Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

TESIS

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE 3er A 5to DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DE VILLA EL SALVADOR

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

AUTORA

MARGARITA ISABEL GRIMALDO GARCÍA

ASESOR

MG. JOE SÁENZ TORRES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ASPECTOS PSICOLÓGICOS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD EDUCATIVA

LIMA, PERÚ, NOVIEMBRE DE 2019

DEDICATORIA

A mis padres Víctor y Marlene, por el apoyo incondicional, por enseñarme a ser perseverante, a dar lo mejor de mí y por sus muestras de amor.

A mis seres queridos Leonardo y Maritza quienes fueron un modelo para culminar mi carrera y por darme una mayor motivación llamado Mathías.

A mi tío Ricardo por su apoyo permanente en esta maravillosa etapa universitaria.

A mi pareja Alonso por darme la fuerza y motivación para continuar con lo que comencé.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la dicha y la bendición de poder superarme cada día, por aprender durante este periodo de tiempo y permitirme cumplir mis metas.

A mi familia, por haberme acompañado siempre, por la buena formación que me brindaron desde muy pequeña, por permitirme y darme fuerzas para culminar mi meta y convertirme en un profesional.

A la Universidad Autónoma del Perú, por la educación que me ha ofrecido en estos años a través de su calificada plana docente. Del mismo modo, agradezco a los docentes que marcaron en mi enseñanza y por ser una motivación para no rendirse en el camino.

A mis compañeros, por compartir una misma vocación durante esta maravillosa etapa universitaria, por lo gratos momentos y por perseverar ante los obstáculos.

Al Mg. Joe Sáenz Torres, por brindarme sus conocimientos como asesor en la ejecución de mi investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA ii

AGRADECIMIENTOS iii

RESUMEN vii

ABSTRACT viii

RESUMO ix

INTRODUCCIÓN x

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática 13
1.2. Justificación e importancia de la investigación 16
1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos 16
1.4. Limitaciones de la investigación 17

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio 19
2.2. Bases teóricos científicas 23
2.3. Definición conceptual de la terminología empleada 43

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación 45
3.2. Población y muestra 46
3.3. Hipótesis 48
3.4. Variables – Operacionalización 49
3.5. Métodos e instrumentos de medición 52
3.6. Procedimiento de ejecución para la recolección de datos 58
3.7. Procedimiento de análisis estadísticos de los datos 59

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivos e inferenciales 61
4.2. Constrastacion de hipótesis 73

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión 77
5.2. Conclusiones 80
5.3. Recomendaciones 82

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de la población y muestra 46
Tabla 2 Características sociodemográficas de la muestra 47
Tabla 3 Operacionalización de la variable autoestima 50
Tabla 4 Operacionalización de la variable adicción a redes sociales..... 51
Tabla 5 Análisis de confiabilidad de autoestima..... 53
Tabla 6 “V” de Aiken del inventario de autoestima 54
Tabla 7 Análisis de confiabilidad – alfa de cronbach de ARS 57
Tabla 8 "V” de Aiken del cuestionario de adicción a redes sociales……..57
Tabla 9 Estadísticos descriptivos de autoestima y sus dimensiones 61
Tabla 10 Niveles de la dimensión sí mismo 61
Tabla 11 Niveles de la dimensión social-pares 62
Tabla 12 Niveles de la dimensión hogar-padres 62
Tabla 13 Niveles de la dimensión escolar 63
Tabla 14 Niveles de la autoestima 63
Tabla 15 Estadísticos descriptivos de la adicción a redes sociales y sus dimensiones..... 64
Tabla 16 Niveles de la dimensión obsesión por las redes sociales..... 64
Tabla 17 Niveles de la dimensión falta de control personal en uso de las redes sociales 65
Tabla 18 Niveles de la dimensión uso excesivo de las redes sociales..... 65
Tabla 19 Niveles de adicción a redes sociales..... 66
Tabla 20 Prueba de normalidad de autoestima y sus dimensiones 67
Tabla 21 Comparación de la autoestima y sus dimensiones según el sexo 68
Tabla 22 Comparación de autoestima y sus dimensiones según el grado..... 69
Tabla 23 Prueba de normalidad de adicción a redes sociales y sus dimensiones 70
Tabla 24 Comparación de adicción a redes sociales según el sexo 71
Tabla 25 Comparación de adicción a redes sociales según el grado 72
Tabla 26 Análisis de relación entre autoestima y la adicción a redes sociales 73
Tabla 27 Análisis de relación entre las dimensiones de autoestima y de adicción a redes sociales 74

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Jerarquía de las Necesidades de Maslow 26

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE 3er A 5to DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DE VILLA EL SALVADOR

MARGARITA ISABEL GRIMALDO GARCÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre autoestima y la adicción a redes sociales (ARS). El tipo de investigación fue no experimental, de diseño correlacional. La muestra estuvo conformada por 500 estudiantes de 13 a 17 años de edad. Los instrumentos aplicados fueron el Inventario de autoestima de CooperSmith (1967) – estandarizado por Abendaño (2018) y el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014). Los resultados obtenidos muestran una correlación estadísticamente significativa, de baja intensidad, entre los puntajes totales de autoestima y ARS (p <.05). Asimismo, se encontraron relaciones significativas entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de ARS de nivel bajo. Se halló el porcentaje de los niveles de autoestima con el 45,6% fue bajo; el 52,4% fue promedio y el 2% fue alto, también, se obtuvo el porcentaje de los niveles de ARS 23,2% muy bajo; el 47% bajo; el 24,4% fue promedio; el 5,2% fue alto y el 0,2% fue muy alto. Finalmente, no se encontraron diferencias significativas según el sexo y grado para la variable autoestima, mientras que, si se encontraron diferencias según grado de la variable ARS.

Palabras clave: autoestima, adicción, redes sociales, adolescentes.

SELF-ESTIMATE AND ADDICTION TO SOCIAL NETWORKS IN STUDENTS FROM 3rd TO 5th SECONDARY OF A PUBLIC EDUCATIONAL INSTITUTION OF VILLA EL SALVADOR

MARGARITA ISABEL GRIMALDO GARCÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between self-esteem and social media addiction (ARS). The type of research was non-experimental, correlational design. The sample consisted of 500 students from 13 to 17 years old. The instruments applied were the CooperSmith Self-Esteem Inventory (1967) - standardized by Abendaño (2018) and the Escurra y Salas Social Network Addiction Questionnaire (ARS) (2014). The results obtained show a statistically significant correlation, of low intensity, between the total scores of self-esteem and ARS (p <.05). Likewise, significant relationships were found between the dimensions of self-esteem and the dimensions of low-level ARS. The percentage of self-esteem levels was found with 45.6% being low; 52.4% was average and 2% was high, also, the percentage of ARS levels 23.2% was very low; 47% low; 24.4% was average; 5.2% was high and 0.2% was very high. Finally, no significant differences were found according to gender and grade for the self-esteem variable, whereas, if differences were found according to the grade of the ARS variable.

Keywords: self-esteem, addiction, social networks, adolescents.

AUTO-ESTIMATIVA E ADICIONAR A REDES SOCIAIS EM ALUNOS DO 3º AO 5º SECUNDÁRIO DE UMA INSTITUIÇÃO EDUCACIONAL PÚBLICA DE VILLA EL SALVADOR

MARGARITA ISABEL GRIMALDO GARCÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMO

O objetivo desta investigação é determinar a relação entre autoestima e adicção a redes sociais (ARS). O tipo de investigação não experimental, de projeto correlacional. A música está em conformidade com 500 estudantes de 13 a 17 anos de idade. Os instrumentos utilizados para obter o Inventário de Autoestima da CooperSmith (1967) - estandarizado por Abendaño (2018) e o Estudo de Adição de Redes Sociais (ARS) de Escurra e Salas (2014). Os resultados obtidos mostram uma correlação estatisticamente significativa, de intensidade intensa, entre os valores totais de autoestima e ARS (p <.05). Por isso, encontre relações relacionadas entre as dimensões de autoestima e as dimensões de ARS de nível inferior. Veja a porcentagem de autoestima com 45,6% de idade; os 52,4% em promoção prometidos e os 2% em alto, tambem, obtêm a porcentagem dos niveis de ARS 23,2%; 47% de peso; a promoção de 24,4%; os 5,2% em alta e 0,2% em alta. Por fim, não é possível encontrar diferenças diferenciadas para segmentar o sexo e classificar variáveis autoestima, que que, se você encontrar diferenças diferenciadas segmentadas pela variável ARS.

Palavras-chave: auto-estima, dependência, redes sociais, adolescentes.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, se considera la autoestima en los adolescentes, ya que, se desarrolla progresivamente, mediante las experiencias que adquieren las personas en su vida diaria. Los adolescentes interactúan con su ambiente, y según ello van interiorizando sus vivencias (Coopersmith, 1967) por este motivo es importante el valor de estima que se tiene el adolescente.

En este estudio, busca comprender la percepción del estudiante en su ambiente natural ya sea de uno mismo, con la familia, socialmente y en el colegio, por lo que se interesa saber si la presencia de una baja autoestima, el inadecuado desenvolvimiento en su entorno y la percepción de uno mismo, genere otros tipos de conductas repetitivas mediante una búsqueda de aprobación en el uso de las redes sociales.

Como resultado se halló de manera general que existe una relación estadísticamente significativa de baja intensidad entre autoestima y adicción a redes sociales en los estudiantes de tercer a quinto de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador, dando a entender que, a baja autoestima, los estudiantes tendrán mayor riesgo adictivo a las redes sociales, por el querer refugiarse y buscar la aceptación de los demás a través de ello.

La investigación que se presenta a continuación, está conformada por cinco capítulos, como se describe a continuación.

En el capítulo I, se da a conocer la situación problemática, donde se describe la realidad del problema; del mismo modo, la formulación del problema principal y secundarios, objetivo general, específicos, justificación y finalizando con los límites de la investigación.

En el capítulo II, se procedió a revisar los antecedentes existentes del estudio para analizar su problemática a nivel nacional e internacional, además se revisó en las bases teóricas y científicas, modelos teóricos y descripciones que permitan entender mejor las variables, por último, se presenta las definiciones de la terminología empleada.

En el capítulo III, se presenta el marco metodológico a través del tipo y diseño de investigación, la población, muestra, las hipótesis, las técnicas de recolección de los datos y finalmente el procesamiento de recolección de análisis de los datos codificados.

En el capítulo IV, se conocen los resultados de las variables, las cuales son presentadas mediante un análisis descriptivo, comparativo y el análisis de correlación de las variables.

Finalmente, en el capítulo V, se procedió a plantear la discusión de los resultados hallados en la investigación, las conclusiones a partir de ello y las recomendaciones plateadas para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

En los últimos años las personas están mayor tiempo conectados a Internet por el fácil acceso, solo es cuestión de tener una conexión a una red Wifi o datos móviles, a través de los celulares o computadora. La utilidad del internet es de suma importancia para la sociedad ya que sin ella no habría comunicación a larga distancia, esto ha generado la disminución del contacto presencial con otras personas. Echeburúa, Labrador y Becoña (2009) indican que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), han revolucionado el estilo de vida de las personas ya que existen comportamientos de obsesión para adquirir lo último en tecnología, optando por la comunicación virtual y la necesidad de estar conectados de manera permanente, generando una alarma social.

En la información brindada por el Datum Internacional en el año 2015, el 52% de la población hacía uso de este servicio, al culminar el 2016 esta cifra creció al 66%. Se conoce que el aumento de conexión a través de los celulares es de un 80% de las personas encuestadas. Asimismo, se conoció las actividades comunes que realizan los usuarios en Internet al ingresar a las redes sociales, siendo las funciones de chatear con un 52% y buscar información con un 48% de las personas.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI-2017) muestra datos estadísticos de acceso a internet en el Perú, estos han sido divididos por rangos de edad, de 6 a 16 años y 17 a 24 años quienes ingresan una vez al día, el primero con 50,1% y el segundo con un 74%, sin embargo, solo en Lima Metropolitana son representados con 63,9% y 85,6%. De tal forma que el 51,6% son estudiantes de secundaria.

Por ese motivo se conoce que hoy en día muchas personas viven el boom de las redes sociales, es ahí donde pueden comunicarse, publicar fotos, informarse o solo lo usan por entretenimiento. Este modo de comunicación es muy importante para las personas porque es accesible y de manera rápida, ya que se utiliza la mensajería instantánea. Sin embargo, han surgido problemas por el uso inadecuado sobre las redes virtuales, es decir, se ha convertido en un mundo vicioso siendo los más vulnerables a padecer esta adicción son los adolescentes (Sánchez, Beranuy, Castella, Chamarro y Oberst (2008) citado en Cía (2013). A esto se les denomina un abuso excesivo a las redes sociales.

Arab y Díaz (2015) nos dicen que existen cifras altas sobre el uso y abuso de las redes sociales virtuales en adolescentes y jóvenes, esto va asociado a problemas psicológicos como la depresión, déficit de atención, autoestima, entre otros, también es asociado a los problemas psicosociales como las conductas de aislamiento, descuido en las relaciones sociales, dejan de realizar actividades recreativas o académicas, y en el desarrollo de la personalidad, siendo estos algunos de los aspectos negativos estudiados.

Tomando en cuenta los problemas psicológicos asociados como es la autoestima, un factor importante para el desarrollo personal del individuo, como lo define Roca (2005) haciendo énfasis en una autoestima sana como: “La actitud positiva hacia uno mismo, que incluye la tendencia a conducirnos, es decir, a pensar, sentir y actuar, de la manera más sana, feliz y auto satisfactoria posible” (p. 135).

Lo mencionado por este autor favorece al buen funcionamiento psicológico para el adecuado desarrollo de autoestima, pero cuando un adolescente no maneja las herramientas necesarias para tener un buen desarrollo ocurren dificultades hacia su persona, una de ellas es generar la adicción a distintas sustancias psicoactivas o conductuales, como es las redes sociales virtuales.

La autoestima en los adolescentes es una de las etapas más críticas, es decir, una de las etapas donde se hace firme la identidad, se desarrollan capacidades de reflexionar, pensar en uno mismo y de aceptación corporal, por ello, se plantean muchas preguntas sobre sí mismo, entrando en conflictos por sus erróneos pensamientos sobre su persona. Cuando un adolescente con un buen desarrollo de autoestima tendrá los recursos suficientes para poder aprender, mantener relaciones sociales, tener capacidades productivas, etc., mientras que un bajo nivel de autoestima será de mucha influencia en el individuo, impidiendo el desarrollo de la de estima hacia uno mismo.

Es por ello, que los adolescentes suelen no conocer límites y se dejan llevar por otras personas influyendo en su identidad personal por ese motivo es que se refugian en las redes sociales virtuales pasando horas conectados compartiendo situaciones que han sido captados por uno mismo, haciendo que quienes los ven comenten, le den “me gusta”, etc., sin saber diferenciar lo público con lo privado, generando cierto placer y quizás llenando los vacíos interiores de los adolescentes.

