

# Universidad Católica de Santa María

**Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades**

**Escuela Profesional de Psicología**



## **“ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE NIVEL SECUNDARIO DE UNA INSTITUCIÓN PRIVADA”**

Tesis presentada por la Bachiller:

**Valdez Castillo, Amely Madeleinne**

Para optar el Título Profesional de:

**Licenciada en Psicología**

Asesor:

**Dr. Martínez Carpio, Héctor Emilio**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2018**



*Universidad Católica de Santa María*

☎ (51 54) 382038 Fax: (51 54) 251213 ✉ [ucsm@ucsm.edu.pe](mailto:ucsm@ucsm.edu.pe) 🌐 <http://www.ucsm.edu.pe> Apartado: 1350

AREQUIPA - PERÚ

INFORME DICTAMEN BORRADOR TESIS

VISTO

EL BORRADOR DE TESIS TITULADO:

"ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTESTIMA EN ADOLESCENTES DE NIVEL  
SECUNDARIO DE UNA INSTITUCIÓN PRIVADA" SE RESUELVE:

PRESENTADO POR las BACHILLER (ES)

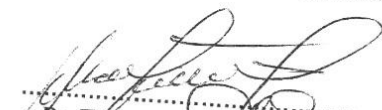
AMELY MADELEINNE VALDEZ CASTILLO


Del Dictamen:

Favorable, para la siguiente  
etapa.

Observaciones:

Arequipa, 02 MAR. 2018

  
Dr. Héctor Martínez Carpio

  
Mgter. Roger Puma Huacac

### **Dedicatoria**

“A Dios, gracias por darme la valentía de seguir día a día e iluminar mis días de amor y sabiduría. A mis padres Oscar y Norka, pilares de mi vida gracias por su apoyo incondicional hacia este sueño y mostrarme el camino del bien, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, y mi coraje para conseguir mis objetivos, sobre todas las cosas por su amor infinito y creer en mí durante todo este tiempo, gracias. A mi hermano Oscar por ser mi cómplice, mi amigo, alguien quien siempre está dispuesto a escucharme y por su alegría diaria. Agradezco también el apoyo de mi compañero de vida David por siempre estar luchando junto a mí, por sus palabras de aliento, por nunca dejar que yo me rinda, y sobre todo por su amor hacia mí. Le agradezco también a la vida por darme un hijo maravilloso, Santiaguito, mi orgullo y motivación de todos los días, libras mi mente de todas las adversidades, que se presentan y me impulsas a seguir luchando, no es fácil, lo sé, pero sin ti nada de esto sería realidad. Todos ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento”.



**Epígrafe:**

“La aventura de la vida es aprender  
El objetivo de la vida es crecer  
La naturaleza de la vida es cambiar  
El desafío de la vida es superarse  
La esencia de la vida es cuidar  
El secreto de la vida es atreverse  
La belleza de la vida es dar  
Y la alegría de la vida es amar.”

*William Ward*



## ÍNDICE

Resumen.....	I
Abstract .....	II

### CAPÍTULO I

#### Marco Teórico

Introducción .....	4
Problema o Interrogante.....	6
Variables .....	6
Variable 1.....	6
Variable 2.....	6
Interrogantes Secundarias .....	7
Objetivos .....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Antecedentes Teóricos – Investigativos.....	9
Adicción a Redes Sociales .....	9
Características de la adicción a redes sociales .....	12
Factores que Influyen en la Adicción a Redes Sociales .....	14
La Adicción a Redes Sociales en los estudiantes a nivel de Latinoamérica.....	19
La Adicción a Redes Sociales en los estudiantes del nivel Secundario en el Perú.....	20
Autoestima .....	22
Factores de la Autoestima.....	23
Componentes de la autoestima.....	24
Dimensión actitudinal inferida: .....	25
Dimensión conductual observable.....	25
Autoestima en la adolescencia.....	26
La Autoestima en la Educación.....	27
Adicción a Redes Sociales y Autoestima.....	28
Hipótesis .....	29

## CAPÍTULO II

### Diseño Metodológico

Tipo de Investigación.....	31
Técnicas, Instrumentos Aparatos u Otros .....	32
Técnica.....	32
Instrumento. ....	32
Población .....	36
Ámbito de la Investigación. ....	34
Población. ....	36
Estrategia de Recolección de Datos.....	37
Criterios de Procesamiento de Información.....	37

## CAPÍTULO III

### Resultados

Resultados de la encuesta aplicada .....	39
Discusión.....	54
Conclusiones .....	60
Recomendaciones .....	61
Limitaciones.....	62
Referencias.....	63
Cronograma.....	69
Anexos .....	70

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Rangos del Test de Adicción hacia las Redes Sociales .....	34
Tabla 2. Validación del Inventario de Coopersmith .....	35
Tabla 3. Rangos del Test de Autoestima .....	35
Tabla 4. Distribución de la población por grado de estudio y género .....	36
Tabla 5. Relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima .....	39
Tabla 6. Adicción a Redes a Sociales y Autoestima.....	40
Tabla 7. Correlación entre Adicción a Redes a Sociales y Autoestima.....	41
Tabla 8. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales .....	42
Tabla 9. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales por género .....	43
Tabla 10. Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales por grado de estudio.....	44
Tabla 11. Frecuencia por género de Adicción a Redes Sociales .....	45
Tabla 12. Frecuencia por grado de estudio de Adicción a Redes Sociales .....	47
Tabla 13. Estadísticos descriptivos de las escalas de Autoestima .....	48
Tabla 14. Estadísticos descriptivos de las escalas de Autoestima por género .....	49
Tabla 15. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la escala de Autoestima por grado de estudio .....	50
Tabla 16. Frecuencia por género de la escala de Autoestima .....	51
Tabla 17. Frecuencia por grado de estudio de la escala de Autoestima .....	52



## Resumen

En el presente estudio se determinó y se analizó la relación entre la Adicción a Redes Sociales y la Autoestima de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa privada Niño de la Paz, ciudad de Arequipa, 2018. La población estuvo compuesta por 152 estudiantes, de los cuales 78 son mujeres que representaron el 51.3% y 74 varones que representaron 48.7%. Se utilizó el test de adicción a redes sociales de Ecurra y Salas (2014) y el inventario de Coopersmith (1999). Los resultados se analizaron con el software SPSS 25.0. Se encontró que existe una alta correlación inversa significativa entre la Adicción a Redes a Sociales y la Autoestima de los adolescentes ( $r = -0,682$ ,  $p < 0,000$ ). Se concluyó que a mayor adicción a las redes sociales se presenta una baja autoestima en los adolescentes. Existe una mayor frecuencia de adicción hacia las redes sociales del género femenino. En los grados de estudio no se encontró una diferencia. Asimismo, se observó que el nivel de autoestima en el género femenino presentó un nivel bajo y en el género masculino presentó un nivel normal, además el nivel de autoestima de acuerdo con el grado de estudios mostró una tendencia ligeramente constante.

**Palabras Clave:** Adicción a redes sociales, Autoestima, Adolescentes.



### Abstract

In the present study, the relationship between the inclusion of social networks and the self-esteem of students at the secondary level of the private educational institution Niño de la Paz, city of Arequipa, 2018 was analyzed and analyzed. The population consisted of 152 students, of which 78 are women who represented 51.3% and 74 men who represented 48.7%. We used the social networks addition test of Ecurra & Salas (2014) and Coopersmith's inventory (1999). The results are indicated with the SPSS 25.0 software. It was found that there is a high significant inverse correlation between Social Network Addiction and Adolescent Self-Esteem ( $r = -0.682$ ,  $p < 0.000$ ). It was concluded that a greater addiction to social networks presents low self-esteem in adolescents. There is a greater frequency of addiction to the social networks of the female gender. In the study grades, no difference was found. Likewise, it was observed that the level of self-esteem in the female gender showed a low level and in the masculine gender it presented a normal level, in addition the level of self-esteem according to the degree of the tendencies showed a constant tendency.

**Keywords:** Addiction to social networks, Self-esteem, Adolescents.



**Capítulo I**  
**Marco Teórico**

## Introducción

La presente investigación es importante debido a que consideró dos variables relevantes en los estudiantes del nivel secundario, la primera fue la adicción redes sociales; las redes sociales en los adolescentes representa un avance creciente en su comunicación diaria, en muchas ocasiones la constante interacción de una de estas redes, puede alejar gradualmente a un adolescente de sus relaciones con su entorno más cercano; la segunda variable, cumplió un papel esencial en la formación de los estudiantes de educación secundaria esta fue la Autoestima.

En la actualidad se desarrolló un mundo lleno de tecnología con diversas funcionalidades, en estas se experimentó una época en la que utilizamos la misma como un método para poder transmitir y almacenar mucha información de una manera más rápida, continua y permanente, lo cual hizo que sea parte de la vida cotidiana.

Según García del Castillo (2013) la llegada de las Redes Sociales ocasiono un amplio efecto en la sociedad actual, por tanto se encontró un desconocido rostro apto para desarrollar “adicción”; además que las redes sociales son atractivas y tienen un funcionamiento óptimo, cuentan también con la facilidad de poder permanecer conectado durante todo el día y en cualquier lugar que nos encontremos, lo cual hace que se convirtieran en un reforzante inmediato el cual lleva a un fuerte indicador de adicción.

El proceso para desarrollar una adicción conlleva a una alta vulnerabilidad psicológica que puede traducirse en déficit de personalidad incluyendo una baja autoestima, los adolescentes que suelen pasar un tiempo considerable en internet aparecieron como emocionalmente inseguros.

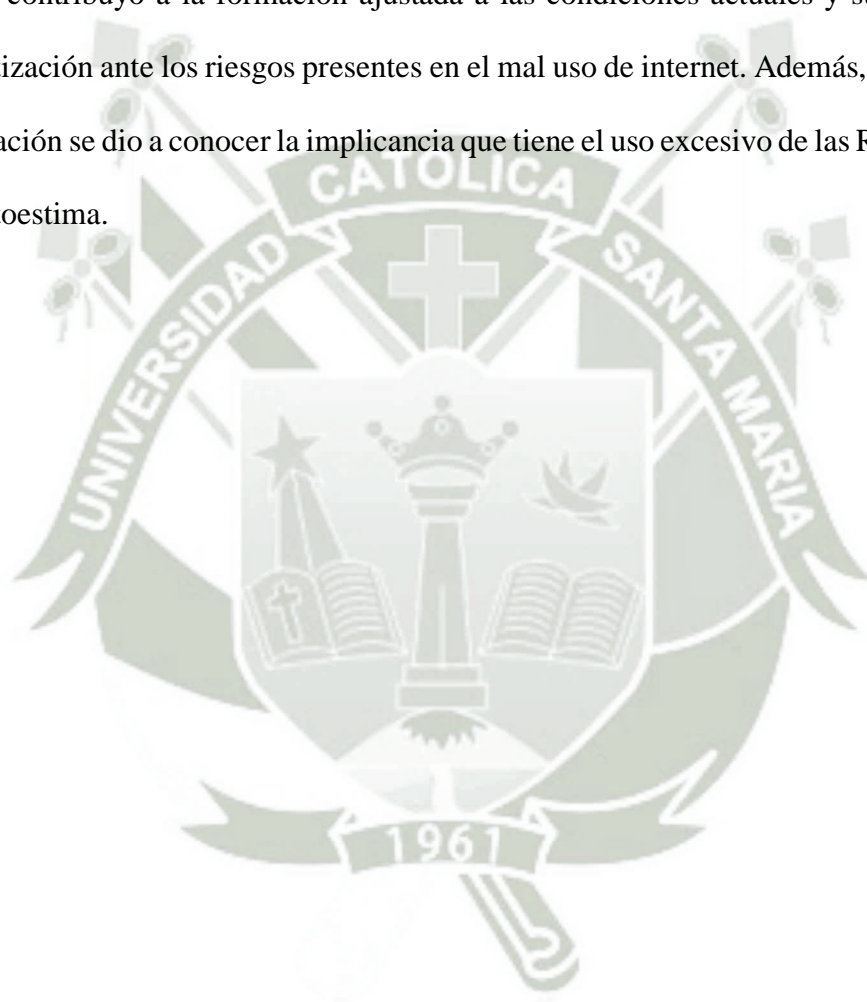
Echeburúa y de Corral (2010) comprobaron que el perfil psicológico de los adolescentes que pasan más tiempo en Internet aparecieron como emocionalmente



inestables, con tendencia a la introversión y pesimistas. Además, que presentaron un afrontamiento improductivo que no persigue la resolución de problemas.

La presente investigación nos permitió determinar si la adicción a redes sociales se correlacionó inversa y significativamente con la autoestima de los adolescentes.

Esta investigación también permitió aportar un análisis de gran importancia al estudiante para guiarlo en el uso y manejo de redes sociales dirigido a los adolescentes; también contribuyó a la formación ajustada a las condiciones actuales y su consecuente concientización ante los riesgos presentes en el mal uso de internet. Además, mediante esta investigación se dio a conocer la implicancia que tiene el uso excesivo de las Redes Sociales en la autoestima.





**Problema o Interrogante**

¿Existe relación entre la adicción a Redes Sociales y la Autoestima en estudiantes del nivel secundario de la institución educativa privada Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa?

**Variables****Variable 1**

Adicción a Redes Sociales: La adicción a Redes Sociales es un descontrol del uso de estas, que se manifiesta en las dimensiones cognitiva, conductual y fisiológica. Puesto que, el sujeto denominado “adicto” realiza un desmedido uso de Redes Sociales mediante Internet; lo que afecta negativamente sus objetivos tanto personales, familiares o escolares. (Luengo, 2004).

Para el presente estudio se utilizó el Test de Adicción a las Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014) que evalúa 3 dimensiones:

- Obsesión por las Redes Sociales.
- Falta de Control personal.
- Uso Excesivo de las redes Sociales.

Estas tres dimensiones en conjunto hacen un total denominado “adicción a redes sociales” que se puede medir en tres niveles: bajo, medio y alto.

**Variable 2**

Autoestima: Coopersmith (1999) define la autoestima como la evaluación que hace el sujeto respecto de sí, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo.

Para el presente estudio se utilizó el inventario de autoestima de Coopersmith (1999) dirigido a adolescentes de 12 a 16 años que evalúa las siguientes escalas:

- Autoestima General
- Autoestima Social
- Autoestima Hogar y Padres
- Autoestima Escolar Académica
- Escala de Sinceridad

Estas escalas en conjunto a excepción de la escala de sinceridad conforman una escala total que se puede medir en cinco niveles: muy bajo, bajo, normal, alto y muy alto.

