



# FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Carrera de Psicología

“ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y  
AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE  
SECUNDARIA DE UNA INSTITUCIÓN  
EDUCATIVA PRIVADA DE LIMA NORTE”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autoras:

Alisson Melisa Iglesias Garcia  
Gabriela Andrea Minetto Alcadio

Asesor:

Mg. Eduardo Manuel Yépez Oliva

Lima - Perú

2022

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres y hermanos, quienes en todo momento confiaron en mí y estuvieron apoyándome, gracias a ellos y a sus consejos me encuentro en estos momentos cumpliendo un peldaño más a mi crecimiento y formación profesional.

Alisson Iglesias G.

Dedicado a Dios pilar mis logros, a mis queridos padres por su confianza depositada en mí, a mis hermanos por ser esa pieza fundamental en mi crecimiento, y de manera especial para Caeli, en unos años cuando leas estas líneas sepas que tu tía te ama demasiado y te dedica este gran logro.

Gabriela Minetto A.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme salud y fuerzas para llegar hasta este momento, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión que tome en este proyecto y a mis hermanos por ser mi motivo de seguir luchando y no darme por vencida para brindarle un mejor ejemplo. No ha sido sencillo llegar hasta aquí, pero gracias a sus aportes y la fuerza que me brindan, lo complicado de culminar esta meta se notó menos.

Les agradezco y hago presente en estas líneas el amor que tengo hacia usted, mi hermosa y adorable familia.

Alisson Iglesias G.

Primero quiero agradecerle a Dios por haberme guiado en este camino que no ha sido fácil, a mis padres Elva Alcadío y Luis Minetto, a ustedes que han sido mi ejemplo de perseverancia, unión y amor, esto es para y por ustedes, a mis hermanos Fiorella y Adrián gracias a ambos he aprendido que es estar en las buenas y en las malas, que dentro de todas las diferencias que podamos tener el amor de hermanos es lo que nos mantiene unidos, a mi sobrina Caeli y Paolo que son el mejor regalo que este 2021 me pudo dar, a mi familia en general, muchas gracias por todo.

Gabriela Minetto A.

## Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
1.1. <i>Realidad problemática</i>	8
1.2. <i>Antecedentes</i>	11
1.3. <i>Bases Teóricas</i>	16
1.3.1. <i>Adicción a redes sociales</i>	16
1.3.2. <i>Autoestima</i>	23
1.4. <i>Formulación del problema</i>	30
1.5. <i>Objetivos</i>	30
1.6. <i>Hipótesis</i>	31
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA</b>	<b>32</b>
2.1. <i>Tipo de investigación</i>	32
2.2. <i>Población y muestra</i>	32
2.3. <i>Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos</i>	33
2.4. <i>Procedimiento</i>	36
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS</b>	<b>39</b>
3.1. <i>Análisis exploratorio de las variables Adicción a las redes sociales y la autoestima.</i>	39
3.2. <i>Análisis de correlación entre Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	39
3.3. <i>Descripción de los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	40
3.4. <i>Descripción de los niveles de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	41
3.5. <i>Análisis comparativo de adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.</i>	41
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	<b>43</b>
4.1. <i>Discusión</i>	43
4.2. <i>Conclusiones</i>	47
REFERENCIAS	48
ANEXOS	61

## ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	<i>Características sociodemográficas de la muestra de estudiantes de secundaria.</i>	33
Tabla 2	<i>Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov para las variables Adicción a las redes sociales y la autoestima.</i>	39
Tabla 3	<i>Correlación entre Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	40
Tabla 4	<i>Niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	40
Tabla 5	<i>Niveles de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.</i>	41
Tabla 6	<i>Comparación de rangos promedios de la adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.</i>	42
Tabla 7	<i>Comparación de rangos promedios de la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.</i>	42

