforman los adolescentes con un 53,5% del mismo género. Así mismo el 50,0 % de adolescentes de género masculino presentan Adicción, Posibles Adictos el 44,7 % y por último el nivel Normal lo conforma el 46,5% del mismo género.

Según la prueba de Chi Cuadrado ($X^2=1.29$) se muestra que la adicción al Facebook según el género no presento diferencias estadísticas significativas ($P>0.05$).

Tabla N°. 6

Adicción a Facebook según Área Académica

Facebook	Área Académica								Total	
	Cs. de la Salud		Cs. e Ingenierías		Cs. Jurídicas y Empresariales		Cs. Sociales			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Normal	199	42,4	179	38,2	60	12,8	31	6,6	469	100
Posible	92	35,8	98	38,1	48	18,7	19	7,4	257	100
Adicción	54	26,5	86	42,2	37	18,1	27	13,2	204	100
Total	345	37,1	363	39,0	145	15,6	77	8,3	930	100

$$X^2=23.22$$

$$P<0.05$$

El 42,2% de los adolescentes que postulan al área de Ciencias e Ingenierías presentan Adicción a Facebook y el 38,1% presentan posible adicción, en esta misma área; entonces podemos afirmar que el 80,3% de los adolescentes que postulan a escuelas del área de Ciencias e Ingenierías, tienen posible adicción o ya son adictos a Facebook; sin embargo el 42,4% de estudiantes que postulan a escuelas del área de Ciencia de la Salud, presentan un uso Normal de Facebook. Estas diferencias son significativas según la prueba de Chi Cuadrado ($X^2=23.22$) ($P<0.05$).

Tabla N°. 7

Dimensiones de Autoestima y Adicción a Facebook

Dimensiones de Autoestima	Adicción a Facebook						Estadísticos	
	Normal		Posible		Adicto		X ²	Sig.
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%		
Sí mismo								
Bajo	28	3,0	25	2,7	34	3,7	32.74	P<0.05
Medio	143	15,4	87	9,4	83	8,9		
Alto	298	32,0	145	15,6	87	9,4		
Hogar								
Bajo	127	13,7	89	9,6	94	10,1	24.64	P<0.05
Medio	307	33,0	155	16,7	97	10,4		
Alto	35	3,8	13	1,4	13	1,4		
Social								
Bajo	44	4,7	18	1,9	27	2,9	6.84	P>0.05
Medio	276	29,7	150	16,1	122	13,1		
Alto	149	16,0	89	9,6	55	5,9		
Laboral								
Bajo	90	9,7	62	6,7	71	7,6	25.56	P<0.05
Medio	149	16,0	93	10,0	69	7,4		
Alto	230	24,7	102	11,0	64	6,9		

La tabla N°. 7 del presente cuadro, según la prueba de Chi Cuadrado se muestra la relación de las dimensiones de Autoestima según la adicción a Facebook. Se observa una relación significativa, en las siguientes dimensiones:

El 3,7% de los adolescentes que presentan un nivel bajo de autoestima en la “dimensión de sí mismo” presentan adicción a Facebook. A su vez el 10,1% de adolescentes que presentan un nivel bajo de autoestima en la “dimensión hogar” presentan adicción a Facebook. El 7,6% de los adolescentes con un nivel bajo de autoestima en la “dimensión laboral” presentan adicción a Facebook. La dimensión “social” no presento diferencias significativas estadísticas significativas.

Tabla N°. 8

Autoestima y Adicción a Facebook

Autoestima	Facebook						Total	
	Normal		Posible		Adicción			
	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%	Nº.	%
Bajo	14	29,8	9	29,8	19	40,4	47	100
Medio	169	44,9	89	26,6	107	28,5	376	100
Alto	286	56,4	120	28,2	78	15,4	507	100
Total	469	50.0	218	27,6	204	21,9	930	100

$$X^2=34.63$$

$$P<0.05$$

En la tabla N°. 8, observamos que el 40,4% de los adolescentes con Baja Autoestima presentan adicción a Facebook. Por lo que hay un mayor riesgo a una adicción o posible adicción a Facebook cuando se presenta un nivel Bajo de Autoestima.

Esta relación se evaluó estadísticamente con la prueba de Chi Cuadrado ($X^2=34.63$), demostrando ser altamente significativa.

Discusión

La presente investigación tuvo como propósito conocer la relación entre el Nivel Bajo de Autoestima y la Adicción a Facebook en los adolescentes del Centro Pre Universitario de la Universidad Católica de Santa María.

En el Perú, el estudio publicado por Ipsos (2010) indica que la gran parte de usuarios de las redes sociales se conectan por lo mínimo cinco veces a la semana, Ipsos (2013) encontró que los usuarios de Facebook incrementaron a un 98%, dichos datos nos indican un uso intenso de la red por los usuarios peruanos. Los datos obtenidos en la presente investigación se corroboran empíricamente por estudios realizados en otros países y en el nuestro.

