

**UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PSICOLOGÍA**

DERECHOS RESERVADOS

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

Trabajo Especial de Grado Presentado por:

Adelmar Chiquinquirá Barrios Paz

Victoria Eugenia Ocando García

Maracaibo, septiembre de 2017

DERECHOS RESERVADOS

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

Trabajo Especial de Grado para optar
al título de Psicólogo:

Adelmar Chiquinquirá Barrios Paz

C.I: 25.343.648

Victoria Eugenia Ocando García

C.I: 23.740.623

DEDICATORIA

Dedico este estudio a Dios primero que todo por ser el motor que me llevo a cumplir esta meta.

A mi padre Adolfo Barrios y a mi madre Nilva Paz por su gran apoyo sin condiciones, por su amor y por ser ejemplo de emprendimiento, constancia, dedicación y esfuerzo, por motivarme día tras día a continuar en este amplio camino hasta culminar este logro y mis hermanos Adelfely Barrios, Eduardo Barrios, Yackelin Barrios y Anderson Barrios por ser mis modelos a seguir, por apoyarme siempre y enseñarme de su experiencia que todo es posible cuando se persevera.

A mi compañera de tesis y amiga Victoria Ocando, por atreverse a asumir este reto junto a mí, también a mis amigas y compañeras de estudio Marian Carrizo, Emilis Villalobos, Eleny Vásquez y María Hernández por su ayuda, consejos e inolvidables momentos.

Adelmar Ch. Barrios P.

A Dios, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mis padres Roberto Ocando y Morela García, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, mis hermanas Mariana Ocando y María Ocando, por su apoyo espiritual y moral y a mi novio Fernando Baglieri, por su comprensión, apoyo y amor en los momentos más difíciles.

A mi compañera y amiga Adelmar Barrios por creer en mí, por apoyarme siempre en todo momento y a mis amigas Emilis Villalobos, Ayskerllin Mendez, Maria Lares, Andrea Romero y María L. Arzola, que formaron parte de mi carrera y por el apoyo que me brindaron día a día a lo largo de toda la carrera universitaria.

Victoria E. Ocando G.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerza y voluntad necesaria para cumplir esta meta.

A mi padre, mi madre y mis hermanos por su apoyo incondicional.

A mi compañera Victoria Ocando por aceptar asumir este reto junto a mí.

A la Universidad Rafael Urdaneta, por abrir sus puertas y así darnos la oportunidad de formarnos como profesionales integrales.

A nuestros tutores Héctor Peña y Virginia Corzo por su compromiso y aporte de conocimientos para lograr los mejores resultados.

A los adolescentes que contribuyeron para que esta investigación fuera posible.

A mis tutora Institucional Mildred Urdaneta por aceptarme en su equipo de trabajo y compartir sus conocimientos.

Adelmar Ch. Barrios P.

A Dios, por permitirme a alcanzar esta gran meta.

A mis padres Roberto Ocando y Morela García, por su amor y apoyo sin condiciones.

A mi compañera Adelmar Barrios por su entrega y disposición en todo momento para realizar este proyecto.

A los adolescentes que formaron parte de esta investigación.

A mis tutores por sus conocimientos aportados durante la elaboración de este proyecto.

Victoria E. Ocando G.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
TÍTULO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTOS	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE CUADROS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE ANEXOS	IX
RESUMEN	X
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN	1
Planteamiento y Formulación del Problema	1
Objetivos de la Investigación	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Justificación de la Investigación	6
Delimitación de la Investigación	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes de la Investigación	9
Bases Teóricas	14
Autoestima	14
Pilares de la Autoestima	16
Funciones de la Autoestima	19
Autoestima en la Adolescencia	20
Redes Sociales	22
Adicción a las Redes Sociales	24
Síntomas de la Adicción a las Redes Sociales	26
Obsesión por las redes sociales	27
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	28
Uso excesivo de las redes sociales	29
Causas y Consecuencias de la Adicción a las Redes Sociales	29
Sistema de Hipótesis	31
Mapa de Variables	32
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	33
Tipo y Nivel de Investigación	33
Diseño de Investigación	34
Sujetos de Investigación	35
Población	35
Muestreo	35

Muestra	36
Definición Operacional de la Variable	36
Técnica de Recolección de Datos	37
Descripción del Instrumento	37
Propiedades Psicométricas	38
Procedimiento	40
Consideraciones Éticas	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
Análisis y Discusión de los Resultados	44
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
ANEXOS	61

DERECHOS RESERVADOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro No.1 Mapa de Variables	32
Cuadro No. 2.Distribución de la Muestra	36
Cuadro No. 3. Baremo de Interpretación Escala de Autoestima	37
Cuadro No.4 Baremo de Interpretación Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales	38

DERECHOS RESERVADOS

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla No.1. Estadísticos Descriptivos Autoestima	44
Tabla No. 2. Estadísticos Descriptivos Adicción a las Redes Sociales	46
Tabla No. 3. Correlación de Pearson entre Autoestima y Adicción a las Redes Sociales	48
Tabla No.4. Prueba T de Student para Comparar Medias entre Puntajes de Autoestima y Adicción a las Redes Sociales de Acuerdo al Género	51
Tabla No. 5. Prueba T de Student para Comparar Medias entre Puntajes de Autoestima y Adicción a las Redes Sociales de Acuerdo al Tipo de Institución	52

DERECHOS RESERVADOS

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Escala de Autoestima de Rosenberg	61
Anexo B. Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales – ARS	63
Anexo C. Consentimiento Informado	66

DERECHOS RESERVADOS

**UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PSICOLOGÍA**

RESUMEN

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

Autora:

Barrios, P. Adelmara, C.

Ocando, G. Victoria, E.

Tutora: Psic. Corzo, Virginia.

Fecha: septiembre, 2017.

DERECHOS RESERVADOS

Se realizó una investigación con el objetivo de determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes. Fue un estudio de tipo descriptivo y nivel correlacional de campo. El diseño fue no experimental transeccional correlacional. La población estuvo compuesta por adolescentes con edades entre 14 y 16 años, de ambos géneros y escolarizados en liceos públicos y privados de distintos Municipios del Estado Zulia. Se empleó un muestreo no probabilístico accidental y la muestra quedó conformada por 100 sujetos. Para recolectar los datos, se empleó la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales - ARS (Escurrea y Salas, 2014). Los resultados mostraron un nivel bajo de autoestima y medio de adicción a las redes sociales. Al hacer el análisis correlacional de las variables, se obtuvo que sólo la dimensión obsesión por las redes sociales, indicó una correlación moderada, negativa y significativa con la autoestima, demostrando que altos niveles de autoestima suelen asociarse a una mayor obsesión por las redes sociales, por lo que se rechazó la hipótesis de investigación. No se obtuvieron diferencias significativas en cuanto al género. Los adolescentes pertenecientes a institutos privados, mostraron mayor grado de adicción a las redes sociales.

Descriptores: autoestima, adicción, redes sociales, adolescentes.

Correo electrónico: adelmarbarrios@hotmail.com victoriaocando@hotmail.com

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN

Planteamiento y Formulación del Problema

DERECHOS RESERVADOS

La psicología en la práctica, se ha caracterizado por una amplitud y diversidad de intereses, actividades y objetivos. Desde los inicios de esta ciencia, se ha prestado especial atención al estudio de factores patológicos, sus causas y consecuencias, pero más recientemente se ha encargado de determinar los aspectos que favorecen el bienestar emocional. Es allí donde la autoestima ha cobrado importancia, al considerarse un constructo fundamental en el desarrollo pleno de las personas.

Esta última es entendida por como la apreciación positiva o negativa hacia sí mismos, que se apoya en una base afectiva y una cognitiva, puesto que el individuo se siente de una forma determinada a partir de lo que piensa de sí mismo. Dichas apreciaciones se realizan en diferentes contextos: personal, familiar, escuela, trabajo y social (Rosenberg, 1965). Aparte de los problemas de índole biológico, es difícil encontrar dificultades psicológicas que no sean atribuibles a la autoestima (Branden, 1993).

Como consecuencia, su estudio radica especialmente en los niveles positivos. Sin embargo, esta no es estática, sino que se mantiene fluctuante a lo largo de la vida, dependiendo de las contingencias de autovalía que experimenta el individuo, de su tendencia a construir circunstancias que satisfagan dichas contingencias y de la respuesta a los éxitos y fracasos que experimenta los contextos vitales relevantes (Crocker y Wolfe, 2001 citado por Rodríguez y Caño, 2012).

Para Branden (1993), la autodignidad y la autoeficacia, son los pilares duales de la autoestima positiva. La experiencia autodignidad, por una parte, posibilita el sentido de éxito y felicidad, mientras que la autoeficacia genera sentido de control sobre la propia vida. Esto quiere decir, que la autoestima es cuestión de grados y que las personas experimentan niveles altos o bajos, dependiendo de si poseen o no dichos componentes en determinados momentos de la vida.

Ahora bien, se ha reportado que la adolescencia temprana se ha considerado, en particular, un periodo especialmente relevante para la formación de la autoestima, en la cual los individuos se muestran vulnerables a experimentar una disminución en la misma (Rodríguez y Caño, 2012). Los cambios que supone la adolescencia, se sintetizan en la formación y consolidación de un sentido de identidad personal.

En ese proceso de consolidación de la identidad, es común que las actividades de exploración en el ámbito escolar y relacional, se asocien a una autoestima más baja (Zacarés y otros, 2009). Esto es porque los adolescentes, están constantemente en la búsqueda de aceptación de otros y la percepción de terceros, va a ejercer un impacto importante en la valoración de sí mismo. Aunado a ello, los estados

emocionales que pudieran ser frecuentes en los jóvenes, tales como rebeldía y la tendencia a buscar nuevas sensaciones, los hacen más susceptibles al uso de sustancias o herramientas que resultan ser nocivas, y que se emplean con la finalidad de escapar de la realidad.

Una de las inclinaciones más usuales en los últimos años, es el uso de las tecnologías de la información y comunicación o TIC. Para tener una idea del impacto de este fenómeno en la actualidad, a nivel mundial, cifras reveladas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2016) demostraron que las tecnologías de la información y la comunicación han multiplicado su uso durante los últimos 15 años, detallando que 3.200 millones de personas utilizan internet, de los cuales 2.000 millones viven en países en desarrollo. Por su parte, según el portal Statista (2016) en Latinoamérica, Brasil lidera las estadísticas sobre usuarios de internet. Venezuela se posiciona como el quinto país, después de México, Argentina y Colombia, respectivamente. La mayoría de estos usuarios, se conectan con la intención de acceder a sus redes sociales.