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. El diseño fue no experimental y de tipo descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 216 estudiantes de ambos sexos entre 12 a 16 años, se aplicaron los siguientes instrumentos: Cuestionario de Adicción a las redes Sociales (ARS – 6) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). Entre los hallazgos más relevantes se encontró correlación inversa y altamente significativa entre las variables de adicción a las redes sociales y la autoestima ( $\rho = -.228, p = .001$ ). También se halló que el 64.8% de la población presenta un nivel regular de adicción a las redes sociales, el 18.5% usa ocasionalmente, 11.1% presenta un uso riesgoso y tan solo el 5.6% tiene un uso problemático, respecto al autoestima el 52.7% presenta un nivel moderado, 30.6% un nivel bajo y el 16.7% presenta un nivel alto. Así mismo, no se encontró diferencias significativas en la adicción de las redes sociales ( $U = 5581.500; p = 0.611$ ) y la autoestima ( $U = 5135.500; p = 0.134$ ) según la condición sexo.

**Palabras clave:** Adicción a redes sociales, autoestima, estudiantes de secundaria.

## ABSTRACT

The objective of this study was to determine the relationship between addiction to social networks and self-esteem in high school students from a private educational institution in North Lima. The design was non-experimental and descriptive-correlational. The sample consisted of 216 students of both sexes between 12 and 16 years old, the following instruments were applied: Questionnaire on Addiction to Social Networks (ARS - 6) and the Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR). Among the most relevant findings, an inverse and highly significant correlation was found between the variables of addiction to social networks and self-esteem ( $\rho = -.228$ ,  $p = .001$ ). It was also found that 64.8% of the population has a regular level of addiction to social networks, 18.5% use it occasionally, 11.1% have a risky use and only 5.6% have a problematic use, with respect to self-esteem 52.7% presents a moderate level, 30.6% a low level and 16.7% present a high level. Likewise, no significant differences were found in social media addiction ( $U = 5581.500$ ;  $p = 0.611$ ) and self-esteem ( $U = 5135.500$ ;  $p = 0.134$ ) according to the sex condition.

**Keywords:** Social media addiction, self-esteem, high school students.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### **Realidad problemática**

Las redes sociales se han establecido como medios indispensables que facilitan la comunicación y propician espacios de socialización virtual, especialmente en la actualidad, ya que, por la emergencia sanitaria en el marco de la pandemia por Covid-19, el distanciamiento físico se ha instaurado como medida fundamental para el cuidado de la salud, recurriendo a medios que, proporcionen contacto social desde lo virtual, en ese sentido, estas plataformas son muy empleadas, alcanzando en su uso a más del 50% de personas en el mundo (Hootsuite y We Are Social, 2021).

Los adolescentes son un grupo especialmente vinculado al uso de estas plataformas de socialización virtual, debido a que, se encuentran en una etapa donde requieren de mayor interacción con sus pares, espacios de entretenimiento y más, sin embargo, un acceso desmedido y problemático frente a dichos recursos, puede traer consigo el desarrollo de un comportamiento adictivo, sobre todo en dicho grupo poblacional, dado que, se encuentran en una etapa vulnerable y de cambios, según expone la Caja Alemana de Seguro Médico (DAK, 2018) un 85% de escolares adolescentes suele pasar en promedio 3 horas al día en redes sociales, reportando también que el 2.6% desarrolla un comportamiento adictivo hacia tales plataformas, desencadenando secuelas en distintas esferas de desarrollo, tales como: deterioro del rendimiento académico, interacciones sociales deficientes, conflictos con los padres, problemas de sueño, y afectaciones psicológicas mayores.

La DAK (2018) indicó que, aproximadamente 1 de cada 5 adolescentes con edades entre los 12 a 17 años, experimenta dificultades en el sueño, por mantener el

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

acceso hacia redes sociales, asimismo, reporta que, cerca del 8% de adolescentes desarrolla indicadores de depresión que se vinculan a un uso excesivo hacia estas plataformas.