Respecto a los resultados obtenidos, según la prueba estadística se encuentra una relación significativa entre el Bajo Nivel de Autoestima y la Adicción a Facebook, por lo que la hipótesis ha sido comprobada, confirmamos que el 40,4% de los adolescentes con nivel bajo de Autoestima presentaron Adicción a Facebook. El 29,8% de los adolescentes que también mostraron un Bajo nivel de Autoestima, presentaron una Posible Adicción a Facebook. Tales hallazgos coinciden con lo dicho por Mehdizadeh (2010) y Tarazona (2013), ambos estudios se relacionan con el nuestro, ya que ha mayor uso de Facebook, la autoestima resulta ser de nivel bajo.

Es importante mencionar que de los resultados obtenidos referente a las dimensiones de autoestima, los adolescentes que presentaron baja autoestima en las dimensiones; sí mismo 3,7%, hogar 10,1% y laboral 7,6% presentan dificultades en sus relaciones interpersonales cara a cara, así como también en sus relaciones familiares, evidentemente ello trae consecuencias en el aspecto laboral debido a que una de las características de la persona adicta a Facebook, es tener dificultades en afrontar eficazmente las tareas y/o responsabilidades que se le asigne, esto

concuera con lo dicho por Tarazona (2013) en su investigación sobre variables psicológicas asociadas al uso de facebook: autoestima y narcisismo en universitarios, mediante los resultados obtenidos en su estudio, el autor refiere que los usuarios que pasan mayor tiempo conectados a Facebook presentan baja autoestima en el área hogar y laboral, por lo que es altamente probable que dichas personas recurran a esta red social en busca de soporte social.

Dado que los resultados mantienen la evidencia sobre los hallazgos de los adolescentes con baja autoestima y su inclinación a la adicción a Facebook, consideramos el estudio de Jiménez y Pantoja (2007) en el cual las personas que presentaron niveles bajos de autoestima tuvieron tendencia a desarrollar adicción a Internet, los autores enfatizan que mientras más bajo es el nivel de autoestima en los adictos a la red, mayor es la dificultad que tienen para entablar relaciones interpersonales estables, cabe resaltar que las personas adictas a cualquier red social resultan propensas a manifestar depresión.

Otro aspecto que se relaciona con nuestros resultados es el hallazgo de Deza (2014), en su estudio sobre el uso y soporte social percibido en Facebook en una muestra de estudiantes universitarios, encontró que los buscadores de autoestima (uno de los indicadores propuestos por Deza en su investigación de uso y soporte social percibido en Facebook) sienten mayor soporte de interacción social y ayuda, debido que al estar más tiempo en Facebook y estar actualizado continuamente en las actividades de sus contactos, perciben que sus pares están disponibles para interactuar socialmente y para solicitar ayuda. Niemz, et al. (2005) menciona que si una persona tiene una pobre referencia de sí misma y tiene inconvenientes para socializar a causa de su timidez o falta de autoestima, es posible que esta persona utilice la red como una alternativa de socialización para poder abrirse y ganar confianza, sin la necesidad de interactuar presencialmente; estas referencias se comprueban con nuestra investigación, debido a que las

personas que son adictas a Facebook, obtuvieron puntajes que los incluyen dentro del nivel bajo de autoestima.

En cuanto a la edad y la adicción a Facebook se encontraron diferencias significativas, el rango de edad con mayor porcentaje de adicción a Facebook que hemos encontrado fue de 16 a 17 años (69,9%). Lo cual se contrasta con lo dicho por Oliva y cols. (2012), quienes afirman que el uso excesivo de las nuevas herramientas de información y comunicación, se dan más en la adolescencia que en la adultez. En nuestros resultados encontramos que la frecuencia del uso de Facebook va disminuyendo conforme la edad de los estudiantes incrementa Cabe notar que el rango de edad con mayor porcentaje a adicción a Facebook fue de 16 - 17 años.

Se encontró que no existe una relación significativa entre la Adicción a Facebook y el género de los adolescentes, sin embargo el 55.3 % de mujeres presentaron una posible adicción a Facebook, lo cual guarda relación con la investigación realizada por Kina (2011) quien halló que los hombres tienen un mayor nivel de uso de internet, pero un menor uso de Facebook, debido a que las mujeres dedican más tiempo a fortalecer amistades y relaciones a través de las redes sociales. Tampoco se encontraron diferencias de género respecto a la variable autoestima, lo cual coincide con lo hallado por Medizadeh (2010) quien en su investigación no halló diferencias significativas entre las variables Autoestima y Facebook en relación al género.