Así pues, las redes sociales se fundamentan en la creación de un perfil público a través de un servicio de internet, con la intención de interactuar con otros usuarios (Boyd y Ellison, 2007 citado por Molina y Toledo, 2014). En este sentido, es de especial relevancia la participación generalizada de la población adolescente y juvenil en las redes sociales, la cual ha causado preocupación por conocer el uso y las conductas de esta población.

En una investigación realizada por Ahn, 2012 (citado por Osorio y otros, 2014), se determinó que el uso que le daban los jóvenes a las redes sociales eran: relacionarse con los amigos, mediar en las relaciones románticas, organizar grupos sociales, apoyarse unos a otros y desarrollar sus propias identidades. De hecho, tomando en cuenta las etapas vitales, los adolescentes constituyen un grupo de riesgo porque tienden a buscar sensaciones nuevas y son los que más se conectan a internet, además de estar más familiarizados con las nuevas tecnologías (Sánchez-Carbonell et al., 2008 citado por Echeburúa y Corral, 2010). Efectivamente, las redes sociales se han convertido en una forma de interacción cada vez más utilizada. Sin embargo, se trata de un fenómeno que pudiera desencadenar fácilmente en conductas adictivas, dada la alta disponibilidad de dispositivos para acceder a ellas.

La adicción a las redes sociales, es un conjunto de comportamientos y pensamientos que incluyen el conectarse a internet por un tiempo prolongado que provoca la reducción del tiempo a tareas cotidianas, tales como comer, dormir, estudiar o charlar con la familia y que determinan un alto grado de interferencia en la vida cotidiana (Davis, 2001). Tal y como ocurre en las adicciones a sustancias, las personas adictas a una determinada conducta experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden llevarla a cabo, caracterizado por la presencia de un profundo malestar emocional (Echeburúa y Corral, 2010).

En esencia, se considera que en los casos de adicción, las redes sociales, sustituyen la interacción interpersonal de manera directa. Esto pone de manifiesto que el uso excesivo de éstas, llevan a las personas a aislarse y a desvincularse del

proceso de socialización natural. Este tipo de comunicación influye, no solo en la forma de socialización, sino que va generando en el individuo limitaciones o alteraciones en su persona, especialmente en su autoestima (Pedarotto, Vargas y Valdivia, 2005).

Sin embargo, existen diversos estudios que sugieren que la autoestima es la causante de la adicción, así, Armstrong et al., 2000 (citado por Herrera y colaboradores, 2010) señala que la baja autoestima se relaciona con comportamientos adictivos, especificando que, ella era un buen predictor de dicha adicción, lo que también aumentaba el tiempo que se invertía en línea. Por su lado, otros estudios, destacan que la adicción pudiera ser consecuencia, dado los indicadores de intrapersonales negativos.

No obstante, la relación no es clara, ya que, al igual que la depresión, la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que podría provocar el empleo de Internet como una escapatoria, pero también puede suceder que el uso excesivo de la web lleve a las personas a aislarse y después no tengan la misma capacidad para socializar de manera normal (Herrera y colaboradores, 2010). Por tal razón, es ineludible, la importancia de la evaluación de tales constructos.

Con base en los planteamientos anteriores, la presente investigación, busca responder la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la relación entre la autoestima y la adicción en las redes sociales en adolescentes.

Objetivos Específicos

Describir los niveles de autoestima en adolescentes.

Describir la adicción a las redes sociales en adolescentes.

Establecer la dirección, magnitud y significancia de la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes.

Comparar los niveles de autoestima y de adicción a las redes sociales en adolescentes, según el género y el tipo de institución educativa.

Justificación de la Investigación

Desde el punto de vista contemporáneo, el estudio de la adicción a las redes sociales y cómo estas influyen en la autoestima, es de gran importancia en la actualidad. El acceso a internet y a las redes sociales, es un fenómeno cada vez más común en la población adolescente, quienes son especialmente vulnerables a padecer este tipo de adicciones, dado que se encuentra en un proceso desarrollo de identidad. En este sentido, se trata de una problemática actual que tiene un impacto

en la estabilidad emocional y social, por lo que su estudio, ofrece importantes datos para su entendimiento.

Desde el punto de vista humano y social, los resultados arrojados son de gran utilidad no sólo para la población de estudio, sino también para sus padres, instituciones educativas, la comunidad científica y otros interesados. El fin último no es sólo de comprender el estado de la autoestima, sino también generar herramientas en pos de la prevención de las adicciones comportamentales asociadas al uso de internet.

Desde el punto de vista práctico, es fundamental dirigirse mediante las conclusiones y recomendaciones aportadas, a los profesionales de la psicología en los diferentes ámbitos, tanto a nivel educativo, como clínico y social, para así orientar a los adolescentes, padres y demás involucrados en la búsqueda de soluciones a los problemas que supone la adicción a las redes sociales, fomentando la apreciación positiva a sí mismos. La finalidad a nivel social, es la de mejorar y generar mejor autodignidad y autoeficacia, componentes claves de la autoestima positiva.

Desde el punto de vista metodológico, uno de las contribuciones más importantes, es la de poder servir de antecedente a investigadores posteriores, quienes contarán con referencias sobre la autoestima y la adicción a las redes sociales, en el contexto venezolano. En este punto, es necesario destacar la necesidad de establecer líneas de investigación respecto a las temáticas abordadas en Venezuela.

Delimitación de la Investigación

Esta investigación, se llevó a cabo durante el periodo comprendido entre septiembre de 2016 y septiembre de 2017, tomando como población, adolescentes con edades comprendidas entre 14 y 17 años del Estado Zulia. El soporte teórico, se basó en las teorías de Rosenberg (1965) respecto a la autoestima y de Davis (2001) respecto a la adicción a las redes sociales.

DERECHOS RESERVADOS

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Una primera investigación es la de Salcedo (2016), dicha autora elaboró una investigación que se planteó como objetivo, medir la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima, mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional. Para ello se evaluó a 346 alumnos, de ambos sexos, 112 varones y 234 mujeres entre los 16 y 25 años de edad ($M = 19.28$, $DE = 19$), de una universidad particular de Lima, a quienes se les administró la Escala de Autoestima propuesta por Stanley Coopersmith (1967) y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Escurra y Salas (2014).

Los resultados indican una relación negativa entre las variables adicción a redes sociales y autoestima así como con sus componentes, es decir, a mayor adicción menor autoestima y viceversa. Además, se observaron diferencias significativas en los puntajes obtenidos a favor de las mujeres, tanto en las dimensiones de la variable adicción a redes sociales como en las dimensiones de la variable autoestima. Se recomendó el diseño de estrategias preventivas de abordaje.

Huaytalla, Rodríguez y Jaimes (2016) determinaron la relación entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol en estudiantes de 4to y 5to año del nivel secundario de una institución educativa pública de Lima Metropolitana. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 135 estudiantes con edades entre 14 y 16 años. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales – CARS (Vilca y Gonzales, 2013), el Cuestionario de Autoestima de Coopersmith (1967) y el Cuestionario de Autocontrol Infantil y Adolescente – CACIA, adaptación peruana por Rodríguez (2009).

Se encontró que existe relación significativa inversa entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol, es decir a menor autoestima y autocontrol mayor será el riesgo de adicción a redes sociales. Las conclusiones señalaron que a medida que los estudiantes muestren inseguridad, aislamiento, poco dominio propio sobre sus conductas, mayor será el riesgo de adicción a las redes sociales.

También Harfuch y otros (2016) buscaron la relación entre la adicción a Facebook, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. Fue un diseño no experimental, de tipo transversal. Participaron 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana, de los cuales 60.3% eran mujeres y 39.7% hombres, y el mayor porcentaje de edad fue 22 años. Los instrumentos para la recolección de datos fueron: un cuestionario para medir las variables sociodemográficas, el

cuestionario de Adicción a Facebook para Jóvenes, elaborado por los autores del estudio, el Cuestionario de Evaluación de la Autoestima para Alumnos de Enseñanza Secundaria (García, 1998), el Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en la Adolescencia (Cándido, et al., 2000), la Escala de Depresión Geriátrica (Yesavage, 1986), los Criterios de Diagnóstico de Adicción a Internet (Young, 1998; citado en Navarro, 2007), y el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (Fargues y cols., 2009).

DERECHOS RESERVADOS

Respecto de los resultados, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los adictos y los no adictos a Facebook, lo que permitió ver que existía una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. A partir de ese descubrimiento, se dedujo que los adictos a Facebook son más propensos a la depresión, a tener menos habilidades sociales y a mostrar una autoestima más baja.

Sahagún, Martínez, Delgado y Salamanca (2015), a través de un estudio, se plantearon como objetivo conocer la relación entre la adicción a redes sociales y problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años. Se trató de un estudio epidemiológico de asociación del tipo transversal descriptivo, el cual incluyó 102 adolescentes entre 15 a 19 años de edad que acudieron a la Unidad de Medicina Familiar 171 del Instituto Mexicano del Seguro Social. Se aplicó la Escala de Adicción a Internet de Lima (Lam et al., 2001), se formaron dos grupos, con adicción y sin adicción, para valorar su autoestima se aplicó el Test de Rosenberg (1965). La adicción a Internet correspondió el 66.7% de la muestra y sin adicción el 33.3%, la

autoestima normal fue reportada por el 37.3% y el 62.7% para problemas de autoestima. No existió asociación entre problemas de autoestima con adicción a redes sociales.

García (2015) analizó la existencia de adicción a las redes sociales y si dicha adicción está relacionada con la baja autoestima y comunicación familiar en jóvenes universitarios de la Comunidad de Madrid. Fue una investigación retrospectiva y transversal. La muestra estuvo compuesta por 200 jóvenes de entre 19 y 24 años. Se utilizó una adaptación del cuestionario MULTICAGE CAD-4 (Pedrero et al, 2007), la Escala de Autoestima de Rosenberg adaptación española (Echeburúa, 1995) y el cuestionario de Patrones de Comunicación Familiar-R (Koerner y Fitzpatrick, 2002).

Los resultados pudieron resumirse en los siguientes puntos: 1) El 53% de la muestra no dio indicios en existencia de adicción, distribuyéndose el resto de la población entre las categorías restantes y disminuyendo ésta según se acerca a una adicción de tipo segura con un 8% de la población estudiada; 2) No hubo relación entre la condición de adicción a las Redes Sociales y las variables baja autoestima y comunicación familiar. Finalmente, se sugirió la necesidad de profundizar en el estudio de que un uso adecuado de las Redes sociales favorezca la autoestima, en el control parental, así como en la formación y alfabetización mediática de los padres y profesores.