### **Interrogantes Secundarias**

- ¿Cuál será el nivel de Adicción a Redes Sociales de los estudiantes de los grados, de estudiantes del nivel secundario de la institución educativa privada Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa?
- ¿Cuál será el nivel de Autoestima de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa privada Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa?
- ¿La Adicción a Redes Sociales y la autoestima de los estudiantes se relaciona de acuerdo con el género que posean los estudiantes evaluados?
- ¿La Adicción a Redes Sociales y la autoestima de los estudiantes se relaciona de acuerdo con el grado de estudio que cursen los estudiantes evaluados?

## Objetivos

### Objetivo General

Determinar y analizar la relación entre los niveles de Adicción a Redes Sociales y la Autoestima de los estudiantes del nivel secundario.

### Objetivos Específicos

- Evaluar la adicción a redes sociales de los estudiantes del nivel secundario.
- Evaluar los niveles de autoestima de los estudiantes del nivel secundario.
- Evaluar si la adicción a redes sociales y los niveles de autoestima se relacionan con el género de los adolescentes.
- Determinar si la adicción a redes sociales y los niveles de autoestima dependen del Grado de estudio en la que se encuentran los adolescentes.



## Antecedentes Teóricos - Investigativos

### Adicción a Redes Sociales

Echeburúa y de Corral (2010) definen que las nuevas tecnologías de información y de comunicación (TIC) son herramientas que facilitan la comunicación en nuestra vida diaria, pero también pueden complicar algunas circunstancias de esta que afectan sobre todo a los adolescentes.

El poder contar con acceso a internet de alguna manera simplifica nuestras obligaciones cotidianas, facilita la búsqueda de información y hallazgos en un menor tiempo, además que podemos tener contacto con muchas personas de una manera más fácil y rápida; sin que la distancia sea un obstáculo para hacerlo. El uso del Internet es positivo siempre y cuando no se deje de lado nuestras actividades propias de una vida normal, en el caso de los adolescentes: estudiar, hacer deporte, salir con los amigos a lugares de entretenimiento tales como el cine y sobre todo relacionarse con su familia. (Domínguez y Ybañez, 2016).

De acuerdo con García del Castillo (2013) lo más utilizado mediante el Internet en los adolescentes es sin duda las Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, MySpace, etc.) las cuales con frecuencia en la actualidad son criticadas, pero que está incluida en nuestra vida diaria potencialmente. Por esto la gran pregunta que realizamos es ¿estamos ante una nueva adicción real o potencial? El gran referente ante esta pregunta de acuerdo con Young (2006) que precisaba que el concepto de adicción a Internet puede ser un deterioro centrado en el control de su uso, que puede tener manifestaciones a nivel cognitivo, conductual y fisiológico.



El termino "Adicción a Redes Sociales" ha generado en estudios realizados en la última década un interés especial, debido a que la controversia por la problemática sobre el uso excesivo de las Redes Sociales está incrementando de manera acelerada en la sociedad actual y sobre todo está siendo mucho más propensa en los adolescentes.

Para poder sustentar teóricamente la presente investigación, mencionaremos algunos conceptos:

Navarro y Rueda (2007) definen a la Adicción a Redes Sociales como la dependencia psicológica que está caracterizada por un incremento en actividades que se realizan en Internet, que en ocasiones se manifiesta con malestar cuando la persona no está conectada o en línea, tolerancia y negación de la problemática en la que se encuentra.

Domínguez y Ybañez (2016) concluyeron que el acceso y la multifuncionalidad que ofrecen las redes sociales son elementos muy atractivos que encuentran los adolescentes para conectarse con diferentes personas; es decir, los adolescentes pueden tener libre acceso a todo tipo de contenido mediante el uso de las redes sociales y, paralelamente, pueden realizar tareas, ya que pueden abrir más de dos pestañas mediante las páginas web o pueden escuchar música y hacer la tarea al mismo tiempo, ello genera en los adolescentes sensaciones de placer, cambios conductuales y emocionales, evidenciándose una adicción psicológica. Ahora desde una perspectiva del adolescente, define la adicción a Redes Sociales como un nuevo espacio psicosocial en el cual pueden tener cierta catarsis de la vida posmoderna, así como desplegar aspectos personales y sociales, que en muchas ocasiones dentro de sus hogares no poseen.

Por otra parte Prieto y Moreno (2015) refieren que la adicción a las Redes Sociales son la suma de distintos y complejos factores como la sensación de beneficio que causa el uso de ellas; ya que ofrece contenidos con bastante dinamismo, donde la conexión e interactividad entre todos los usuarios es instantánea y sencilla; además la independencia

de los usos ilimitados e intensivos de las redes sociales, por otro lado en el campo personal, social o de hobbies, es un medio excepcional de comunicación efectiva, rápida y fluida ya que mediante las redes sociales podemos mantener una comunicación con amigos, familiares, conocidos e incluso desconocidos durante todo el día.

Echeburua y de Corral (2010) establecen que lo que caracteriza a una adicción es la dependencia y pérdida de control, ya que todas las conductas adictivas están inicialmente controladas por reforzadores positivos como el aspecto placentero de la conducta en sí, pero terminan por ser controladas por reforzantes negativos que en la mayoría de los casos están ligadas especialmente al alivio de tensión emocional. Es decir, una adolescente normal puede conectarse a Internet por el goce de la misma conducta; en cambio, una persona adicta, se conecta al Internet buscando el alivio del malestar emocional, entre el aburrimiento, la soledad, la ira, el nerviosismo, etcétera.

Para finalizar, en referencia al crecimiento alarmante del uso excesivo de las redes sociales es posible definir la existencia de una dependencia por muchos de los internautas adolescentes, por tanto, para Prieto y Moreno (2015) basta con analizar y establecer unos criterios clínicos observables que pueden hacer pensar en la presencia de tal comportamiento en una persona. Estos son:

- Obsesión constante con las Redes Sociales.
- Conspiración para conectarse a Internet.
- Pérdida o incumplimiento de responsabilidad en la vida, dejar de lado actividades para permanecer conectado.
- Consecuencias negativas graves como alejamiento de seres cercanos, baja autoestima, falta de habilidades sociales.
- Autoengaño o negación.
- Persistencia del uso a pesar de las consecuencias que le ocasiona.

De acuerdo con los mismos autores esta relación de criterios que pueden ser detectados responde a los excesos y acciones compulsivas que padecen algunos internautas, brotando de si mismos efectos negativos con claros indicios de deterioro en la salud debido al abuso de estas. En muchas ocasiones los síntomas de deterioro social son más concretas tales como: aislamiento, individualismo, alejamiento de grupo de pares, en otros casos también la depresión, distracción de la atención en las actividades que realiza, cambios repentinos de estado de ánimo e impacto negativo en habilidades cognitivas.

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

Fernández (2013) señala una serie de características acerca de la adicción a redes sociales, ya que existen algunos indicadores que pueden ayudar a identificar los problemas con el uso excesivo de internet que en muchas ocasiones esta ya dentro de una adicción, estas son:

- Saliencia: esta sucede cuando una actividad que tengamos en particular en este caso el uso de las Redes Sociales se convierte en la más importante de la vida cotidiana de la persona, además domina sus pensamientos y sentimientos.
- Cambios de humor: el uso excesivo de las redes sociales altera sus estados emocionales (ansiedad, enojo), sentimientos desestresantes o tranquilizantes al permanecer conectado.
- Tolerancia: aumento necesario de cualquier cosa, para llegar a sentir el mismo efecto placentero que sentía al principio en el caso de las adicciones a redes sociales más horas de conexión con el pasar del tiempo.
- Síndrome de abstinencia: sentimientos de incomodidad, estado físico, psicológico y social desagradable cuando la actividad se reduce. Para la adicción a las redes sociales los adolescentes sienten malestares cuando no pueden estar conectados a las mismas.



- Conflicto: conflictos interpersonales o consigo mismo, las personas son conscientes que tienen un problema, pero no pueden controlarlo, en el caso de las redes sociales permanecen conectados más tiempo que el debido y esto ocasiona problemas con amistades y familiares.
- Recaída: niega tener consecuencias por la actividad y se jacta de poder desconectarse y abandonar en cualquier momento las redes sociales que esté utilizando (y no lo demuestra o efectúa), además tiende a volver a los patrones originales de la actividad después de un periodo de abstinencia.

A menudo se ha observado que estas conductas e incluso otras pueden estar relacionadas con problemas personales y familiares; además de dificultades en establecer relaciones con las demás personas, considerando que el uso de las redes sociales constituye para ellos una forma de encontrar atención y poder relacionarse con distintos internautas para sentir esa pertenencia al grupo. (Fernández, 2013).

Sabemos que aún existen muchos aspectos que faltan definir en relación con el uso excesivo de las redes sociales denominada adicción, pero encontramos en diferentes investigaciones realizadas con anterioridad, que en la mayoría indican que es un fenómeno en crecimiento sin control en la actualidad; por lo tanto, empiezan a surgir distintas teorías y criterios unificados sobre las opiniones para poder diagnosticar a una persona por desarrollar dicha adicción (Verdejo, 2015). Debido a esto se abre de esta forma una línea muy grande de investigación de la actualidad hacia adelante.



## **Factores que Influyen en la Adicción a Redes Sociales**

González, Merino y Cano (2009) analizan los factores que inciden en la adicción a Redes Sociales en un estudio denominado “Las e-adicciones”, identificando de esta manera una serie de factores asociados:

- Factores de riesgo: existen innumerables riesgos que se corren en cuanto al uso de las redes sociales, muchos adolescentes con personalidad introvertida, que han sido víctimas de bullying, acoso o burlas de su entorno, tratan de resolver estos déficit a través de tener más acceso a las redes sociales; pero finalmente la conducta manifestada, genera nuevos problemas tales como la reducción del rendimiento académico, las responsabilidades escolares, problemas con los padres y demás familiares; y en algunos casos la posibilidad del abandono de estudios.
- Factores personales: el acceso a Internet muchas veces resulta ser un escape para el adolescente que tiene una autoestima baja y no tiene habilidades sociales en la vida real como comunicación, asertividad, toma de decisiones, es decir que a los estudiantes se les dificulta interactuar con otros cara a cara; lo que pueden hacer cuando están conectados en las redes sociales, pero estas actúan como facilitadores de estimulación solitaria, ya que todas las actividades que se realiza mediante las redes resultan ser gratificantes; pero para realizarlas necesitan encontrarse en un ambiente de comodidad y solitario, asimismo la presencia de un distanciamiento con el entorno familiar.

Existen otros factores personales que son importantes al momento de generar una mayor predisposición a depender de las redes sociales. Dentro de estos están:

- La edad: debido a la excesiva expansión de las nuevas tecnologías y plataformas virtuales, los adolescentes y jóvenes son las personas más vulnerables por el mayor uso que hacen de las mismas. Cabe resaltar también que cada vez más personas se suscriben a las redes sociales sin importar la edad ni estrato en el que se desenvuelven, ya que por este medio pueden trabajar y contactar a personas con las cuales no tienen comunicación física.
- Bajo control de impulsos: existen adolescente que poseen dificultades para controlar la impulsividad que tienen para no realizar alguna determinada actividad como enfocarse en las responsabilidades académicas, además no resisten la tentación de llevar a cabo un acto que es dañino para uno mismo o para los demás.
- Falta de habilidades sociales, introversión y timidez: el adolescente que siente inseguro de sí mismo posee una carencia de habilidades sociales; además se le hace muy difícil poder tener una conversación con otra persona o hacer nuevos amigos; ya que su mente se encuentre en una burbuja virtual en la interacción con las redes sociales. Mediante las redes sociales las demás personas conectadas a estas no las están mirando directamente tienen la libertad de expresarse, pensar un momento en lo que van a decir y convertirse en una persona agradable para los demás con los que esta interactuando mediante la red.
- Pensamiento catastrofista: esta manera de pensar y ver la vida es una característica bien marcada de un adolescente que está generando un problema con el uso de las redes sociales, visualizan los problemas de modo exagerado por lo que generan una sensación de desamparo que les

permite generar mecanismos de escape psicológico para no enfrentarse a los problemas reales.

- Necesidad de aceptación y valoración de los demás: los adolescentes necesitan tener un reconocimiento social, y muchas veces no pueden obtener esto en el lugar en el que se desenvuelven tales como el entorno familiar - escolar, por consiguiente en las redes sociales se les hace fácil obtener reconocimiento cuando escriben algo controversial o con “likes” en fotos bonitas, o con estados llamativos, un dibujo, la originalidad del blog, ideas novedosas, criterios, pensamientos, talentos y más siempre habrá alguien que comente algo positivo y alentador respecto a la publicación; además mediante las redes las conversaciones tienden a ser reforzadoras en comentarios y opiniones que se establecen entre contactos.
- Carencias afectivas: esto es bastante frecuente para adolescentes con poca aceptación, ya que por medio de las redes sociales pueden obtener afecto de distintitos internautas, que en la vida diaria no reciben. Los adolescentes buscan mediante las redes sociales comprensión, palabras amables de sus contactos y amigos dentro la red. Es muy común en las redes observar comentarios positivos entre adolescentes o palabras atentas. Por el contrario, existen también estados depresivos en los que se encuentran las personas que les manifiestan inseguridad respecto a si mismas, y por tanto orientar a esta persona a utilizar la red, para evadir, escapar de cualquier problema y liberarse de malestares emocionales.
- Baja tolerancia a la frustración: los adolescentes no pueden recibir algún tipo de rechazo o que los contradigan en algo que piensan que ellos



tienen razón respecto a sus deseos o gustos. En cuanto a la necesidad de obtener algo, anhelan que sea de forma inmediata por lo cual esto explica su adicción a redes sociales ya que en ellas obtienen respuestas inmediatas; asimismo haciendo un mal uso de su tiempo, y una dedicación minúscula de horas de descanso.

- Factores Ambientales: podemos mencionar dentro de estos factores a circunstancias negativas que provocan una gran insatisfacción e infelicidad en los adolescentes. Debemos prestar atención, cuando se manifiesten y cuando no sea capaz de solucionarlos ya que, debido a esto, hacen un uso excesivo de redes sociales, ya que son sitios gratuitos e interesantes y puede olvidar o evadir dichos problemas, por ejemplo, la frustración afectiva, familiar, personal, escolar queda atrás cuando se está conectado mediante el internet a las redes sociales porque mediante ellas interactúa con otras personas, que se convierten en apoyo para ellos.