En referencia a lo expuesto, en nuestro país se experimenta una situación similar, pues se considera como uno de los sectores de Sudamérica que presenta mayores índices de acceso a redes sociales, según indica Marchant (2020) más del 80% de los peruanos son usuarios activos en estas plataformas, incrementando respecto a años anteriores en un 13.4%. A su vez, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2014) pone de conocimiento que el 61.2% de adolescentes se involucran en el acceso a plataformas como las redes sociales, de manera reiterada.

Partiendo de la información señalada, Sánchez (2020) considera que, en nuestro contexto se normaliza el uso hacia redes sociales, sin tomar en cuenta las implicancias que tendría una falta de control sobre el acceso a tales plataformas, pues se expone principalmente a los adolescentes al desarrollo de una conducta adictiva, la cual se entiende como un comportamiento reiterativo caracterizado por una necesidad excesiva y dependiente frente al acceso a redes sociales, que genera impacto negativo en la psique de quien lo manifiesta y en su entorno (Chóliz y Marco, 2012; Griffiths et al., 2014).

Sin embargo, resulta fundamental considerar que elementos participan de forma activa en el desarrollo de un comportamiento adictivo frente a las redes sociales en adolescentes, considerando que, se trata de una etapa vulnerable en la cual es fundamental conocer los recursos personales con los que cuenta cada individuo para hacer frente a conductas de riesgo como las adicciones, en ese contexto, Salcedo (2016) toma en cuenta de manera significativa el rol que cumple una autoestima fortalecida en los adolescentes, pues permite conocer la valoración que adquiere la persona sobre sí misma, a modo de,

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

agente regulador positivo que permite el mantenimiento de una conducta saludable, que se contrapondría a la aparición de una adicción a redes sociales (Naranjo, 2007; Sahagún et al., 2015).

Reforzando dichos aspectos, Núñez y Crisman (2016) mencionan que, una adecuada autoestima en escolares adolescentes favorece al desarrollo de comportamientos adaptativos, pues resguarda el autocontrol, la identidad y la toma de decisiones, elementos que son fundamentales de potenciar frente a riesgos como el desarrollo de una conducta adictiva a redes sociales. Sin embargo, los datos proporcionados por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016) señalan que la autoestima es considerada un factor en riesgo en muchos adolescentes, debido a su deterioro, indicando que 1 de cada 4 personas cuyas edades se encuentran desde los 7 a 17 años perciben una autoestima empobrecida, es decir, manifiestan pérdida de confianza en sí mismos, mantienen inseguridad emocional, y sienten menor capacidad para enfrentar situaciones difíciles, lo mencionado según el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE, 2017) facilitaría el acceso a una conducta problemática como la adicción y esta puede efectuarse en referencia al acceso de medios de socialización virtual, tal es el caso de redes sociales.

En ese sentido, con la información propuesta, se recalca lo fundamental que resultaría conocer la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria, quienes se encuentran en una etapa vulnerable como la adolescencia, y esto a su vez, agrava la exposición a comportamientos problemáticos, tales como la adicción a redes sociales, permitiendo conocer si la autoestima de los estudiantes ejerce algún vínculo en la aparición o la regulación del uso adictivo de estas plataformas de socialización virtual (Castillo y Choto, 2018; Challco et al., 2016).

## **Antecedentes**

### **1.2.1. Antecedentes internacionales**

Portillo et al. (2021) en México, como parte de una investigación plantearon por objetivo analizar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes. Dicha investigación fue de tipo correlacional descriptivo, de diseño no experimental, en la investigación participaron 100 estudiantes de una universidad de Juárez (64 mujeres y 36 varones), quienes fueron evaluados a través del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014) junto con la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR; Rosenberg, 1965). El análisis de resultados reportó que, aquellos estudiantes con mayores niveles de autoestima, obtienen menores puntajes en adicción a redes sociales, obsesión a redes sociales, uso excesivo de redes sociales y falta de control personal frente al uso de redes sociales. En ese sentido, los autores señalan presencia de correlación significativa ( $p < 0.05$ ) entre dichos elementos ( $r = -0.39$ ).