Los resultados obtenidos sobre los niveles de autoestima y el área al cual pertenece la escuela profesional optada por los adolescentes, revelan que el 38.3% de los adolescentes presentan un nivel bajo de Autoestima, los cuales pertenecen a la Facultad de Ingenierías; por otro lado el 41,6% de estudiantes que postulan a escuelas de Ciencias de la Salud, presentaron un Nivel de Autoestima Alto. Por lo que los resultados referentes al nivel de autoestima según el área académica, presentaron diferencias estadísticas significativas, lo cual se relaciona con el

estudio realizado a jóvenes universitarios por González, Valdez y Serrano (2003) donde los varones dirigidos a áreas económicas, industriales y científicas se inclinan a un nivel bajo de autoestima en conjunto con las mujeres dirigidas a disciplinas humanísticas y del área de salud. Por otro lado, en cuanto a las diferencias estadísticamente significativas entre la adicción a Facebook y el área perteneciente a la escuela profesional a la cual postulan los estudiantes; se observó que el 42,2% de los adolescentes que postulan a una escuela perteneciente al área de Ciencias e Ingenierías presentan adicción a Facebook y el 38,1% presenta una posible adicción respectivamente de esta misma área, entonces podemos decir que el 80,3% de los adolescentes que postulan a escuelas pertenecientes al área de Ciencias e Ingenierías, tienen Posible Adicción o ya son Adictos a Facebook.

Por lo mencionado, se infiere que el nivel bajo de autoestima se relaciona con la adicción a Facebook. Las redes sociales están empezando a tener mayor influencia en las personas, particularmente en los aspectos psicológicos; vemos que los adolescentes resultan ser más vulnerables al medio que los rodea, debido a que la etapa por la que atraviesan se caracteriza por cambios psicológicos y físicos, por lo que consideramos de vital importancia la continuidad de estudios en adolescentes en relación a las nuevas herramientas de información que existen en la actualidad.

Conclusiones

Primera. Se encontró que existe relación significativa entre el nivel bajo de autoestima y la adicción a Facebook en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Católica de Santa María, confirmando la hipótesis de investigación.

Segunda. Los resultados obtenidos acerca de la edad de los adolescentes no se relacionan de manera significativa con los niveles de Autoestima.

Tercera. En cuanto a los resultados obtenidos sobre el nivel de autoestima y adicción a Facebook en relación al género, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en los adolescentes del Centro Pre Universitario. El género masculino como el femenino puede manifestar un nivel alto o un nivel bajo de autoestima indistintamente, asimismo podrían padecer el riesgo de presentar o no, adicción a Facebook.

Cuarta. Existe diferencias significativas en cuanto al nivel de Autoestima según el área académica, los resultados determinan que los adolescentes que se preparan para postular a las escuelas pertenecientes al área de Ciencias e Ingenierías presentan un nivel bajo de Autoestima, por otro lado, los estudiantes que postulan a escuelas del área de Ciencia de la Salud, presentan un nivel de Autoestima Alto.

Quinta. Se encontraron diferencias significativas entre los adolescentes que presentaron Adicción a Facebook que ocupan el rango de edad de 16 –17, dicho análisis nos muestra que la Adicción a Facebook incrementa conforme la edad es menor. Sin embargo en los rangos de edad de 18 – 19 y el rango de edad 20 años, se encontró que la frecuencia va disminuyendo conforme la edad incrementa.

Sexta. Existe diferencia significativa entre la Adicción a Facebook en los adolescentes y el área a la cual pertenece la profesión elegida, siendo los estudiantes que postulan a las escuelas pertenecientes al área de Ciencias e Ingenierías quienes presentan mayor Adicción a Facebook.



Sugerencias

Primera. Se aconseja a los psicólogos educativos, llevar a cabo programas Psi - Educativos en los cuales se desarrollen dinámicas, foros y debates sobre los riesgos y la utilización de las redes sociales como parte de su formación y de esa manera promover un adecuado uso de las redes sociales. También se recomienda desarrollar estrategias de autocontrol, las cuales regulen el comportamiento en línea, evitando adicciones futuras a las herramientas tecnológicas.

Segunda. Es necesario elaborar charlas informativas y talleres dirigidas a los padres y madres de familia, para lograr un mayor conocimiento y comprensión sobre la importancia del adecuado uso de las redes sociales que deben obtener sus hijos, debido a que están expuestos a redes de pedofilia, al cybersexo, al cyberbullying y a la adicción a los juegos online.

Tercera. Recomendamos a los usuarios de la red social Facebook, considerar su uso como una extensión adicional respecto a las interacciones sociales presenciales, y no como el único medio de interacción.