Algunas circunstancias ambientales favorecedoras del problema son:

- Crisis vital: Separación de padres, fracaso y deserción escolar, enfermedades personales o familiares, pérdida del trabajo, problemas económicos.
- Disconformidad social/familiar: los adolescentes frecuentemente están en desacuerdo con su familia, en esta etapa muchos de ellos suelen enfrentarse a sus padres y manifiestan quejas de incomprensión en sus grupos de pares.
- Modelo educativo familiar: en algunas familias los padres son demasiado permisivos y brindan a los hijos la libertad de hacer lo que deseen; por eso algunos adolescentes tienen acceso ilimitado a Internet sin ningún tipo de control, es decir no existe horarios, pueden navegar



en cualquier momento ya sea de día, tarde y por la noche o en actividades que se realizan dentro de la familia. Si por el contrario en la familia se establecen límites de conexión, esto ayudara a los hijos a manejar y tener autocontrol respecto al uso de las redes.

- Grupos de referencia: en las Redes Sociales, el grupo está conformado por amigos y contactos que los adolescentes tienen, pueden ser personas de su entorno o contactos que la persona mediante Internet se ha ido almacenando. En los adolescentes es muy importante la pertenencia a un grupo ya que en este sienten aceptación, sensación de seguridad y confianza.
  - La accesibilidad y las propias características de las redes sociales: debido al acceso a muchas de las redes que son gratuitas y dichas herramientas están implementadas con diversas funcionalidades que las convierten sumamente atractivas para los adolescentes y jóvenes; es que en estos sitios mantienen a las personas entretenidas ya sea en una u otra actividad tales como: subir fotos, videos, dar regalos virtuales, chatear, jugar, contestar test atractivos, buscar personas, entrar en diversos grupos sean académicos o de otra índole y opinar de diversos temas, etcétera; cada día se crean en red opciones más innovadoras por lo que los internautas quieren permanecer más tiempo en ellas.
- Factores sociales: dentro de los factores sociales, uno que tiende a predisponer o mantener la conducta problemática, es la presión que ejerce “la moda tecnológica”. Hoy en día no es común encontrar a una persona de cualquier edad que no pertenezca a una red social, para tener mayor comunicación. En el mundo moderno las modas tecnológicas implican necesidad de usar estas, pero no el mal uso. Las redes sociales

generalmente no se vuelven adictivas a personas que no tienen ningún problema, pero si pueden afectar a internautas más vulnerables como en adolescentes con baja autoestima.

Para finalizar el tema de adicción a las redes presentamos algunas estadísticas de investigaciones realizadas por diferentes autoras y autores a nivel de Latinoamérica y en el Perú, para entender de manera más precisa el impacto de estas.

### **La Adicción a Redes Sociales en los estudiantes a nivel de Latinoamérica**

De acuerdo con informes de Score, el lugar donde se hace uso de redes sociales es Latinoamérica, con tasas altas en consumo de Internet aproximadamente un total de 160 millones de usuarios, haciendo uso de 9.2 horas de uso al mes. Tanto Brasil como Argentina poseen una tasa de 92.1% donde se ingresa por algún ordenador a la web. En un informe presentado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) donde explica los hábitos de usuarios en la web encontró 34.9 millones de internautas, siendo estos usuarios entre las edades de 12 a 17 años correspondiendo a un 27%, el segundo estrado entre 18 y 24 años siendo un 23%, en tercer lugar, entre 25 a 34 años correspondiendo a un 17%. Un promedio de 56% de la población usa Facebook al día; mientras un 12% cada dos horas. Una estadística vinculada a la Salud internautas entre 15 y 22 años se mantienen conectados por más de seis horas durante el día.

Una persona con un nivel bajo de autoestima percibe beneficios por estar conectado a sus redes sociales, el tiempo de uso en estas irá incrementando progresivamente reduciendo la interacción real, llegando a una ilusión de socialización. Los adolescentes son más vulnerables a los efectos negativos de las redes sociales, asociado a búsqueda de novedades e impulsividad; siendo estos más vulnerables a presentar problemas adictivos.

Los principales usuarios de las redes son los adolescentes, reduciendo sus horas de sueño por mantener una constante comunicación, presentan muchas veces signos de

depresión, presentan desregulaciones en su ciclo de descanso, asimismo se desempeñan un alto porcentaje deficientemente en su rendimiento escolar.

### **La Adicción a Redes Sociales en los estudiantes del nivel Secundario en el Perú**

En el Perú la adicción a las Redes Sociales de Internet de acuerdo con un estudio realizado por Leyva et al. (2013) sobre la influencia de los estilos parentales en la adicción al internet en alumnos de secundaria del Perú concluye: el 53,8% de adolescentes varones y un 60.3% de adolescentes mujeres permanecen al menos una hora diaria en sus redes sociales en Internet, seguido del uso de 1 a 5 horas diarias en adolescentes varones y mujeres representado por el 40.6% y 35.4%, respectivamente.

Flores y Browne (2017) definen que la habitualidad con la que hoy en día vemos a jóvenes y adolescentes conectados a las redes sociales es impactante, se estima que un 75% de los usuarios de Internet menores de 25 años cuentan con un perfil en alguna red social, cada día incrementa el tiempo que los adolescentes dedican a la conectividad y la cotidianeidad se deja expuesta en las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram entre otras y en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, de este modo los adolescentes esperan una respuesta instantánea y valoración de esta realidad que ha cobrado un rol trascendental en los últimos años.



Son diversos los factores que influyen en la adicción a redes sociales de los estudiantes peruanos tales como: dificultades en el manejo del estrés y la falta de habilidades comunicativas además estos se relacionan con hábitos compulsivos, problemas de autorregulación del control y conflictos por los sentimientos generados, entre otros. el trabajo que delimita estos factores es un estudio realizado por (de la Villa y Suárez, 2016) denominado “Factores de riesgo en el uso problemático de Internet y del teléfono móvil en adolescentes españoles”.

Por otro lado en un estudio realizado por Echeburúa y de Corral (2010) señalan que el uso y abuso de las Redes Sociales de internet en adolescentes que cursan el nivel secundario, están relacionados con variables psicosociales como: la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social, de este modo los factores de riesgo específicos para el abuso de las redes sociales entre jóvenes se disparan como señales de alarma las cuales se proponen como una explicación para comprender la pérdida de control y el uso dañino de esta tecnología.

El uso y abuso de Internet están relacionados con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes, el apoyo familiar y social.

## Autoestima

Autoestima es un término conocido en la Psicología y sobre todo uno de los más tratados en la actualidad; entonces podemos decir que autoestima es la Autoevaluación que las personas hacemos sobre uno mismo, esta puede expresarse mediante una actitud de aprobación o reproche con la que las personas distinguen su autoimagen. Dentro las percepciones que uno mismo tiene incluye la imagen de sí mismo que tiene cada persona en comparación de otras (como la persona se percibe), además la imagen que percibe que los demás tienen acerca de él (percepción del otro), y la imagen de cómo le gustaría ser (sí mismo ideal). (Montt y Ulloa, 1996).

Según Ramos-Oliveira (2016) la autoestima se define por el valor que una persona otorga a sí misma. Una alta autoestima se refiere a una evaluación global altamente favorable del YO y una baja autoestima se refiere a una definición desfavorable del YO.

Del mismo modo una alta autoestima puede describirse a un sentido exagerado de arrogancia de ser grandioso, además de sentimiento de superioridad exagerada sobre otros. Por otro lado, una baja autoestima puede referirse a una autoevaluación de los defectos de alguien como persona, o en otros casos una deformación por un sentido de inseguridad o sentimientos de inferioridad con respecto a uno mismo. (Baumeister, Campbell, Krueger y Vohs, 2005).

Para Haeussler (1996) la autoestima es ser capaz de aceptarse y valorarse positivamente, considerando el desarrollo de esta como un proceso que parte del conocimiento que tienen las personas de sí mismos; a través de una autoevaluación, cuando más profundo sea este conocimiento, se tendrá con la claridad una imagen real de lo que son y quieren llegar a ser.

Páez, Zubieta, Mayordomo, Jiménez y Ruiz (2004) definen a la autoestima como la actitud que tienen las personas de sí mismos, es decir su autoconcepto, a nivel cognitivo; a nivel afectivo, abarcaría sentimientos de valor y respeto sobre sí; y a nivel conductual, a un mejor afronte ante los hechos estresantes, es decir una mejor adaptación y bienestar personal.

Coopersmith (1999) define la autoestima como la evaluación que hace el sujeto respecto de si, y que está relacionada significativamente a la satisfacción personal, y al funcionamiento afectivo; considerando de este modo a la autoestima como una actitud de aprobación o desaprobación hacia sí mismo. Esta definición, presentada por Coopersmith, es la que será considerada en la presente investigación.

### **Factores de la Autoestima**

De acuerdo con García, Calvo y Marrero (2006) el concepto de autoestima depende de los siguientes factores:

- El sentido de la seguridad: en los adolescentes el sentido de seguridad se edifica al poner límites realistas y fomentando en cada uno de ellos el autorrespeto y la responsabilidad de ellos mismos.
- El sentido de la identidad: este se logra cuando los adolescentes pueden demostrar sentimientos de afecto, retroalimentación y aceptación a través de un reconocimiento personal de las fortalezas que posee.
- El sentido de pertenencia: los adolescentes desarrollan este, fomentando la relación con su entorno y aceptándolo, tales como grupo escolar, grupo de pares del barrio y estructuran el poder estar en un ambiente adecuado.
- El sentido de propósito: se logra permitiendo que los adolescentes establezcan metas ya sea a corto como a largo plazo, pueden hacerlas



tomando en cuenta las expectativas que tengan y estableciendo una relación de confianza con ellos mismos.

- El sentido de competencias: los adolescentes logran este cuando son capaces de tomar decisiones propias, permitiéndose realizar autoevaluaciones y teniendo señales de autorreconocimiento de cada uno de sus logros obtenidos.

De acuerdo con estos sentidos detallados la autoestima llega a formarse con todas las experiencias que cada uno de los adolescentes perciben a lo largo de su vida. Que conlleva a relacionarse consigo mismo y también con los demás; además los autores García, Calvo y Marrero (2006) enfocan la libertad que tiene cada persona de poder elegir un modo de salir adelante y poder hacerse responsable de sí mismo.

### **Componentes de la autoestima**

De Mézerville (2004) propone una serie de aspectos interrelacionados que componen la autoestima. A partir de este concepto presenta un modelo al que denomina “proceso de la autoestima”. En este considera a la autoestima en dos dimensiones complementarias, la primera es una actitudinal inferida que está integrada por tres componentes (autoimagen, autovaloración y autoconfianza); por otra parte, la segunda es una dimensión conductual observable conformada por otros tres componentes (autocontrol, autoafirmación y autorrealización).

Seguidamente presentaremos una síntesis de estos componentes, de acuerdo con las explicaciones del autor (De Mézerville, 2004).

### **Dimensión actitudinal inferida:**

- La autoimagen: se trata de la capacidad que tiene cada adolescente de verse a sí mismo como lo que realmente es, ya sea con virtudes y defectos. El adolescente es consiente incluso de sus errores y no intenta ser perfecto o perfecta.
- La autovaloración: consiste en que el adolescente se considere importante para el mismo y para los demás. La autovaloración se relaciona con la aceptación y el respeto que tiene cada persona de su imagen, además de resaltar los aspectos positivos de si mismos.
- La autoconfianza, esta se caracteriza porque el adolescente cree en sí mismo y siente la capacidad de realizar distintas cosas bien. Además, la autoconfianza es que la persona desarrolle capacidades para enfrentar nuevos retos, lo que la motiva a buscar oportunidades que le puedan permitir poner en práctica sus habilidades y demostrar sus competencias.

### **Dimensión conductual observable**

- El autocontrol: consiste en que cada adolescente pueda desenvolverse adecuadamente, cuidándose, dominándose y organizándose bien en su vida. Esto significa que posea la capacidad de ordenarse apropiadamente y ejerza dominio propio que fomente su bienestar personal como el del grupo al que pertenece. Es así como el termino autocontrol incluye distintos aspectos como la autodisciplina, el autocuidado y buen manejo de sí mismo.
- La autoafirmación: se define como la libertad que tiene cada adolescente de ser uno mismo y poder conducirse con autonomía y madurez en la toma de decisiones. Esta se caracteriza por la capacidad que poseen los adolescentes de manifestar abiertamente sus pensamientos, deseos u opiniones, dentro de

la autoafirmación incluye también otras capacidades como la autodirección y la asertividad personal.

- La autorrealización: consiste en el desarrollo y expresión adecuada de las capacidades que posee cada persona, de modo que pueda vivir una vida satisfactoria además de provecho para si misma y también para otras personas. Esta implica la búsqueda de cumplir metas que conforman parte del proyecto vital de su existencia.

### **Autoestima en la adolescencia**

Para Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015) la etapa de la adolescencia es la más importante y con más notabilidad en la vida de todos los seres humanos. Esta etapa es en la cual se activan distintas emociones, se descubre el carácter y se producen muchos cambios tanto fisiológicos como psicológicos que pueden redireccionar el sentido de la vida misma.

La adolescencia es una época en la cual los jóvenes tienen que afrontar los numerosos cambios que se producen en las actitudes de las personas que los rodean; en su posición respecto del grupo social y el rol que se le ofrece. Durante este cambio se le otorgan ciertos derechos y facilidades distintas que poseía cuando era niño, pero a cambio de ello también se le imponen nuevas demandas y responsabilidades. (Garrido-Lecca, 1997)

En la educación secundaria es cuando el ser humano atraviesa por esta etapa de la adolescencia; por tanto, la autoestima es importante en educación porque es un concepto que la atraviesa horizontalmente. Tiene que ver con el rendimiento escolar, con la motivación, con el desarrollo de la personalidad, con las relaciones sociales y con el



contacto afectivo consigo mismo (García et al., 2006) por ello definiremos la autoestima en la educación al ser de mucha relevancia en el desarrollo de los adolescentes.