Conociendo las variables descritas se abre a una problemática dentro de la institución educativa, como es la conexión constante a las redes sociales por parte de los adolescentes escolares, que además son adolescentes que han presentado dificultad para establecer contacto social debido a el aislamiento, presentan conflictos familiares y aprendizaje, sobre todo una errónea percepción de sí mismo, siendo corroborado por los docentes de la institución, que además, añaden que los adolescentes presentan mayores dificultades cuando van desarrollándose a nivel personal y que a partir de los 13 años tienen mayor accesibilidad a la conexión tecnológica.

Siendo estos temas de suma importancia para la visión psicológica y la misión de los profesionales de poder intervenir en estos tipos de problemáticas que se están presentando y afectando a la sociedad sobre todo en los adolescentes quienes se encuentran en plena formación ya sea a nivel académico, personal y social. Por este motivo y por lo expuesto anteriormente, se busca identificar la relación entre estas dos variables, por lo que se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

La presente investigación, presentó pertinencia de tipo teórica, debido a que no existen antecedentes nacionales que relacionen ambas variables en Villa El Salvador; por ello, los resultados de la investigación permitirán ser considerado como base para futuras investigaciones en esta población.

Asimismo, el estudio tiene como justificación de tipo metodológica ya que se revisaron las propiedades psicométricas del Inventario de autoestima y el Cuestionario de adicción a redes sociales, verificando si se mantenía la validez de contenido y la confiabilidad mediante el índice de consistencia interna en base a una prueba piloto. Además, el análisis de estudio aportó resultados al diseño correlacional, ya que se buscó la correlación entre las variables.

Finalmente, el estudio presentó justificación de tipo práctica, ya que los datos hallados pueden ser utilizados para la implementación de programas que busque priorizar herramientas que permitan mejorar la valoración de sí mismos y brindar herramientas para utilizar adecuadamente las tecnologías asociados a las redes sociales.

1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos

Objetivo general

Determinar si existe relación estadísticamente significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

Objetivos específicos

1. Identificar los niveles de autoestima en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

2. Identificar los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

3. Establecer si existen diferencias en autoestima según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

4. Establecer si existen diferencias en adicción a redes sociales según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

5. Analizar si existe relación estadísticamente significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

1.4. Limitaciones de la investigación

Para el estudio se manifestaron limitaciones de tipo teórico; ya que, hubo dificultad al encontrar investigaciones que logren relación entre ambas variables. Del mismo modo, fueron escasos los datos estadísticos a nivel nacional e internacional, acerca de las variables estudiadas.

Además, se presentó limitación con la muestra; por el motivo, que, en un inicio, los directivos de la institución educativa ya tenían actividades programadas; impidiendo la rápida aplicación de los instrumentos, sin embargo, se logró establecer acuerdos, y se dio la evaluación durante un periodo de una semana.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Internacionales

Sahagún, Martínez, Delgado y Salamanca (2015) investigaron la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en la población de 15 a 19 años en la población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. La muestra representativa fue 171 participantes. Para la recolección de datos se utilizó la Escala de adicción a internet de Lima, formando dos grupos, con adicción y sin adicción, mientras que para autoestima se aplicó el Test de Rosenberg. Mediante los resultados se obtuvo que la adicción a internet fue un 66.7% y sin adicción 33.3%, además el 62.7% presentan problemas de autoestima. Sin embargo, no se encontró asociación OR= 1.283, IC 95% (0.551-2.897) *p* =.909, entre las variables.

Ulloa (2016) realizó una investigación en Ecuador, denominada: uso del tiempo libre y adicción a las redes sociales en adolescentes de 13 a 19 años. El mismo que tuvo como objetivo principal conocer la relación entre ambas variables. Para la evaluación se usaron los siguientes cuestionarios: uso del tiempo libre, el Test de adicción al internet (IAT) y el Test de adicción a las redes sociales (ARS) dirigido a 91 estudiantes. Se halló que el 7,7% de los adolescentes presentan una adicción a las redes sociales, en cuanto al test IAT solo una estudiante encuestada (1.1%), cumple con los indicadores para la adicción a internet, mientras que el 33% de los adolescentes presentan dificultades a causa del uso.

Pérez y Salamanca (2017) investigaron acerca de la relación entre autoestima e ideación suicida en adolescentes colombianos con edades comprendidas entre 14 y 17 años, siendo la muestra de 76 participantes. El estudio fue no experimental de tipo correlacional. Los instrumentos fueron la Escala de autoestima de rosenberg y la Escala de ideación suicida positiva y negativa (PANSI). Los resultados encontrados fueron que el 72% de la muestra presento una autoestima media y un 28% presento ideación suicida, al mismo tiempo se identificó el coeficiente de correlación de Spearman donde las variables tienen una correlación negativa estadísticamente significativa (-.602), indicando una relación medio-alta entre ellas.

Moral y Fernández (2019) elaboraron un estudio acerca del uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad, tuvieron como objetivo explorar las relaciones entre las variables, también analizar las diferencias en conflictos intra e interpersonales en función del género y la edad. Participaron 240 adolescentes y jóvenes con edades que oscilan entre los 15 y 22 años. En cuanto a los resultados mencionan que el 11,25% de los adolescentes hacen usos problemáticos de internet, mientras que, el 88,75% muestran un uso controlado, asimismo, respecto a las diferencias en función del género (conflictos interpersonales t= ,218; *p* >.05; conflictos intrapersonales t= ,372; *p* >.05) y edad no han sido significativas. Por otro lado, se ha encontrado que la baja autoestima y la impulsividad cognitiva y no planeada predicen con mayor probabilidad el uso desadaptativo de internet.

2.1.2. Nacionales

Tejada y Méndez (2015) hicieron un análisis sobre el uso de facebook y niveles de autoestima en adolescentes de secundaria en la provincia de Arequipa, su objetivo fue identificar si existe diferencias en los niveles de autoestima a partir de las características del uso de Facebook. Se aplicó el Inventario de Autoestima de Coopersmith y el cuestionario de uso de Facebook de Tarazona (2013). Los participantes fueron 88 alumnos de cuarto y quinto de secundaria, se obtuvieron los siguientes resultados que si existe diferencias significativas en las puntuaciones de autoestima a partir de la frecuencia de uso, información compartida en la red y la cantidad de amigos que tienen agregados en Facebook, además se encontraron que los niveles de las dimensiones de autoestima son: Si mismo, muy baja y baja 8,5%, normal 41,5%, alta 26,4% y muy alta 15,1%; Social, muy baja 7,5%, baja 15,1%, normal 38,7%, alta 24,5% y muy alta 14,2%; Escolar, muy baja 3,8%, baja 7,5%, normal 44,3%, alta 13,2% y muy alta 31,1%; y Hogar, muy baja 31,1%, baja 15,1%, normal 26,4%, alta 20,8% y muy alta 6,6%; por último en cuanto a la frecuencia de uso diaria del Facebook es 43,2% de la muestra.

Challco, Rodríguez y Jaimes (2016) estudiaron el riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria, el objetivo principal fue establecer la relación entre las variables mencionadas en estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana. Los participantes fueron representados por 135 escolares, entre 14 y 16 años. Utilizaron el Cuestionario de adicción a redes sociales (CARS) creado por Vilca y Gonzales (2013) en Lima, el Cuestionario de autoestima de Coopersmith y el Cuestionario de autocontrol infantil y adolescente. Los resultados hallados demostraron, relación entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol (r= -,287; p= .001 y r= -,288; p= .001), dando a conocer que a baja autoestima y autocontrol será más el riesgo de adicción a redes sociales. Se concluyó que los adolescentes que denoten inseguridad, aislamiento, poco dominio sobre sus conductas, existirán incrementos de riesgos de la adicción.

Ikemiyashiro (2017) hizo una investigación acerca del uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana, su objetivo fue describir la relación entre las variables utilizando los instrumentos de adicción a las redes sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014) y la escala de habilidades sociales de Gismero (2010), adaptado en el 2009 por Cesar Ruiz en Perú. La muestra fueron participantes que fluctuaban entre las edades de 15 a 30 años, bajo un perfil con acceso a las redes sociales virtuales. Los resultados dieron a conocer que si existe relación inversa y negativa entre el uso de las redes sociales virtuales y las habilidades sociales (-.333) en la muestra evaluada. Además de las tres dimensiones del cuestionario de ARS, indican que los niveles en la dimensión obsesión por las redes sociales es de 36% ubicándolo en un nivel promedio; la dimensión falta de control personal por las redes sociales 43,5% fue promedio y el 22,4% fue alto; el uso excesivo de las redes sociales representa el 32,9% de la muestra ubicándolo en un nivel alto.

Díaz y Sánchez (2017) dieron a conocer un análisis acerca de las redes sociales y clima familiar en adolescentes, siendo el objetivo principal determinar si existe relación entre ambas variables, además de conocer los niveles de los mismos. La muestra fue de 123 adolescentes cuyas edades fluctuaban entre los 12 a 16 años de una Urbanización San Elías – Los Olivos. La investigación fue de tipo descriptivo – correlacionar y de tipo cuantitativo no experimental; para obtener la información utilizaron la escala de adicción a redes sociales (ARS) y la escala de clima social en la familia (FES). Los resultados indicaron que, si existe relación entre el uso de las redes sociales y el clima familiar en adolescentes, cuya significación es el .05, según la variable estadístico chi-cuadrado. Por último, el nivel de adicción es de 27% mientras que el clima familiar tiende a ser mala (10%).

Valdez (2018) elaboró un estudio acerca de la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del nivel secundario de una institución educativa privada, donde se determinó y se analizó la relación entre estas dos variables. Participaron 152 estudiantes cuyas edades son de 12 a 17 años. Al igual que esta investigación se utilizó la escala de adicción a redes sociales de Escurra y Salas (2014) y el inventario de autoestima de CooperSmith (1999). Seguidamente se halló una alta correlación inversa entre las variables determinadas (r=-,682, p <.000), es decir, que a mayor adicción hacia las redes sociales se hace presente una baja autoestima en los adolescentes. Por otro lado, se analizó la frecuencia del uso constante de las redes sociales, siendo el género femenino, asimismo, el nivel de autoestima en las mujeres es bajo y en el género masculino se evidenció un nivel normal. Finalmente, se encontró que no existen diferencias en los grados sobre la adicción a redes sociales, mientras que el nivel de autoestima mostró una tendencia ligeramente constante.

2.2. Bases teóricos científicas

2.2.1. Definición de autoestima

Coopersmith (1981, citado por Espinoza, 2015) precisa que la autoestima es: “La evaluación que la persona hace y mantiene habitualmente con respecto a sí mismo, expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica la extensión en la cual el individuo se cree capaz, significativo, exitoso y valioso” (p. 35).

Maslow (1991) indica que la autoestima responde a la necesidad de respeto y confianza en sí mismo, siendo una necesidad básica donde todos tenemos el deseo de ser aceptado y valorado por las personas que nos rodea. Satisfacer este menester de autoestima hace que los individuos vuelvan a sentir seguridad y si no se obtiene el reconocimiento de los logros puede conllevar a sentirse inferior o débil.

Rogers (1971) describe la autoestima como un axioma que el ser humano, sin excepciones, tiene el derecho al respeto permanente de los demás y de sí mismo, estimándose hacia sí mismo y que los demás lo estimen, de manera reciproco.

Clemes y Bean (2001) citado en Gallardo (2018) refieren que la autoestima es un conjunto de sentimientos que cada persona vivencia en la interacción con el ambiente, estos pueden ser como positivos o negativos, según las experiencias agradables o desagradables, ya sea influenciada por las creencias y valores personales, lo cual provoca una actitud positiva o negativa frente a determinadas situaciones.

Roca (2005) detalla que una autoestima sana es como: “La actitud positiva hacia uno mismo, que nos conduce a pensar, sentir y actuar de la mejor forma, siendo más sana, feliz y auto satisfactoria, tomando en cuenta las dimensiones individuales y sociales” (p. 135). Asimismo, el autor menciona que tener una autoestima sana implica conocerse a uno mismo con nuestras debilidades y cualidades; aceptarnos plenamente; tener una posición de respeto y consideración hacia nosotros mismo; tener una visión del yo como potencial; relacionarnos con los demás de forma eficaz y satisfactoria; buscar activamente nuestra felicidad y bienestar; y cuidar nuestras necesidades físicas y psicológicas.

Otra definición por García (2010) acerca de la autoestima es como la evaluación global que cada individuo se hace de su estima como ser humano, con comentarios positivos o negativos. Asimismo, los componentes que mejor lo predicen de este juicio son otros significados que se tiene cada uno, también el grado de eficiencia o desempeño que uno demuestra y percibe en diferentes ámbitos de su vida.

Muños (2011) define la autoestima como aquellos pensamientos, sentimiento y apreciaciones que el individuo tiene sobre sí mismo, acerca de sus percepciones de tipo auto evaluativa. La persona que presenta una autoestima sana se siente valioso y capaz, aceptando cualquier tiene de situaciones que se presenta a lo largo de la vida.

2.2.2. Teorías de la autoestima

Teoría de Coopersmith

Coopersmith 1967, nos dice que el ser humano, se desarrolla internamente y externamente haciendo que su autoestima aumente, por ende, su capacidad de ayudar a sí mismo y a otros se da adecuadamente. Infiere que la formación de la autoestima está determinada por el ambiente familiar, ya que los padres son quienes están presentes durante el desarrollo de la autoestima, además la influencia de la sociedad es importante de cómo piensan acerca del individuo, entonces se dice que las expectativas positivas que nosotros mismos creamos, tiene mayor probabilidad de ser cumplida si se mantiene la adecuada formación de la autoestima (Espinoza, 2015).

El teórico reconoce la autoestima como una pieza fundamental para la valoración de nosotros mismos, desarrollada por las convicciones y conductas de una persona sobre sí mismo y reafirma que la autoestima es la valoración que cada persona forma, estas son manifestadas a través de conductas de consentimiento y desaprobación de la sociedad, indicando el nivel en que cada persona se estime con sus fortalezas, apto y triunfador.

Asimismo, Coopersmith (1967) concluyó que los individuos se basan bajo una imagen de sí mismo conforme a cuatro criterios: a) Significado, es la forma en cómo se considera ser amados y aceptados por las personas cercanas e importantes, b) Competencia, es culminar las tareas significantes, c) Virtud, aceptación a las reglas de ética y moral, d) Poder, el grado en que intervienen en sus propias vidas y en las de los demás.

Además, establece que la autoestima no es un concepto inamovible, más bien puede variar según el tiempo, tanto como, disminuir, aumentar o mantenerse. Es decir, los individuos vivencian los mismos momentos de diferentes formas, estableciéndose diversas expectativas sobre el futuro, se presentan reacciones distintas frente a los mismos estímulos y varias opiniones sobre conceptos semejantes.

Teoría de Abraham Maslow

La jerarquía de las necesidades básicas del ser Humano fue propuesta por Abraham Maslow en 1943, la cual están compuestas por jerarquías, tomando en cuenta las carencias y motivación de la persona, donde poco a poco cada individuo debe auto realizarse adecuadamente, de no darse de esa manera el desarrollo de su estima o autoestima estaría afectada.