Jiménez y Pantoja (2007), realizaron una investigación titulada “Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet”. A través de la aplicación de una entrevista semiestructurada, la Escala de Autoestima de Coopersmith (1967),

adaptación venezolana (Forma C) y el Psicodiagnóstico de Rorschach evaluado a través del Sistema Comprensivo de Exner, en una muestra de 40 sujetos estudiantes universitarios del Área Metropolitana de Caracas, seleccionados mediante el cuestionario elaborado por Young (1999) traducido por Menéndez (2000), diferenciados como adictos y no adictos.

Se encontraron diferencias entre ambos grupos, destacando en los adictos, bajos niveles de autoestima y relaciones interpersonales inestables, superficiales y poco duraderas. Los sujetos adictos presentan niveles más bajos de autoestima asociados a conductas de aislamiento y sensaciones de frustración, depresión y vacío interno. Los sujetos no adictos de esta investigación presentan niveles más altos de autoestima, mostrándose adaptados al medio, capaces de valorar sus características en forma positiva y negativa, tomar decisiones asertivamente y mantener relaciones interpersonales estables. Existen ciertas diferencias entre los grupos familiares, lo que parece ser un factor determinante dentro de la estructuración de la visión de sí mismo, la autovaloración, la capacidad de relacionarse con las demás personas y, a la larga, con la aparición de la adicción a Internet.

Al hacer un análisis sobre los antecedentes de investigación, puede observarse que la mayoría de ellos concuerda en que la adicción a internet o a las redes sociales, suele asociarse con un decremento en la autoestima. Además, la adicción, está acompañada de otros factores como: bajo autocontrol, depresión, escasas habilidades sociales y relaciones familiares.

Bases Teóricas

Autoestima

Para uno de los autores pioneros en el estudio de la autoestima, ésta es el sentido estable de la valoración personal, es decir, una apreciación positiva o negativa hacia sí mismos, que se apoya en una base afectiva y una cognitiva, puesto que el individuo se siente de una forma determinada a partir de lo que piensa de sí mismo (Rosenberg, 1965). Para el autor, la autoestima se entiende como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales. La misma se crea en un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias con base en las percepciones del yo ideal y del yo real; términos derivados de componentes relacionados con el desempeño de roles dentro de los grupos: evaluaciones, comparaciones sociales y auto-atribuciones.

En función de estas aseveraciones, el mismo autor explica este proceso: primero, hay un nivel de autoestima de las personas que se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales; segundo, estos valores fundamentales serán desarrollados a través del proceso de socialización y tercero; en la medida que la distancia entre el sí mismo ideal y el sí mismo real es pequeña, la autoestima es mayor. Por el contrario, cuando mayor es la distancia, menor será la autoestima, aun cuando la persona sea vista positivamente por otros.

Adicionalmente, Rosenberg (1965) establece que la autoestima, consiste básicamente, en una tendencia direccional que oscila entre un nivel alto y un nivel

bajo. Si la persona se juzga en términos positivos con aceptación y condescendencia, tendrá una autoestima positiva, pero si se autoevalúa y otorga escasa o nula importancia a los propios caracteres, entonces carecerá de unos pilares básicos para la supervivencia psíquica, al faltar el mínimo de seguridad, estima y respeto por sí, que es necesario. Así, una alta autoestima es aquella donde el sujeto se define como bueno y se acepta plenamente; una moderada autoestima es aquella donde el sujeto no se considera superior a otros ni tampoco se acepta a sí mismo plenamente y; una baja autoestima es aquella donde el sujeto se considera inferior a los demás y hay desprecio hacia sí mismo.

Para Branden (1993) la autoestima es “la experiencia de ser aptos para la vida y para sus requerimientos” (p. 33). Esta definición apunta a la confianza en la capacidad de pensar y de afrontar los desafíos de la vida y, la confianza en el derecho de ser felices, lo que involucra sentimientos de dignidad, de merecimiento y derecho a afirmar las necesidades y gozar del fruto de los esfuerzos.

De manera concreta, la definición que esta autora hace es “predisposición a experimentar competencias para afrontar los desafíos de la vida como merecedora de felicidad” (p. 41). Por tanto, señala esta variable como una necesidad importante del ser humano, ya que es básica y efectúa una contribución esencial al proceso de la vida, es indispensable para el desarrollo normal y sano y tiene valor de supervivencia.

Otro autor destacado en las investigaciones de autoestima es Coopersmith (1967), quien la define como la evaluación que el individuo mantiene en referencia a

sí mismo y expresa una actitud de aprobación o desaprobación, misma que indica la medida en la que el individuo se cree capaz, significativo, con éxito y meritorio. Las definiciones de este autor guarda relación con las propuestas por Rosenber (1965), sin embargo, el primero hace una clasificación de los contextos donde se desarrolla.

Más tarde, autores de contexto nacional como Yagosesky (1998) definen la autoestima como el resultado del proceso de valoración profunda, externa y personal que cada quien hace de sí mismo en todo momento, esté o no consciente de ello. Este resultado es observable, se relaciona con nuestros sentidos de valía, capacidad y merecimiento, y es a la vez causa de todos nuestros comportamientos.

Desde la perspectiva adoptada por Rosenberg (1965) la autoestima se entiende como un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una evaluación de las propias características, por lo que es evaluada de manera unidimensional donde los autovalores surgen de la interacción de procesos culturales, sociales, familiares y otros interpersonales. Por tal razón, la presente investigación se apoyó en su soporte teórico, dado que es importante medir el constructo de manera global, es decir, cómo el individuo percibe su persona con respecto al mundo sin un criterio establecido, como el que supone el contexto escolar, familiar, físico o social abordado por otros autores.

Pilares de la Autoestima

De acuerdo con Branden (1993), la autoestima posee dos aspectos interrelacionados: a) un sentido de eficacia personal o autoeficacia y; b) un sentido de mérito personal o autodignidad:

1. Autoeficacia: involucra la confianza en el funcionamiento de la mente, es decir, en la capacidad de pensar, en los procesos por los cuales se juzga, elige y decide, en la capacidad de comprender los hechos de la realidad que entran en la esfera de los intereses y necesidades personales y finalmente, confianza cognoscitiva en sí mismo. De manera específica la autoeficacia genera sentido de control sobre la propia vida y se asocia con el bienestar psicológico y con la sensación de estar en el centro vital de la propia existencia.
2. Autodignidad: involucra seguridad en el valor personal, actitud afirmativa hacia el derecho de vivir y ser feliz, comodidad al expresar pensamientos, deseos y necesidades y finalmente, sentimientos de alegría como derecho fundamental de la vida. Particularmente la autodignidad, posibilita un sentido benevolente de comunidad con otros individuos, la fraternidad de la independencia y de la consideración mutua.

Siguiendo a Walsh y Vaughan, 1999 (citado por Steiner, 2005) las bases de la autoestima son cuatro y conforman los elementos fundamentales sobre las cuales surge y se apoya el desarrollo:

1. Vinculación: resultado de la satisfacción que se obtiene al establecer vínculos que son importantes para sí mismo y que los demás también reconocen como importantes.
2. Singularidad: resultado del conocimiento y respeto que se siente por aquellas cualidades o atributos que le hacen especial o diferente, apoyado por el respeto y la aprobación que recibe de los demás por esas cualidades.
3. Poder: consecuencia de la disponibilidad de medios, de oportunidades y de capacidad para modificar las circunstancias de la vida de manera significativa.
4. Modelos o pautas: puntos de referencia que dotan al sujeto de los ejemplos adecuados, humanos, filosóficos y prácticos, que le sirven para establecer su escala de valores, sus objetivos, ideales y modales propios.

Otro de los autores que ha establecido pilares para el desarrollo de una autoestima sana, ha sido Voli, 1998 (citado por Sebastián, 2012). Para él, existen cinco, los cuales se describen a continuación:

1. Seguridad: sustenta que el sentido de seguridad es el presupuesto básico de autoestima. Sólo la persona segura de sí misma y de sus posibilidades se atreve a actuar de manera confiada, tiene una suficiente seguridad que es al mismo tiempo, un factor de motivación dentro de la labor personal de cada uno.
2. Identidad: se refiere a la definición de sí mismo que hace la persona y que le permite reconocerse y ser reconocido en una relación de identificación y de diferenciación.

3. Integración: hace referencia al sentido de pertenencia. Sentir que se forma parte de un grupo familiar, de amigos, de trabajo, de diversión, de estudio, etc., y que se aporta algo al mismo.
4. Finalidad o motivación: para el autor, las personas actúan, en general, basándose en unas motivaciones que hacen que los comportamientos parezcan oportunos, necesarios o inevitables.
5. Competencia: sugiere que el sentirse competente, forma parte de la conciencia de la propia valía e importancia, y el llegar a aumentar esta competencia de forma continua es una decisión de cada uno en función de la propia autoestima.

Al integrar las diferentes bases de la autoestima, puede corroborarse que, de hecho, son necesarios dos factores: a) la confianza en sí mismo y las metas/capacidades trazadas y; b) la importancia de terceros en la composición de una alta valía personal. Esto, tal y como lo sustenta Rosenberg (1965) en su teoría, al afirmar que la comunicación humana depende de ver las cosas desde la perspectiva de otras personas. Esto quiere decir que en el proceso de tomar el papel de la otra persona, el sujeto se da cuenta de que es objeto de los demás, lo cual deriva en la atención, la percepción y evaluación. Así, el sujeto se ve a sí mismo a través de los ojos de los demás y se conforman los pilares de la autoestima.

Funciones de la Autoestima

Harter, 1999 (citado por Muñoz, 2011) hace importantes contribuciones al estudio de la autoestima y agrega las funciones aplicadas al establecimiento de

adecuados niveles de autoestima. Este autor, las resume en tres y tienen que ver tanto con las contribuciones a nivel social como con las contribuciones a nivel personal:

1. Función organizacional: permite mantener una visión coherente de sí mismo a lo largo de la vida y dar significado a las experiencias vitales. También permite establecer vínculos sociales y ayuda a la autorregulación y al comportamiento social, entregando información relevante para el sí mismo.
2. Función motivacional: energiza al individuo a lograr ciertas metas, provee de planes e incentivos e identifica estándares que permiten el crecimiento o desarrollo del self.
3. Función protectora: mantiene una visión favorable de uno mismo enfocada en maximizar el placer y minimizar el dolor.