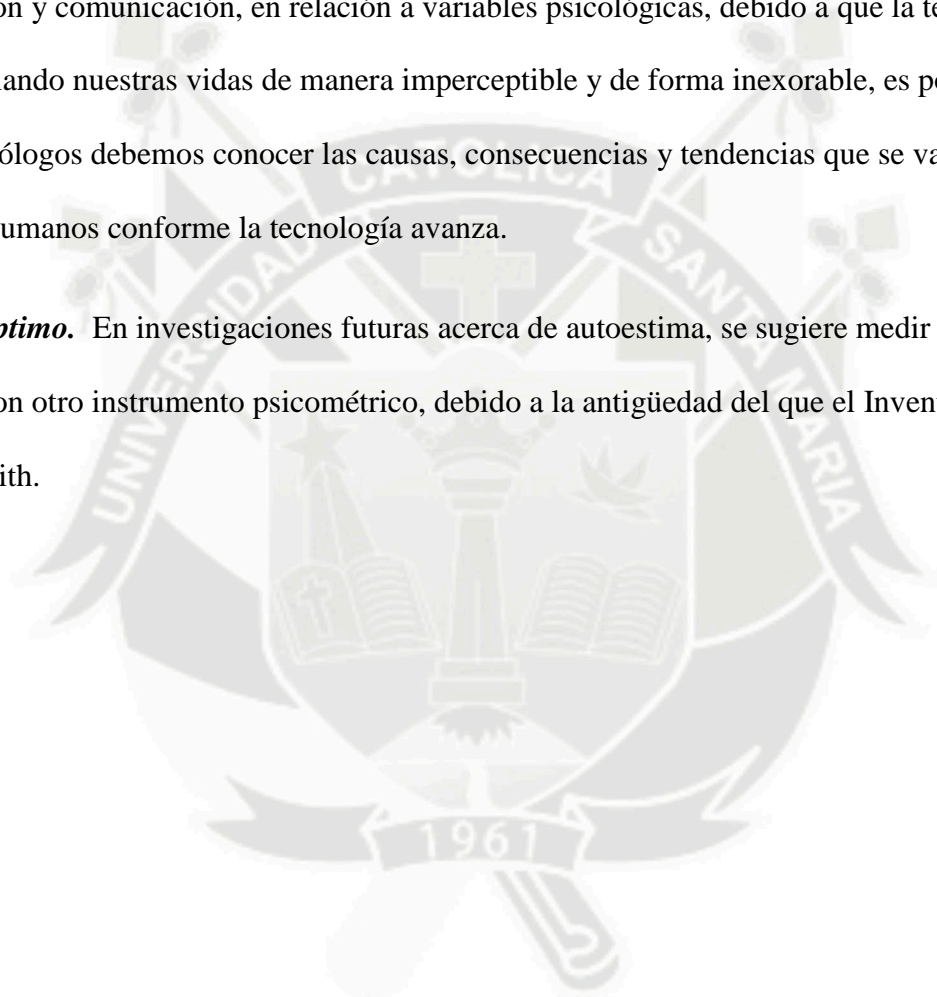
Cuarta. Los padres y las madres deben monitorear la actividad de sus hijos en las redes sociales y hablar del uso apropiado de la tecnología, contribuir a la confianza y desarrollar la habilidad de la comunicación cara a cara. A su vez fomentar actividades de ocio, formativas y recreacionales, las cuales disminuyen el riesgo de desarrollar una adicción a las redes sociales.

Quinta. Desarrollar programas de intervención para fortalecer el crecimiento personal de las personas con baja autoestima, a su vez desarrollar programas en los cuales se imparta estrategias y competencias para el uso adecuado de la tecnologías de información y comunicación, de manera que los internautas tengan autocontrol al momento de navegar por la

red y al utilizar las redes sociales. Recomendamos introducir dichos programas en la hora de tutoría o asignaturas referentes al desarrollo humano en colegios y universidades.

Sexta. Se sugiere llevar a cabo más investigación sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación, en relación a variables psicológicas, debido a que la tecnología está cambiando nuestras vidas de manera imperceptible y de forma inexorable, es por ello que como psicólogos debemos conocer las causas, consecuencias y tendencias que se van dando en los seres humanos conforme la tecnología avanza.

Séptimo. En investigaciones futuras acerca de autoestima, se sugiere medir dicha variable con otro instrumento psicométrico, debido a la antigüedad del que el Inventario de Coopersmith.



Limitaciones

Primera. Debido a la muestra de la investigación los resultados se limitan para la generalización del universo de los estudiantes Pre Universitarios de la ciudad de Arequipa.