Maslow (1991) manifiesta que la persona que logra llegar a la cima de la auto realización y cubre sus necesidades básicas, entre las más importantes el amor propio y de los demás, logrará tener una buena formación en su autoestima.

Las necesidades se presentan de dos formas: las básicas y las de crecimiento personal, basadas en la pirámide de Maslow según el grado de importancia, bajo el enfoque humanista, la persona lograra la satisfacción de vida, a continuación, las cinco necesidades que propuso el teórico:

Fisiológicas: es una de las necesidades que se toman como punto de partida para la teoría, aquí la persona evidencia experiencias según las necesidades para vivir, desarrollarse en su entorno y alimentación, son llamados también impulsos fisiológicos.

Seguridad: esto alude a la necesidad del individuo de un entorno estable, seguro y predecible para vivir, como, por ejemplo: el lugar donde estudia, convivencia en casa o el ambiente laboral.

Amor, afecto y pertenencia: es la afiliación a un grupo social, donde la persona se siente motiva a buscar las relaciones íntimas y sentirse parte de ello, como la familia y las amistades. La frustración de estas necesidades suelen ser la causa principal de la inadaptación psicológica.

Estima: es el deseo de competir y sobresalir como personas, para ello se necesita el respeto de los demás y hacia sí mismo, también permite desarrollarse mediante objetivos futuros. Cuando el individuo no se satisface, se siente inferior o débil afectando la autoestima.

Auto-realización: es la cima de la jerarquía donde el individuo tiene respuestas a los objetivos y metas realizadas, es decir, es la realización del potencial personal a través de una actividad específica.

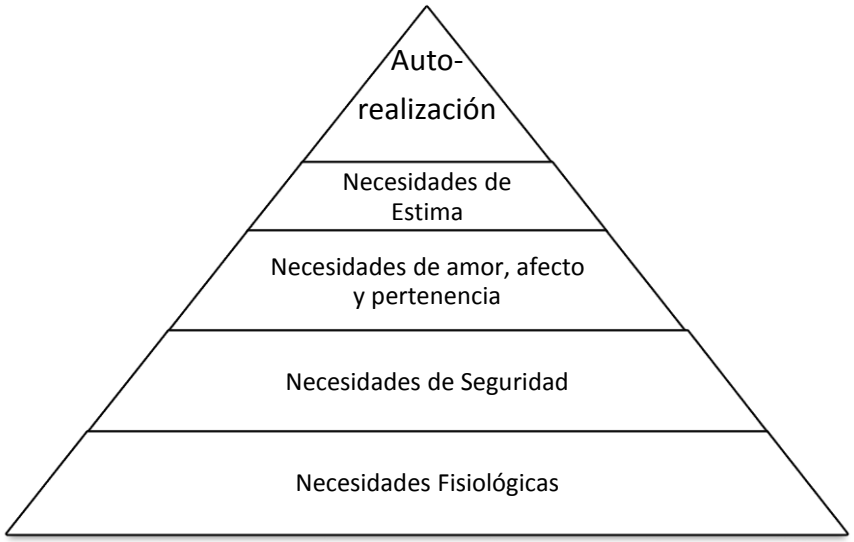

Figura 1. Jerarquía de las Necesidades de Maslow (1943).

Teoría de Carl Rogers

Rogers (1971) creador de la psicología humanista, menciona que la base de los conflictos de las personas es que no ocurran una auto-aceptación y se sientan seres sin valores e incapaces de ser amados. Rogers hace referencia que nuestra sociedad nos conduce hacia las limitaciones de valía, es decir que, durante nuestro desarrollo, nuestros padres, profesores, familiares y la sociedad en general solo nos ofrecen lo que necesitamos si demostramos lo que realmente valemos como persona. Por ejemplo: podemos comer solo cuando no hayamos lavado las manos, salir a jugar solo si hemos hecho nuestras tareas y lo más esencial, nos demuestran su cariño si nos comportamos adecuadamente.

Al tener una atención positiva acerca de “una condición” lo que Rogers asigna como recompensa positiva condicionada, según el tiempo que transcurra, este condicionamiento nos conduce a su vez a adquirir un auto valía positiva condicionada. Debido a que las personas necesitan una recompensa, estos condicionantes son muy impactantes por lo que nos lleva a terminar siendo sujetos de una sociedad que no toma en cuenta los intereses reales de cada individuo.

Cada persona comienza a estimarse si imitan conductas que otros desean que realicen, más que si seguimos nuestra preparación para la actualización de las potencias individuales. Este modelo no considera las necesidades individuales, lo cual hace que se vuelva más frecuente no poder satisfacer las exigencias, por lo tanto, no se puede llegar a tener un buen nivel de autoestima.

Rogers afirma que la buena autoestima se manifiesta al mantener una actividad personal que permita complacer las carencias de independencia, competencia y relaciones, regulando los comportamientos en función a los objetivos autodeterminadas.

Teoría de Rosenberg

Rosenberg (1979) indica que la autoestima se procrea bajo un proceso que consiste en los méritos y divergencias, así también, es establecido por un prodigio conductual comunitario y formativo. El desarrollo de autoestima de las personas se une con la valoración que se tiene uno mismo en comparación con los valores personales. Entre la conexión de lo ideal y el verdadero ser real es pequeño, la autoestima es mayor. Cuanto más grande es la distancia, más pequeña será la autoestima, incluso cuando las personas se sientan aceptadas por los otros. La autoestima es esencial para la existencia de las personas y establece un factor importante para la adaptación emocional.

2.2.3. Factores que se encuentran en el desarrollo de la autoestima

Coopersmith (1981) citado por Espinoza (2015) fundamentó la autoestima en base de cuatro factores, cuatro características, cuatro áreas y tres tipos de niveles. A continuación, daremos a conocer los cuatros factores de la autoestima:

El primer factor: se encuentra enfocado a como se da la atención que todo niño o niña da y/o recibe de las personas más importantes para sus estados emocionales, de tal forma que vayan percibiendo caricias positivas lo cual influirá en el desarrollo de la autoestima, por lo que aprenderán a estar bien consigo mismo y con su entorno.

El segundo factor: está orientado hacia el éxito, estatus y ubicación que el individuo tenga dentro del contexto emocional.

El tercer factor: es hacia los proyectos de vida, compuesto por valores que cada persona tiene y la automotivación para llegar a las metas y poder concluirlas.

Por último, tenemos al **cuarto factor,** consiste en la propia apreciación y una auto evaluación de la persona sobre sí misma.

2.2.4. Dimensiones de la autoestima

De la misma manera describiremos las dimensiones que conforman la Autoestima según Coopersmith (1990) citado por (Abendaño, 2018).

Sí mismo: se basa en la evaluación que se hace cada sujeto para su desarrollo, en relación a lo físico, cualidades o habilidades y el amor propio que dependerá de la madurez personal expuesto en la actitud hacia uno mismo. El sujeto anhela sentirse atractivo.

Social – pares: es la tasación que el individuo realiza al interactuar en sus interacciones interpersonales, por ejemplo: académico, familiar, laboral, etc., del mismo modo puede adaptarse en grupos nuevos, en el cual puede sentirse aceptado, identificado o rechazado.

Hogar – padres: es una de las dimensiones más importantes donde la familia contribuye directamente en el desarrollo de la autoestima del sujeto brindando las bases para su personalidad. El individuo hace una evaluación en relación a su interacción con los miembros de su familia.

Escolar: el individuo se analiza a sí mismo en cuanto a su desempeño en el ambiente escolar.

2.2.5. Niveles de la autoestima

Los niveles de autoestima se clasifican en tres: alto, medio y bajo, esto define el comportamiento de los individuos frente a los problemas que se puedan presentar, es decir, depende del estado de la autoestima éste afectaría en la vida de las personas. Coopersmith (1990) refiere que cada nivel de la autoestima tiene sus propias características.

Nivel alto: En este nivel se identifican las personas afectivas, comunicativas, seguras, asumen responsabilidades, adquieren pensamientos y actitudes positivas, por lo cual ante distintos obstáculos buscan afrontar de la mejor manera confiando en sus habilidades y tolerando sus debilidades.

Nivel medio: En este nivel los individuos manifiestan una buena confianza en sí mismos, sin embargo, frentes algunas situaciones denotan comportamientos inapropiados. Las personas con este nivel muestran ser perseverantes, entusiastas, firmes hacia los demás, pero también surge un cambio, al sentir inseguridades al momento de actuar y tomar decisiones.

Nivel bajo: Se identifican las personas aisladas, inseguras, dependientes, depresivas, que posee baja capacidad para afrontar momentos desagradables, de igual modo presentan actitudes negativas hacia uno mismo, desvalorizando sus cualidades y tiende a victimizarse.

2.2.6. Componentes de la autoestima

Alcántara (1993 citado por Roa, 2013) propone tres componentes de la autoestima que se encuentran relacionados entre sí, por lo tanto, una alteración en uno de ellos alteraría en los otros, siendo los siguientes:

Componente cognitivo: se encuentra orientado sobre el conjunto de conocimientos que se tiene uno mismo acerca de sus creencias, ideas, opiniones, percepción y procesamiento de la información, siendo esto parte del Autoconcepto y que cambia según la madurez psicológica y capacidad cognitiva de la persona.

Componente afectivo: se refiere a los sentimientos favorables o desfavorables, agradables o desagradables que observamos de nosotros mismos, lo cual indica que, la propia apreciación positiva o negativa sobre aquellas características que poseemos. Siendo un producto de nuestra propia sensibilidad y emotividad frente a los valores.

Componente conductual: está relacionado a la intención y decisión de actuar sobre un proceso que sea de manera coherente, luchando por alcanzar el respeto ante los demás y hacia nosotros mismos.

2.2.7. Definición de adicción

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 1995) define a la adicción como:

> Una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. Se caracteriza por un conjunto de signos y síntomas, en los que se involucran biológicos, genéticos, psicológicos y sociales. Es una enfermedad progresiva caracterizada por episodios continuos de descontrol, distorsiones del pensamiento y negación ante la enfermedad. (p. 95).

Por consiguiente, otra de las definiciones que se le brinda al término adicción es:

Según el Consejo Nacional contra las Adicciones (2008) refiere que: “La adicción es la dependencia fisiológica y/o psicológica a alguna sustancia psicoactiva legal o ilegal, provocada por el abuso en el consumo, que causa una búsqueda ansiosa de la misma” (p. 23).

Para Echeburúa y Requesens (2012) la adicción es definida como: “Afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses” (p.50). Como se ha mencionado en las definiciones, las características resaltantes son la falta de control y la dependencia que tiene la persona, a causa de reforzadores positivos, el alivio de tensiones emocionales y complacer el síndrome de abstinencia (Echeburúa y Corral, 2010, p. 92).

Por último, la American Psychiatric Association – (APA, 2008) nos dice que: “La adicción es un patrón mal adaptativo de uso de sustancias que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo” (p. 225).

2.2.8. Clasificación de adicciones

Este tipo de clasificación es debido a la forma en como es consumida, empezando por las adicciones convencionales en donde está presente una sustancia psicoactiva (alcohol, tabaco, marihuana, fármacos, etc.), mientras que en las adicciones no convencionales son conductas adictivas, pero en este caso sin alguna sustancia, sin embargo, presenta los mismos síntomas y tiene el mismo proceso de adicción. Actualmente las adicciones conductuales aún se encuentran en investigación, para poder identificarla como una dificultad en el control de impulsos y así se dé el diagnóstico de la adicción (Brugal, Rodríguez y Joan, 2006; García, 2013).

Por este motivo es de consideración clasificarlas en adicciones convencionales y no convencionales:

Convencionales

Alcoholismo: Enfermedad primaria crónica de etiología múltiple, puede ser tanto genética, biológica, ambiental, educacional o psicológicos. En el ámbito clínico se caracteriza por los síntomas de abstinencia que presenta la persona para tratar de disminuir hasta dejarlo de manera voluntaria o involuntaria la medida del alcohol que ingresa normalmente a su organismo, siendo síntomas continuos o periódicos (Díaz, Olmos y Martínez, 2007).

Nicotina: En el consumo del tabaco, la nicotina es el principal responsable de producir dependencia en los sujetos que la consumen, lo cual se hace evidente considerar el síndrome de privación que es aliviado al momento de consumir la nicotina pura, cabe mencionar que la sustancia también es responsable de los efectos farmacológicos derivados de fumar (Seijas, 2008).

Adicción a la marihuana: Según Ruiz y Prospero (2014) este tipo de droga al consumirla induce a cambios múltiples en el sistema nervioso central (SNC), haciendo que el cerebro adicto comienza a funcionar de distinta manera a uno no adicto. El cannabis provoca mayores disfunciones cognitivas en el cerebro haciendo que el nivel de procesamiento de información sea más lento.

Adicción a fármacos: El instituto nacional sobre el abuso de drogas – NIDA (2012) define al abuso de fármacos de prescripción como el consumo de algún medicamento sin receta médica asignada, lo utilizan para lograr una experiencia que estos medicamentos provocan. Los más utilizados son los opioides para aliviar el dolor, los depresores del sistema nervioso central para tratar la ansiedad y los trastornos del sueño y por último los más utilizados con mayor frecuencia son los estimulantes para el tratamiento de trastorno de déficit de atención con hiperactividad (TDAH).

No convencionales

Ludopatía o juego patológico: Este tipo de trastorno está muy presente en la sociedad, el fácil acceso es de manera inmediata al igual que su refuerzo y una engañosa sensación de control de las personas sobre sus resultados, que poco a poco se vuelve adictiva. La pérdida de control por parte del jugador, provoca ansiedad y depresión, lo cual pone en riesgo su vida cuando llega a la fase de desesperación y desesperanza, en etapas avanzadas de la ludopatía (Cía, 2013).

Adicción a compras: Este tipo de trastorno también llamado compra compulsiva en un estudio por Diez, Valdepérez, Aragay y Soms (2016) donde lo definen como: “El comportamiento desadaptativo de compras persistentes e irresistibles, que ocasiona graves consecuencias negativas al individuo y a su entorno” (p. 12). En muchas ocasiones los sujetos que suelen presentar este problema realizan la conducta de manera solitaria y con una frecuencia mensual.

Adicción al trabajo: Salanova, Libano, Llorens, Schaufeli y Fidalgo (2006) lo definen como: “Un daño psicosocial caracterizado por el trabajo excesivo debido fundamentalmente a una irresistible necesidad o impulso de trabajar constantemente” (p. 25). Es decir, afecta a las personas que se exigen más de lo debido llegando a descuidar sus relaciones interpersonales, familiares y sobre todo la salud.

Adicción al internet: A pesar de no ser incluido al manual de la adicción a Internet y a las nuevas tecnologías virtuales, hay evidencias que las personas que sufren este problema se caracterizan por pasan mucho tiempo de conexión con fines recreativos a lo largo de del día llegando a descuidar varias actividades personales como el trabajo, los estudios, el descanso, etc. (Cía, 2013, pp. 214-215).