Ahora bien, Rosenberg (1965) aunque no lo cataloga como función, menciona a la autoestima como una necesidad humana básica, lo que se podría asociar a la finalidad última de esta. Respecto a este supuesto se infiere la connotación de que una alta autoestima equivale al individuo sano, feliz, mientras que la baja autoestima equivale a la persona insatisfecha y desconcertada. El autor añade que la autoestima no tiene en cuenta la variación cultural local en la comprensión de sí mismo, de ahí deviene su funcionalidad en la adaptación y necesidad básica.

Por otro lado, es importante aclarar que la autoestima en su formación y consolidación, sí va a depender de la etapa vital en la que se encuentre el ser humano. Tanto en la infancia, como en la adolescencia y la adultez va a tener

variaciones de acuerdo a las necesidades de cada edad. En este sentido, es relevante para la concepción y desarrollo de esta investigación, dilucidar los aspectos relacionados a la adolescencia.

Autoestima en la Adolescencia

Mejía et al. (2011) argumenta que la función principal en el desarrollo adolescente, es la consolidación de la identidad. La razón es que con los cambios físicos y psicológicos de la pubertad, el adolescente entra en un periodo de aumento del conflicto psicológico interno, cuya consecuencia será un sentido de continuidad y estabilidad de uno mismo a lo largo del tiempo y cuando esto no se alcanza, vivencia una disfunción de la identidad.

Por tanto, según estos estudiosos, es vital durante esta etapa, el fijar los propios gustos, intereses, valores y principios en el modo de crecer y el delimitar su sí mismo del de sus padres y familia. Por tanto, requiere hacerse de una identidad o bien saberse distinto a los demás y se encuentra en una lucha por ser autónomo sin renunciar totalmente a la dependencia de sus padres, quiere ser escuchado y comprendido, defender sus valores y elegir una carrera. De manera general, busca modelos e ideales en los que pueda confiar y respetar, que le sirvan de referencia para su desarrollo personal y encontrar respuesta a sus dudas.

En tal sentido, la autoestima influye en el adolescente, en sus sentimientos, pensamiento, aprendizaje y creatividad, en sus valores comportamiento y relaciones con su familia y la sociedad, en cómo se considera a sí mismo en todos los

pensamientos, sentimiento y actos. La autoestima se va moldeando así día a día y está relacionado con su capacidad para aprender. Un adolescente con una sana autoestima actuará independientemente afrontara nuevos retos, con entusiasmo, asumirá responsabilidades, estará orgulloso de sus logros demostrara amplitud de emociones y sentimientos, tolerara bien la frustración y se sentirá capaz de influir en otros. Contrariamente, el adolescente sin autoestima, desmecerá su talento, se sentirá impotente, se dejara influir, tendrá pobreza de emociones y sentimientos, eludirá situaciones de responsabilidad, se frustrará y echará la culpa a otros de sus debilidades (Mejía et al., 2011).

Asociado esto con los planteamientos de Rosenberg (1965), es esencial la vivencia de una alta autoestima, especialmente a esta edad, dado que favorece el desarrollo de patrones y define el establecimiento de comparaciones entre los individuos para la consecuente comprensión de quien se es como persona de acuerdo a los resultados de sus actuaciones.

Continuando con la comprensión de las variables de estudio, se procede a describir los tópicos asociados a la adicción a las redes sociales, sus definiciones, caracterizaciones, componentes y consecuencias. En este caso, se tomarán los aportes de Davis (2001) como autor principal, al ser uno de los pioneros en el estudio de esta problemática.

Redes Sociales

Siguiendo a Fernández (2013), las redes sociales son una organización formada por un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes. De manera concreta argumenta que las redes sociales en internet, son esquemas que permiten a los individuos atender un punto de interés común para compartir contenidos en diversos formatos de comunicación y establecer relaciones interpersonales. Su peculiaridad es la posibilidad de comunicación por medio de la red de redes.

Galindo (2010) de forma específica y sencilla las define como “una plataforma electrónica que conecta un software que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpelen, y en ciertos momentos interactúen” (p.03). Este autor se refiere además a este término como sistemas de información que se modulan para percibir, gustar, actuar, en cierta manera, por grupos, por colectividades. Así, los jóvenes que integran en su mayoría las redes sociales se parecen en ciertos rasgos, según los sistemas de información de los que forman parte.

De su lado, Pazmiño (2010), menciona que el uso que proporcionan en general las redes sociales en internet son: a) actualización automática de la libreta de direcciones; b) perfiles visibles y; c) capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea. Esta autora realizó un estudio y determinó que el impacto de las redes sociales es profundo en el

trabajo, el ocio y el conocimiento a nivel mundial, donde el efecto más negativo que puede tener una red social es la pérdida de tiempo y el efecto más positivo es que funcionan como herramientas con las cuales podemos aprender de temas de actualidad, científicos, y desarrollar talentos.

Gonzales, Merino y Cano, 2009 (citado por Cuyún, 2013) indican que las redes sociales son un fenómeno de expansión que las personas hoy en día utilizan con más frecuencia. También es comprendida como una comunidad virtual en la cual un conjunto de individuos se implican por un interés en común mediante herramientas virtuales, en este caso es el internet, el cual les abre acceso a estos sitios y cuyo fin es interactuar de forma continua, al seguir reglas y normas preestablecidas de antemano.

Aunado a lo anterior, según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI) de España, en 2011 refirió que las herramientas más empleadas en las redes sociales directas por los usuarios son: a) aplicaciones para subir fotos que permiten la creación de álbumes de fotografía y la realización de comentarios sobre las fotos que se insertan en los mismos; b) mensajería privada/pública que permite interactuar y facilita la comunicación dentro de la red social con otros contactos; c) perfil, que se trata de la página personal que posee cada usuario de una red social directa de perfil que contiene información del propio usuario y la relación de contactos del mismo y; d) juegos online, fan de marcas y concursos, enfocadas al ámbito comercial y de gran utilidad para la publicidad.

Actualmente, las redes sociales más importantes son aquellas registradas bajo los nombres de Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, WhatsApp, Snapchat, Pericope, entre otros. Estas van a variar de acuerdo a cada país y su función principal, está asociada al entretenimiento y la información. Sin embargo, como bien se argumentaba con anterioridad, han surgido aspectos negativos ligados a su uso; más recientemente se ha prestado especial interés en las conductas desadaptativas derivadas de las redes sociales, esto es: la adicción.

Adicción a las Redes Sociales

Conjunto de comportamientos y pensamientos que incluyen el conectarse a internet por un tiempo prolongado que provoca la reducción del tiempo a tareas cotidianas, tales como comer, dormir, estudiar o charlar con la familia y que determinan un alto grado de interferencia en la vida cotidiana (Davis, 2001). Para este autor, la adicción a las redes sociales, comprendería el uso patológico del internet en su modo específico.

Para el autor Fernández (2013), la adicción a las redes sociales supone que el individuo es dominado en sus pensamientos, sentimientos y conducta por su uso, donde: a) invierte grandes cantidades de tiempo y esfuerzo en la actividad e incremento de ésta; b) altera sus estados emocionales (ansiedad, enojo) como consecuencia de implicarse en la actividad (modificación del humor); c) se perturba cuando es interrumpido en la actividad o se le reduce el acceso (abstinencia); d) comienza a enfrentar problemas con las personas que le rodean o consigo mismo, su motivo de la persistencia de la actividad o deja de atender las responsabilidades

asumidas o impuestas en el trabajo, la escuela o el hogar (conflicto); e) reanuda la actividad de manera persistente una vez que, aparentemente, la ha dejado o la ha reducido (recaída) y; f) niega tener consecuencias por la actividad y se jacta de poderla abandonar en cualquier momento (y no lo demuestra o efectúa).

Dicho en otros términos, Echeburúa y Corral (2010), señalan que lo que distingue a una adicción, es la pérdida de control y la dependencia, es decir, todas las conductas adictivas están controladas inicialmente por reforzadores positivos y el alivio de la tensión emocional. Por tanto, una persona normal puede hablar por el móvil o conectarse a Internet por la utilidad o el placer de la conducta en sí misma, no obstante, una persona adicta, por el contrario, lo hace buscando el alivio o reparación del malestar emocional.

Efectivamente, Davis (2001) sostiene que el uso de internet y las redes sociales se da para un propósito expresado en una cantidad razonable de tiempo sin molestias cognitiva o conductual. En otras palabras, los usuarios de internet pueden separar la comunicación sana por las redes sociales de la comunicación de la vida real, es decir, emplean la internet como una herramienta útil en lugar de una fuente de identidad, tal y como ocurre en la adicción, pues no hay ningún límite de tiempo específico, ni ningún punto de referencia del comportamiento. Todas estas caracterizaciones, dan origen a una serie de síntomas o manifestaciones.

Síntomas de la Adicción a las Redes Sociales

Siguiendo a Davis (2001), las manifestaciones de este tipo de adicciones según el modelo cognitivo-conductual, hacen énfasis en los síntomas cognitivos. Cognitivamente incluirían pensamientos obsesivos sobre Internet, disminución del control de los impulsos, incapacidad para cesar el uso de Internet y sensación de que el Internet es el único amigo del individuo. En tal sentido, la persona percibe que el Internet y las redes sociales, son el único lugar donde se sienten bien consigo mismos y el mundo que les rodea.

Adicionalmente, el autor incluyen: pensamientos constantes sobre el Internet, mientras no se encuentra conectado y gasto de grandes cantidades de dinero en tiempo de Internet. Explica que un individuo con adicción a las redes sociales, pasa menos tiempo haciendo otras actividades placenteras que hacía antes de su adicción, es decir, lo que solía ser divertido para ellos ya no es agradable. Otras manifestaciones surgen cuando la persona finalmente se aísla de los amigos, a favor de sus amigos en línea. Este comportamiento problemático mantiene el círculo vicioso, en el que el individuo se convierte en socialmente aislado.

Finalmente, los individuos tienen un sentimiento de culpa acerca de su uso en línea. A menudo se encuentran con sus amigos y deciden mantener en secreto el tiempo que le dedican al uso del internet y las redes sociales. Este comportamiento, da a entender que tienen conocimiento sobre lo patológico de sus actos o bien, saben que no es del todo aceptable socialmente. Esto resulta en una disminución de la autoestima (Davis, 2001).