### **La Autoestima en la Educación**

Según Hernández (2004) declara que: “Existe una relación directamente proporcional entre los niveles de autoestima y los niveles de aprendizaje, entonces aumentar la autoestima de los alumnos significa mejorar sus niveles de aprendizaje y de igual forma las posibilidades de éxito de estos en la vida privada y profesional.” Hernández nos da a conocer que la autoestima es un factor muy importante en la vida del niño, adolescente o adulto en el proceso de estudio ya que ayuda que él se proponga un punto positivo o negativo dentro de la trayectoria de su vida ya que en la educación ayuda que el individuo se dé a conocer como un integrante más a la sociedad.

Por otra parte, los valores como parte de la autoestima en adolescentes son de suma importancia en el desarrollo de esta, podemos definirla de la siguiente manera.

### ***Los valores como parte de la autoestima en los adolescentes.***

Cabe resaltar que los valores son normas de conducta y actitudes según las cuales nos desenvolvemos y están de acuerdo con aquello que en nuestra sociedad se considera correcto.

Todas las personas desean que sus hijos se comporten de forma adecuada, pero que esto no conlleve a que sean niños o adolescentes temerosos o conformistas, ni que por otro lado esto lleve a ser a los padres en una transformación a personas exageradamente exigentes ni desequilibradas. Existen algunos valores fundamentales que todas las personas debemos poseer para poder convivir con otras, por tanto, es de suma importancia tener siempre presente que cumplamos estos sin perjudicar a nadie y más bien por un beneficio común. (Sánchez, 2000).

Concordando con Sánchez (2000) cuando hablamos de valor, en ocasiones nos referimos a cosas materiales, espirituales, profesionales, derechos civiles, etcétera; que permiten a la persona realizarse de alguna manera en su proyecto de vida a través de su desarrollo. Entonces los valores son una cantidad de cosas, que por el hecho de existir valen. Un mismo objeto, persona o cosa, puede poseer muchos valores, por lo que el valor es captado como un bien, ya que se identifica con lo bueno. En el caso de los valores morales surgen en el individuo por el aprendizaje que tiene en el ámbito familiar, como el respeto, tolerancia, lealtad, honestidad, la responsabilidad, etc. Todos esos valores son parte integradora del desarrollo de la autoestima.

### **Adicción a Redes Sociales y Autoestima**

Jiménez y Pantoja (2007) hicieron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a Internet por tanto que acceden con mucha frecuencia a las Redes Sociales. Estas autoras encontraron en su investigación que las personas adictas presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Por el contrario, los niveles altos de autoestima del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyeron al hecho de tener la capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos, así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás.

Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles.

Por lo tanto, mientras más bajos fueran estos, mayor era la dificultad para establecer relaciones interpersonales significativas, por consiguiente, una mayor tendencia a la depresión y el suicidio. En síntesis, los sujetos adictos mostraron menor capacidad de

mantener la dirección de su propia conducta y menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica. A diferencia de ellos, los sujetos no adictos se mostraron más equilibrados, y lograban un mayor autocontrol cuando debían hacer frente a elementos estresantes.

### **Hipótesis**

Existe una correlación inversa y significativa entre la Adicción a Redes Sociales y la Autoestima de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa privada Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa, 2018.







**Capítulo II**  
**Diseño Metodológico**

## Tipo de Investigación

La presente investigación es tipo descriptivo correlacional, cuyo propósito es evaluar la relación existente entre la adicción a redes sociales y la autoestima de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa, 2018.

La investigación de tipo descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

La investigación correlacional evalúa el grado de asociación entre dos o más variables, en dichos estudios correlacionales primero se miden cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba (Hernández, 2014).

“La investigación correlacional inversa es la que busca la relación entre dos variables o más, es la forma general en que los diferentes valores negativos de una variable están asociados con los diferentes valores de otra variable” afirma (Cozby, 2004).

## **Técnicas, Instrumentos Aparatos u Otros**

### **Técnica.**

La técnica empleada será la aplicación de una encuesta estructurada dirigida a cada uno de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa Niño de la Paz; con el fin de obtener los datos para poder delimitar la muestra correspondiente.

Al tener delimitada la muestra se procederá a la aplicación primeramente el Cuestionario de Adicción hacia las Redes Sociales seguidamente del Inventario de Autoestima de Coopersmith.

Para los grupos de estudiantes de los diferentes grados de estudio, se aplicarán los inventarios con la ayuda y supervisión del docente encargado del curso que se esté dictando en el horario preestablecido para la evaluación.

### **Instrumento.**

Los Instrumentos Utilizados Fueron los Siguietes:

#### ***Cuestionario de adicción hacia las Redes Sociales.***

El Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) construido y validado por Ecurra y Salas (2014). Construido bajo la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) para ítems politómicos de respuesta graduada. Está conformado por 24 ítems 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 96 de para la escala global.



En la construcción del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), se partió del DSM-V-TR (American Psychiatric Association - APA, 2008); instrumento de diagnóstico que no reconoce las adicciones psicológicas tales como trastornos; sin embargo, la mayoría de los autores que tratan este tipo de adicciones toma como referencia los indicadores de la adicción a sustancias. El primer paso que se dio fue sustituir este concepto de «sustancia» por el de «redes sociales», en este paso intervinieron además de los autores tres psicólogos expertos en psicología clínica, educativa y psicometría, que colaboraron en los aspectos de redacción, comprensión, claridad en las definiciones y coherencia de los criterios de partida.

Los ítems están distribuidos en 3 factores o dimensiones latentes.

A) Obsesión por las redes sociales: A nivel conceptual correspondería al aspecto cognitivo en relación con las redes sociales, como, por ejemplo, pensar constantemente, fantasear, etc. esta dimensión está conformada por 10 ítems.

B) Falta de control personal en el uso de las redes sociales: En donde se englobaría la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales; con el consiguiente descuido de las tareas y los estudios. Esta dimensión está conformada por 6 ítems.

C) Uso excesivo de las redes sociales: Constituido por 8 ítems, los cuales se refieren a las dificultades para controlar el uso de las redes sociales, que abarcaría el exceso de tiempo destinado al uso de esta red, el no poder controlarse cuando usa las redes sociales y no ser capaz de disminuir la cantidad de uso de las redes

### *Validez de la Escala*

En su versión original, la cual ha sido construida y validada en nuestro medio, y es utilizada en el presente estudio, el cuestionario de adicción a redes sociales evidencia validez y confiabilidad adecuadas, presentando validez de constructo. La validez se logró a través de la validez de contenido y del análisis factorial confirmatorio, en donde se hallaron los tres factores antes mencionados. En relación con la confiabilidad, se realizó a través de la consistencia interna, alcanzando coeficientes alfa de Cronbach elevados, entre 0.88 hasta 0.92 en los factores que conforman el cuestionario (Escurrea y Salas, 2014). Datos que permiten señalar que el instrumento es válido y confiable.

La adaptación del presente instrumento Adicción a Redes Sociales a nuestro medio se hizo aplicando este a 380 estudiantes de diferentes universidades de Lima. Los resultados revelaron que la escala y sus componentes presentaron adecuadas propiedades psicométricas de validez y confiabilidad. (Escurrea y Salas, 2014)

Tabla 1.

*Rangos del Test de Adicción hacia las Redes Sociales*

<b>Dimensión</b>	<b>Bajo</b>	<b>Medio</b>	<b>Alto</b>
<b>Obsesión por las Redes Sociales</b>	0-13	14-26	27-40
<b>Falta de Control Personal en el uso de las redes sociales</b>	0-8	9-16	17-24
<b>Uso Excesivo de las Redes Sociales</b>	0-10	11-21	22-32
<b>Adicción a Redes Sociales</b>	0-31	32-64	65-96

Fuente: Escurrea y Salas (2014)

### *El Inventario de Autoestima de Coopersmith.*

El Inventario de AUTOESTIMA está dirigido a adolescentes en etapa escolar de 12 a 17 años es un Test de Personalidad, de administración individual o colectiva. El tiempo de aplicación es entre 20 y 30 minutos.

El instrumento es un inventario de auto- reporte organizado por 58 ítems, en el cual el adolescente lee una situación declarativa y luego decide si esa afirmación es “igual que yo” o “distinto a mí”. El inventario posee cuatro dimensiones: autoestima general, social, hogar y padres, escolar-académica y una escala de sinceridad de ocho ítems”.

### *Validez de la Escala*

Tabla 2.  
*Validación del Inventario de Coopersmith*

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>0,728</b>	<b>5</b>

Fuente: Coopersmith (1999)

Esta dimensión del Inventario de Autoestima de Coopersmith presenta una validez un 0.728 de Alfa de Cronbach general la cual posee una consistencia interna como coeficiente aceptable de confiabilidad.

Tabla 3.  
*Rangos del Test de Autoestima*

Escalas de Autoestima	Muy Baja	Baja	Normal	Alta	Muy Alta
<b>Autoestima General</b>	0-11	12-14	15-19	20-22	23-26
<b>Autoestima Social</b>	0-3	4	5-6	7	8
<b>Autoestima Escolar</b>	1	2	3-5	6	7-8
<b>Autoestima Hogar</b>	0-2	3	4-5	6	7-8
<b>Autoestima Total</b>	0-21	22-25	26-34	35-38	39 a más

Fuente: Coopersmith (1999)



## Población

### Ámbito de la Investigación.

La investigación se realizó en la Institución Educativa Niño de la Paz de la Ciudad de Arequipa, 2018.

### Población.

La población quedo definido por los 152 estudiantes matriculados en el nivel secundario en la Institución Educativa Niño de la Paz de Arequipa.

Tabla 4.

*Distribución de la población por grado de estudio y género*

Grado de Estudio	Género		Total
	Femenino	Masculino	
<b>Primero</b>	18	12	30
<b>Segundo</b>	15	18	33
<b>Tercero</b>	16	16	32
<b>Cuarto</b>	15	12	27
<b>Quinto</b>	14	16	30
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>74</b>	<b>152</b>

Fuente: Elaboración Propia

Nuestra población está compuesta por 152 estudiantes matriculados en el nivel secundario en Institución Educativa Niño de la Paz de Arequipa, de los cuales 78 son mujeres que representan el 51.3% y 74 varones que representan 48.7%.

El tipo de muestreo fue no probabilístico y por conveniencia, debido a que los grados escolares evaluados se contó con el apoyo y la facilidad de poder ingresar a las aulas y evaluar.

El rango de las edades de los estudiantes evaluados fue entre los 12 y 17 años, prevaleciendo las edades de 13 a 14 años como edad mayoritaria.

### **Estrategia de Recolección de Datos.**

Para la aplicación de los instrumentos: Escala de actitudes a las Redes Sociales e Inventario de Autoestima de Coopersmith, se cuenta con el permiso de la Directora Estela Fernández de Rivero de la Institución Educativa Niño de la Paz, además de la colaboración de la Psicóloga Nora Estefanero y de esta manera poder tener contacto y poder aplicar la prueba a los estudiantes que se encontraban en dicho colegio privado se contó con el apoyo y permiso de los docentes integrantes de este lugar.

### **Criterios de Procesamiento de Información**

Se realizó la tabulación mediante tablas de doble entrada, según los indicadores en las variables. Se empleará las hojas de cálculo de Microsoft Excel 2016 para el desarrollo de la matriz de tabulación construida en base a los programas evaluados y los test realizados. Se utilizará el programa de procesamiento estadístico el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS) versión 25 para determinar el nivel de correlación y significancia entre las variables.

La interpretación se realizará en base a los resultados más relevantes encontrados en la presente investigación.



### **Capítulo III**

#### **Resultados**



## Resultados de la Encuesta Aplicada

Tabla 5.

*Relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima*

Adicción Redes Sociales		Autoestima Total					Total
		Muy Baja	Baja	Normal	Alta	Muy Alta	
<b>Baja</b>	N	2	7	4	0	0	<b>13</b>
	%	1.3%	4.6%	2.6%	0%	0%	<b>8.6%</b>
<b>Medio</b>	N	5	28	14	2	8	<b>57</b>
	%	3.3%	<b>18.4%</b>	9.2%	1.3%	5.3%	<b>37.5%</b>
<b>Alto</b>	N	16	35	22	5	4	<b>82</b>
	%	10.5%	<b>23%</b>	14.5%	3.3%	2.6%	<b>53.9%</b>
<b>Total</b>	N	<b>23</b>	<b>70</b>	<b>40</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>152</b>
	%	<b>15.1%</b>	<b>46.1%</b>	<b>26.3%</b>	<b>4.6%</b>	<b>7.9%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados de la Tabla 5 se muestra relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima donde se presenta de la muestra realizada a 152 adolescentes existe un 23% con un nivel de adicción a redes sociales “Alta” que posee baja autoestima; asimismo un 18.4% con un nivel de adicción a redes sociales “Medio” que posee una baja autoestima.

Tabla 6.  
*Adicción a Redes a Sociales y Autoestima*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	9,065 <sup>a</sup>	8	<b>0.037</b>
<b>Razón de verosimilitud</b>	10.477	8	0.233
<b>Asociación lineal por lineal</b>	0.273	1	0.602
<b>N de casos válidos</b>	152		

a. 7 casillas (46,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,60.

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 6, muestra que el estadístico chi-cuadrado de Pearson toma un valor de 9,065, el cual, en la distribución X<sup>2</sup> con 8 grados de libertad (gl), tiene asociada una probabilidad (Significación asintótica) de 0,037. Puesto que esta probabilidad (denominada nivel crítico o nivel de significación observado) es significativo ya que la  $p < 0,05$ , por tanto, se concluye que la variable Adicción a Redes a Sociales se relaciona de la variable Autoestima.

Tabla 7.  
*Correlación entre Adicción a Redes a Sociales y Autoestima*

		Adicción Redes Sociales	Autoestima Total
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Adicción Redes Sociales</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	1.000
			<b>-0.682**</b>
		<b>Sig. (bilateral)</b>	0.000
		<b>N</b>	152
	<b>Autoestima Total</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	-0.682**
		<b>Sig. (bilateral)</b>	0.000
		<b>N</b>	152

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 7 se demuestra que existe una alta correlación inversa y significativa entre la variable Adicción a Redes a Sociales y Autoestima, ya que la significancia es de 0,000 donde ( $p < 0,05$ ). El nivel de correlación entre ambas variables es -0,682 lo cual indica que existe una correlación significativa inversa entre ambas variables. Podemos concluir que, a menor nivel de autoestima, mayor será la tendencia hacia la Adicción a Redes Sociales.