2.2.9. Enfoques de la adicción

Enfoque gestáltico

Carpenter (2002) refiere que el consumidor anhela ser quien no es en realidad, dado que adquiere un conjunto de convicciones negativas como los sentimientos de culpa, miedo de no ser aceptado o llegar a fracasar, logrando evadir el aquí y ahora para obtener la satisfacción lo más pronto posible. Es importante que el individuo desarrolle su capacidad de darse cuenta, por lo cual al momento de que el individuo adicto se auto conoce aún más y puede diferenciar su yo adicto del yo sobrio; al hacer esta distinción la persona es capaz de fortalecer el yo sobrio y debilitar el yo adicto al relacionarse con su entorno, lo cual permite explorar las emociones y momentos cómodos e incomodos sin tener la necesidad de evadirlas.

Enfoque psicoanalítico

Moronta (2014) cita a Sigmund Freud, quien refiere que la acción de requerir las sustancias proviene de la ausencia de recursos para afrontar situaciones o si los posee, es probable que no se sienta seguro de ellos, por lo tanto, el consumo está destinado a evadir la angustia que impide el proceso psíquico. Para Freud, este objeto permite que la persona pueda escapar de la realidad ya que es un mejor refugio con mejores condiciones.

Enfoque neurocientífico

Según Arnao y Surpachín (2016) del centro de información y educación para el uso y abuso de drogas (CEDRO) en su libro titulado uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes, hacen mención al neurocientífico Bill Davidow, quien fundamenta acerca del funcionamiento del cerebro una vez desarrollada la conducta adictiva, es decir, el uso excesivo al internet o a redes sociales se produce a través de un “circuito de compulsión”, es decir, cuando una persona publica una foto, mensaje, con el objetivo de conseguir “notificaciones” y este es recompensado, el proceso de continuar haciéndolo será aún más y es así que ingresa a un circuito. El hecho de recibir la recompensa, se activan las neuronas, por lo que ocurre la liberación de dopamina en los centros del placer del cerebro. El individuo analiza el acto como placentera una vez que ha ocurrido el hecho, por lo tanto, la persona va a querer repetir la situación, de tal forma que llegue a convertirse en una obsesión, generando conductas compulsivas.

Enfoque cognitivo-conductual

Keegan (2017) se basó en las teorías de Aaron Beck para manifestar que las adicciones deber ser observadas a través de una perspectiva biopsicosocial. Los individuos no nacen consumidoras, sino que han sido expuestas durante su infancia y adolescencia, por lo tanto, tiene mayor probabilidad de ser una persona consumidora, aquella exhibición frecuente por parte de otras personas cercanas provoca la naturalización de la conducta, esto quiere decir que cobra mayor relevancia cuando los niños pasan a la adolescencia, ya que probablemente pase a ser parte del círculo social donde se consume habitualmente. También surgen factores importantes que genera al abuso de consumo, teniendo como respuesta una conducta recompensada; ocasionando sensaciones agradables y a la vez reducir las sensaciones desagradables, lo que hace que la conducta adictiva se mantenga.

En cuanto a la teoría cognitivo-conductual, las personas que son más vulnerables a generar una conducta adictiva son dichas personas que no regulan sus emociones, asimismo, se tendrá en cuenta la “patología dual”, es cuando, las emociones negativas van asociado a otras patologías mentales.

Además, menciona que la persona descifra y toma la realidad de manera errónea, provocando el dolor y no principalmente son las acciones en sí mismos que genera el malestar. Para ello, es el individuo mismo quien debe manejar una reestructuración cognitiva, ya que puede ser capaz de cambiar la manera en que interpreta las acciones y momentos en que vive.

2.2.10. Origen de las redes sociales

El inicio de las redes sociales virtuales, con la versión que actualmente se conoce, se reafirma en el año 1997, a través de una red sixdegrees.com permitiendo que los usuarios puedan crearse un perfil y a la vez tener una lista de amigos. A partir de 1998, permitió el crecimiento de usuarios en las redes, siendo Facebook un ejemplo de red social en el año 2008, donde se aprobó el ingreso de personas externas de una universidad norteamericana, y solo tardo poco tiempo para ser millones de usuarios por día (Pérez, Fernández y López, 2014).

En el siglo XX, surge la sociedad industrializada y el boom tecnológico de las comunicaciones, redes sociales, con la connotación de redes 2.0, volvió a surgir como fuente principal de medio de comunicación a nivel mundial, logrando conectar a millones de seres humanos en breves segundos y a la vez compartiendo toda clase de información mediante la red virtual. Sin embargo, desde un principio las redes sociales se basaron por diferentes corrientes de estudios: matemáticas, antropología, sociología y psicología. Estas se dan inicio a través de las teorías matemáticas para luego ser explicadas mediante la psicología social (Castell, 2012).

Una de las teorías basados en los estudios de la psicología, es la Gestalt a través de la percepción que tenemos de los objetos. Lewin (1963), Moreno (1972) y Heider (1958) citado en Kenneth, (2004) el primer autor da el concepto de *espacio social*, por el hecho de que la percepción, comportamiento y estructura del grupo configuran un campo de relaciones. El segundo autor da a conocer la *sociometría*, que consistían en representar datos de una red social así fuera de un grupo pequeño. Por último, se estableció la *red de relaciones interpersonales en equilibrio*, donde se conoce en la forma en que se dan las relaciones ya sea favorables o desfavorables, todo ello en función de la elección de los componentes de una relación. Estas teorías surgieron luego de conocer a la teoría de grafos del estudio matemático, fundamentada por la unión de los nodos llamados aristas para formar redes que representan matrices que posibilita un análisis de las características de la red.

Tras estos estudios enfocados en la red social, nos permite hablar hoy en día, sobre el desarrollo de las redes sociales virtuales, lo cual ha dado un giro en las personas que buscan la manera de como comunicarse en menor tiempo a través de la mensajería instantánea, y todo ello gracias al avance tecnológico. En los últimos años, el fácil acceso ha generado el crecimiento de los usuarios conectados online, ya sea a través del Facebook, WhatsApp, Messenger, u otro tipo de contenido como el YouTube.

2.2.11. Adicción a redes sociales

En los últimos tiempos se ha connotado el nuevo término adicción a redes sociales (ARS), por lo que ha generado realizar estudios para identificar sobre el manejo excesivo y un deficiente control sobre las redes sociales ya que se está incrementado de manera rápida y son los adolescentes que se encuentran más propensos a ellos por su fácil acceso.

Navarro y Rueda (2007) definen el término como una dependencia psicológica que se caracteriza por el incremento de actividades que se realiza en redes, lo cual provoca un malestar cuando el sujeto no se encuentra conectado teniendo poca tolerancia y negación a la problemática.

Boyd y Ellison (2008) lo connotan como servicios de redes sociales (SRS), porque se presentan comunidades virtuales donde la persona crea su propio perfil con información personal para así poder interactuar con amistades de la vida real y a la vez conocer nuevas personas que tengan intereses en común.

Para Domínguez y Ybañez (2016) citado en Valdez (2018) nos dice que el acceso y las multifunciones que se realizan en las redes sociales virtuales son elemento muy atractivo para los adolescentes al conectarse con diferentes personas de distintos lugares. Por lo que lo define de la siguiente manera: “La adicción a redes sociales como un nuevo espacio psicosocial en el cual pueden tener cierta catarsis de la vida posmoderno, así como desplegar aspectos personales y sociales, que en muchas ocasiones dentro de sus hogares no poseen” (p. 10).

Según Escurra y Salas (2014) la ARS son conductas compulsivas que tienen los sujetos en el uso y el exceso de redes sociales, viéndose afectado las actividades cotidianas que realiza la persona y dejando de lado sus relaciones interpersonales físicas.

2.2.12. Modelos teóricos sobre la adicción a redes sociales

Basándonos en los aspectos teóricos que sustentan el cuestionario creado por Escurra y Salas (2014) donde tomaron en cuenta los indicadores del DSM-IV para el trastorno de control de impulsos no clasificados y para las adicciones a sustancias.

El juego patológico y ludopatía: el DSM-IV lo define como un trastorno que se presenta de manera crónica y progresiva ya que existe una incapacidad para controlar el impulso del juego, generando una fuerte tensión o excitación previa a la conducta de juego. Esto ha sido relacionado y usado para el concepto de las tecnologías de internet, los videojuegos y las redes sociales.

La praxis de los juegos de azar se encuentra en la población por su fácil acceso y por el refuerzo de gratificación que se obtiene luego de realizar dicha conducta generando una sensación fingida de control sobre los resultados que se consigue del juego, llegando a convertirse en adicción. Los problemas y conflictos personales son motivos por los cuales un individuo mantiene un comportamiento de ludopatía. American Psychiatric Association, 2008 (APA) citado en Benites (2018) nos indica que

cuando un sujeto pierde el control del juego provoca una conducta repetitiva que pone en riesgo la vida del sujeto en donde se presentan un desequilibrio emocional como la depresión que suele manifestarse por conductas o pensamientos suicidas cuando se llega a una fase de desesperación y desesperanzas, esto ocurre cuando la ludopatía ya se encuentra en una etapa avanzada.

Los indicadores conocidos para el diagnóstico del juego patológico son la preocupación por el juego, el menester de jugar cantidades fuertes de dinero para obtener el alto nivel de excitación deseado, inquietud o irritabilidad cuando intenta suspender el juego según DSM-IV de APA (2008) se han sido considerados para la construcción de los ítems en el cuestionario de Escurra y Salas (2014).

Factores de riesgo

Cuando se da un uso patológico de internet puede afectar a cualquier persona según su edad, en lo social, educacional o económica, siendo uno más que otro propenso a una adicción relacionado con las aplicaciones de internet y que evidencie algunas cualidades de personalidad así como la baja autoestima, sentimientos de inadecuación, necesidad de ser querido y reconocido, infelicidad, búsqueda de sensaciones, la falta de habilidades sociales, entre otros (Caplan, 2003, citado por Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro, Oberst, 2008).

Factores personales: Existen casos donde algunas particularidades de la personalidad o los estados emocionales hacen aumentar la afectación psicológica frente al consumo frecuente como la impulsividad, intolerancia a otros estímulos que no causan placer, tanto las afectaciones físicas (dolores, insomnio o fatiga) como psíquicas (preocupaciones o responsabilidades). Las redes sociales virtuales proceden como una “prótesis tecnológica” que llena el vacío de muchas personas al tener la falta de afecto debido a la historia de vida de cada sujeto (Echeburúa, 2012, p. 440).

Factores familiares: Otro de los riesgos que actúan en el uso excesivo a redes sociales son los estilos de crianza durante la infancia, como se sabe existe ciertos entornos familiares que no son del todo favorables, los entornos familiares rígidos caracterizados por los padres autoritarios, desarrollan hijos dependientes, irresponsables o rebeldes, que podrían influir en contra de los límites de los padres. Por otro lado, tenemos a las familias permisivas, donde no existen normas y los padres no llegan a un acuerdo para la crianza de su hijo(a), por lo que surgen hijos caprichosos, egocéntricos e impulsivos (Echeburúa y Requesens, 2012, pp. 84-85).

Factores sociales: Según Echeburúa y Requesens (2012) refieren que: "El aislamiento social o las relaciones con un grupo de personas que abusan de las nuevas tecnologías pueden incitar al adolescente a engancharse a Internet o a las redes sociales" (p. 85). Es decir, el ambiente tiene un papel importante para intervenir en el comportamiento de otra persona.

Con los descrito se puede decir que las personas que se encuentre vulnerables emocionalmente, que hayan vivido con familias autoritarias o permisivas y no tener adecuadas relaciones sociales hacen que sean más propensos a desarrollar una adicción, en este caso una de ellas sería la conducta adictiva a redes sociales virtuales. Como lo indica Echeburúa (2012) las recompensas inmediatas (notificaciones, comentarios o "me gusta"), el objeto de la adicción (celular, internet o laptop) a la mano, presiones de los grupos y circunstancias de estrés son hábitos para correr el riesgo de sufrir la adicción.

Factores de protección

En cuanto a los factores de protección de Echeburúa y Requesens (2012) nos dice que son aspectos que hacen que se minimice el riesgo de implicarse en una adicción, tomamos en cuenta lo siguiente:

Recursos personales

Autoestima: es el cimiento para el desarrollo de la personalidad de una persona desde inicios de su infancia, haciendo que construya a base del reconocimiento de diversos aspectos como el físico, el éxito familiar y social, la inteligencia, etc. para una autoestima saludable y positiva que busca el equilibrio emocional, la disposición y actitudes positivas para enfrentar los conflictos de se puedan presentar en el camino. Sin embargo, existe la autoestima negativa, es decir las personas no se valoran lo suficiente o lo hacen excesivamente y no manejan adecuadamente los recursos para que sea de manera adecuada.

Habilidades sociales y de comunicación: estos dos recursos para la persona es de suma importancia ya que, si el sujeto no sabe llegar a otras personas y no mantiene una adecuada comunicación, esto hace que dificulte la relación con los demás, creando un mundo virtual imaginario de manera exitosa en las situaciones sociales, sin la obligación de buscar soluciones a los problemas y refugiarse en el mundo virtual siendo utilizado para descargar los temores o la agresividad (Echeburúa y Requesens, 2012, p. 91).

Recursos familiares

Al establecer una buena comunicación familiar permite desarrollar un adecuado clima de convivencia, en donde se respeten las normas, se sepa escuchar y dialogar sin ningún problema generando una apropiada atribución de conductas adecuadas y variadas confrontado conductas de abuso y de atribuirse de riesgos innecesarios.

Señales de alarma

Existen señales de alarma de dependencia hacia las TIC o en las redes sociales virtuales que pueden denotar el cambio de una afición en una conducta adictiva (Echeburúa y Corral, 2010) son las siguientes:

a) Privarse de sueño, es decir dormir menos de cinco horas diarias, solamente para estar conectado a la red, dedicando tiempos prolongados de conexión.

b) Descuidar o reducir actividades que anteriormente se realizaba como compartir momentos con la familia, amigos, los estudios, así también la salud y el cuidado personal.
c) Recibir quejas por parte de algún familiar cercano, amigo o centro laboral sobre el manejo excesivo de las redes sociales.
d) Pensamientos continuos por las redes sociales, incluso cuando no se encuentra conectado, generando irritabilidad en la persona.
e) Intentar poner límite al tiempo de conexión, pero este es sin éxito lo cual provoca descuidar la noción del tiempo.
f) Mentir acerca del tiempo de conexión.
g) Alejarse de las relaciones interpersonales, mostrarse irritable y surge un bajo rendimiento académico.
h) Sentir euforia cuando se está conectado a las redes sociales.

2.2.13. Dimensiones de la adicción a redes sociales

Se describen las siguientes dimensiones que conforman ARS, propuestas por Escurra y Salas (2014).

Obsesión por las redes sociales: compromiso mental con las redes sociales, ocurre un pensamiento recurrente e idealizar con ellas, la ansiedad y la preocupación es causado por la falta de acceso a las redes.