Por otro lado, Escurra y Salas (2014), basados en la caracterización de las adicciones propuesta por la Asociación Americana de Psiquiatría (APA), consideran que la adicción a las redes sociales, está conformada por tres síntomas principales: obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales.

Obsesión por las Redes Sociales

Esta dimensión correspondería al aspecto cognitivo en relación a las redes sociales, como por ejemplo, pensar constantemente y fantasear con las redes sociales (Escurra y Salas, 2014). Se trata pues, de un estilo cognitivo reflexivo, donde las personas tienden a rumiar, lo que implica estar constantemente pensando en los problemas asociados con el uso de Internet, en lugar de ser capaz de distraerse por otros acontecimientos de su vida. La rumiación incluye respuestas tales como tratar de averiguar constantemente por qué se le da uso excesivo al Internet, leer sobre las redes sociales y hablar a los amigos sobre ellas (Davis, 2001).

Falta de Control Personal en el Uso de las Redes Sociales

Hace referencia a 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 (Escurra y Salas, 2014). Estas personas, manejan dificultades para reflexionar, meditar tranquilamente y reflexionar en relación a los planes y expectativas que se manejan a futuro, es decir, existe una necesidad urgente de llegar a un lugar donde exista una máquina o teléfono y si se cuenta con un teléfono con acceso a estos

sitios, la insistencia de revisar las redes incluso cuando se está en eventos, reuniones o actividades familiares o escolares es alta (Cuyún, 2013).

Uso Excesivo de las Redes Sociales

Son 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 (Escorra y Salas, 2014). En sí, implica gasto de cantidades anormales de tiempo en Internet, ya sea perder el tiempo con ningún propósito o el gasto de grandes cantidades de tiempo en conductas como chatear; estos individuos pueden revisar su correo electrónico varias veces al día y / o pasar gran parte del día publicando. Un punto importante lo juega un papel del desperdicio del tiempo, ya que también, generalmente el adicto utiliza Internet para poner fuera de sus responsabilidades, lo que resulta en problemas significativos en el funcionamiento diario (Davis, 2001).

Considerando dichos planteamientos, es necesario admitir que la adicción a las redes sociales, es un fenómeno que bien puede compararse con la adicción a otro tipo de sustancias, dado que se cumplen los criterios básicos para afirmarlo. Quedaría por reconocer si las causas y consecuencias de dicha adicción, guardan relación o no con las reportadas por sujetos drogodependientes.

Causas y Consecuencias de la Adicción a las Redes Sociales

Desde la Perspectiva de Davis (2001), las principales causas que contribuyen a la aproximación del usuario al internet y redes sociales de manera adictiva, incluyen:

1. Cogniciones desadaptativas.
2. Baja autoeficacia y valoración personal donde el individuo tiene una visión negativa de sí mismo y utiliza el Internet para lograr respuestas más positivas de los demás de una manera no amenazante.
3. Distorsiones cognitivas sobre el mundo que implican eventos específicos generalizadoras a las tendencias globales.

Otros factores de riesgo que dan origen a la adicción según Echeburúa y Corral (2010), son:

1. Disponibilidad ambiental de las nuevas tecnologías.
2. Ciertas características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica a las adicciones: la impulsividad, la disforia, la intolerancia a los estímulos displacenteros, tanto físicos como psíquicos y la búsqueda exagerada de emociones fuertes.
3. Timidez.
4. Estrés.
5. Baja autoestima, que puede ser tanto causa como consecuencia.

Entre las consecuencias encontradas, Fernández (2013) hace una revisión bastante completa y destaca aquellas que abarcan la esfera social y afectiva del adicto a las redes sociales, entre las que se encuentran:

1. Aislarse de las relaciones sociales presenciales, sustituyendo este tipo de relación por las de las redes sociales.

2. Bajar el rendimiento escolar y la sensación de autoestima.
3. Descuido de responsabilidades o actividades consideradas como importantes en el entorno laboral, escolar, familiar o de pareja.
4. Manifestar euforia cuando se está participando de las actividades de las redes sociales.
5. Manifestar irritación o ansiedad excesiva cuando no hay conexión a Internet y, por consecuencia, a las redes sociales.
6. Mentir sobre el tiempo que se está conectado o sobre lo que se está haciendo en las redes sociales.
7. Pensar y hablar persistentemente de los temas y circunstancias que suceden en la red, entre los conocidos; aunque no se esté conectado a ella en ese momento.
8. Pérdida de la noción del tiempo o del espacio debido a la permanencia frecuente o constante en las redes sociales.
9. Privación del sueño por estar conectado.
10. Protagonizar discusiones en relación con el uso de las redes sociales con las personas que rodean al usuario, como los compañeros de trabajo, escuela o familiares.

Con base en las causas y consecuencias reportadas por los autores consultados, puede concluirse que la adicción a las redes sociales es un tema complejo, envuelto en una trama tanto ambiental como personal que favorecen o predisponen su aparición. Resultan alarmantes, concretamente, las consecuencias

que pueden llevar al sujeto a un punto de aislamiento total. Un punto importante de discusión es la baja autoestima, que aparece entre las causas y también entre las consecuencias, lo que apunta al hecho de que es una variable clave para el entendimiento de esta problemática.

Sistema de Hipótesis

Existe una correlación negativa y significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes, donde a mayor autoestima, menor adicción a las redes sociales.

Cuadro No. 1
Mapa de Variables

Variable 1	Dimensiones	Ítems
Autoestima	Unidimensional	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10

Fuente: Rosenberg (1965).

Variable 2	Dimensiones	Ítems
Adicción a las Redes Sociales	Obsesión por las redes sociales	2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22 y 23
	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	4, 11, 12, 14, 20 y 24
	Uso excesivo de las redes sociales	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18 y 21

Fuente: Ecurra y Salas (2014).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo y Nivel de Investigación

El tipo de investigación, fue descriptiva, ya que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o los procesos de los fenómenos. Estos estudios, trabajan sobre realidades de hecho y su característica fundamental, es la de presentar una interpretación correcta (Tamayo y Tamayo, 2003). Asimismo, se trató de una investigación de nivel correlacional, definida por el mismo autor como aquella donde se persigue determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores, son concomitantes con la variación en uno o varios factores, es decir, permite relacionar variables simultáneamente en situaciones naturales. Aplicado a la presente investigación, lo que se trató fue de medir la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales para ofrecer una descripción e interpretación de ello.

Por otro lado, se trató de un modelo de campo, que es cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual se denominan datos primarios (Tamayo y Tamayo, 2003). Sustenta el autor que, el valor de esta modelo, radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas. En tal sentido,

la información de la presente investigación, fue tomada directamente de las escuelas donde asisten los adolescentes.

Diseño de Investigación

Dadas las características de la investigación, se trató de un diseño no experimental, es decir, de una estrategia donde las investigadoras no tuvieron la posibilidad de manipular las variables de estudio ni a los sujetos de investigación. En este tipo de diseños, sólo se observan los fenómenos en el ambiente natural para reportar cómo se comportan las variables, en este caso, la autoestima y la adicción a las redes sociales (Hernández et al., 2006).

Específicamente se trató de un diseño transeccional correlacional, que es aquel donde a criterio de los autores se “describen relaciones entre dos o más categorías, concepto o variables en un momento determinado, en términos correlacionales”. (p.213). Es decir, describen relaciones en un grupo y suelen describir primero las variables incluidas en la investigación, que en este caso, son autoestima y adicción a las redes sociales, para luego establecer las relaciones entre estas, por tanto, en primer lugar son descriptivos de variables individuales, pero luego van más allá y establecen relaciones.

X1 ← → Y1

DONDE:

O = Observación única

X1 = Autoestima

Y1 = Adicción a las redes sociales

<> = Relación entre autoestima y adicción a las redes sociales

En relación a las fuentes invalidez, se encuentran las internas tales como la administración de pruebas que se refiere al efecto que puede tener la aplicación de una prueba sobre las puntuaciones de pruebas subsecuentes, es decir, cuando se aplican dos o más instrumentos, podría ocurrir que el sujeto se desensibilice y responda de manera socialmente aceptable. Otra fuente, es el investigador, que puede introducir variaciones que generan un impacto en los resultados de las pruebas cuando, por ejemplo, ofrece instrucciones diferentes de un sujeto a otro (Hernández et al., 2006).

Sujetos de Investigación

Población

La población es el conjunto de elementos definido por determinadas características (Hernández et al., 2006). En el caso particular de la presente investigación, se consideró como población a adolescentes con edades entre 14 y 16 años, de ambos géneros y escolarizados en liceos públicos y privados de distintos Municipios del Estado Zulia.

Muestreo

Se trató de un muestreo no probabilístico, que es aquel donde se eligen a los sujetos que cumplan con ciertas características de investigación, por lo que, dicha escogencia no depende de la probabilidad. Específicamente se trató de un muestreo accidental que, desde lo señalado por Hernández et al. (2006) supone elegir la

muestra tomando a aquellos sujetos que estén a la mano o disponibles para su participación en la investigación.

Muestra

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión para poder ser representativa de la misma (Hernández et al., 2006). El subconjunto de la población de esta investigación, quedó formado por 121 adolescentes de los Liceos José Isidro Silva del Municipio Santa Rita y Colegio Altamira del Municipio Maracaibo.

Cuadro No. 2
Distribución de la Muestra

Escuela	Sexo	Masculino	Femenino
Pública		28	32
Privada		35	26
TOTAL		63	58

Definición Operacional de las Variables

La variable autoestima se define operacionalmente mediante las puntuaciones obtenidas en la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) que mide la variable unidimensionalmente y la ubica en tres posibles niveles: baja, media y elevada.

La variable adicción a las redes sociales se define operacionalmente mediante las puntuaciones obtenidas en el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales -

ARS (Escurra y Salas, 2014) que mide la variable a través de las dimensiones obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales, ubicándola en tres posibles niveles: baja, media y alta.

Técnica de Recolección de Datos

Descripción de los Instrumentos

Para medir la autoestima, se utilizó la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), la cual permite explorar la autoestima personal entendida como los sentimientos de valía personal y de respeto a sí mismo. Ésta es una escala tipo likert con cuatro opciones de respuesta (1= muy de acuerdo; 2= de acuerdo; 3= en desacuerdo; 4= muy en desacuerdo).