Tabla 8.  
*Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales*

<b>Dimensión</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desv. Estándar.</b>
<b>Obsesión por las Redes Sociales</b>	27.14	28	6.48
<b>Falta de Control Personal en el uso de las redes sociales</b>	16.36	17	3.98
<b>Uso Excesivo de las Redes Sociales</b>	20.64	21	6.48
<b>Adicción a Redes Sociales</b>	64.13	66	14.73

*Nota.* N=152

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 8 se presenta los valores de la media, la mediana y la desviación estándar de cada una de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales en la población evaluada, observándose que en la dimensión obsesión por las redes sociales la media alcanzada es igual a  $M = 27.14$ , en tanto que la media alcanzada para la dimensión uso excesivo es igual a  $M = 20.64$ , en la dimensión falta de control la media alcanzada es igual a  $M = 16.36$ ; en tanto que la media del total de prueba es igual  $M = 64.13$ . Estos resultados son solo descriptivos de los resultados del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales, por lo que las Medias de cada una de las dimensiones no se pueden comparar unas con otras, ya que cada dimensión está compuesta por diferente cantidad de ítems.

Tabla 9.  
*Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales por género*

Dimensión	Media		Mediana		Desv. Estándar	
	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)
Obsesión por las Redes Sociales	28.40	25.81	29.0	26.0	6.70	6.00
Falta de Control Personal en el uso de las redes sociales	16.86	15.82	17.0	16.0	3.80	4.12
Uso Excesivo de las Redes Sociales	22.21	18.99	24.0	18.5	6.64	5.91
<b>Adicción a Redes Sociales</b>	<b>67.46</b>	<b>60.62</b>	<b>72.0</b>	<b>61.5</b>	<b>14.80</b>	<b>13.90</b>

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla 9, el promedio en adicción a redes sociales (escala global) en el caso de varones es de 60.62, el 50% de los datos se encuentra por encima de 61.5, los puntajes se desvían 13.90 puntos de la media. En el caso de las mujeres, el promedio es 67.46, el 50% de los datos se encuentra por encima de 72, los puntajes se desvían 14.80 puntos de la media. Por otro lado, se observa que el promedio es más alto en mujeres que en hombres, tanto en las dimensiones como en el puntaje total del cuestionario; esto se podría interpretar que el género femenino utiliza con mayor frecuencia las redes sociales pues mantienen una comunicación continua con su grupo social de referencia (familiares, amistades y compañeros), siendo una necesidad más alta que en el caso de los varones.

Tabla 10.

*Estadísticos descriptivos de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales por grado de estudio*

Dimensión		Obsesión por las Redes Sociales	Falta de Control Personal en el uso de las redes sociales	Uso Excesivo de las Redes Sociales	Adicción a Redes Sociales
<b>Primero (n=30)</b>	<i>Media</i>	29.17	16.67	22.40	<b>68.23</b>
	<i>Mediana</i>	29.5	17.0	24.0	<b>68.0</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	6.041	3.377	5.739	<b>12.73</b>
<b>Segundo (n=33)</b>	<i>Media</i>	26.21	16.12	20.79	<b>63.12</b>
	<i>Mediana</i>	28	16	21	<b>67</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	6.900	4.533	6.651	<b>16.21</b>
<b>Tercero (n=32)</b>	<i>Media</i>	28.28	17.09	21.25	<b>66.63</b>
	<i>Mediana</i>	28.5	17.5	22.0	<b>71.5</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	6.160	3.449	6.942	<b>13.55</b>
<b>Cuarto (n=27)</b>	<i>Media</i>	24.78	15.63	18.15	<b>58.56</b>
	<i>Mediana</i>	26	17	18	<b>61</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	7.567	5.024	6.626	<b>17.40</b>
<b>Quinto (n=30)</b>	<i>Media</i>	27.03	16.17	20.30	<b>63.50</b>
	<i>Mediana</i>	28.0	16.5	19.0	<b>63.5</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	5.102	3.435	6.041	<b>12.39</b>

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

En relación con los resultados de la Tabla 10 en el cuestionario de adicción a redes sociales, se encontró, considerando la variable grado de estudio, que el promedio en adicción a redes sociales en el caso de estudiantes del primero de secundaria es 68.23, el 50% de los datos se encuentra por encima de 68, los puntajes se desvían 12.78 puntos de la media. En el caso estudiantes del segundo de secundaria el promedio es 63.12, el 50% de los datos se encuentra por encima de 67, los puntajes se desvían 16.21 puntos de la media. Además, para los estudiantes del tercero de secundaria el promedio es 66.63, el 50% de los datos se encuentra por encima de 71.5, los puntajes se desvían 13.55 puntos de la media. Por otro lado, en los estudiantes de cuarto de secundaria el promedio es 58.56, el 50% de



los datos se encuentra por encima de 61, los puntajes se desvían 17.40 puntos de la media. Finalmente, los estudiantes de cuarto de secundaria obtuvieron el promedio de 63.50, el 50% de los datos se encuentra por encima de 63.5, los puntajes se desvían 12.39 puntos de la media. Se observa que en los grados de estudio de primero a quinto presentan un promedio por encima del 50%, esto se interpreta como una tendencia a la adicción a las redes sociales.

Tabla 11.

*Frecuencia por género de Adicción a Redes Sociales*

Dimensiones		Género							
		Femenino				Masculino			
		Baja	Media	Alta	Total	Baja	Media	Alta	Total
<i>Obsesión por las Redes Social</i>	F	6	15	57	78	7	32	35	74
	%	7.69%	19.23%	73.08%	100%	9.46%	43.24%	47.30%	100%
<i>Falta de Control</i>	F	5	27	46	78	7	33	34	74
	%	6.41%	34.62%	58.97%	100%	9.46%	44.59%	45.95%	100%
<i>Uso Excesivo</i>	F	6	25	47	78	7	44	23	74
	%	7.69%	32.05%	60.26%	100%	9.46%	59.46%	31.08%	100%
<i>Adicción Redes Sociales</i>	F	6	16	56	78	7	41	26	74
	%	7.69%	20.51%	71.79%	100%	9.46%	55.41%	35.14%	100%

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla 11, para el género femenino en la dimensión de Obsesión por las Redes Sociales la frecuencia más relevante es de 57, que corresponde al 73.08% de las alumnas; en la dimensión falta de control la frecuencia más alta es de 46, que corresponde al 58.97% de las alumnas; seguidamente en la dimensión de Uso Excesivo de las Redes Sociales tenemos la frecuencia más intensa de 47, que corresponde al 60.26% de las alumnas, finalmente para el género femenino en la dimensión general de Adicción a Redes Sociales la frecuencia más relevante es de 56, que corresponde al 71.79% de las adolescentes; por lo tanto podemos concluir que la adicción a redes sociales para el género femenino es “alto”. Por otro lado para los estudiantes del género masculino en la dimensión

de Obsesión por las Redes Sociales la frecuencia más relevante es de 35, que corresponde al 47.30% de los alumnos; en la dimensión falta de control la frecuencia más alta es de 34, que corresponde al 45.95% de los alumnos; seguidamente en la dimensión de Uso Excesivo de las Redes Sociales tenemos la frecuencia más intensa de 44, que corresponde al 56.46% de los alumnos, finalmente para el género masculino en la dimensión general de Adicción a Redes Sociales la frecuencia más relevante es de 41, que corresponde al 55.41%; por lo tanto podemos concluir que la adicción a redes sociales para el género masculino oscila entre “alto” y “medio”.

Es decir que el género femenino posee una adicción a redes sociales alta en la dimensión general, en contrario el género masculino posee una adicción a redes sociales media en la misma dimensión.



Tabla 12.

*Frecuencia por grado de estudio de Adicción a Redes Sociales*

Dimensiones		<i>Obsesión por la Redes Sociales</i>		<i>Falta de Control</i>		<i>Uso Excesivo</i>		<i>Adicción a Redes Sociales</i>	
Grado Secundario		F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Primero (n=30)</b>	<b>Baja</b>	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%
	<b>Medio</b>	8	26.67%	12	40%	11	36.67%	10	33.33%
	<b>Alto</b>	<b>21</b>	<b>70%</b>	<b>17</b>	<b>56.67%</b>	<b>18</b>	<b>60%</b>	<b>19</b>	<b>63.33%</b>
	<b>Total</b>	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%
<b>Segundo (n=33)</b>	<b>Baja</b>	4	12.12%	4	12.12%	4	12.12%	4	12.12%
	<b>Medio</b>	10	30.30%	14	42.42%	14	42.42%	11	33.33%
	<b>Alto</b>	<b>19</b>	<b>57.58%</b>	<b>15</b>	<b>45.45%</b>	<b>15</b>	<b>45.45%</b>	<b>18</b>	<b>54.55%</b>
	<b>Total</b>	33	100%	33	100%	33	100%	33	100%
<b>Tercero (n=32)</b>	<b>Baja</b>	2	6.25%	1	3.13%	2	6.25%	2	6.25%
	<b>Medio</b>	8	25%	12	37.50%	14	43.75%	13	40.63%
	<b>Alto</b>	<b>22</b>	<b>68.75%</b>	<b>19</b>	<b>59.38%</b>	<b>16</b>	<b>50%</b>	<b>17</b>	<b>53.13%</b>
	<b>Total</b>	32	100%	32	100%	32	100%	32	100%
<b>Cuarto (n=27)</b>	<b>Baja</b>	5	18.52%	5	18.52%	5	18.52%	5	18.52%
	<b>Medio</b>	<b>13</b>	<b>48.15%</b>	<b>14</b>	<b>51.85%</b>	<b>9</b>	<b>33.33%</b>	<b>13</b>	<b>48.15%</b>
	<b>Alto</b>	9	33.33%	8	29.63%	13	48.15%	9	33.33%
	<b>Total</b>	27	100%	27	100%	27	100%	27	100%
<b>Quinto (n=30)</b>	<b>Baja</b>	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%
	<b>Medio</b>	12	40%	14	46.67%	17	56.67%	14	46.67%
	<b>Alto</b>	<b>17</b>	<b>56.67%</b>	<b>15</b>	<b>50%</b>	<b>12</b>	<b>40%</b>	<b>15</b>	<b>50%</b>
	<b>Total</b>	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 12 la dimensión general de Adicción a Redes Sociales nos muestra que la frecuencia más alta es la de primero de secundaria, que es 19, esto corresponde al 63.33% de los estudiantes, por el contrario la frecuencia más relevante es de los alumnos de cuarto de secundaria, que es de 13, esto corresponde al 48.15% de los estudiantes; por tanto podemos concluir que los alumnos de primero poseen una adicción a redes “alta”, sin embargo el cuarto grado tienen una adicción a redes “media”.

Asimismo, en los cuatro grados de secundaria (primero. Segundo, tercero y quinto) poseen una tendencia “alta” hacia la adicción a Redes Sociales y ligeramente el cuarto grado de secundaria presenta una adicción a Redes Sociales “media”.



Tabla 13.  
*Estadísticos descriptivos de las escalas de Autoestima*

ESCALA	Media	Mediana	Desv. Estándar
<b>Escala de Autoestima General</b>	14.64	14	3.39
<b>Escala de Autoestima Social</b>	4.43	4	1.33
<b>Escala de Autoestima Escolar-Académica</b>	2.97	2	1.56
<b>Escala Autoestima Hogar-Padres</b>	3.68	3	1.35
<b>Escala Total</b>	<b>25.72</b>	<b>24.5</b>	<b>6.86</b>

*Nota.* N=152

Fuente: Elaboración Propia

En relación con el Inventario de Autoestima de Coopersmith para adolescentes, en la Tabla 13 se presenta los estadísticos descriptivos de los resultados de dicho inventario, tanto para las escalas, así como para la escala total, observándose los valores de la media, la mediana y la desviación estándar de dichos resultados. Estos valores son solo descriptivos de los resultados del test, no pudiendo ser comparadas unas con otras, ya que cada escala está compuesta por diferente cantidad de ítems. Se halló que el promedio en autoestima (escala total) es 25.72, los estudiantes se encuentran en un nivel de autoestima entre bajo y normal; el 50% de los datos se encuentra por encima de 24.5, los puntajes se desvían 6.86 puntos de la media.

Tabla 14.

*Estadísticos descriptivos de las escalas de Autoestima por género*

Escalas	<i>Media</i>		<i>Mediana</i>		<i>Desv. Estándar</i>	
	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)	Femenino (n=78)	Masculino (n=74)
<b>Escala de Autoestima General</b>	14.05	15.19	14	15	2.73	3.85
<b>Escala de Autoestima Social</b>	4.24	4.62	4	4	1.17	1.44
<b>Escala de Autoestima Escolar-Académica</b>	2.74	3.18	2	3	1.38	1.70
<b>Escala Autoestima Hogar-Padres</b>	3.53	3.83	3	4	1.17	1.49
<b>Escala Total</b>	<b>24.57</b>	<b>26.82</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>5.47</b>	<b>7.84</b>

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla 14 el promedio en autoestima respecto a la escala total, en el género masculino, es igual a 26.82, que corresponde a un nivel de autoestima “normal”, el 50% de los datos se encuentra por encima de 25, los puntajes se desvían 7.84 puntos de la media. En el caso del género femenino el promedio es 24.57 corresponde a un nivel de autoestima “bajo”, el 50% de los datos se encuentra por encima de 24, los puntajes se desvían 5.47 puntos de la media. El menor promedio y la menor dispersión en todas las escalas y en el puntaje total de los datos se halla en el género femenino. Es decir, asumen inferiores valores en relación con la variable autoestima, en comparación al género masculino, quienes obtienen valores por encima.

Tabla 15.

*Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la escala de Autoestima por grado de estudio*

Grado Secundario		Escala de Autoestima General	Escala de Autoestima Social	Escala de Autoestima Escolar-Académica	Escala Hogar-Padres	Escala Total
<b>Primero (n=30)</b>	<i>Media</i>	14.70	4.27	2.73	3.60	<b>25.30</b>
	<i>Mediana</i>	15	4	2	3	<b>24.5</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	3.72	1.44	1.34	1.38	<b>7.08</b>
<b>Segundo (n=33)</b>	<i>Media</i>	14.88	4.36	2.58	3.73	<b>25.55</b>
	<i>Mediana</i>	15	4	2	4	<b>24</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	2.62	1.19	1.17	1.15	<b>5.29</b>
<b>Tercero (n=32)</b>	<i>Media</i>	14.38	4.66	3.13	3.53	<b>25.69</b>
	<i>Mediana</i>	14	4	3	3	<b>24</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	3.41	1.21	1.72	1.50	<b>7.31</b>
<b>Cuarto (n=27)</b>	<i>Media</i>	14.85	4.48	3.19	3.81	<b>26.33</b>
	<i>Mediana</i>	14	4	2	3	<b>25</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	4.31	1.74	1.94	1.52	<b>8.91</b>
<b>Quinto (n=30)</b>	<i>Media</i>	14.40	4.40	3.27	3.77	<b>25.83</b>
	<i>Mediana</i>	14	4	3	3	<b>25</b>
	<i>Desv. Estándar</i>	3.01	1.07	1.55	1.25	<b>5.95</b>

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

En relación con los resultados de la Tabla 15 en la escala de autoestima, se encontró, considerando la variable grado de estudio, que el promedio de autoestima en la escala total para los estudiantes del primero de secundaria es 25.30, el 50% de los datos se encuentra por encima de 24.5, los puntajes se desvían 7.08 puntos de la media. En el caso estudiantes del segundo de secundaria el promedio es 25.55, el 50% de los datos se encuentra por encima de 24, los puntajes se desvían 5.29 puntos de la media. Además, para los estudiantes del tercero de secundaria el promedio es 25.69, el 50% de los datos se encuentra por encima de 24, los puntajes se desvían 7.31 puntos de la media. Por otro lado, en los estudiantes de cuarto de secundaria el promedio es 26.33, el 50% de los datos se encuentra por encima de 25, los puntajes se desvían 8.91 puntos de la media.



Finalmente, los estudiantes de quinto de secundaria obtuvieron el promedio de 25.83, el 50% de los datos se encuentra por encima de 25, los puntajes se desvían 5.95 puntos de la media. Se observa que en todos los grados de secundaria presentan promedios oscilantes entre niveles de autoestima bajo y normal.

Tabla 16.  
*Frecuencia por género de la escala de Autoestima*

Escala de Autoestima		Género											
		Femenino						Masculino					
		Muy Baja	Baja	Normal	Alta	Muy Alta	Total	Muy Baja	Baja	Normal	Alta	Muy Alta	Total
Autoestima General	F	6	32	29	6	5	78	7	29	36	1	1	74
	%	7.69%	41.03%	37.18%	7.69%	6.41%	100%	9.46%	39.19%	48.65%	1.35%	1.35%	100%
Autoestima Social	F	5	42	19	10	2	78	11	39	19	5	0	74
	%	6.41%	53.85%	24.36%	12.82%	2.56%	100%	14.86%	52.70%	25.68%	6.76%	0%	100%
Autoestima Escolar	F	6	33	27	7	5	78	5	24	41	3	1	74
	%	7.69%	42.31%	34.62%	8.97%	6.41%	100%	6.76%	32.43%	55.41%	4.05%	1.35%	100%
Autoestima Hogar	F	8	30	25	11	4	78	5	18	46	3	2	74
	%	10.26%	38.46%	32.05%	14.10%	5.13%	100%	6.76%	24.32%	62.16%	4.05%	2.70%	100%
Autoestima Total	F	9	33	22	4	10	78	14	18	37	3	2	74
	%	11.54%	42.31%	28.21%	5.13%	12.82%	100%	18.92%	24.32%	50%	4.05%	2.70%	100%

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 16, en la escala de Autoestima Total el género femenino presenta una autoestima “baja”, correspondiente a un porcentaje de 42.31%; por otro lado, el género masculino presenta una autoestima “normal” con un porcentaje de 50%.

Podemos concluir con los resultados obtenidos que el género femenino posee poca autoaceptación, poca preocupación y respeto hacia ellas mismas, en comparación con el género masculino que tienen un ligero mayor autocontrol, autoconocimiento y mejor percepción de sí mismos.

Tabla 17.

*Frecuencia por grado de estudio de la escala de Autoestima*

Grado Secundario		Autoestima General		Autoestima Social		Autoestima Escolar		Autoestima Hogar		Autoestima Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Primero	Muy Baja	5	16.67%	5	16.67%	3	10%	2	6.67%	7	23.33%
	Baja	9	30%	<b>15</b>	<b>50%</b>	<b>15</b>	<b>50%</b>	<b>17</b>	<b>56.67%</b>	<b>12</b>	<b>40%</b>
	Normal	<b>13</b>	<b>43.33%</b>	<b>7</b>	23.33%	10	33.33%	7	23.33%	7	23.33%
	Alta	2	6.67%	3	10%	2	6.67%	3	10%	2	6.67%
	Muy Alta	1	3.33%	0	0%	0	0%	1	3.33%	2	6.67%
	Total	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%
Segundo	Muy Baja	2	6.06%	5	15.15%	2	6.06%	3	9.09%	4	12.12%
	Baja	14	42.42%	<b>16</b>	<b>48.48%</b>	<b>19</b>	<b>57.58%</b>	13	39.39%	<b>16</b>	<b>48.48%</b>
	Normal	<b>16</b>	<b>48.48%</b>	9	27.27%	10	30.30%	<b>14</b>	<b>42.42%</b>	10	30.30%
	Alta	1	3.03%	3	9.09%	2	6.06%	2	6.06%	2	6.06%
	Muy Alta	0	0%	0	0%	0	0%	1	3.03%	1	3.03%
	Total	33	100%	33	100%	33	100%	33	100%	33	100%
Tercero	Muy Baja	2	6.25%	1	3.13%	2	6.25%	3	9.38%	3	9.38%
	Baja	<b>17</b>	<b>53.13%</b>	<b>18</b>	<b>56.25%</b>	<b>14</b>	<b>43.75%</b>	<b>20</b>	<b>62.50%</b>	<b>18</b>	<b>56.25%</b>
	Normal	10	31.25%	9	28.13%	12	37.50%	5	15.63%	7	21.88%
	Alta	1	3.13%	3	9.38%	2	6.25%	2	6.25%	1	3.13%
	Muy Alta	2	6.25%	1	3.13%	2	6.25%	2	6.25%	3	9.38%
	Total	32	100%	32	100%	32	100%	32	100%	32	100%
Cuarto	Muy Baja	3	11.11%	4	14.81%	3	11.11%	3	11.11%	4	14.81%
	Baja	<b>12</b>	<b>44.44%</b>	<b>13</b>	<b>48.15%</b>	<b>13</b>	<b>48.15%</b>	<b>12</b>	<b>44.44%</b>	<b>11</b>	<b>40.74%</b>
	Normal	7	25.93%	5	18.52%	6	22.22%	7	25.93%	7	25.93%
	Alta	3	11.11%	4	14.81%	2	7.41%	3	11.11%	0	0%
	Muy Alta	2	7.41%	1	3.70%	3	11.11%	2	7.41%	5	18.52%
	Total	27	100%	27	100%	27	100%	27	100%	27	100%
Quinto	Muy Baja	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%	2	6.67%	5	16.67%
	Baja	<b>16</b>	<b>53.33%</b>	<b>19</b>	<b>63.33%</b>	<b>13</b>	<b>43.33%</b>	<b>14</b>	<b>46.67%</b>	<b>13</b>	<b>43.33%</b>
	Normal	12	40%	8	26.67%	<b>13</b>	<b>43.33%</b>	10	33.33%	9	30%
	Alta	0	0%	2	6.67%	2	6.67%	4	13.33%	2	6.67%
	Muy Alta	1	3.33%	0	0%	1	3.33%	0	0%	1	3.33%
	Total	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%

Nota. N = 152

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 17, no existen diferencias en los niveles de autoestima por grado de estudios de los estudiantes, ya que los resultados obtenidos oscilan entre 40% y 56.25%, podemos concluir que en la escala Total de Autoestima para los estudiantes de los todos los grados se encuentra entre un nivel de Autoestima “baja” y “normal”.





## Discusión

Debido a que en los últimos años el uso de Internet especialmente de Redes Sociales ha traído cambios en la interacción social con más impacto en los adolescentes y jóvenes, han generado en la actualidad una creciente preocupación por lo que han llegado a denominarla “adicción”. Esta adicción que está caracterizada por la dependencia, pérdida de control en el tiempo que los adolescentes permanecen en las Redes Sociales e incluso alteración de estados emocionales han llegado a estar relacionadas con alteraciones de los niveles de autoestima y socialización (Echeburúa, Labrador y Becoña, 2009). De este modo el propósito general de nuestra investigación es dar a conocer cómo se relaciona el uso excesivo de Redes Sociales y la Autoestima, además de proporcionar información acerca de si existen diferencias entre ambas variables por género y grado de estudio.

A partir de los resultados encontrados, aceptamos la Hipótesis general que establece que existe una correlación inversa y significativa entre la Adicción a Redes Sociales y la Autoestima de los estudiantes del nivel secundario de la institución educativa Niño de la Paz de la ciudad de Arequipa, 2018.

Estos resultados guardan relación con Cuevas et al. (2015) en su estudio, “Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social”, en el cual sostiene que la Adicción hacia las Redes Sociales están relacionadas significativamente con la Autoestima de los adolescentes. Ello acorde a nuestra investigación.

En nuestra investigación se observó que mientras exista más adicción a las redes sociales el nivel de autoestima oscila entre normal y bajo; las autoras (Jiménez y Pantoja, 2007) concluyeron en su estudio que los sujetos adictos presentan niveles medios y bajos de autoestima, esperándose en este caso que muestren, desánimo y apatía, depresión, desconfianza consigo y con los otros, aislamiento y rechazo a las relaciones interpersonales. A diferencia de estos, el grupo de no adictos presentó niveles altos de autoestima que se traducen en capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos, así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás.

Además, el estudio de Jiménez y Pantoja (2007), señalan que los adolescentes adictos a internet y redes sociales se conectan alrededor de 9 a 18 horas diarias, los adolescentes adictos se muestran inconformes con aspectos físicos y de personalidad, también en lo que respecta a las relaciones interpersonales, los sujetos adictos mantienen relaciones cambiantes, les incomoda la soledad y pueden utilizar la conexión a la red como acompañamiento.

En lo que corresponde a la relación entre la adicción a redes sociales y la Autoestima, es importante señalar que los adolescentes con baja autoestima tienden a utilizar mayormente las redes sociales para interactuar con su entorno, ya que su inseguridad y cohibición social por temor al rechazo les impide hacerlo directamente, en este sentido son más propensos a la adicción de las redes sociales. Este resultado coincide con lo encontrado en la investigación hecha por Herrera et al. (2010), donde los jóvenes adictos a Facebook son más propensos a tener menos habilidades sociales y mostrar una autoestima baja.

También para los autores Challco, Rodríguez, Jaimes (2016) que realizaron un estudio titulado "Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria", se encontró que existe relación significativa inversa entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol ( $r = -.287$ ;  $p = .001$  y  $r = -.288$ ;  $p = .001$ ; respectivamente), es decir a menor autoestima y autocontrol mayor será el riesgo de adicción a redes sociales.

De acuerdo con los resultados obtenidos en nuestra investigación y concordando con estudios relacionados, podemos decir que los adolescentes que presentan bajos niveles de autoestima tienden a ser los que más adicción a Internet desarrollan. De este modo los niveles bajos de Autoestima influyen en la adicción a Internet, que podemos entender como un fenómeno complejo que depende también de los estímulos externos de cada adolescente.

En lo que respecta a la adicción a redes sociales en los estudiantes depende de muchos factores, tales como factores personales entre los cuales está incluido la edad de los adolescentes, falta de habilidades sociales, bajo control de impulsos, necesidad de aceptación, carencias afectivas entre otras, también otro factor es el ambiental en el cual es modelo educativo-familiar, crisis familiares, grupo de referencia que tienen los adolescentes y la libre accesibilidad que tienen de poder conectarse a Internet desde cualquier lugar en el que se encuentren; por ultimo tenemos el factor social en el cual tenemos con suma relevancia "la moda" del uso de las Redes Sociales a los cual están predispuestos los adolescentes para estar en igualdad con su grupo de pares. (González, Merino, Cano, 2009).



Cabe recalcar que el hecho de pasar más tiempo dentro de las redes sociales como Facebook, no significa que las personas aumenten su interacción social, tampoco su autoestima y no obtengan mayor satisfacción en sus relaciones; pues el elemento esencial de la socialización y del proceso de comunicación se encuentra en la calidad de las interacciones del adolescente, así como en su personalidad y en la capacidad que tiene para captar la del otro (Rivero, 2005).

Si hablamos de la variable adicción a Redes Sociales y la asociamos al género de los adolescentes obtuvimos que, la adicción depende del género, es decir existe más adicción a redes en género femenino (71.79%), esto coincide con un estudio realizado por Espinar y González (2009) denominado “Jóvenes en las redes sociales virtuales, un análisis exploratorio de las diferencias de género” concluyeron que el porcentaje de mujeres (89,8%) que acceden a Internet es superior al de los hombres (62,3%), además, hay diferencias en cuanto a los diferentes usos de Internet por parte de hombres y mujeres.