Falta de control personal en el uso de las redes sociales: inquietud por la falta de control o interrupción para usar las redes sociales, dejando de lado las tareas y los estudios.

Uso excesivo de las redes sociales: dificultad para dominar el uso de las redes sociales, generando un exceso en el tiempo de uso, impidiendo el control de sobre el uso y no ser capaz para disminuir la cantidad de uso de las redes.

2.3. Definición conceptual de la terminología empleada

Autoestima

Coopersmith (1967) refiere que la autoestima es la parte evaluativa que cada individuo se realiza y valora sobre sí mismo, conformada por las capacidades o actitudes que la persona posea, las cuales se expresan a través de la aceptación o desaprobación.

Adicción a redes sociales

Escurra y Salas (2014) lo definen basándose en DSM-IV es como: “Un patrón mal adaptativo de la conducta al ejecutar constantemente actividades que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo” (p. 225).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

De acuerdo con Pacheco y Cruz (2006) es una investigación básica ya que su objetivo principal es conocer y explicar los fenómenos de la realidad natural y social, lo cual tiene como punto importante la formulación de las hipótesis. Según Tamayo y Tamayo (1998) indica que: “La hipótesis es una proposición anunciada para responder tentativamente a unos problemas, indica, por lo tanto, qué estamos buscando, va siempre hacia delante, es una proposición que puede ser puesta a prueba para determinar su validez” (p. 101).

La presente investigación tuvo un alcance de enfoque cuantitativo; así también, de tipo correlacional, ya que se midió y analizó las dos variables que se desean conocer, si están o no relacionadas con el mismo sujeto y grupo de evaluación (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

3.1.2. Diseño de investigación

Bernal (2010) menciona que: “Los diseños de investigación están determinados por el tipo de investigación que va a ejecutarse y por la hipótesis que va a probarse durante el desarrollo de la investigación” (p. 145). Asimismo, Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014) indican que: “El diseño está formado por un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p. 128).

Este estudio fue un diseño no experimental; puesto que no se manipularon las variables de estudio y solo se observó los fenómenos en su ambiente natural; al mismo tiempo, es de tipo transversal ya que se recolectaron los datos en un solo momento y tiempo único (Hernández et al., 2014).

3.2. Población y muestra

Población:

En esta parte de la investigación se tomó en cuenta a las personas que participaron en la unidad de análisis compartiendo características similares para ser el objeto de estudio, como lo refiere Jany (1994 citado por Bernal, 2010). Así también, tenemos a Fracica (1988) citado en Bernal (2010) determina que la población es como: “El conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 160).

De acuerdo a lo mencionado, en el presente estudio la población estuvo compuesta por 500 estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública Nº 6066 Villa El Salvador.

Tabla 1

Distribución de la población y muestra

	Fr.	%
Tercero	166	33,2
Cuarto	198	39,6
Quinto	136	27,2
Total	500	100,0

Muestra

La muestra es un sector de la población que se elige, del cual se obtendrá información para continuar con la investigación y tras la cual se efectuará la medición de las variables de estudio (Bernal, 2010, p. 160).

Muestra censal

Según Ramírez (1997) indicó que: “La muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra” (p. 77).

Por lo tanto, en este estudio la muestra estuvo compuesta por 500 estudiantes de ambos sexos, entre las edades de 13 a 17 años, pertenecientes a 3er a 5to año de secundaria de la institución educativa pública técnico Nº 6066 Villa El Salvador.

Características sociodemográficas de la muestra

Tabla 2

Características sociodemográficas de la muestra

Variables	Categorías	Fr	%
Sexo	Femenino	263	52,6
	Masculino	237	47,4
Edad	13 años	24	4,8
	14 años	143	28,6
	15 años	175	35,0
	16 años	128	25,6
	17 años	30	6,0
Grados	Tercero	166	33,2
	Cuarto	198	39,6
	Quinto	136	27,2
Total		500	100

En la tabla 2, se presentan las características sociodemográficas de la muestra en los estudiantes. Se evidencia que en cuanto al sexo el 52,6% fue femenino y el 35% tiene 15 años; además, el 39,6% fueron los estudiantes de cuarto grado.

Asimismo, se tomará en cuenta los criterios de inclusión, siendo los siguientes:

Criterios de Inclusión

1. Adolescentes escolares cuyas edades oscilen entre 13 a 17 años.
2. Adolescentes escolares que estén cursando el 3º y 5º grado de secundaria.
3. Adolescentes que se encuentren matriculados en la institución educativa pública Villa El Salvador 6066.
4. Adolescentes escolares que marquen correctamente y completen cada uno de los instrumentos de medición.

3.3. Hipótesis

3.3.1. Hipótesis general

H_1: Existe relación estadísticamente significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

3.3.2. Hipótesis específicas

H_1: Existen diferencias de autoestima según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

H_2: Existen diferencias en la adicción a redes sociales según sexo y grado estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

H_3: Existe relación estadísticamente significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa de Villa El Salvador.

3.4. Variables – Operacionalización

Variable 1: Autoestima

Definición conceptual

Coopersmith (1967) refiere que la autoestima es la parte evaluativa que cada individuo se realiza y valora sobre sí mismo, conformada por las capacidades o actitudes que la persona posea, las cuales se expresan a través de la aceptación o desaprobación.

Variable 2: Adicción a Redes Sociales

Definición conceptual

Escurra y Salas (2014) se basaron en el DSM-IV para definirlo como: “Un patrón mal adaptativo de la conducta al ejecutar constantemente actividades que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo” (p. 225).

Tabla 3

Operacionalización de la variable autoestima

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Nivel de Medición
Autoestima	Coopersmith (1967) citado por Abendaño (2018) menciona que la autoestima es la parte evaluativa que cada individuo se realiza y valora sobre sí mismo, conformada por las capacidades o actitudes que la persona posea, las cuales se expresan a través de la aceptación o desaprobación.	Esta variable se pretenderá medir a través 58 ítems que pertenecen a 4 dimensiones con respuestas dicotómicas 0=falso; 1=Verdadero del Inventario de Autoestima de Coopersmith forma escolar.	Área de Si Mismo General	- Manifiesta la valoración por sus cualidades personales.	1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56 y 57.	Ordinal 0=Falso 1=Verdadero
			Área Social-Pares	- Denota seguridad al establecer relaciones sociales.	5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52.	
			Área Hogar-Padres	- Sostiene relaciones equilibradas y armoniosas en su entorno familiar.	6, 9, 11, 16, 20, 29, 44.	
			Escolar	- Refleja satisfacción con su rendimiento académico.	2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54.	

Tabla 4

Operacionalización de la variable adicción a redes sociales

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Nivel de Medición
Adicción a Redes Sociales	"Es un patrón mal adaptativo de la conducta al ejecutar constantemente actividades que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo" (Escurra y Salas, 2014).	Esta variable se pretenderá medir a través de 24 ítems que pertenecen a las 3 dimensiones mediante respuestas de tipo Likert: siempre (4), casi siempre (3), a veces (2), rara vez (1) y nunca (0) del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales.	Obsesión por las redes sociales.	- Compromiso mental con las redes sociales. - Pensar constantemente y fantasear con ellas. - Ansiedad y preocupación por la falta de acceso a las redes.	2, 3, 5, 6, 7,13, 15, 19, 22, 23	Ordinal: Siempre (4); Casi siempre (3); A veces (2); Rara vez (1) y Nunca (0)
			Falta de Control personal en el uso de las redes sociales	- Preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales.	4, 11,12, 14, 20, 24	
			Uso excesivo de las redes sociales	- Exceso en el tiempo de uso. - El hecho de no poder controlarse cuando usa las redes sociales y no ser capaz de disminuir la cantidad de uso.	1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21	

3.5. Métodos e instrumentos de medición

3.5.1. Método de medición

Una de las técnicas utilizadas será el uso de instrumentos, lo cual permitirá recolectar los datos sobre las variables empleadas en los estudiantes de la institución educativa pública, que forma parte de la muestra de estudio (Huamán, 2005).

3.5.2. Instrumentos de medición

Variable 1: Autoestima

Ficha técnica

Nombre : Inventario de autoestima Coopersmith

Autor : Stanley Coopersmith

Año de publicación: 1967

Procedencia : Estados Unidos

Adaptación Peruana: Ariana Llerena, 1995.

Estandarización : Katheryn Abendaño, 2018

Ámbito de Aplicación: de 11 a 20 años

Administración : Individual y Colectiva

Duración : 15 a 20 minutos

Descripción del instrumento

El Inventario de autoestima de Coopersmith, es una evaluación de la personalidad para escolares mediante la composición verbal, impresa, homogénea y de potencia. Fue creada en Palo Alto-California (Estados Unidos), siendo realizada por un amplio y complejo análisis sobre la autoestima. Esta prueba consta de 58 ítems, incluyendo los 8 ítems que pertenecer a la escala de mentiras para corroborar la veracidad de las respuestas de las cuales está distribuido por cuatro áreas: sí

mismo general, social-pares, hogar-padres y escolar, teniendo como alternativa de respuesta verdadero (1) y falso (0).

Validez y confiabilidad de la adaptación en Perú

En la versión adaptada en el Perú por Llerena en 1995 fue administrado a 978 estudiantes con edades de 13 a 16 años de colegios estatales y no estatales de Lima Metropolitana, se realizó la validez mediante la r de Pearson entre las dimensiones de autoestima general de sí mismo y hogar-padres evidenciándose una correlación altamente significativa, de esa manera se confirma la validez de constructo. En cuanto a la confiabilidad se obtuvo una Alpha de Cronbanch de .72 es la escala general indicando una buena fiabilidad (Challco, Rodríguez y Jaimes, 2016).

Validez y confiabilidad de la estandarización

Para obtener la validez de la estandarización se aplicó a 959 estudiantes de primero a quinto de secundaria pertenecientes a San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador (Abendaño, 2018), en cuanto a la validez de contenido se realizó mediante la "V" de Aiken por 10 jueces, los resultados indican que los ítems poseen adecuados niveles de validez de contenido (.80 y 1.00) con una significación de p <.05 y .01. Del mismo modo la validez de constructo se realizó mediante el análisis factorial exploratorio donde se aplicaron la prueba de KMO y la prueba de esfericidad de Barlett, los resultados indicaron que los ítems se correlacionan y pueden formar factores.

Tabla 5

Análisis de confiabilidad de autoestima

	Alfa de Cronbach	*p*
Autoestima	.587	.000

En la tabla 5, se muestra la confiabilidad de la estandarización mediante el Alpha de Cronbach, dando como resultado un adecuado nivel de confiabilidad (.58), es decir, el instrumento es confiable para lo que pretende medir.

Para el presente estudio se realizó la validez de contenido del Inventario de autoestima, como se muestra a continuación:

Tabla 6

"V" de Aiken del inventario de autoestima

Ítems	J1	J2	J3	J4	J5	J6	V de Aiken
1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1
10	1	0	1	1	1	1	.83
11	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1
20	1	0	1	1	1	1	.83
21	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1
27	1	0	1	1	1	1	.83
28	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1
42	1	0	1	1	1	1	.83
43	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1

En la tabla 6, se presenta la validez de contenido del Inventario de autoestima, a través de la prueba V de Aiken en seis jueces expertos. Se observa que los coeficientes V encontrados oscilaron entre .80 y 1.00 para los 58 reactivos, siendo altamente significativos (p <.01).

Confiabilidad por consistencia interna del Inventario de autoestima

Para la presente investigación se obtuvo la confiabilidad mediante una prueba piloto con 60 estudiantes mediante el KR-20, dando un resultado de **.57** es decir, la prueba es el adecuado para la medición.

Variable 2: Adicción a redes sociales

Ficha técnica

Nombre original	: Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)
Autores	: Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas
Procedencia y año	: Lima, 2014
Cobertura	: Adolescentes y Jóvenes
Objetivo	: Puede ser usada para el diagnóstico de adicciones a redes sociales o para la investigación.
Áreas	: Obsesión por las redes sociales (10 ítems), falta de control personal (6 ítems) y uso excesivo de las redes sociales (8 ítems). Se obtiene un puntaje total de (24 ítems).
Administración	: Individual o grupal
Calificación	: Los puntajes se obtienen de la suma simple de los ítems.
Normas	: Puntajes normativos
Cualificaciones	: Para utilizarse en ámbitos clínicos y educativos.

Descripción del instrumento

El Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), fue elaborado por Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas en el año 2014, los criterios estuvieron basados en las adicciones a sustancias por el DSM-IV-TR (American Association – APA, 2008); lo cual sustituyeron por redes sociales, para ello los criterios identificados se basaron en las experiencias de los instrumentos de adicción a internet y a redes sociales.

La prueba está compuesta por 24 ítems que puede ser aplicado de manera individual o grupal con duración de 10 a 20 minutos, para la valoración de estos ítems se tomaron en cuenta la escala de tipo likert siendo el sistema de calificación de "nunca" hasta "siempre" (0-4). Así también, está conformada por tres dimensiones, las cuales son: Obsesión por las redes sociales (10 ítems), falta de control personal en el uso de las redes sociales (6 ítems), y por último uso excesivo de las redes sociales (8 ítems).

Validez: El análisis de validez de contenido por criterio de jueces dieron resultados que coincidieron respecto al contenido del instrumento, además hubo adecuadas evidencias de validez de constructo, según el modelo de la teoría clásica de los test a través del análisis factorial confirmatorio, la adecuación KMO obtuvo un valor de .95, el cual es considerado muy alto, así mismo la prueba de esfericidad de Bartlett obtuvo resultados adecuados para el cuestionario X^2 (276) = 4313.8, $p < .001$ (Escurra y Salas, 2014).

Confiabilidad: El análisis de confiabilidad, se hallaron coeficientes alfa de Cronbach elevados, los cuales fluctuaron entre .88 en el factor 2 y .92 en el factor 3. Asimismo, el nivel de consistencia interna supera la magnitud de .85 y son considerados altos, al igual que los puntajes en la muestra toral ya que presentan valores elevados .95 (Escurra y Salas, 2014).

Tabla 7

Análisis de confiabilidad – alfa de cronbach de ARS

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Total
Alfa de Cronbach	.91	.88	.92	.95
IC Alfa de Cronbach	.90 - .92	.86 - .90	.91 - .93	.94 - .96

Para el presente estudio se realizó la validez de contenido del Cuestionario de adicción a redes sociales, como se muestra a continuación:

Tabla 8

"V" de Aiken del cuestionario de adicción a redes sociales

Ítems	J1	J2	J3	J4	J5	J6	V de Aiken
1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1

En la tabla 8, se presenta la validez de contenido del cuestionario de adicción a redes sociales, a través de la prueba V de Aiken en seis jueces expertos. Se observa que los coeficientes V encontrados de 1.00 para los 24 reactivos, siendo altamente significativos (*p* <.01).

Confiabilidad por consistencia interna del cuestionario de adicción a redes sociales

Para el presente estudio se obtuvo la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach ejecutada en una prueba piloto con 60 estudiantes dando un resultado de **.90** lo cual, nos indica que el instrumento es preciso para la medición de la variable.