Consta de 10 ítems, que corresponden a frases de las cuales, cinco están enunciadas de forma positiva y cinco de forma negativa, para controlar el efecto de la aquiescencia y la tendencia a responder afirmativamente. Su forma de aplicación es autoadministrada y puede ser contestada por sujetos a partir de la adolescencia. El puntaje global se obtiene sumando la puntuación directa de los ítems 1, 2, 4, 6 y 7 y la puntuación invertida de los ítems 3, 5, 8, 9 y 10. La puntuación final oscila entre 10 y 40. Las puntuaciones mayores son indicadoras de una autoestima más alta (Ver Cuadro No. 3).

Cuadro No. 3

Baremo de Interpretación Escala de Autoestima

Puntaje	Interpretación
30 – 40	Autoestima Elevada
26 – 29	Autoestima Media
< 25	Autoestima Baja

Fuente: Rosenberg (1965).

Por otro lado, para medir la adicción a las redes sociales, se utilizó el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales - ARS (Escurrea y Salas, 2014), el cual fue construido por los autores, a partir de los criterios diagnósticos del DSM-IV-TR (American Psychiatric Association - APA, 2008) para las adicciones. Se trata de una escala tipo likert con cinco opciones de respuesta (0= nunca; 1= rara vez; 2= algunas veces; 3=casi siempre; 4=siempre).

Consta de 24 ítems redactados en forma de afirmación que miden tres factores o dimensiones: obsesión por las redes sociales (ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22 y 23), falta de control personal en el uso de las redes sociales (ítems 4, 11, 12, 14, 20 y 24) y uso excesivo de las redes sociales (ítems 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18 y 21). Está dirigido a sujetos a partir de la adolescencia y es de carácter autoadministrado. Para su corrección, se suman las puntuaciones directas donde, a mayor puntaje, mayor adicción. Para efectos de la presente investigación, fueron tomados en cuenta las siguientes interpretaciones.

Cuadro No. 4.**Baremo de Interpretación Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales**

Factor	Puntuación		
	Alta	Media	Baja
Obsesión por las redes sociales	26,8 - 40	13,4 – 26,7	0 – 13,3
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	17,0 – 24,0	9,0 – 16,9	0 – 8,9
Uso excesivo de las redes sociales	21,4 - 32	10,7 – 21,3	0- 10,6
Adicción a las Redes Sociales	66, 0 -96, 0	33, 0 – 65, 0	0 – 32, 0

Propiedades Psicométricas

Respecto a la Escala de Rosenberg, se realizó un análisis factorial de componentes principales para determinar la validez de constructo del instrumento, observándose que los ítems de la escala se agrupan en dos factores, explicando el 51,718% de la varianza total. La varianza explicada por cada factor luego de la rotación fue de 27,476% en el primer componente y de 24,242% en el segundo. Es decir, las afirmaciones 1, 2, 4, 6, 7 se agrupan en el primer componente, mientras que las afirmaciones 3, 5, 8, 9 y 10 se agrupan en el segundo componente. Esta configuración concuerda con la direccionalidad de las afirmaciones, donde el componente uno tiene un sentido positivo respecto de la autoestima de la persona y el componente dos corresponde a las afirmaciones que tienen un sentido negativo (Rojas, Zegers y Förster, 2009).

Para estimar la confiabilidad, se usó la consistencia interna medida a través del alfa de cronbach. La escala total, obtuvo un $\alpha = 0,754$. Para sus componentes los resultados fueron los siguientes: $\alpha = 0,786$ para el componente uno o, bien, para los

ítems que miden de forma positiva la autoestima y, un $\alpha = 0,705$ para el componente dos o, bien, para los ítems que miden de forma negativa la autoestima (Rojas, Zegers y Förster, 2009).

En cuanto al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales – ARS, para estudiar la validez, se realizó en primer lugar, un análisis exploratorio en el cual se encontraron cuatro factores comunes cuya varianza explicada fue superior a .60. Asimismo, los hallazgos indicaron que los tres factores obtenidos explicaban en conjunto el 57.49% de la varianza total, la revisión de las cargas factoriales de los ítems con el factor que los explica, fueron altas, lo cual corrobora la simplicidad de la solución factorial obtenidas. Por otro lado, se realizó un análisis confirmatorio que indicó que el modelo que mejor se adecua a los criterios presentados correspondió al de tres factores relacionados (Ecurra y Salas, 2014).

Los hallazgos de la confiabilidad indicaron que se alcanzaron coeficientes alfa de cronbach elevados. La escala total, arrojó un $\alpha = 0.95$ y los resultados para sus factores fueron: obsesión por las redes sociales $\alpha = 0.91$, falta de control personal en el uso de las redes sociales $\alpha = 0.88$ y uso excesivo de las redes sociales $\alpha = 0.92$. En otras palabras, el nivel de consistencia interna puede considerarse alto, pues todos superan la magnitud de .85. Adicionalmente, los intervalos de confianza indicaron que la estimación de la confiabilidad de los puntajes en la muestra total presenta valores elevados (Ecurra y Salas, 2014).

Procedimiento

Para la realización de la presente investigación, se cumplió el siguiente procedimiento:

Se seleccionaron la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales - ARS (Escurra y Salas, 2014) como las técnicas de recolección de datos más apropiadas.

Se solicitaron los permisos respectivos a las instituciones educativas, Liceo José Isidro Silva del Municipio Santa Rita y Colegio Altamira del Municipio Maracaibo, para la aplicación de las técnicas de recolección de datos a los sujetos de interés.

Se proporcionó el consentimiento informado a los adolescentes para que informaran a sus padres y/o representantes sobre el hecho de aceptar o rechazar ser parte de la investigación.

Se aplicaron los instrumentos a los adolescentes.

Se procesaron estadísticamente los datos recolectados.

Se analizaron los resultados en función de las bases teóricas, los objetivos planteados y los antecedentes reportados.

Se establecieron las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Consideraciones Éticas

En el proceso de elaboración de la investigación, se tomaron en cuenta las consideraciones éticas presentes en el Código de Ética Profesional del Psicólogo de Venezuela (Federación de Psicólogos de Venezuela, 1981) en la sección de Los Deberes Éticos del Área de Investigación, donde a continuación, se detallan aquellos artículos más relevantes:

1. La investigación se basó en procedimientos éticos y acordes a las exigencias de la ciencia de la psicología, tal y como lo expone el Artículo 54: “La investigación en Psicología debe inspirarse en los más elevados principios éticos y científicos” (p.03).
2. El artículo 55 especifica “La investigación en Psicología deberá ser realizada y supervisada por personas técnicamente entrenadas y científicamente calificadas” (p.03). Por tal razón, se contó con la supervisión y asesoría de tutores tanto metodológicos como de contenido, calificados para realización de la misma, en el área de Psicología.
3. De acuerdo al artículo 57, “Para proteger la integridad física y mental de la persona, la experimentación con humanos debe cumplir los siguientes requisitos” (p.03):
 - a) Toda persona debe expresar con absoluta libertad, su voluntad de aceptar o rechazar su condición de sujeto de experimentación. Razón por

la cual, a través del consentimiento informado, se informó a los adolescentes que su participación era completamente voluntaria.

- b) Debe tener la facultad de suspender la experiencia en cualquier momento. Teniendo en cuenta esto, se informó que el abandono de su participación, no representaba falta alguna.
- c) Debe estar suficientemente informado acerca de la naturaleza, alcance, fines y consecuencias que pudieran esperarse de la experimentación, excepto en aquellos casos en que la información pudiera alterar los resultados de la misma. Sin embargo, como la presente investigación, no cumplía con éste último criterio, se informó ampliamente todo aspecto relacionado al estudio (objetivos, técnicas de recolección de datos, procedimiento, entre otros).
- d) Adicionalmente, por tratarse de sujetos menores de edad, se solicitó de manera obligatoria, el permiso de sus padres y/o representantes para que los adolescentes formaran parte del estudio.

4. Siguiendo lo expuesto en el artículo 60 “El investigador deberá garantizar al anonimato de las respuestas de los sujetos sometidos a investigaciones y evitar o aminorar la posibilidad de cualquier daño moral en aquellos” (p.04). Por tanto, se recalcó a los adolescentes que sus respuestas en los instrumentos, eran completamente anónimas y que sólo las investigadoras tendrían acceso a ellas.

5. Por otro lado, se reconoció mediante citas, las ideas y publicaciones de otros autores, a fin de establecer el origen de las mismas y cumplir con el principio de derechos de autor, tal y como se establece en el artículo 73.
6. Finalmente, considerando el artículo 75, el cual expresa que “El psicólogo que se proponga utilizar en sus investigaciones o escritos, datos pertenecientes a la institución en la que está empleado, deberá obtener previa autorización de esta” (p.04), se solicitó, previo a la aplicación, la autorización de las instituciones educativas donde se desempeñaban académicamente los adolescentes que formaron parte del estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis y Discusión de los Resultados

DERECHOS RESERVADOS

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a fin de determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes. En la construcción de la base de datos y análisis de resultados, se emplearon los software Microsoft Excel y SPSS 19.0. Con la finalidad de caracterizar los valores promedios, mínimos, máximos, desviación estándar y varianza de los valores obtenidos se utilizó estadística descriptiva para cada una de las dimensiones de la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales - ARS (Escurra y Salas, 2014).

Tabla No. 1.
Estadísticos Descriptivos Autoestima

Variable	Media	Desv. típ.	Categoría
Autoestima	19,42	4,87	Baja

En relación al primer objetivo de investigación orientado a determinar los niveles de autoestima en adolescentes, se obtuvo un valor promedio que ubicó a la muestra en un nivel de autoestima bajo, según el baremo de clasificación establecido (Ver Tabla No. 1). A la luz de la teoría, los resultados indicarían que los sujetos de investigación, se consideran inferiores a los demás, por lo que presentan como característica, el desprecio hacia sí mismos (Rosenberg, 1965).

Así pues, los hallazgos apuntan a una autoevaluación negativa que trae como consecuencia la escasa o nula importancia a los propios caracteres, por lo que se trata de una muestra que carece de los pilares básicos para la supervivencia emocional y mental, debido a la falta de seguridad y respeto por sí mismos, tal y como lo establece el autor antes mencionado.

Congruentemente, estos datos son ampliamente avalados por otras investigaciones. Así, por ejemplo, en el estudio de Sahagun y otros (2015), donde se empleó la misma técnica de recolección de datos en una muestra de adolescentes entre 15 y 19 años de edad, también se determinó que más del 62% obtuvo una media menor a 29 puntos, lo que se tradujo en problemas de autoestima. Mientras que, en una población más amplia (jóvenes de 19 a 24 años de edad), García (2015), igualmente reportó niveles bajos de autoestima.