Referencias

- Andreassen, C.; Torsheim T.; Brunborg, G.; Pallesen, S. (2012) *Desarrollo de una escala de adicción a Facebook*. Informes psicológicos: Volumen 110, pp 501 – 517.
- Doi:[10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517](https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517).
- Armstrong, L.; Phillips ,J.; Saling, L. (2000). *Potential determinants of heavierinternet usage*. Psychology Department Monash University, Clayton 3800, Australia. Recuperado el 21 de septiembre del 2015 de: http://ac.els-cdn.com/S1071581900904002/1-s2.0-S1071581900904002-main.pdf?_tid=8faa7d94-70e8-11e5-82ec-00000aab0f6b&acdnat=1444658165_139e1eeaaab3143f0afcde0c641b54a2
- Asociación civil chicos.net. *“Hacia un entendimiento de la interacción de los adolescentes con dispositivos de la web 2.0. El caso de Facebook”* Recuperado el 8 de septiembre del 2015 de: <http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD27/datos/investigacion-chicos-net-facebook.html>
- Baron, R. (2005). *Aspectos de la Identidad Social: Self y Género*. En: Psicología Social. Madrid: Pearson. Pp. 165 – 213
- Branden, N. (1997): *El poder de la autoestima. Cómo potenciar este importante recurso psicológico*. Barcelona: Paidós. Recuperado de <http://biblioteca.uthh.edu.mx/libro/DHP/El%20poder%20de%20la%20Autoestima.pdf>
- Boyd, D. M. & Ellison, N.B. (2007) *Social Network Sites: Definition, history and scholarship*. Journal of computer-mediated communication. Recuperado el 20 de Julio de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>

- Boyd, D (2008) *Taken out of context: American teen sociality in networked publics*. University of California, Berkeley. Recuperado el 22 de Julio de: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.html>
- Carlson, N. (2010,0 05 de Marzo). At Last – The full story of how Facebook was founded. *Business Insider*. Recuperado el 22 de Julio de: <http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3/we-can-talk-about-that-after-i-get-all-the-basic-functionality-up-tomorrow-night-1>
- Cerna, J., y Plasencia, B. (2012) *Influencia de la Red Social Facebook en la formación de la autoestima en las alumnas de 1º, 2º, 3º, 4º y 5º años de Educación Secundaria de la Institución Educativa Particular “María de Nazaret” de Cajamarca*. Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte Laureate International Universities, Cajamarca, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/11537/98/Cerna%20Urbina%20Lis%20Jacinta.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Computación Aplicada al Desarrollo. (2011). *Historia del Facebook*. Recuperado el 22 de Julio de: http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- Coopersmith, S. (1967). *Inventario de Autoestima Original Versión para Adultos*
- Coopersmith, S. (1990). *The antecedents of self- esteem*. Consulting Psychologists
- Deza de la Vega, M. (2014) *Uso y soporte social percibido en Facebook en una muestra de estudiantes universitarios*. Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado el 17 de Julio de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5878>

Domínguez, M. C. (2009). *Diseño, aplicación y evaluación de un programa para fortalecer la autoestima en estudiantes de segundo grado de secundaria*. (Tesis inédita de maestría).

Universidad Pedagógica Nacional. México, D. F.

Echeburúa, E., y Corral, P. (2009) *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto* Adicciones. Revista de adicciones, 22, 91-95.

Facebook (2015), Recuperado el 25 de Julio de 2015 de <https://newsroom.fb.com/company-info/>

González N., Valdez J., y Serrano J., (2003) *Autoestima en Jóvenes Universitarios*. Ciencia Ergo Sum. Julio. Vol. 10 Num. 2 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México. Recuperado de: http://www.researchgate.net/profile/JOSE_LUIS_VALDEZ_MEDINA/publication/26418167_Autoestima_en_jvenes_universitarios/links/00b4952d41beb73bfe000000.pdf

Grupo Publipain (2012) *Servicios de Facebook*. Recuperado el 31 de julio del 2015 de: http://www.publipain.com/facebook/facebook_servicios.html

Hernández, R.; Fernández, C.; & Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGraw Hill.

Herrera, M.; Pacheco, M.; Palomar, J.; Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>

Ipsos Perú (2012). *Perfil del usuario de redes sociales 2012*: Lima y provincias.

Ipsos Perú (2013). *Perfil del internauta 2013*: Lima y principales provincias.

Jiménez, A., Pantoja, V. (2007) *Autoestima y Relaciones Interpersonales en sujetos adictos a internet*. Escuela de Psicología Universidad Central de Venezuela

Psicología – Segunda Época, 26(1). Recuperado de:

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repesi/v26n1/v26n1a06.pdf>

Kina, H (2011) *Relación entre soporte social percibido y nivel de uso de internet en cachimbos en una universidad particular de Lima*. Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima, Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1199>

La Torre, M. Vílchez, K. (2014) *Apego inseguro con los padre y adicción a Facebook en la etapa final de la adolescencia*. Universidad Católica de Santa María. Arequipa, Perú.