3.6. Procedimiento de ejecución para la recolección de datos

Una vez establecido los objetivos, el diseño de investigación, la selección de la muestra adecuada según el planteamiento de problema y las hipótesis se realizó la siguiente etapa para la recolección de los datos.

Se acudió a la institución educativa pública de Villa El Salvador para solicitar el permiso a las autoridades correspondientes y así poder ejecutar el proyecto de investigación. Para ello, se utilizó los instrumentos de cada variable con sus respectivas copias de protocolos para cada estudiante, seguidamente se explicó el objetivo de la investigación, así como la consigna administrada según las normas determinadas por los instrumentos. Además, la muestra firmó un formato de consentimiento informado aceptando su participación con fines académicos y se hizo hincapié sobre el respeto a la confidencialidad con el fin de contrarrestar las respuestas falsas.

Finalmente, se hizo la verificación de datos ausentes y diferentes de los instrumentos para la eliminación protocolos no válidos, al mismo tiempo se hará un orden de las pruebas.

3.7. Procedimiento de análisis estadísticos de los datos

Al tener revisados los instrumentos, se realizó la base de datos en el programa de Excel 2013 para la identificación de cada estudiante, seguidamente se pasó los datos al programa estadístico SPSS 25.0 para el análisis respectivo. En ello, se estimó las propiedades psicométricas de los instrumentos, verificando su fiabilidad y validez.

Los resultados se hallaron mediante los estadísticos descriptivos utilizando las medidas de tendencia central, desviación estándar, distribución de frecuencias y porcentajes en tablas, con el fin de conocer y comprender la manera de cómo se están comportando los datos de cada variable.

Del mismo modo, se utilizó la prueba de Kolmogorov Smirnov (K-S) para ejecutar el análisis de normalidad en la muestra para el uso de las pruebas no paramétricas, siendo las siguientes la U Mann-Whitney para identificar si existen diferencias entre el sexo y grados, Kruskal Wallis para la comparación de tres grupos independientes, y, también se utilizó la correlación de Spearman Brown para conocer la relación entre las variables.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivos e inferenciales

Análisis descriptivo de autoestima

Tabla 9

Estadísticos descriptivos de autoestima y sus dimensiones

	N	Media	D.S	Asimetría	Curtosis	Min.	Max.
Si mismo	500	12,39	3,394	0,467	-0,255	5	23
Social-pares	500	3,88	1,150	0,113	0,690	0	8
Hogar-padres	500	4,17	1,185	-0,006	0,349	1	8
Escolar	500	3,53	1,281	0,163	-0,170	0	8
Autoestima general	500	26,74	5,322	0,507	0,446	13	46

En la tabla 9, se muestran los estadísticos descriptivos de la autoestima en los estudiantes. Podemos observar que las puntuaciones del nivel de autoestima dan una media de 26,74 con una desviación estándar de 5,322; del mismo modo se obtienen los datos en cuanto a la distribución asimétrica y curtosis en general.

Tabla 10

Niveles de la dimensión sí mismo

		Fr	%
	Muy Bajo	3	0,6
Sí mismo	Bajo	216	43,2
	Promedio	238	47,6
	Alto	43	8,6
	Total	500	100

En la tabla 10, se dan a conocer los niveles de la dimensión sí mismo en los estudiantes, donde el 47,6% se ubica en la categoría promedio, seguidamente el 43,2% presenta una baja percepción de sí mismo general, por otro lado, el 8,6% tiene un alto nivel.

Tabla 11

Niveles de la dimensión social-pares

		Fr	%
Social-pares	Muy Bajo	8	1,6
	Bajo	176	35,2
	Promedio	282	56,4
	Alto	32	6,4
	Muy Alto	2	0,4
	Total	500	100,0

En la tabla 11, se observan los niveles de la dimensión social-pares en los adolescentes, donde el mayor porcentaje se encuentra en el nivel promedio 56,4%, seguidamente el 35,2% lo representa el nivel bajo.

Tabla 12

Niveles de la dimensión hogar-padres

		Fr	%
Hogar-padres	Muy Bajo	8	1,6
	Bajo	121	24,2
	Promedio	313	62,6
	Alto	56	11,2
	Muy Alto	2	0,4
	Total	500	100,0

En la tabla 12, se presentan cifras de la dimensión hogar-padres en los estudiantes. Se observa que el nivel promedio tiene un 62,6%, seguidamente se obtiene un 24,2% por el nivel bajo.

Tabla 13

Niveles de la dimensión escolar

		Fr	%
Escolar	Muy Bajo	23	4,6
	Bajo	227	45,4
	Promedio	218	43,6
	Alto	31	6,2
	Muy Alto	1	0,2
	Total	500	100,0

En la tabla 13, se muestra los rangos de la dimensión escolar en los adolescentes, indicando que el nivel bajo tiene 45,4% siendo el mayor porcentaje, continuamente se encuentra el nivel promedio con 43,6%.

Tabla 14

Niveles de la autoestima

		Fr	%
Autoestima	Bajo	228	45,6
	Promedio	262	52,4
	Alto	10	2,0
	Total	500	100,0

En la tabla 14, se da a conocer los niveles de la autoestima general de los estudiantes, donde predomina el nivel promedio con un 52,4% de la muestra, seguidamente se encuentra el nivel bajo con un 45,6%, es decir, que existen adolescentes que no presentan una adecuada percepción de sí mismo.

Análisis descriptivo de adicción a redes sociales

Tabla 15

Estadísticos descriptivos de la adicción a redes sociales y sus dimensiones

	N	Media	D.S	Asimetría	Curtosis	Min.	Max.
Obsesión por las redes sociales	500	10,71	6,862	0,614	-0,008	0	33
Falta de control personal en el uso por las redes sociales	500	8,62	4,387	0,197	-0,240	0	23
Uso excesivo de las redes sociales	500	12,07	6,280	0,237	-0,284	0	32
Adicción a redes sociales	500	31,49	16,160	0,346	-0,245	0	81

En la tabla 15, se muestran los estadísticos descriptivos de la variable ARS y sus dimensiones en los estudiantes, donde las puntuaciones a nivel de adicción a redes sociales dan una media de 31,49 con una desviación estándar de 16,160; además se evidencia la distribución asimétrica.

Tabla 16

Niveles de la dimensión obsesión por las redes sociales

		Fr	%
Obsesión por las redes sociales	Muy bajo	213	42,6
	Bajo	197	39,4
	Promedio	81	16,2
	Alto	9	1,8
	Total	500	100,0

En la tabla 16, podemos observar los rangos de la dimensión obsesión por las redes sociales en los adolescentes, donde prevalece el nivel muy bajo con 42,6%, sin embargo, existen estudiantes que presentan los indicadores de obsesión por las redes sociales siendo 16,2%.

Tabla 17

Niveles de la dimensión falta de control personal en uso de las redes sociales

		Fr	%
Falta de control personal en uso de las redes	Muy bajo	120	24,0
	Bajo	253	50,6
	Promedio	112	22,4
	Alto	15	3,0
	Total	500	100,0

En la tabla 17, se da a conocer las cifras de la dimensión falta de control personal de los estudiantes, siendo el mayor porcentaje el nivel muy bajo con 24,0%, no obstante, se evidencia indicadores en el 22,4% con un nivel promedio y el 3,0% en el nivel alto.

Tabla 18

Niveles de la dimensión uso excesivo de las redes sociales

		Fr	%
Uso excesivo de las redes sociales	Muy bajo	98	19,6
	Bajo	205	41,0
	Promedio	145	29,0
	Alto	47	9,4
	Muy alto	5	1,0
	Total	500	100,0

En la tabla 18, se observa los niveles del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes, indicando que el 41,0% presenta un nivel bajo, mientras que el 9,4% se encuentra en un nivel alto, es decir, el uso de las redes sociales es en exceso.

Tabla 19

Niveles de adicción a redes sociales

		Fr	%
Adicción a redes sociales	Muy bajo	116	23,2
	Bajo	235	47,0
	Promedio	122	24,4
	Alto	26	5,2
	Muy alto	1	0,2
	Total	500	100,0

En la tabla 19, se muestra los rangos de ARS en los estudiantes, se observa que el nivel con mayor prevalencia es bajo con 47,0%, seguido el nivel promedio con 24,4% y con 5,2% en el nivel alto, es decir, existen indicadores de adicción a redes sociales en los estudiantes.

Análisis comparativo de las variables

Análisis de normalidad de autoestima y sus dimensiones

Tabla 20

Prueba de normalidad de autoestima y sus dimensiones

	Si mismo	Social-pares	Hogar-padres	Escolar	Autoestima
N	500	500	500	500	500
Media	12,39	3,88	4,17	3,53	26,74
Desviación estándar	3,394	1,150	1,185	1,281	5,322
K.S.	,103	,184	,185	,162	,093
p	,000[c]	,000[c]	,000[c]	,000[c]	,000[c]

En la tabla 20, se halló la prueba de normalidad de la variable autoestima y sus dimensiones en los escolares. Se evidencia que la distribución no se ajusta a una teórica distribución normal ya que el valor *p* es <.05; por lo tanto, se ejecutó los estadísticos no paramétricos.

Comparación de la autoestima según el sexo y grado de estudio.

Tabla 21

Comparación de la autoestima y sus dimensiones según el sexo

	Sexo	U Mann Whitney	Z	*p*	N	Rango promedio
Si mismo	femenino	29583,000	-0,985	.325	263	256,52
	masculino				237	243,82
Social-pares	femenino	28621,500	-1,640	.101	263	240,83
	masculino				237	261,23
Hogar-padres	femenino	30935,000	-0,149	.882	263	251,38
	masculino				237	249,53
Escolar	femenino	30720,000	-0,284	.776	263	252,19
	masculino				237	248,62
Autoestima	femenino	30733,500	-0,268	.788	263	252,14
	masculino				237	248,68

En la tabla 21, se puede observar los resultados de la comparación de autoestima en los estudiantes en función al sexo, por lo tanto, nos indica que no existen diferencias estadísticamente significativas a nivel general de autoestima.

Tabla 22

Comparación de autoestima y sus dimensiones según el grado

	Grupos	H de Kruskal- Wallis	gl	*p*	N	Rango promedio
	Tercero				166	249,17
Si mismo	Cuarto	4,400	2	.111	198	264,81
	Quinto				136	231,28
	Tercero				166	250,41
Social-pares	Cuarto	4,529	2	.104	198	263,95
	Quinto				136	231,03
	Tercero				166	246,53
Hogar-padres	Cuarto	0,271	2	.873	198	250,82
	Quinto				136	254,88
	Tercero				166	251,39
Escolar	Cuarto	0,057	2	.972	198	248,68
	Quinto				136	252,06
	Tercero				166	249,08
Autoestima	Cuarto	2,712	2	.258	198	261,92
	Quinto				136	235,60

En la tabla 22, se muestran los resultados de la comparación de autoestima en función al grado escolar en los estudiantes. Se identifica que no existen diferencias estadísticamente significativas a nivel general de autoestima en función al grado.

Análisis de normalidad de adicción a redes sociales y sus dimensiones

Tabla 23

Prueba de normalidad de adicción a redes sociales y sus dimensiones

	Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal	Uso excesivo	Adicción a redes sociales
N	500	500	500	500
Media	10,71	8,62	12,07	31,49
Desviación estándar	6,862	4,387	6,280	16,160
K.S.	,087	,058	,051	,057
p	,000[c]	,000[c]	,004[c]	,000[c]

En la tabla 23, se presenta la prueba de normalidad de ARS en los estudiantes, donde la muestra no se ajusta a una distribución normal, por lo tanto, se usaron estadísticos no paramétricos.

Comparación de la adicción a redes sociales según el sexo y grado de estudio.

Tabla 24

Comparación de adicción a redes sociales según el sexo

	Sexo	U Mann Whitney	Z	*p*	N	Rango promedio
Obsesión por las redes sociales	femenino	30472,500	-0,430	.667	263	253,13
	masculino				237	247,58
Falta de control personal	femenino	29516,000	-1,025	.305	263	244,23
	masculino				237	257,46
Uso excesivo de las redes sociales	femenino	30824,500	-0,212	.832	263	249,20
	masculino				237	251,94
Adicción a redes sociales	femenino	31081,000	-0,052	.958	263	250,82
	masculino				237	250,14

En la tabla 24, se evidencia la comparación de ARS en los estudiantes, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas a nivel general de adicción a redes sociales en función al sexo.

Tabla 25

Comparación de adicción a redes sociales según el grado

	Grupos	H de Kruskal-Wallis	gl	*p*	N	Rango promedio
Obsesión por las redes sociales	Tercero	3,952	2	.139	166	259,88
	Cuarto				198	256,98
	Quinto				136	229,61
Falta de control personal	Tercero	3,217	2	.200	166	258,08
	Cuarto				198	257,12
	Quinto				136	231,60
Uso excesivo de las redes sociales	Tercero	9,473	2	**.009**	166	258,67
	Cuarto				198	265,72
	Quinto				136	218,38
Adicción a redes sociales	Tercero	6,788	2	**.034**	166	260,39
	Cuarto				198	261,12
	Quinto				136	222,97

En la tabla 25, se muestran la comparación de ARS según el grado de estudio en los estudiantes, indicando que existen diferencias estadísticamente significativas al nivel general de adicción a redes sociales según el grado de estudio.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H_1: Existe relación estadísticamente significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

Tabla 26

Análisis de relación entre autoestima y la adicción a redes sociales

	Adicción a redes sociales		
	rho	*p*	n
Autoestima	,299**	.000	500

*** Altamente significativa p >.01.*

En la tabla 26, se da a conocer los resultados de correlación entre autoestima y ARS en los estudiantes de tercero a quinto grado de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador mediante la prueba *rho* de Spearman Brown. Se halló una relación estadísticamente significativa (*rho*=,299; *p*=.000) entre las variables; sin embargo, es de baja intensidad. Según lo hallado se puede rechazar la hipótesis nula y determinar que existe relación estadísticamente significativa entre las variables.

Prueba de hipótesis especifica

H_1: Existe relación estadísticamente significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

Tabla 27

Análisis de relación entre las dimensiones de autoestima y de adicción a redes sociales

	Obsesión por las redes sociales			Falta de control personal			Uso excesivo de las redes sociales		
	rho	*p*	n	*rho*	*p*	n	*rho*	*p*	n
Si mismo	,292**	.000	500	,242**	.000	500	,300**	.000	500
Social-pares	,130**	.004	500	,136**	.002	500	,152**	.001	500
Hogar-padres	,146**	.001	500	,154**	.001	500	,144**	.001	500
Escolar	,177**	.000	500	,169**	.000	500	,184**	.000	500

*** Altamente significativa p >.01.*

En la tabla 27, se conoce el análisis de correlación entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de ARS mediante la prueba de rho de Spearman Brown en los puntajes de los estudiantes de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Dichos resultados nos indican que, en cuanto a las dimensiones de autoestima, la dimensión si mismo presento relación estadísticamente significativa con obsesión a redes sociales (*rho*=,292; *p*=.000), con falta de control personal (*rho*=,242; *p*=.000) y con el uso excesivo de las redes sociales (*rho*=,300; *p*=.000), indicando que a menor desarrollo de autoestima en los estudiantes, tendrán mayores conductas de pensamientos obsesivos, falta de control personal y uso excesivo de las redes sociales.