La explicación a estos resultados está generosamente documentada en la literatura. Desde la perspectiva de Mejía et al. (2011) es común que durante la adolescencia, se experimente un decremento de la autoestima, debido a que, precisamente durante esta etapa, los jóvenes se encuentran en plena consolidación

de la identidad, y esto resulta en cambios físicos y socioemocionales que favorecen el aumento de conflictos psicológicos internos, inestabilidad y la vivencia de disfunciones en la vida personal.

En este sentido, los resultados encontrados son de alguna manera esperados, aunque, cabe destacar que los promedios obtenidos, son substancialmente más bajos que los reportados en otros estudios, lo que podría ser deberse a que el proceso de adaptación a las funciones propias de la autoestima, está claramente influenciado por variaciones culturales (Rosenberg, 1965). Aunado a esto, los datos hallados dejan expuesta la necesidad que presentan estos sujetos de control sobre sus vidas y la necesidad de independencia y consideración mutua, tal y como lo expone Branden (1993).

Tabla No. 2
Estadísticos Descriptivos Adicción a las Redes Sociales

Factor	Media	Desv. típ.	Categoría
Obsesión por las Redes Sociales	13,28	6,65	Baja
Falta de control personal	8,30	4,48	Baja
Uso excesivo de las Redes Sociales	14,26	6,99	Media
Adicción a las Redes Sociales	35,85	15,59	Media

En cuanto al segundo objetivo de investigación planteado, orientado a describir el nivel de adicción a las redes sociales en adolescentes, se obtuvo que el promedio para la variable global, arrojó puntajes asociados a una categoría media. El uso excesivo de las redes sociales, igualmente se ubicó en la categoría media, mientras

que la obsesión y la falta de control personal que se catalogaron como bajas (Ver Tabla No. 2).

Estos resultados, demuestran que el aspecto conductual en relación a las redes sociales, es decir, el tiempo que se dedica a éstas, es promedio; mientras que, los aspectos cognitivos y afectivos asociado a los síntomas de adicción, se caracteriza por ser bajo, lo que implica que los pensamientos y las actividades de rutina diaria de los adolescentes objeto de estudio, no se ven interrumpidas por la conexión a sus redes sociales (Escurra y Salas, 2014). Por tanto, de manera general, los resultados sugieren que, aunque bien la muestra de investigación utiliza cotidianamente diferentes redes sociales, dicho uso, no representa un comportamiento patológico.

Estos resultados convergen con los de García (2015) donde se demostró que el 53% de la muestra estudiada no dio indicios en existencia de adicción, siendo sólo el 8% de los adolescentes encuestados, quienes mostraron síntomas altos. Sin embargo, es importante enfatizar que la mayoría de los antecedentes sobre la problemática, han reportado niveles altos de adicción. Ejemplo de ello, son los reportes de autores como Salcedo (2016), quien halló medias más altas con la misma técnica de recolección de datos; y de Sahagun y otros (2015) quien encontró que más del 66% de la muestra, presentaba adicción.

Un punto de interés en los hallazgos de altos niveles de adicción, es que éstos parecen asociarse a poblaciones de edades más avanzadas (entre 21 y 25 años), lo cual podría deberse a que éstos jóvenes tienen mayores posibilidades de acceso a

equipos y recursos que les permita mantenerse por mayor tiempo conectados a las redes sociales (Salcedo, 2016).

No obstante, tal como se planteaba, dichos resultados no ponen de manifiesto que los adolescentes no le den importancia a las redes sociales cuando se conectan a internet, pues la categoría media, refleja que, este aspecto supone un comportamiento habitual, sólo que sin llegar a ser considerado un trastorno. Por tanto, se presume que el tiempo que dedican a ellas es de aproximadamente dos horas diarias, tal como lo demostró Jiménez y Pantoja (2007) en cuyo estudio se estableció dicho rango como promedio en población de no adictos, aunque, claramente dichas suposiciones deberían ser corroboradas en futuros estudios.

Tabla No. 3
Correlación de Pearson entre Autoestima y Adicción a las Redes Sociales

Análisis de Correlación		Autoestima
Adicción a las Redes Sociales	Correlación de Pearson	,156
	Sig. (bilateral)	,088
Obsesión por las Redes Sociales	Correlación de Pearson	,293*
	Sig. (bilateral)	,019**
Falta de control personal	Correlación de Pearson	,081
	Sig. (bilateral)	,378
Uso excesivo de las Redes Sociales	Correlación de Pearson	,093
	Sig. (bilateral)	,313

(*)Correlación positiva de magnitud moderada

(**)Correlación significativa al nivel de $P < 0,05$

En cuanto al tercer objetivo específico, orientado a establecer la dirección, magnitud y sentido entre autoestima y adicción a las redes sociales, se obtuvo una

correlación positiva (directamente proporcional) entre las variables autoestima y adicción a las redes sociales, indicando que a mayor nivel de autoestima mayor adicción a las redes sociales. Sin embargo, estos resultados no fueron significativos, a excepción de la dimensión obsesión por las redes sociales, que indicó una correlación moderada según lo establecido por Cohen (2006), demostrando que altos niveles de autoestima suelen asociarse a una mayor obsesión por las redes sociales.

Tomando en cuenta lo anterior, se rechaza la hipótesis de investigación, la cual afirmaba que existe una correlación negativa y significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes, donde a mayor autoestima, menor adicción a las redes sociales. De manera general, la mayoría de los antecedentes, reportan una relación significativa e inversa entre autoestima y adicción a las redes sociales; dicha correlación, también ha demostrado significancia con variables adicionales como el autocontrol (Huaytalla, y colaboradores, 2016), depresión y habilidades sociales (Harfuch y otros, 2016).

Por tanto, los resultados divergen de la mayoría de los antecedentes reportados, aunque los mismos, no suponen un hallazgo desconocido en la literatura. En la investigación de García (2015), también se encontró que ambas variables no tenían relación estadísticamente significativa. Para la autora, la explicación es que las personas con baja autoestima no se expondrían a un medio social (real) en el que sintieran que son el centro de toda atención ya que esto influiría negativamente en su autopercepción provocando mayor incomodidad personal y generando probablemente más incertidumbre en los pensamientos y sentimientos de la persona.

Así mismo, Sahagun y otros (2015), en su estudio, aunque demostraron que los adictos a redes sociales tienen 1,28% más de posibilidad de presentar baja autoestima, se comprobó que los resultados se debían al azar y eran poco significativos.

Un dato importante, es la correlación positiva entre alta autoestima y adicción a las redes sociales, lo cual podría ser explicado por factores culturales. De manera ineludible, el internet y las redes sociales conforman unos de los componentes principales de la cotidianidad en la mayoría de las culturas; así pues, estar altamente posicionado en redes como Facebook, Twitter e Instagram, funcionaría como una fuente directa de bienestar y con ello, aumentaría la valía personal. Esto a su vez, requeriría la manifestación de respuestas tales como tratar de averiguar constantemente por qué se le da uso excesivo al Internet, leer sobre las redes sociales y hablar a los amigos sobre ellas, es decir, demandaría las conductas propias de obsesión por las redes sociales (Davis, 2001).

Dicha presunción también es apoyada por los hallazgos de Jiménez y Pantoja (2007), quienes demostraron que los sujetos adictos, se muestran inconformes con aspectos físicos y de personalidad, aunque expresen sentirse bien consigo. Es decir, son sujetos que le dan excesiva importancia a los juicios de los demás, por lo que estar conectado a redes sociales, funciona como un catalizador de las relaciones sociales.

Pese a que los hallazgos empíricos demuestren que las personas con una baja autoestima, poseen una tendencia a preferir las redes sociales como medio de

comunicación, y que ésta es una de las características de las personas con un uso problemático o característica que aumenta la predisposición y la vulnerabilidad para que un sujeto desarrolle una adicción, los resultados de la presente investigación parecen poner de manifiesto la necesidad de tomar en consideración posibles variaciones culturales, contextuales y la utilidad que se le da a las redes sociales para poder establecer conclusiones más ajustadas.

En efecto, García, 2013 (citado por García, 2015), revela que el uso de las redes sociales puede considerarse un factor determinante, debido a que probablemente la opción de intercambiar constantemente información personal y gráfica favorezca, en los usuarios, su autovaloración y aumente su círculo social. Dicho en otros términos, posiblemente los adolescentes con altos niveles de autoestima utilizan las redes sociales para enriquecer sus relaciones sociales y aquellos que tienen baja autoestima las usen para compensar sus déficits en relaciones sociales, acabando por reforzar también su autoestima.

Tabla No. 4
Prueba T de Student para Comparar Medias entre Puntajes de Autoestima y Adicción a las Redes Sociales de Acuerdo al Género

	Prueba T para la igualdad de medias						
	T	GI	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
						Inferior	Superior
Autoestima	,654	119	,515	,58128	,88919	-1,17940	2,34196
Adicción a las Redes Sociales	-,272	119	,786	-,77395	2,84884	-6,41493	4,86704

Con respecto al último objetivo de la investigación, orientado a determinar relaciones entre los valores obtenidos de autoestima y adicción según el género y tipo de institución educativa, los resultados muestran que no existen diferencias significativas en cuanto al género, lo cual es evidenciado con un valor $p > 0,05$ (Ver Tabla No. 4). En relación al tipo de institución educativa, se obtuvo que sí existen diferencias significativas entre los niveles de la adicción a las redes sociales, siendo mayores en adolescentes que asistían a instituciones privadas; esto es corroborado con un valor $p < 0,05$ ($p = 0,002$), mientras que los niveles de autoestima no mostraron diferencias significativas de acuerdo al tipo de institución, aunque, es importante señalar un nivel de significancia cercano a $p < 0,05$ ($p = 0,09$), indicado que la muestra perteneciente a instituciones públicas, reportó un nivel de autoestima más bajo (Ver Tabla No.5).

Tabla No. 5
Prueba T de Student para Comparar Medias entre Puntajes de Autoestima y Adicción a las Redes Sociales de Acuerdo al Tipo de Institución

	Prueba T para la igualdad de medias						
	T	GI	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
						Inferior	Superior
Autoestima	1,664	119	,099	1,46421	,87987	-,27803	3,20645
Adicción a las Redes Sociales	3,169	119	,002*	8,66421	2,73437	3,24989	14,07853

(*)Diferencias significativas al nivel de $p < 0,0$

Respecto a las variaciones en cuanto al género, otros estudios como el de Salcedo (2016), reportan que existen diferencias estadísticamente significativas en

estas dimensiones entre varones y mujeres, siendo las mujeres aquellas que obtienen una media mayor en adicción a las redes sociales y en autoestima, en comparación a los varones, lo cual, no se asocia con los resultados encontrados en esta investigación.