López, C.P., Sánchez, A.B., Pérez, M.N. & Fernández, M.M. (2008). *Impulsividad, autoestima y control cognitivo en la agresividad del adolescente*. EduPsykhé, 7(1), 81-99.

Mehdizadeh, S. (2010). Self – Presentation 2.0: Narcissism and Self- Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Networkin*.doi: 10.1089/cyber.2009.025

Munro González, S.R. (2005). *Evaluación de la autoestima y su relación con la funcionalidad familiar en los médicos de las unidades de medicina familiar*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de colima facultad de medicina. Colima, México.

Munro González, S.R. (2005). *Evaluación de la autoestima y su relación con la funcionalidad familiar en los médicos de las unidades de medicina familiar*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de colima facultad de medicina. Colima, México.

Mora, M, & Raich, R. (2005) *Autoestima. Evaluación y Tratamiento*. Madrid: Editorial Sintesis.

- Niemz, K., Griffiths, M. & Banyard, P. (2005). *Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition*. CyberPsychology & Behavior, 8 (6), 562-570
- Oliva, A., Hidalgo, V., Moreno, C., Jiménez, A., Antolin, L., y Ramos, P. (2012). *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes Andaluces*. Recuperado de: <http://personal.us.es/oliva/libroadicciones.pdf>
- Piera, N. (2012). *Autoestima Según Género En Estudiantes Del Quinto Grado De La Red Educativa N° 4 – Ventanilla*. Tesis Para Optar el Grado Académico de Maestro en Educación Mención en Psicopedagogía de la Infancia. Lima-Perú. Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/wp-content/uploads/2014/07/2012_Piera_Autoestima-seg%C3%BAAn-g%C3%A9nero-en-estudiantes-de-quinto-grado-de-la-red-educativa-N%C2%B0-4-Ventanilla.pdf
- Polaino, A. (s.f.). Familia y autoestima. *Educa en virtudes*. Recuperado de http://educaenvirtudes.files.wordpress.com/2010/10/familia_autoestima.pdf
- Prensky, M. (2001). *Nativos Digitales, Inmigrantes Digital*. MCB Universidad Press. Recuperado de: <https://psiytecnologia.files.wordpress.com/2010/02/prensky-nativos-digitales-inmigrantes-digital-traduccion.pdf>
- Reig D. y Vílchez L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro. Recuperado de: <http://www.dreig.eu/caparazon/2013/05/17/jovenes-en-la-era-de-la-hiperconectividad/>

Rosenberg K. y Feder L. (2014). *An introduction to behavioral addictions*. Cornell University Medical Center, Psychiatry Department, New York, NY, Wellesley, MA, USA.

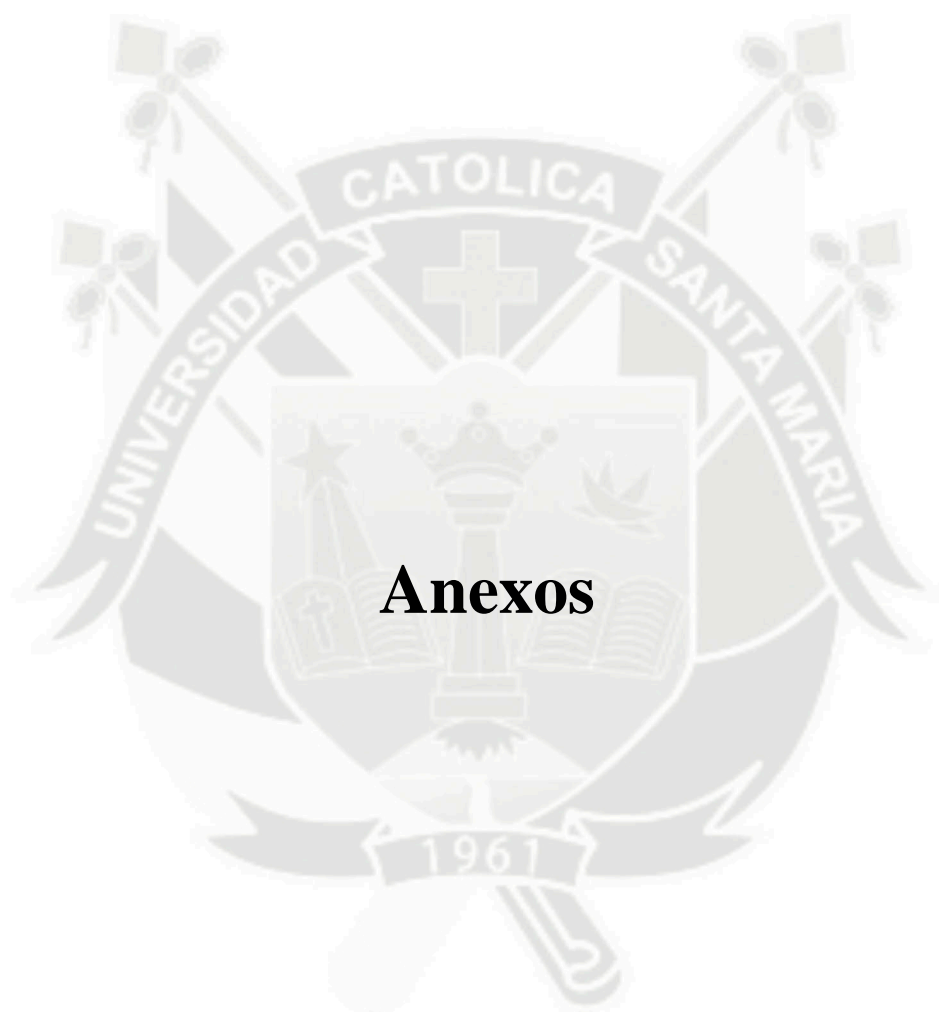
Sokol, Justin T. (2009) "Identity Development Throughout the Lifetime: An Examination of Eriksonian Theory," *Graduate Journal of Counseling Psychology*: Vol. 1: Iss. 2, Article 14. Recuperado de:
<http://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1030&context=gjcp>