De la misma forma en la dimensión social-pares presentó relación estadísticamente significativa con obsesión por las redes sociales (*rho*=,130; *p*=.004), falta de control personal (*rho*=,136; *p*=.002) y con el uso excesivo por las redes sociales (*rho*=,152; *p*=.001), indicando que a menor presencia de habilidades para las relaciones interpersonales en los estudiantes, tendrán menos control personal por las redes sociales y un uso inadecuado de las redes sociales; y será mayor los pensamientos obsesivos por las redes sociales.

Asimismo, la dimensión hogar-padres presentó relación estadísticamente significativa con obsesión por las redes sociales (*rho*=,146; *p*=.001), con la falta de control personal por las redes sociales (*rho*=,154; *p*=.001) y el uso excesivo de las redes sociales (*rho*=,144; *p*=.001), esto hace referencia que los estudiantes que no mantienen una adecuada relación en su hogar con sus padres, tendrán mayor obsesión, falta de control personal y mayor uso excesivo de las redes sociales.

Finalmente, la dimensión escolar presentó relación estadísticamente significativa con obsesión a las redes sociales (*rho*=,177; *p*=.000), con falta de control personal (*rho*=,169; *p*=.000), y uso excesivo de las redes sociales (*rho*=,184; *p*=.000), es decir, que los estudiantes que se perciben así mismos con un bajo desempeño escolar presentaran indicadores de riesgo de ARS.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre autoestima y adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes de tercer a quinto de secundaria de una institución educativa pública de Villa El salvador, en ese sentido se halló que la autoestima presentó relación estadísticamente significativa con la ARS en los estudiantes, dando a entender que los estudiantes que reportan menor nivel de autoestima evidencian mayor nivel de ARS, esto es fundamentado por Clemes y Bean (2001) al referir que la autoestima es un conjunto de sentimientos que cada individuo vive en la interacción con el ambiente, ya sea de manera positiva o negativo, lo cual genera una actitud positiva o negativa frente a determinadas situaciones, en este caso a una adicción conductual.

Asimismo, se confirma la teoría de Coopersmith (1967) que indica que la base fundamental para un adecuado desarrollo de la autoestima es la forma en como los padres intervienen en la etapa infantil, ya que a través del tiempo podría aumentar como disminuir la estima hacia uno mismo, según las influencias del ambiente, por ello, una baja autoestima en los adolescentes podría generar riesgos psicosociales durante el desenvolvimiento personal de que cada adolescente.

Se encontró que en cuanto a la autoestima en la dimensión sí mismo el 43,2% fue bajo, en la dimensión social-pares el 35,2% fue bajo y el 56,4% fue promedio, en la dimensión hogar-padres hubo un 24,2% en el nivel bajo y 62.6% en el nivel promedio, en los niveles de la dimensión escolar el 45,4% fue bajo y el 43,6% fue promedio, por último, en autoestima general el 45,6% fue bajo y el 52,4% fue promedio. Los resultados hallados mantienen cercanía con la investigación de Tejada y Méndez (2015) quienes obtuvieron en la dimensión sí mismo el 8,5% fue bajo, en la dimensión social-pares el 15,1% fue bajo y el 38,7% promedio, en la dimensión hogar-padres el 31,1% fue muy baja y el 26,4% fue promedio, y en cuanto, a la dimensión escolar el 7,5% fue baja y el 44,3% fue promedio.

En cuanto a la ARS se hallaron los siguientes resultados en función a sus dimensiones: Obsesión por las redes sociales el 16,2% fue promedio y el 1,8% fue alto; Falta de control personal 22,4% fue promedio y el 3% fue alto; el uso excesivo el 29% fue promedio, el 9,4% fue alto y el 1% fue muy alto; y en adicción a redes sociales el 24,4% fue promedio y el 5,2% fue alto. Estos resultados son similares con el estudio de Ikemiyashiro (2017) donde la dimensión obsesión por las redes sociales obtuvo un 36% ubicándolo en un nivel promedio; la dimensión falta de control personal por las redes sociales con 43,5% fue promedio y el 22,4% fue alto, y el uso excesivo de las redes sociales fue alto con el 32,9%. Asimismo, coincide con Díaz y Sánchez (2017) siendo el nivel de adicción promedio con un 27%; mientras que con el estudio de Ulloa (2016) existe diferencias ya que se obtuvo un 7,7% de adicción en los adolescentes.

Del mismo modo, se confirma la teoría presentada por Escurra y Salas (2014) fundamentado que la adicción a redes sociales son patrones desadaptativos que influyen en los individuos, siendo vulnerables los adolescentes, esto es corroborado por las respuestas brindadas por cada evaluado y según los porcentajes presentados.

Se halló que al comparar la autoestima según el sexo y el grado de estudio no existen diferencias significativas a nivel general, esto significa que el sexo y el grado no son variables que influyan o representen alguna condición de cambio en cuanto a la autoestima en los estudiantes de tercero a quinto de secundaria de la institución educativa pública.

A lo que refiere a ARS según el sexo no existen diferencias significativas a nivel general, es decir, que el sexo no es una variable influyente para ser un agente de cambio para la presencia de indicadores a la adicción, ya que se puede presentar en ambos sexos. A diferencia, de la variable grado de estudio, donde se encuentra diferencias estadísticamente significativas a nivel general, lo que quiere decir, que es una condición relevante, siendo posible que los estudiantes de distintos grados académicos reporten una variabilidad sobre el uso y mayor conducta adictiva de las redes sociales.

En cuanto al análisis de relación entre autoestima y ARS, se halló una relación estadísticamente significativa (*rho*=,299; *p*=.000), es decir, que a baja autoestima será mayor el riesgo de adicción a redes sociales en los estudiantes de la institución educativa, estos resultados coindicen con la investigación de Challco, Rodríguez y Jaimes (2016) donde identificaron una relación significativa inversa entre el riesgo de adicción a redes sociales, la autoestima y el autocontrol (*r*= -,287; *p*= .001 y r= -,288; *p*= .001), estableciendo la misma consigna que a baja autoestima y autocontrol se presentará una conducta adictiva a las redes sociales. Del mismo modo, se contrastan resultados con el estudio de Moral y Fernández (2019) mencionando que a baja autoestima y la impulsividad cognitiva y no planeada predicen con mayor probabilidad el uso desadaptativo de internet. Asimismo, Echeburúa y Requesens (2012) nos indica la autoestima negativa, hace que las personas no se valoren lo suficiente o no manejan adecuadamente sus recursos por lo que suele ocurrir el aislamiento social generando que el individuo se enganche a las redes sociales.

Además, se encontró que las dimensiones de autoestima se relacionan estadísticamente significativas (p <.05) con las dimensiones de adicción a redes sociales, es decir que, los estudiantes que presentan una percepción desvalorada de sí mismo, conflictos familiares, escolares y sociales tendrán mayor riesgo a presentar conductas relacionadas a las redes sociales como obsesión, falta de control y uso excesivo en los estudiantes de la institución educativa Nº 6066 de Villa El Salvador.

Por último, cabe mencionar que la investigación se ha ejecutado mayoritariamente en escolares en Lima Sur, lo cual los resultados servirán como una fuente importante para futuros estudios con las mismas variables y con los instrumentos utilizados en esta investigación.

5.2. Conclusiones

1. En cuanto el objetivo general, se halló relación estadísticamente significativa (*rho*=,299; *p*=.000) entre autoestima y adicción a redes sociales, indicando que, a baja autoestima en los estudiantes de tercero a quinto de secundaria será mayor el riesgo de adicción a redes sociales, es decir que, una pobre valoración de sí mismo tendrá mayor riesgo a generar ciertas conductas negativas o adictivas.

2. Para el primer objetivo específico, se encontró que el nivel de autoestima general el 45,6% fue bajo, el 52,4% fue promedio y el 2% fue alto.

3. Al segundo objetivo específico, se hallaron el nivel de adicción a redes sociales el 23,2% muy bajo, el 47% bajo, el 24,4% fue promedio, el 5,2% fue alto y el 0,2% fue muy alto.

4. Para el tercer objetivo específico, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas (p >.05) al comparar la autoestima en nivel general según el sexo y grado de estudio.

5. En cuanto al cuarto objetivo específico, no se encontró diferencias estadísticamente significativas (p >.05) al comparar la adicción a redes sociales según sexo; sin embargo, se hallaron diferencias estadísticamente significativas (p <.05) según el grado de estudio.

6. Por último, se encontró evidencia de la relación estadísticamente significativa entre las cuatro dimensiones de autoestima y las tres dimensiones de ARS en los estudiantes de tercero a quinto de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador, es decir que, cada dimensión representa alguna habilidad, cualidad o fortaleza que no está siendo reforzado para el uso adecuado de las redes sociales.

5.3. Recomendaciones

1. Diseñar programas psicológicos que fortalezcan la autoestima en los estudiantes escolares, y sobre el uso adecuado de las redes sociales y los peligros de los mismos, ya que el presente estudio se encontró relación estadísticamente significativa entre ambas variables.

2. Se recomienda terapia psicológica individual a los estudiantes que presentan baja autoestima. Del mismo modo, para los estudiantes que tienen un promedio o alto nivel de adicción a redes sociales.

3. Se recomienda ampliar el número de la muestra, incorporando estudiantes de otras instituciones educativas para analizar la replicabilidad de los resultados, asimismo, identificar si varía el nivel de autoestima y de adicción a redes sociales según el sexo y grado de estudio.

4. La institución educativa pública Nº 6066 Villa El Salvador, debe informar a los padres de familia sobre los resultados e involucrarlos en escuelas de padres o talleres de intervención que resalten la importancia de una adecuada autoestima y sobre el uso adecuado de las redes sociales.

REFERENCIAS

Abendaño, K. (2018). *Propiedades Psicométricas y estandarización del Inventario de Autoestima de Coopersmith en escolares de secundaria de Lima Sur: San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/556/3/KATHERYN%20JOHANNA%20ABENDANO%20MIRANDA.pdf

Alcántara, J. (1993). *Cómo educar la autoestima.* Barcelona, España: Grupo Editorial CEAC.

American Psychiatric Association APA. (2008). *DSM – IV: Manual Diagnóstico estadístico de los tratamientos mentales.* Barcelona, España: Masson.

Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las Redes Sociales e Internet en la Adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica CONDES, 26*(1), 9-11. Recuperado de https://ac.els-cdn.com/S0716864015000048/1-s2.0-S0716864015000048-main.pdf?_tid=d2a46663-a1c3-4cb5-a7b1-768e03ff7feb&acdnat=1538603280_29469a7792f45d4eb4e2c397a26c798b

Arnao, J. y Surpachín, N. (2016). *Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes.* Recuperado de http://www.repositorio.cedro.org.pe/handle/CEDRO/310

Brugal, M., Rodriguez-Martos, A. y Villalbi, J. (2006). Nuevas y viejas adicciones: implicaciones para la salud pública. *Gaceta Sanitaria, 20*(1), 55-62. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911106715679

Benites, G. (2018). *Propiedades Psicométricas de la Escala de Adicción a Redes Sociales en Universitarios de la ciudad de Trujillo* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11255

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Bogotá, Colombia: Pearson.

Boyd, D. y Ellison, N. (2008). Social network sites: definition, history, and scho- larship. *Journal of computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230. Recuperado de https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research, 30*(6), 625-648. Recuperado de https://doi.org/10.1177/0093650203257842

Carpenter, M. (2002). *La Psicoterapia Gestalt, una forma de reinsertar familiar y socialmente al adicto.* Recuperado de https://mundogestalt.com/la-psicoterapia-gestalt-una-forma-de-reinsertarfamiliar-y-socialmente-al-adicto/

Castell, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet.* Madrid, España: Alianza Editorial.

Challco, K., Rodríguez, S., y Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud, 9*(1), 9-15. Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/rc_salud/article/view/236

Consejo Nacional contra las Adicciones, CONADIC. (2008). *Prevención de las adicciones y promoción de conductas saludables. Guía para el promotor de "Nueva Vida".* Recuperado de http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/nueva_vida/prevad_cap1.pdf

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self steem.* San Francisco, EE.UU.: W.H. Freeman

Coopersmith, S. (1990). *Inventario de Autoestima.* Palo Alto, EE.UU: Consulting Psychologists.

Cía, A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría, 76*(4), *210-217.* Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=372036946004

DATUM Internacional. (2015). *Internet en el Perú.* Recuperado de http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Internet.pdf

Díaz, H., Olmos, R. y Martínez, C. (2007). Alcoholismo. Revista Medicine: programa de formación médica continuada acreditada, *9*(86), 5521-5528. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S021134490774691X

Díaz, E. y Sánchez, M. (2017). *Redes Sociales y Clima familiar en adolescentes de la Urbanización San Elías del distrito de Los Olivos, en el 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.telesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/69/1/D%C3%8DAZ%20BANDA%20Y%20S%C3%81NCHEZ-PSICOLOG%C3%8DA.pdf

Diez, D., Valdepérez, A., Aragay, V. y Soms, M. (2016). El trastorno de Compra Compulsiva. *Revista Iberoamericana de Psicosomática, 117,* 11-16*.* Recuperado de http://www.editorialmedica.com/download.php?idart=726

Domínguez, J. y Ybañez, J. (2016) Adicción a las redes Sociales y Habilidades Sociales en estudiantes de una institución educativa privada. *Propósitos y representaciones, 4*(2), 181-230. Recuperado de https://search.proquest.com/openview/339326dcf1ffe9a450e55f8ab6b3f63f/1?pq

Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones, 22*(2)*,* 91-95. Recuperado de http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196

Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias, 37*(4), 435-447. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4113810

Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes. Guía para educadores.* Recuperado de http://omextad.salud.gob.mx/contenidos/investigaciones/Guiaparaeducadores.pdf

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

Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit, 20*(1), 73-91.

Espinoza, M. (2015). *Propiedades Psicométricas del Inventario de Autoestima de Coopersmith Forma A en alumnos de secundaria* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

García, J. (2010). *Psicología del desarrollo.* Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

García del Castillo, J. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Health and Addictions: Salud y Drogas, 13*(1), 5-13. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83928046001

Gallardo, L. (2018). *Autoestima en estudiantes del cuarto grado de educación secundaria de la Institución Educativa Nº 5179 Los Pinos del distrito de Puente Piedra, 2017* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2205/TRAB.SUF.PROF._Lidia%20In%C3%A9s%20Gallardo%20Delgado.pdf?sequence=2

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación.* D.F, México: Editorial McGraw-Hill.

Huamán, H. (2005). *Manual de Técnicas de Investigación: Conceptos y Aplicaciones.* Lima, Perú: Ipladees.