Sin embargo, dichas diferencias deberían ser objeto de profundización en futuras investigaciones, a causa de carencias respecto al comportamiento de las variables estudiadas según el género. En todo caso, los datos parecen apoyar, de manera general, las manifestaciones socioemocionales típicas durante el período adolescente, que desencadenan una disminución en la valía personal, sin distinción de sexo, lo cual es argumentado por Zacarés y otros (2009), quienes señalan que es común que las actividades de exploración en el ámbito escolar y relacional (actividades propias de la edad), se asocian a una autoestima más baja porque los adolescentes, están constantemente en la búsqueda de aceptación de otros y la percepción de terceros, va a ejercer un impacto importante en la valoración de sí mismo.

Además de ello, es relevante tomar en cuenta que la adolescencia, al caracterizarse por la consolidación de la identidad, está acompañada por la búsqueda del éxito, la felicidad y control personal, lo que genera el escenario ideal para la experimentación de niveles bajos de autoestima. La razón está, según Branden (1993) en que los grados de esta variable dependen de si poseen o no dichos componentes.

Ahora bien, respecto al tipo de institución educativa, los resultados obtenidos reflejan un aporte importante. Estudios anteriores no se han planteado como objetivo el establecimiento de tales comparaciones por lo que no existen referencias investigativas que permitan contrastar dichos datos. En este sentido, el hecho de que los adolescentes que acuden a instituciones privadas, manifiesten niveles más altos de adicción a las redes sociales, podrían ser explicados por factores socioeconómicos.

En el contexto local, la educación privada se asocia con una posición económica favorable para la mayoría de los alumnos. Dichas ventajas económicas pudieran ser la causa de una mayor adicción a las redes sociales, debido a que ésta muestra en específico, tendría mayores posibilidades de adquirir dispositivos electrónicos, que son los que permiten acceder a las redes sociales. Sin embargo, estas aseveraciones, al estar asociadas a una variable distinta a la indagada (nivel socioeconómico), deberían ser profundizadas en futuros estudios.

Como punto de cierre, es preciso apoyar los señalamientos de Ecurra y salas (2014), quienes destacan que la adicción a redes sociales si bien es relativamente nueva, se ha diseminado muy rápidamente, sobre todo, en los sectores más jóvenes y se convierte rápidamente en algo adictivo. Sobre la base de estas ideas, es de suma importancia la continuidad de líneas de investigación sobre estas variables y su papel moderador en variables de orden emocional y social, como la que supone la autoestima, especialmente en población adolescente, la cual ha demostrado especial vulnerabilidad.

Conclusiones

Con base en los resultados encontrados, puede concluirse lo siguiente:

Al determinar los niveles de autoestima en adolescentes, se obtuvo un valor que ubicó a la muestra en un nivel bajo, lo que indicó que los sujetos de investigación, se consideran inferiores a los demás, por lo que presentan como característica, el desprecio hacia sí mismos.

Al describir el nivel de adicción a las redes sociales en adolescentes, se obtuvieron puntajes asociados a una categoría media, a excepción de las dimensiones obsesión por las redes sociales y falta de control personal que se catalogaron como bajas, demostrando que, el tiempo que se dedica a éstas, es promedio y, que las actividades y pensamientos de rutina diaria de los adolescentes objeto de estudio, no se ven interrumpidas por la conexión a sus redes sociales.

Al establecer la dirección, magnitud y sentido entre autoestima y adicción a las redes sociales se obtuvo una correlación positiva y poco significativa, a excepción de la dimensión obsesión por las redes sociales, indicando que altos niveles de autoestima suelen asociarse a una mayor obsesión por las redes sociales. Por tanto, se rechazó la hipótesis de investigación, la cual afirmaba que existe una correlación negativa y significativa entre autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes, donde a mayor autoestima, menor adicción a las redes sociales.

Finalmente, al comparar los niveles de autoestima y de adicción a las redes sociales en adolescentes, según el género y el tipo de institución educativa, los

resultados mostraron que no existen diferencias significativas en cuanto al género para autoestima y adicción a las redes sociales. En relación al tipo de institución educativa, se obtuvo que si existen diferencias significativas, siendo mayor el nivel de adicción a las redes sociales en adolescentes que asistían a instituciones privadas, mientras que los niveles de autoestima no mostraron diferencias significativas de acuerdo al tipo de institución.

Recomendaciones

A los adolescentes objeto de investigación, acudir con el orientador/psicólogo educativo, con el fin de intervenir sobre las cogniciones, emociones y conductas que generan desvalorización personal.

A los psicólogos que laboran en las instituciones educativas, se recomienda dictar talleres y charlas sobre el uso de las nuevas tecnologías y de las redes sociales a los adolescentes, con el objetivo de educar sobre sus ventajas y desventajas en el plano personal.

Aunado a lo anterior, se recomienda el establecimiento de un programa educativo para la mejora de la autoestima en esta población, a fin de disminuir los indicadores de desprecio personal y las posibilidades de desarrollar conductas de riesgo para la adicción a las redes sociales.

A otros investigadores, ampliar el estudio abordando otras variables de orden sociodemográfico, tales como nivel socioeconómico y edad, para ampliar los datos

respecto al comportamiento de la autoestima y adicción a las redes sociales en población adolescente.

Asimismo, se sugiere incorporar preguntas al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales - ARS (Escurra y Salas, 2014), concernientes al tiempo que dedican a las redes sociales y el uso que le dan a las mismas, con el objetivo de extender la comprensión de este fenómeno y sus implicaciones en la autoestima.

Por otro lado, se sugiere realizar investigaciones sobre el fenómeno adicción a las redes sociales y su implicación en otros constructos tales como habilidades sociales, inteligencia emocional, autoconcepto, depresión, entre otros, a través de estudios correlacionales, a fin medir los efectos moderadores de la adicción en el bienestar socio-emocional de los adolescentes.

Finalmente, se recomienda establecer una línea de investigación sobre adicción a las redes sociales en diferentes poblaciones, con el objetivo de nutrir la literatura respecto a esta variable, cuyo impacto se ha acrecentado durante los últimos años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Branden, N. (1993). *El poder de la autoestima: cómo potenciar este valioso recurso psicológico*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Cuyún, M. (2013). *Adicción a redes sociales en jóvenes (estudio realizado con jóvenes de 14-16 años del colegio liceo San Luis de Quetzaltenango)*. (Tesis de Grado). Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Davis, R. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- Echeburúa, E. y 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/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1): 73-91
- Federación de Psicólogos de Venezuela. (1981). *Código de Ética Profesional de Psicólogos de Venezuela*. Barquisimeto: Segunda Asamblea Ordinaria.
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36: 521-527. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v36n6/v36n6a10.pdf>
- Galindo, J. (2010). La internet y sus redes sociales. Comunicología e ingeniería en comunicación social de un fenómeno aún emergente. *Razón y Palabra*, 15(71): 1-19. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914051>
- García, A. (2015). *La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familiar*. (Tesis Doctoral). Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
- Harfuch, M. Pacheco, M. Palomar, J y Zavala, D. (2016). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1): 6-18
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill
- Herrera, M. Pacheco, M. Palomar, J. y Zabala, 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/pdf/1339/133915936002.pdf>
- Huaytalla, K. Rodríguez, S. y Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1): 9-15. Recuperado de http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/542/565
- Jiménez, A. y Pantoja, V. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet. *Psicología - Segunda Época*, 26(1): 78-89. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repes/v26n1/v26n1a06.pdf>
- Mejía, A. Pastrana, J. y Mejía, J. (2011). La autoestima, factor fundamental para el desarrollo de la autonomía personal y profesional. XII Congreso Internacional de Teoría de la Educación, Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://www.citez01.com/Comunicaciones/A+R/103.pdf>
- Molina, G. y Toledo, R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato*. (Trabajo de Grado). Universidad del Azuay: Cuenca. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Muñoz, L. (2011). *Autoestima, factor clave en el éxito escolar: relación entre autoestima y variables personales vinculadas a la escuela en estudiantes de nivel socio-económico bajo*. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. (2011). *Las redes sociales en internet*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional: España.
- Osorio, M. Molero, M. Pérez, M. y Mercader, I. (2014). Redes sociales en internet y consecuencias de su uso en estudiantes universitarios. *INFAD Revista de Psicología*, 1(3): 585-592. Recuperado de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1901/0214-9877_2014_1_3_575.pdf?sequence=1
- Pazmiño, P. (2010). *El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito*. (Tesis de Grado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Peradotto, P. Vargas, J. y Valdivia, R. (2005). Autoestima y refuerzo en estudiantes de 5to básico de una escuela de alto riesgo. *Revista anales de psicología*, 21 (1), 102- 115
- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 12(3): 389-403. Recuperado de

<http://www.ijpsy.com/volumen12/num3/337/autoestima-en-la-adolescencia-analisis-ES.pdf>

- Rojas, C. Zegers, B. y Förster, C. (2009). La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores. *Revista médica de Chile*, 137(6), 791-800. <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872009000600009>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Sahagún, M. Martínez, B. Delgado, C. y Salamanca, E. (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 MD*, 6(4) 285-289. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/revmed/md-2015/md154m.pdf>
- Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima*. (Tesis de Maestría). Universidad San Martín de Porras.
- Sebastián, V. (2012). Autoestima y autoconcepto docente. *Phainomenon*, 11(1): 23-34.
- Statista (2016). *Número de usuarios de Internet en los países latinoamericanos seleccionados a partir de febrero del 2016*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/186919/number-of-internet-users-in-latin-american-countries/>
- Steiner, D. (2005). *La teoría de la autoestima en el proceso terapéutico para el desarrollo del ser humano*. (Tesis de Grado). Tecana American University.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México DF: Editorial Limusa S.A.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2016) *Percentage of Individuals using the Internet*. Statistics. Recuperado de <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- Yagosesky, R. (1998). *Autoestima: en Palabras Sencillas*. Caracas: Júpiter Editores C.A.
- Zacarés, J. Iborra, A. Tomás, J. y Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de psicología*, 25(2): 316-329. Recuperado de http://www.um.es/analesps/v25/v25_2/14-25_2.pdf