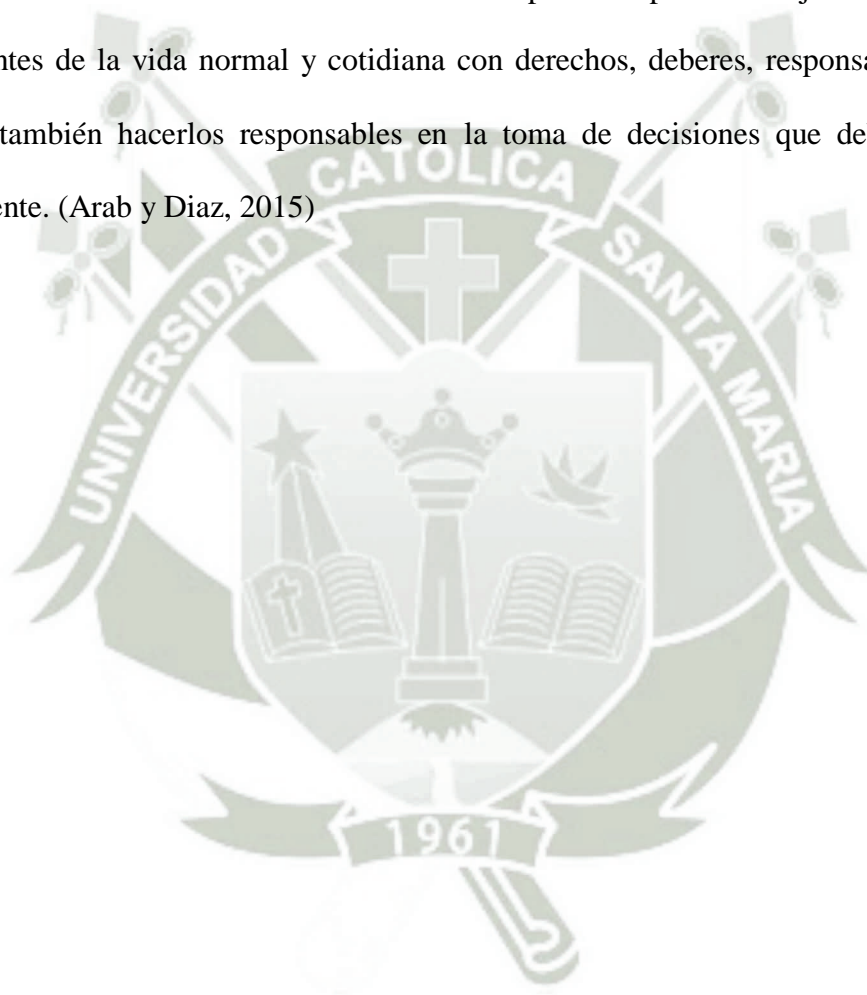
En otro sentido, García, López-de-Ayala, Catalina (2013) observaron que, en las diferentes instituciones educativas, particularmente las adolescentes mujeres, son percibidas por los profesores como las usuarias más intensivas de internet, principalmente en las redes sociales, además que el perfil mayoritario de los usuarios intensivos de las redes sociales es de mujeres de 13 – 15 años.

Otro aspecto importante para García, López-de-Ayala, Catalina (2013) es que la intensidad del uso de las redes sociales está asociada con las horas de conexión durante el día de los adolescentes, incluyendo siempre que existen variaciones en el género ya que esta intensidad es mucho más fuerte en mujeres que en varones, además con diferencias muy notables para el grupo de edad de 12 a 13 años; esto concuerda con nuestra investigación ya que obtuvimos un resultado notable en cuanto a la adicción a redes sociales es alta en los adolescentes de primer grado de secundaria con un porcentaje de 63.33% en la que la edad promedio oscila entre (12-13 años).

Ciertamente por edades, se observa que los adolescentes que acceden con mucha frecuencia a las redes sociales son: el 84,1% entre los 12 y 14 años, frente al 68% de los que tienen entre 15 y 17 años, esto concluido en una investigación denominada “Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles” realizada por (García, López-de-Ayala, Catalina, 2013).

Por otro lado, tenemos que la Autoestima en la adolescencia asume diferencias en relación con el género ya que el género femenino posee con más frecuencia un nivel de autoestima “bajo” y el género masculino posee con más frecuencia un nivel de autoestima “normal”, por otro lado, en el grado de los alumnos del nivel secundario no se asumen diferencias relevantes. Podemos encontrar relación a la investigación de Sánchez-Sandoval (2015) quien obtuvo en sus resultados que los adolescentes varones obtienen puntuaciones por encima de la media teórica en la escala de autoestima sobre todo en el autoconcepto, mientras que las adolescentes mujeres presentan puntuaciones por debajo de la media en apariencia física y autoconcepto. Por lo cual concluyo que no existen diferencias por grado de estudios, pero si diferencias significativas en el género.

Para concluir si los adolescentes tienen un uso controlado y supervisado del internet pueden tener un impacto positivo en ellos ya que el uso de redes sociales muestra otros múltiples aspectos positivos tales como: creación de blogs, videos y páginas web que pueden desarrollar sentimientos de competencia, generación de elementos educativos, educación sexual, promoción y prevención en salud (tabaco, alcohol, drogas, hábitos alimentarios, conductas sexuales), apoyo en logros académicos, etcétera; siempre y cuando no se exceda horas de conexión ni estos estímulos positivos permitan dejar de lado aspectos importantes de la vida normal y cotidiana con derechos, deberes, responsabilidad sobre ellos y también hacerlos responsables en la toma de decisiones que debe tener todo adolescente. (Arab y Diaz, 2015)





## Conclusiones

**PRIMERO.** Existe una alta correlación inversa significativa entre la Adicción a Redes a Sociales y la Autoestima de los estudiantes. ( $r = -0,682$ ,  $p < 0,000$ ). Podemos concluir que, a menor nivel de autoestima, mayor será la tendencia hacia la Adicción a Redes Sociales. Por tanto, se demostró la hipótesis general.

**SEGUNDO.** Existe un promedio más alto en adolescentes del género femenino que en el género masculino, en la Adicción a Redes Sociales; por tanto, el género femenino utiliza con mayor frecuencia las redes sociales ya que en las dimensiones evaluadas por el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales las mujeres presentan puntajes más altos. Sin embargo, en todos los grados de estudio la tendencia a la adicción a las redes sociales es constante.

**TERCERO.** Existe para el género femenino un nivel inferior en las escalas de autoestima, este se encuentra en un nivel “bajo”, en comparación al género masculino, quienes poseen niveles de autoestima normales. No obstante, para el grado de estudio, los adolescentes presentan promedios oscilantes entre niveles de autoestima bajo y normal.

**CUARTO.** La adicción a Redes Sociales y Autoestima por género muestra diferencias, tales como son: en el caso del género femenino la Adicción está en un nivel alto conjuntamente con una Autoestima baja, por contraparte en el género masculino la adicción es alta-media con un Autoestima normal.

**QUINTO.** La adicción a redes sociales en los cuatro grados de secundaria (primero, segundo, tercero y quinto) poseen una tendencia “alta” hacia la adicción a Redes Sociales y el cuarto grado de secundaria presenta una adicción a Redes Sociales “media”.

## Recomendaciones

### **PRIMERA:**

Se debería dar más importancia a los factores que afectan a la autoestima de los estudiantes, en especial a los factores familiares ya que puede desencadenar que los adolescentes tomen malas decisiones ya que puede afectar a que presenten un uso desmedido de las redes sociales; la relación padres e hijos debe ser cultiva en valores y normas de conducta a ser establecidas en su proyecto de vida.

### **SEGUNDA:**

Dar a conocer los factores que influyen en la adicción a redes sociales, resaltando sus principales causas con todos los estudiantes de la institución educativa, evaluando por géneros y distintos grados de estudio.

### **TERCERA:**

Para futuras investigaciones se puede hacer uso de una propuesta de intervención para disminuir la adicción a redes sociales en adolescentes, donde autor Young (1999) propone un conjunto de estrategias de tratamiento, organizado en ocho estrategias.

### **CUARTA:**

Es importante que los estudiantes tengan un nivel de autoestima promedio a alto, porque el concepto de sí mismo y la imagen que tiene cada persona le permite organizarse en sus diferentes actividades para que no afecten sus responsabilidades escolares y actividades familiares.

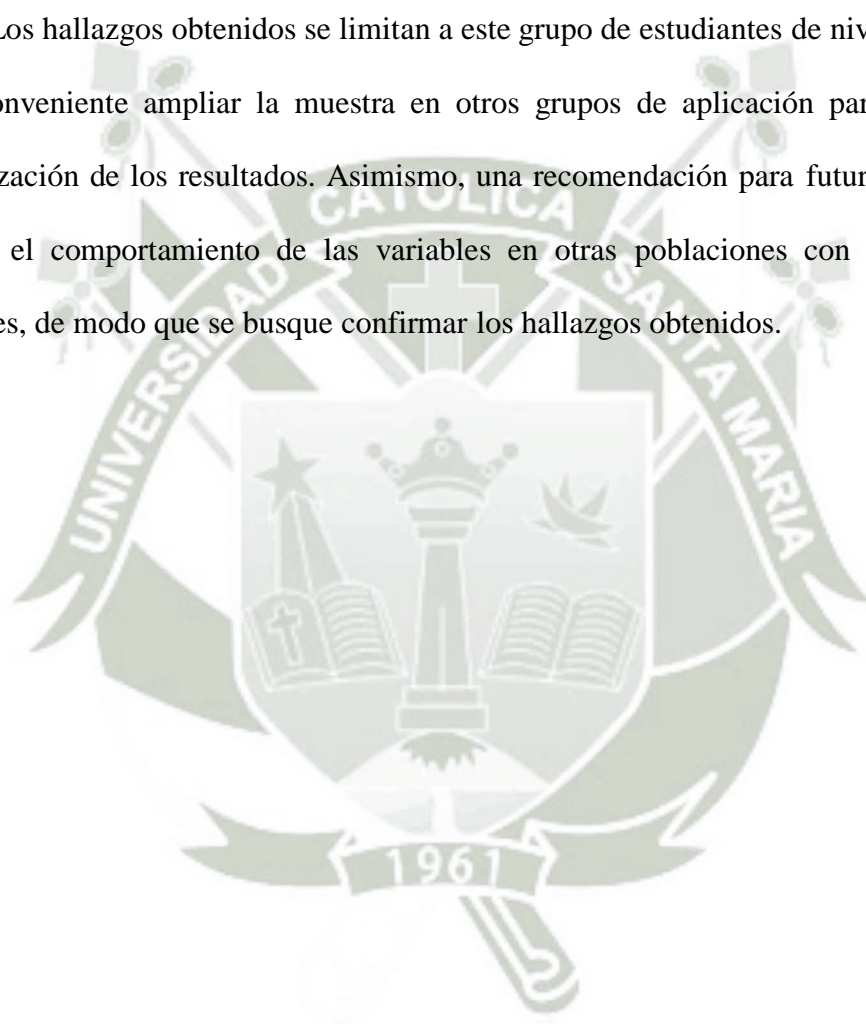
## Limitaciones

### PRIMERA:

No se pudo contar con la presencia de algunos estudiantes por aula, debido a que llegaban tarde a las clases o faltaban; lo cual impidió que se aplique el instrumento a todos los estudiantes del grado secundario de la institución educativa.

### SEGUNDA:

Los hallazgos obtenidos se limitan a este grupo de estudiantes de nivel secundario. Sería conveniente ampliar la muestra en otros grupos de aplicación para extender la generalización de los resultados. Asimismo, una recomendación para futuros estudios es conocer el comportamiento de las variables en otras poblaciones con características diferentes, de modo que se busque confirmar los hallazgos obtenidos.





## Referencias

- Arab, E. y Diaz A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos». *Revista Médica Clínica CONDES*, 26(1), 7-13.  
Recuperado de: [https://ac.els-cdn.com/S0716864015000048/1-s2.0-S0716864015000048-main.pdf?\\_tid=3d5988c0-5f98-4eac-abea-5ab6bc086ee9&acdnat=1523564913\\_450223d0e0f3a7d822af974c2284cfd5](https://ac.els-cdn.com/S0716864015000048/1-s2.0-S0716864015000048-main.pdf?_tid=3d5988c0-5f98-4eac-abea-5ab6bc086ee9&acdnat=1523564913_450223d0e0f3a7d822af974c2284cfd5)
- Baumeister, R., Campbell, J., Krueger, J., y Vohs, K. (2005). Exploding the self-esteem myth. *Scientific American*, 292, 84-95.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1038/scientificamerican0105-84> Recuperado de: <https://www.nature.com/scientificamericanmind/journal/v16/n4/full/>
- 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 Salud*, 9, 9-15. Recuperado de: [file:///C:/Users/HP/Downloads/542-2884-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/542-2884-1-PB%20(3).pdf)
- Coopersmith, S. (1999). Escala de autoestima niños y adultos. ACP
- Cozby, P. (2004). Métodos de investigación del comportamiento. México. McGraw-Hill
- Cuevas, M., Martínez B., Delgado E., y Salamanca C. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista Médica M*, 6(4), 86-89. Recuperado de: <http://www.medigraphic.com/pdfs/revmed/md-2015/md154m.pdf>
- De la Villa, M., y Suárez, C. (2016). Factores de riesgo en el uso problemático de Internet y del teléfono móvil en adolescentes españoles. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 7, 69-78. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2171206916300011>

De Mézerville, G. (2004). Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés. México: Trillas.

Domínguez, J., y Ybañez, J. (2016). Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa privada. *Propósitos y Representaciones*, 4(2), 181-230. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2016.v4n2.122>. Recuperado de: <https://search.proquest.com/openview/339326dcf1ffe9a450e55f8ab6b3f63f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2044970>

Echeburua, E., Labrador, F. J., & Becoña, E. (2009). Adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes. *Madrid: Pirámide*.

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. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2891/289122889001/>

Escurrea, M. y Salas, E. (2014.) Construcción y Validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20, 73-86. Lima-Perú.

Espinar, E., y González, M. J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales, un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 14, 87-106.

Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental* 36 (6), 21-27. Recuperado de: <http://docenciaenpsiquiatria.blogspot.com/2014/02/trastornos-de-conducta-y-redes-sociales.html>

Flores, P., y Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: Una reflexión desde la violencia simbólica de género en redes sociales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 147-160. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v15n1/v15n1a09.pdf>

García del Castillo, J. (2013). Adicciones Tecnológicas: El auge de las redes sociales.

*Health and Addictions: Salud y Drogas*, 13(1), 5-13. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/html/839/83928046001/>

García, A., Calvo, P. y Marrero, G. (2006). La Autoestima en alumnos de sexto curso de

Educación Primaria. *International Journal of Developmental and Educational*

*Psychology*, 1(1), 199-215. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/3498/349832311018.pdf>

García, A., López de Ayala, M., Catalina B., (2013). Hábitos de uso en Internet y en las

redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 21(41), 195-

204. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/158/15828675021/>

Garrido-Lecca, M. (1997). Autoestima en adolescentes con bajo rendimiento escolar a

través del psicodiagnóstico de Rorschach. *Revista de Psicología de la PUCP*.

15(2),181-99. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4619707>

González, V., Merino, L., y Cano, M. (2009). Las e-adicciones: dependencias en la era

digital. Barcelona. *Nexus Médica Editores* 1, 80-96. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/167/16720051019.pdf>

Haeusler, M. (1996). Nivel de adicción a las redes sociales que presentan los adolescentes

miembros de pandillas. *Revista Iberoamericana de Psicología* 7(2), 68-76

Recuperado de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/50860>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. del P. (2014).