Steiner, D. (2005) *La Teoría de la Autoestima en el Proceso Terapéutico para el Desarrollo del ser humano*, Academic Staff: Lcda. Tibisay Olivero González, M.S. Recuperado de:
http://www.tauniversity.org/tesis/Tesis_Daniela_Steiner.pdf

Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., y Valdecasa, E. (2011) *Las Redes Sociales en Internet, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información de España (ONTSI)* Recuperado de:
http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Tarazona, R. (2013). *Variables psicológicas asociadas al uso de Facebook: Autoestima y Narcisismo en universitarios*. Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4619>

Tiscar, J. (s.f.). *La autoestima: Relación con el bienestar y su tratamiento*. Recuperado de
<http://www.isepe.es/wp-content/uploads/2014/03/La-Autoestima-Relacion-Con-El-Bienestar-Y-Su-Tratamiento.pdf>



Anexos

Anexo 1

INSTRUMENTO

**INVENTARIO DE AUTOESTIMA ORIGINAL COOPERSMITH VERSIÓN PARA
ADULTOS**

Nombre Original: Inventario de Autoestima de Original (1967). Versión para adultos

Autor: Stanley Coopersmith

Traducida: M.I., Panizo (1988) Lima.

Forma de Aplicación: Individual y colectiva

Duración de la prueba: No hay tiempo límite. Aproximadamente de 10 a 15 minutos, incluyendo el periodo de instrucciones.

Corrección: De acuerdo a la clave de respuestas.

Puntuación: Cada respuesta correcta se puntúa con un punto de acuerdo a la clave de respuesta por cada una de las escalas.

El puntaje total es el doble de los puntajes parciales

Puntuación máxima 50 puntos.

El resultado proporciona un puntaje que es transformado en norma, percentil mediante un baremo que nos indica el nivel de autoestima de autoestima del examinado.

Edad de aplicación: 16 años en adelante. Con cierto nivel formativo (secundaria)

Standarización: Aydeé Chahuayo y Betty Diaz en 5,852 escolares de Arequipa Metropolitana en 1995

Significación: La versión para adultos del inventario de autoestima de Coopersmith (IAC) consta de 25 ítems de respuesta dicotómica, verbal, homogénea y de potencia. Elaborado con la técnica del análisis factorial y como un cuestionario de elección forzada (V) o (F). El inventario permite medir la autoestima de una persona a través de la evaluación de las siguientes 4 sub-escalas:

Sí mismo. General: 1-3-4-7-10-12-13-15-18-19-24-25

Hogar: 6-9-11-16-20-22

Social: 5-8-14-21

Laboral: 2-17-23

INVENTARIO DE AUTOESTIMA – COOPERSMITH

INSTRUCCIONES

Marque con un Aspa (X) debajo de SI o NO, de acuerdo a los siguientes criterios:

- Si una frase describe cómo te sientes generalmente responde “SI”.
- Si una frase describe cómo NO te sientes generalmente responde “NO”.

No hay respuesta correcta o incorrecta.