Instituto Nacional sobre el Abuso de Drogas, NIDA (2012). *Los medicamentos de prescripción: Abuso y adicción.* Recuperado de https://d14rmgtrwzf5a.cloudfront.net/sites/default/files/prescriptiondrugs_rrs_sp_1.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (2017). *Población que accede a Internet.* Recuperado de https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/

Ikemiyashiro, J. (2017). *Uso de las Redes Sociales Virtuales y Habilidades Sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

Jany, E. (1994*). Investigación integral de mercador.* Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Keegan, E. (2017). *Perspectiva cognitivo – conductual del abuso de sustancias.* Argentina: Intersecciones Psi. Recuperado de http://intersecciones.psi.uba.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=44:perspectiva-cognitivo-conductual-del-abuso-desustancias&catid=9:perspectivas&Itemid=1

Kenneth, H. (2004). *Matemática discreta y sus aplicaciones.* México: McGraw-Hill.

Llerena, A. (1995). *Adaptación peruana de normalización del Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith.* Lima Metropolitana.

Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad.* Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de https://es.scribd.com/document/102025212/MOTIVACION-Y-PERSONALIDAD-MASLOW-ABRAHAM-H

Moral, M. de la V., y Fernández, S. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, *37*(1), 103-119. Doi: https://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029

Moronta, E. (2014). *Modelos teóricos para adicciones* [mensaje en un blog]. WordPress.com Recuperado de https://eduardxoz.wordpress.com/2015/05/31/modelos-teoricos-para-lasadicciones/

Muños, 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). Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cs-munoz2_l/pdfAmont/cs-munoz2_l.pdf

Navarro, Á., y Rueda, G. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría, XXXVI* (4), 691-700. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80636409

Organización Mundial de la Salud, OMS. (1995). *CIE 10: Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud.* Washington, EE.UU.: OMS.

Pacheco, A. y Cruz, M. (2006). *Metodología critica de la investigación. Lógica, procedimiento y técnicas.* México, México: Editorial Continental.

Pérez, M., Fernández, M. y López, F. (2014). El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. *Revista de Psicología y Educación: EduPsykhé, 13*(1), 93-118. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/287209549_El_fenomeno_de_las_redes_sociales_evolucion_y_perfil_del_usuario

Pérez, N. y Salamanca, Y. (2017). Relación entre autoestima e ideación suicida en adolescentes colombianos. *Revista de Psicología GEPU, 8*(1), 8-21. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55724769/Revista_de_Psicologia_GEPU_8_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1554418276&Signature=39p4iG0sRBzjaZv2uPlrU7%2FXC%2Bk%3D&response-content-

disposition=inline%3B%20filename%3DLo_analizable_del_sintoma_y_rectificacio.pdf#page=8

Ramírez, T. (1997). *Como hacer un proyecto de investigación.* Caracas, Venezuela: Panapo.

Roa, A. (2013). La educación emocional, el Autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *Revista EDETANIA (44)*, 241-257. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4596298.pdf

Roca, E. (2005). *Autoestima Sana-Una Visión actual, basada en Investigación.* Recuperado de https://www.cop.es/colegiados/PV00520/pdf/Autoestima%20sana-Dale%20una%20mirada.pdf

Rogers, C. (1971). Psicoterapia centrada en el cliente. *Av.psicol, 23*(2), *141-148.* Recuperado de http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_2/W.Arias.pdf

Rosenberg, M. (1979). *Concepción de Autoestima.* New York, EE.UU.: Libros básicos.

Ruiz, A. y Prospero, O. (2014). La marihuana. *Revista Ciencia, 65*(1), *62-69.* Recuperado de https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/65_1/PDF/Marihuana.pdf

Sahagun, M., Martinez, B., Delgado, E. y Salamanca, C. (2015) Adicción a Redes Sociales y su relación con problemas de Autoestima en la población de 15 a 19 años en la población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista Médica MD, 6*(4), *285-289.* Recuperado de http://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=60331

Salanova, M., Libano, M., Llorens, S., Schaufeli, W.B y Fidalgo, M. (2006). La adicción al trabajo: concepto y evaluación. *Gestión Práctica de Riesgos Laborales, 27, 24-30.* Recuperado de http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/03/2006_Del-L%C3%ADbano-Llorens-Schaufeli-Salanova-I.pdf

Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones, 20*(2), 149-159. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122057007.pdf

Seijas, D. (2008). Tabaquismo. *Revista Médica Clínica CONDES, 19*(1), *99-113.* Recuperado de http://www.clinicalascondes.com/area-academica/pdf/MED_19_1/12_Tabaquismo.pdf

Tamayo y Tamayo, M. (1998). *El proceso de la investigación científica.* México, México: Limusa.

Tejada, M. y Méndez, A. (2015). *Uso de facebook y niveles de autoestima en adolescentes de secundaria* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/335200995_uso_de_facebook_y_niveles_de_autoestima_en_adolescentes_de_secundaria_facebook_use_and_self-esteem_in_high_school_adolescents

Ulloa, E. (2016). *Uso del Tiempo Libre y Adicción a las Redes Sociales en Adolescentes de 13 a 19 años* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5442/1/11784.pdf

Valdez, A. (2018). *Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/7785

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema General ¿Cuál es la relación entre Autoestima y Adicción a Redes Sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa el Salvador?	Objetivo General Determinar la relación entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Objetivos específicos Identificar los niveles de autoestima en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Identificar los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Establecer si existen diferencias en autoestima según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Establecer si existe diferencias en adicción a redes sociales según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Analizar si existe relación significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador.	Hipótesis General H_1: Existe relación entre autoestima y adicción a redes Sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Hipótesis específica 1 H_1: Existen diferencias de autoestima según sexo y grado en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Hipótesis Especifica 2 H_2: Existen diferencias en la adicción a redes sociales según sexo y grado estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa El Salvador. Hipótesis Especifica 3 H_3: Existe relación significativa entre las dimensiones de autoestima y las dimensiones de adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa de Villa El Salvador.	VARIABLE 1: AUTOESTIMA Dimensiones / Indicadores / Ítems / Escala de medición Si Mismo General — Manifiesta la valoración por sus cualidades personales. — 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 43, 47, 48, 51, 55, 56 y 57. Social-Pares — Denota seguridad al establecer relaciones sociales. — 5, 8, 14, 21, 28, 40, 49, 52. Hogar-Padres — Sostiene relaciones equilibradas y armoniosas en su entorno familiar. — 6, 9, 11, 16, 20, 29, 44. Escolar — Refleja satisfacción con su rendimiento académico. — 2, 17, 23, 33, 37, 42, 46, 54. Escala de medición: Ordinal 0=Falso 1=Verdadero VARIABLE 2: ADICCIÓN A REDES SOCIALES Dimensiones / Indicadores / Ítems / Escala de medición Obsesión por las redes sociales — Compromiso mental con las redes sociales. Pensar constantemente y fantasear con ellas. Ansiedad y preocupación por la falta de acceso a las redes. — 2, 3, 5, 6, 7,13, 15, 19, 22, 23 Falta de Control personal en el uso de las redes sociales — Preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales. — 4, 11,12, 14, 20, 24 Uso excesivo de las redes sociales — Exceso en el tiempo de uso. El hecho de no poder controlarse cuando usa las redes sociales y no ser capaz de disminuir la cantidad de uso. — 1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21 Escala de medición: Ordinal siempre (4); casi siempre (3); a veces (2); rara vez (1) y nunca (0)	Tipo de investigación: Básica, de tipo correlacional ya que medirá y analizará las dos variables. Diseño de investigación: No experimental, transversal. Población: Escolares de la institución educativa pública de Villa El Salvador. Muestra: Adolescentes de ambos sexos con edades de 13 a 17 años, pertenecientes al 3º a 5º de secundaria. Instrumentos: Se utilizó el Cuestionario de adicción a redes sociales, (Escurra y Salas, 2014) e Inventario de autoestima de Coopersmith (1990).

ANEXO 02: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 01

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

Escurra y Salas (2014)

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

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

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

ANEXO 03: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 02

INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH

Adaptado por Abendaño, 2018

Edad:……. **Sexo:** (F) (M)

Nivel Educativo: 3º ☐ 4º ☐ 5º ☐

INSTRUCCIONES

A continuación, hallaras algunas preguntas acerca de las maneras como te comportas o te sientes. Después de cada pregunta tú puedes ver que hay dos espacios en blanco, uno pertenece a la columna de "VERDAD" y la otra columna a la de "FALSO". Es decir, que marcarás con una X en el espacio de "V", si la pregunta está de acuerdo con la manera en que generalmente actúas o te sientes; y, marcarás con una X el "F", cuando la pregunta no diga la manera en que actúas o te sientes.

Trabaja rápidamente y no te demores mucho tiempo en cada pregunta. Asegúrate de no dejar de responder ninguna de ellas. Ahora puedes comenzar.

ITEMS	V	F
1. Las cosas mayormente no me preocupan.		
2. Me resulta muy difícil hablar frente a la clase.		
3. Hay muchas cosas sobre mí mismo (a) que cambiaría si pudiera.		
4. Puedo tomar decisiones sin muchas dificultades.		
5. Soy una persona divertida		
6. En casa me fastidio fácilmente.		
7. Me toma bastante tiempo acostumbrarme a algo nuevo		
8. Soy popular entre los chicos (as) de mi edad.		
9. Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos		
10. Me rindo fácilmente		
11. Mis padres esperan demasiado de mí.		
12. Es bastante difícil ser yo mismo (a).		
13. Mi vida es complicada.		
14. Los (as) chicos (as) generalmente aceptan mis ideas.		
15. Tengo una pobre opinión acerca de mí mismo (a).		
16. Muchas veces me gustaría irme de casa.		

17. Generalmente me siento aburrido (a) en la escuela.		
18. Físicamente no soy tan simpático (a) como la mayoría de personas.		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo.		
20. Mis padres me comprenden.		
21. La mayoría de personas caen mejor de lo que yo caigo.		
22. Generalmente siento que mis padres me estuvieran presionando.		
23. Generalmente me siento desmoralizado (a) en la escuela.		
24. Generalmente desearía ser otra persona.		
25. No se puede confiar en mí.		
26. Nunca me preocupo de nada.		
27. Estoy seguro (a) de mí mismo (a).		
28. Caigo bien fácilmente.		
29. Mis padres y yo nos divertimos mucho juntos.		
30. Paso bastante tiempo soñando despierto (a).		
31. Desearía tener menos edad.		
32. Siempre hago lo correcto.		
33. Estoy orgulloso (a) de mi rendimiento en la escuela.		
34. Alguien siempre debe decirme lo que debo hacer.		
35. Generalmente me arrepiento de las cosas que hago.		
36. Nunca estoy contento (a).		
37. Estoy haciendo lo mejor que puedo.		
38. Generalmente puedo cuidarme solo (a).		
39. Soy bastante feliz.		
40. Preferiría jugar con niños (as) más pequeños (as) que yo.		
41. Me gustan todas las personas que conozco.		
42. Me gusta cuando me llaman a la pizarra.		
43. Me comprendo a mí mismo (a).		
44. Nadie me presta mucha atención en casa.		
45. Nunca me llaman la atención.		
46. No me está yendo tan bien en la escuela como quisiera.		
47. Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48. Realmente no me gusta ser un (a) adolescente.		

49. No me gusta estar con otras personas.		
50. Nunca soy tímido (a).		
51. Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a).		
52. Los (as) chicos (as) generalmente se la agarran conmigo.		
53. Siempre digo la verdad.		
54. Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz.		
55. No me importan lo que me pase.		
56. Soy un fracaso.		
57. Me fastidio fácilmente cuando me regañan		
58. Siempre sé lo que debo decir a las personas.		

ANEXO 04:

INFORME DE SOFTWARE ANTI PLAGIO

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE 3RO A 5TO DE SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA DE VILLA EL SALVADOR

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%	18%	1%	15%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

11%

★ Submitted to Universidad Peruana Los Andes

Trabajo del estudiante

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	Apagado
Excluir bibliografía	Apagado		

ANEXO 05:

CARTA DE PERMISO PARA LA INSTITUCIÓN

CARGO

I.E. N° 6066 "VILLA EL SALVADOR"
UGEL 01 EXP. _____
RECIBIDO POR _____
FECHA 07 MAY 2019 HORA _____
LA RECEPCIÓN DEL DOCUMENTO NO SIGNIFICA CONFORMIDAD

Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

OFICIO 087-2019-U. AUTONOMA-FH/CAPP

Lima Sur, 07 de Mayo del 2019

Sra. Erika Valencia Sarai
Directora de la I.E. N° 6066 "Villa El Salvador"
Villa El Salvador

De nuestra mayor consideración
Presente. -

Es grato dirigirnos a Usted para expresarle nuestro cordial saludo a nombre de las autoridades de la Universidad Autónoma del Perú y el nuestro propio, así mismo, aprovechamos la oportunidad para solicitarle autorice el ingreso a la institución que Ud. dignamente dirige, de nuestra estudiante de la Carrera Académico Profesional de Psicología-Facultad de Humanidades, quien como parte de la tesis titulada: ***"Autoestima y Adicción a Redes Sociales en Estudiantes de Tercero a Quinto de Secundaria de una Institución Educativa Pública de Villa El Salvador"***, desea aplicar pruebas psicológicas dirigida a los estudiantes tercero a quinto de secundaria de su representada. Todo ello servirá para el recojo de datos para la mencionada investigación. La persona encargada que realizará dicha actividad es:

GRIMALDO GARCÍA MARGARITA ISABEL

Ella asistirá a su despacho para coordinar con Ud. los detalles pertinentes.

Esperando contar con su valioso apoyo y agradeciendo a su gentil deferencia, reitero mi cordial saludo.

Atentamente

LIZ EVA CORI CASIMIRO
SUB DIRECTORA SECUNDARIA
C.M. 1009720917

Terminó la toma de muestra de su test.

Autonoma
Universidad Autónoma del Perú
Decano de la Facultad de Humanidades

Dr. José Anicama Gómez
Decano de la Facultad de Humanidades

Autónoma
Universidad Autónoma del Perú
Facultad de Humanidades
Escuela de Psicología

Mg. Robert Briceño Alvarez
Coordinador (e)
Prácticas Pre Profesionales de Psicología

ANEXO 06:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Soy alumna de la Universidad Autónoma Perú, estudiante de la carrera de Psicología y estoy realizando una investigación que forma parte de mi proyecto de Tesis.

Con esa finalidad le solicito su colaboración con este estudio, debe llenar todas las preguntas que se le presentan en los siguientes cuestionarios. Cabe mencionar que dicho llenado le tomará aproximadamente 20 minutos.

Es necesario resaltar que el cuestionario busca conocer su opinión sobre sus vivencias personales. En ese sentido, no existen respuestas correctas o incorrectas al mismo. Además, el cuestionario es anónimo y garantizo que la información que me brinde será trabajada de manera confidencial y sólo con fines académicos.

Se le rogaría que, en la medida de lo posible, por favor llene la totalidad del mismo.

_____

Firma