Metodología de la Investigación (6ta. Ed.). McGraw-Hill.

Hernández, D. (2004) Tratamiento de adicciones en Colombia. *Revista Colombiana de*

*Psiquiatría*. 39, 45-63. Recuperado de:

[http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80619869011\\_](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80619869011_)



- 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. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/1339/133915936002/>
- Jiménez, A. y Pantoja, P. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet. *Psicología - Segunda Época, Artículos*, 16(1), 78-89. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repso/v26n1/v26n1a06.pdf>
- Labrador S., y Becoña E. (2009), Adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes (pp. 45-71). Madrid: Pirámide
- Leyva, V., Sánchez, E., Villavicencio, N., Yaringaño, J., Torre, J., Encalada, M., y Díaz, A. (2013). Influencia de los estilos parentales en la adicción al internet en alumnos de secundaria del Perú. *Revista IIPSI*, 16(2), 195-220. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/6554/5821>
- Luengo, A. (2004). Adicción a Internet: conceptualización y propuesta de intervención. *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual*, 2, 22-52. Recuperado de: <http://www.jogoremoto.pt/docs/extra/BL5L6u.pdf>
- Montt, M., y Ulloa, F. (1996). Autoestima y Salud Mental en los adolescentes. *Salud Mental*, 19(3), 30-35. Recuperado de: [http://revistasaludmental.mx/index.php/salud\\_mental/article/view/596/0](http://revistasaludmental.mx/index.php/salud_mental/article/view/596/0)
- Navarro, Á., y Rueda, G. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 691-700. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v36n4/v36n4a08.pdf>

- Paéz, D. Zubieta, E. Mayordomo, S. Jiménez, A. & Ruiz, S. (2004) *Psicología Social, cultura y educación*. Madrid. *Pearson Prentice Hall* 15(1). Recuperado de: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729827200100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729827200100003&script=sci_arttext)
- Prieto, J., y Moreno, A. (2015). Las redes sociales de internet ¿una nueva adicción? *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 24(2), 149-155. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/2819/281946783007/>
- Ramos-Oliveira, D. (2016). Autoestima personal y colectiva: asociación con la identidad étnica en los brasileños. *Anuario de Psicología*, 46(2), 74-82. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0066512616300101>
- Rivero, G. (2005). Algunas características de la comunicación entre jóvenes y adolescentes en el inicio de relaciones interpersonales en la comunidad. *Revista Cubana de Psicología*, 22 (1), 68-70. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Berta\\_Gonzalez\\_Rivero/publication/318752747\\_Algunas\\_Caracteristicas\\_de\\_la\\_Comunicacion\\_entre\\_Jovenes\\_y\\_Adolescentes\\_en\\_el\\_Inicio\\_de\\_Relaciones\\_Interpersonales\\_en\\_la\\_Comunidad/links/597b4aeca272e8cc48960d/Algunas-Caracteristicas-de-la-Comunicacion-entre-Jovenes-y-Adolescentes-en-el-Inicio-de-Relaciones-Interpersonales-en-la-Comunidad.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Berta_Gonzalez_Rivero/publication/318752747_Algunas_Caracteristicas_de_la_Comunicacion_entre_Jovenes_y_Adolescentes_en_el_Inicio_de_Relaciones_Interpersonales_en_la_Comunidad/links/597b4aeca272e8cc48960d/Algunas-Caracteristicas-de-la-Comunicacion-entre-Jovenes-y-Adolescentes-en-el-Inicio-de-Relaciones-Interpersonales-en-la-Comunidad.pdf)
- Sánchez, E. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Canales de psicología*, 15, (2), 251-260. Recuperado de: [https://scholar.google.cl/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=sanchez+2000&btnG=](https://scholar.google.cl/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=sanchez+2000&btnG=)
- Sanchez-Sandoval Y. (2015). Self-perception, self-esteem and life satisfaction in adopted and non-adopted children and adolescents / Autopercepción, autoestima y satisfacción vital en niños y adolescentes adoptados y no adoptados. *Infancia y*

Aprendizaje. *Infancia y Aprendizaje*, 38(1), 144-174. Recuperado de:  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02103702.2014.996406>  
[scientificamericanmind1205-50.html](http://scientificamericanmind1205-50.html)

Silva-Escorcía, I. y Mejía-Pérez, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista Electrónica Educare*, 19(1), 241-256. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15359/ree.19-1.13> Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/html/1941/194132805013/>

Verdejo, A. (2015): Búsqueda de sensaciones y conducta antisocial. *Anuario de Psicología Jurídica* 25(1), 75-80. <https://doi.org/10.1016/j.apj.2015.01.003>. Recuperado de:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1133074015000112>

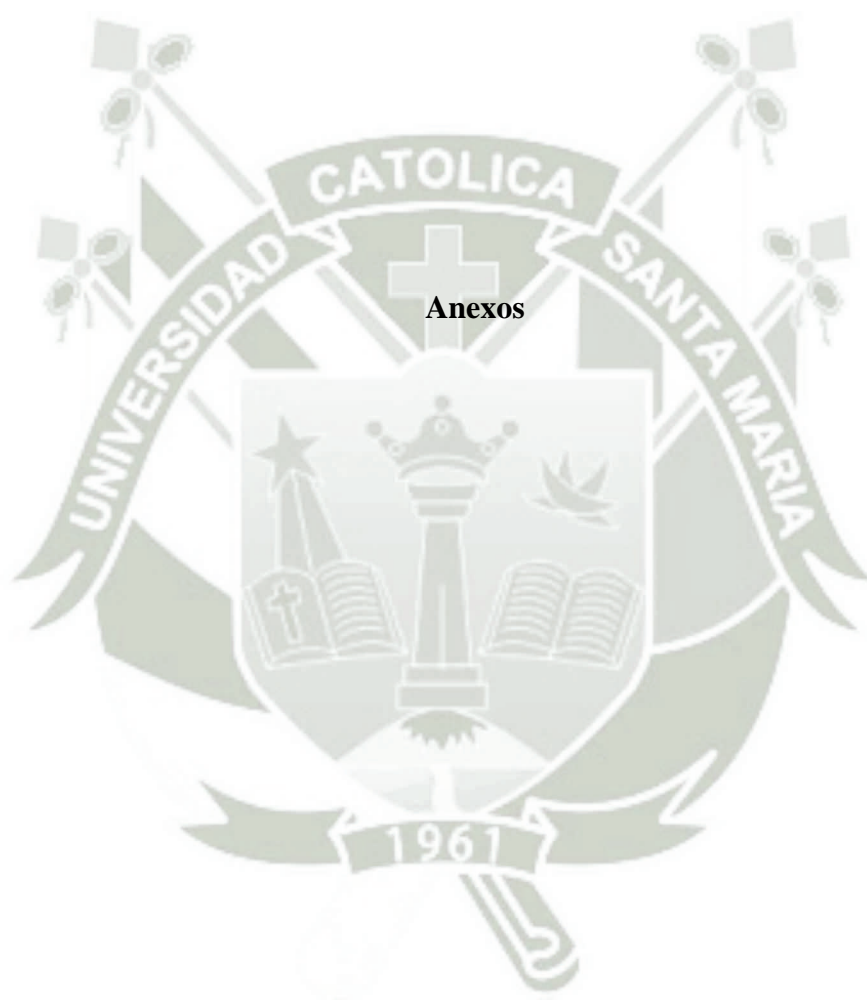
Young, K. (2006). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899-902. Recuperado de:  
<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2466/pr0.1996.79.3.899>



### Cronograma

TIEMPO	OCT				NOV				DIC				ENE				FEB			
<i>Actividades por semana</i>	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Redacción del Plan de Tesis	X																			
Redacción del Marco Teórico	X	X	X	X	X	X	X													
Cálculo de las distintas variables a utilizar						X	X													
Presentación del Plan de investigación									X											
Búsqueda más profunda de Información						X	X	X	X											
Aplicación del Instrumento de Recolección de Datos						X	X													
Tabulación de Datos									X	X	X									
Elaboración e interpretación de resultados										X	X	X	X	X	X	X				
Presentación del borrador de tesis																	X	X		

Fuente: Elaboración Propia



# ANEXO N° 1

## TEST DE ARS (ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES)

Escurra, M. y Salas, E. (2014.)

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

Siempre	<b>S</b>	Rara vez	<b>RV</b>
Casi siempre	<b>CS</b>	Nunca	<b>N</b>
Algunas veces	<b>AV</b>		

Ítem	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	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.					

## ANEXO N°2

### COOPERSMITH'S SELF-ESTEEM INVENTORY

#### IAE DE COOPERSMITH

#### **INSTRUCCIONES**

Aquí hay una serie de declaraciones. Por favor responda a cada declaración de modo siguiente:

Si la declaración describe como te sientes usualmente, pon una “X” en el paréntesis correspondiente en la columna debajo de la frase “igual que yo” (columna A) en la hoja de respuestas.

Si la declaración no describe como te sientes usualmente pon una “X” en el paréntesis correspondiente en la columna debajo de la frase “distinto a mí” (columna B) en la hoja de repuestas.

No hay respuestas buenas ni malas, correctas o incorrectas. Lo que interesa es solamente conocer que es lo que habitualmente sientes o piensas.

Ejemplo: Me gustaría comer helados todos los días.

Si te gustaría comer helados todos los días, pon una “X” en el paréntesis debajo de la frase “igual que yo”, frente a la palabra “ejemplo”, en la hoja de respuestas.

Si no te gustaría comer helados todos los días, pon una “X” en el paréntesis debajo de la frase “distinto a mí”, frente a la palabra “ejemplo”, en la hoja de respuesta.

Marca todas tus respuestas en la hoja de repuestas, no escribas nada en este cuadernillo.

No olvides anotar tu nombre, fecha de nacimiento, y la fecha de hoy en la hoja de respuestas.

1. Paso mucho tiempo soñando despierto
2. Estoy seguro de mí mismo
3. Deseo frecuentemente ser otra persona
4. Soy simpático
5. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos
6. Nunca me preocupo por nada
7. Me da bochorno (me da “plancha”) pararme frente al curso para hablar
8. Desearía ser más joven
9. Hay muchas cosas acerca de mí mismo que me gustaría cambiar si pudiera
10. Puedo tomar decisiones fácilmente
11. Mis amigos gozan cuando están conmigo
12. Me incomodo en casa fácilmente
13. Siempre hago lo correcto
14. Me siento orgulloso de mi trabajo (en la escuela)
15. Tengo siempre que tener a alguien que me diga lo que tengo que hacer
16. Me toma mucho tiempo acostumbrarme a cosas nuevas
17. Frecuentemente me arrepiento de las cosas que hago
18. Soy popular entre mis compañeros de mi misma edad
19. Usualmente mis padres consideran mis sentimientos
20. Nunca estoy triste
21. Estoy haciendo el mejor trabajo que puedo
22. Me doy por vencido fácilmente
23. Usualmente puedo cuidarme a mí mismo
24. Me siento suficientemente feliz
25. Preferiría jugar con niños menores que yo
26. Mis padres esperan demasiado de mí
27. Me gustan todas las personas que conozco
28. Me gusta que el profesor me interrogue en clase



29. Me entiendo a mí mismo
30. Me cuesta comportarme como en realidad soy
31. Las cosas en mi vida están muy complicadas
32. Los demás (niños) casi siempre siguen mis ideas
33. Nadie me presta mucha atención en casa
34. Nunca me regañan
35. No estoy progresando en la escuela (en el trabajo) como me gustaría
36. Puedo tomar decisiones y cumplirlas
37. Realmente, no me gusta ser un muchacho (una muchacha)
38. Tengo una mala opinión de mí mismo
39. No me gusta estar con otra gente
40. Muchas veces me gustaría irme de casa
41. Nunca soy tímido
42. Frecuentemente me incomodo en la escuela (en el trabajo)
43. Frecuentemente me avergüenzo de mí mismo
44. No soy tan bien parecido como otra gente
45. Si tengo algo que decir, usualmente lo digo
46. A los demás “les da” conmigo
47. Mis padres me entienden
48. Siempre digo la verdad
49. Mi profesor (jefe) me hace sentir que no soy gran cosa
50. A mi no me importa lo que me pase
51. Soy un fracaso
52. Me siento incómodo fácilmente cuando me regañan
53. Las otras personas son más agradables que yo
54. Usualmente siento que mis padres esperan más de mí
55. Siempre sé qué decir a otra persona
56. Frecuentemente me siento desilusionado en la escuela (en el trabajo)

- 57. Generalmente las cosas no me importan
- 58. No soy una persona confiable para que otros dependan de mí.



**HOJA DE  
RESPUESTAS IAE –  
COOPERSMITH**

NOMBRE: \_\_\_\_\_

FECHA DE NACIMIENTO: \_\_\_\_\_

FECHA DE APLICACION: \_\_\_\_\_

	A	B		A	B
	Igual que yo	Distinto a mí		Igual que yo	Distinto a mí
Preg.					
1.	( )	( )	30.	( )	( )
2.	( )	( )	31.	( )	( )
3.	( )	( )	32.	( )	( )
4.	( )	( )	33.	( )	( )
5.	( )	( )	34.	( )	( )
6.	( )	( )	35.	( )	( )
7.	( )	( )	36.	( )	( )
8.	( )	( )	37.	( )	( )
9.	( )	( )	38.	( )	( )
10.	( )	( )	39.	( )	( )
11.	( )	( )	40.	( )	( )
12.	( )	( )	41.	( )	( )
13.	( )	( )	42.	( )	( )
14.	( )	( )	43.	( )	( )
15.	( )	( )	44.	( )	( )
16.	( )	( )	45.	( )	( )
17.	( )	( )	46.	( )	( )
18.	( )	( )	47.	( )	( )
19.	( )	( )	48.	( )	( )
20.	( )	( )	49.	( )	( )
21.	( )	( )	50.	( )	( )
22.	( )	( )	51.	( )	( )
23.	( )	( )	52.	( )	( )
24.	( )	( )	53.	( )	( )
25.	( )	( )	54.	( )	( )
26.	( )	( )	55.	( )	( )
27.	( )	( )	56.	( )	( )
28.	( )	( )	57.	( )	( )
29.	( )	( )	58.	( )	( )
	<b>M</b>	<b>S</b>		<b>G</b>	<b>Total</b>
	PB PS	PB PS		PB PS	PB PS