Nº	FRASE DESCRIPTIVA	SI	NO
1	Generalmente los problemas no me afectan		
2	Me cuesta mucho trabajo hablar en público		
3	Si pudiera, cambiaría muchas cosas de mí		
4	Puedo tomar una decisión fácilmente		
5	Soy una persona simpática		
6	En mi casa me irrito fácilmente		
7	Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo		
8	Soy popular entre las personas de mi edad		
9	Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos		
10	Me doy por vencido (a) muy fácilmente		
11	Mi familia espera demasiado de mí		
12	Me cuesta mucho trabajo aceptarme como soy		
13	Mi vida es muy complicada		
14	Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas		
15	Tengo una pobre opinión sobre mí mismo(a)		
16	Muchas veces me gustaría irme de mi casa		
17	Con frecuencia me siento a disgusto en el salón de clases y/o trabajo		
18	Soy menos guapo (o bonita) que la mayoría de personas		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo		
20	Mi familia me comprende		
21	Los demás son mejor aceptados que yo		
22	Siento que mi familia me presiona		
23	Con frecuencia me desanimo con lo que hago		
24	Muchas veces me gustaría ser otra persona		
25	Se puede confiar muy poco en mí		

Anexo 2

INSTRUMENTO

ESCALA DE ADICCIÓN A FACEBOOK

Nombre: Escala de Adicción a Facebook de Bergen - BFAS

Autor: Cecilie Schou Andreassen

Edad de aplicación: 16 años en adelante

Formas de Aplicación: Individual y grupal

Tiempo de Aplicación: 10 a 15 minutos aproximadamente

Área que Evalúa: Adicción a Facebook

Características Generales:

La Escala de Adicción a Facebook de Bergen fue creada por Cecilie Schou Andreassen en el 2012, traducida por La Torre y Vílchez (2014) para conocer la relación entre el apego y la adicción a Facebook en adolescentes.

El inventario consta de 18 ítems calificados en una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 corresponde a “muy raramente” y 5 a “muy seguido”. Permittiéndonos categorizar las respuestas de los usuarios de Facebook en tres grupos: Normal, Posible Adicción y Adicción. La puntuación directa se obtiene mediante la sumatoria de los puntajes marcados por sujeto al realizar la prueba, el puntaje directo es ubicado en los siguientes rangos: Normal (0 – 30), Posible Adicto (31 – 42) y Adicto (\geq - 43).

ESCALA DE ADICCIÓN A FACEBOOK

Los siguientes ítems se refieren al uso del Facebook. Se claro en tus respuestas.

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (X) según la escala del 1 al 5 considerando los siguientes criterios.

1	Muy raramente
2	Raramente
3	A veces
4	Seguido
5	Muy seguido

¿QUÉ TAN SEGUIDO, DURANTE EL ÚLTIMO AÑO, HAS...						
1	Pasado mucho tiempo pensando en Facebook o planificando usar Facebook.	1	2	3	4	5
2	Pensado sobre cómo podría tener más tiempo libre para poder usar Facebook.	1	2	3	4	5
3	Pensando mucho sobre lo que ha sucedido recientemente en Facebook.	1	2	3	4	5
4	Pasado más tiempo en Facebook del que pretendiste inicialmente.	1	2	3	4	5
5	Sentido urgencia de usar más y más Facebook.	1	2	3	4	5
6	Sentido que debes usar más y más Facebook con el fin de obtener el mismo placer de antes.	1	2	3	4	5
7	Usado Facebook con el fin de olvidar algunos problemas personales.	1	2	3	4	5
8	Usado Facebook para reducir sentimientos de culpa, ansiedad, desesperanza o depresión.	1	2	3	4	5
9	Usado Facebook con el fin de reducir tu tranquilidad.	1	2	3	4	5
10	Experimentando que otros te digan que debes reducir el tiempo que usas Facebook, pero no los has escuchado.	1	2	3	4	5
11	Tratado de reducir tu uso de Facebook sin éxito.	1	2	3	4	5
12	Decidido usar Facebook con menos frecuencia, pero no lograste hacerlo.	1	2	3	4	5
13	Sentido desesperanza o preocupación si fuiste prohibido de usar Facebook.	1	2	3	4	5
14	Reaccionado de forma irritable si te prohibieron usar Facebook.	1	2	3	4	5
15	Sentido malestar si tú, por alguna razón, no pudiste conectarte a Facebook por un tiempo.	1	2	3	4	5
16	Usado Facebook tanto que ha tenido un impacto negativo en tu trabajo o estudios.	1	2	3	4	5
17	Dado menos importancia a tus hobbies, actividades de recreación o ejercicio por estar conectado a Facebook.	1	2	3	4	5
18	Ignorado a tu pareja, miembros de tu familia o amigos por usar Facebook.	1	2	3	4	5

Anexo 3

Resultados de la Prueba Piloto.

Confiabilidad del Inventario de Autoestima Original (1967) Versión para Adultos

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	20	100,0
Excluidos (a)	0	,0
Total	20	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de	N de
Cronbach	elementos
,778	25

Anexo 4

Resultados de la Prueba Piloto.

Escala de Adicción a Facebook

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	20	100,0
Excluidos (a)	0	,0
Total	20	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de	N de
Cronbach	elementos
,934	18