Gutiérrez (2020) en Bolivia, efectuó un estudio con el objetivo de conocer la relación entre la autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes. En la investigación participó una muestra conformada por 75 estudiantes de secundaria (varones y mujeres) de 15 a 17 años de una institución privada, que fueron evaluados con el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999) y el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014). Fue una investigación correlacional descriptiva, con diseño de tipo transaccional. Los resultados establecieron que, las variables: autoestima y adicción a redes sociales mantienen una correlación significativa ( $p < 0.05$ ) e inversa ( $r = -0.38$ ). El autor concluye que, mayores niveles de adicción a redes sociales significarían un bajo nivel de autoestima en los estudiantes participantes.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Castillo y Choto (2018) en Ecuador, realizaron un trabajo de investigación con el propósito de analizar la relación entre la autoestima y el uso de redes sociales en estudiantes. Fue una investigación de corte transversal, nivel descriptivo y de diseño no experimental. Participaron 73 estudiantes de 12 a 15 años de un colegio ubicado en Licán. Los instrumentos que emplearon fueron: el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999), junto con el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Escurra y Salas, 2014). Como resultados, los investigadores reportan que, no existía correlación entre las variables, además, señalaron que, un 4% de los participantes presenta baja autoestima, el 37% una autoestima promedio bajo y el 59% una alta autoestima. Concluyen que, la autoestima y el uso de redes sociales no son elementos que se encuentren vinculados, en los estudiantes participantes.

Loro (2015) en España, desarrolló un trabajo de investigación, cuyo objetivo fue conocer la relación entre adicción a redes sociales y la variable autoestima en estudiantes. La muestra de la investigación estuvo conformada por 200 estudiantes universitarios de Madrid, quienes fueron evaluados con Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR; Rosenberg, 1965) y la adaptación del cuestionario MULTICAGE (CAD-4; Pedrero et al., 2007). Fue un trabajo de tipo correlacional, y no experimental. Los resultados reportaron que, el 8% de los participantes manifiesta adicción a redes sociales, a su vez, señalaron inexistencia de relación ( $p > 0.05$ ) entre autoestima y adicción a redes sociales. Concluyen que la adicción a redes sociales no necesariamente se vincula con la baja autoestima en estudiantes universitarios, sugiriendo profundizar en otros elementos que pueden vincularse a este tipo de conductas adictivas.

### **1.2.2. Antecedentes nacionales**

Correa y Díaz (2020) en Cajamarca, realizaron una investigación con el objetivo de conocer la relación entre adicción a redes sociales y la variable autoestima, en el estudio participó una muestra conformada por 92 adolescentes de ambos géneros, quienes fueron evaluados con el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014) y el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999) versión de Panizo. La investigación fue de tipo básica y de diseño no experimental, descriptivo – correlacional. Los resultados reportaron que, la adicción a redes sociales se relaciona de forma significativa ( $p < 0.05$ ) e inversa ( $r = -0.86$ ) con la autoestima y sus dimensiones, igualmente, indicaron predominancia de alta adicción a redes sociales en el 65% de mujeres y en el 91% de varones, a su vez, el nivel de muy baja autoestima se manifestó en el 94% de mujeres y en el 67% de varones. Concluyen que, cuanto mayor es la adicción a las redes sociales, menor es la autoestima en los adolescentes participantes.

Carrasco y Vásquez (2020) en Lima Norte, efectuaron una investigación con el objetivo de identificar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima, en una muestra conformada por 122 estudiantes universitarios (30 varones y 92 mujeres), quienes fueron evaluados a través del Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999) y el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014). Fue un estudio de corte transversal y no experimental, de tipo correlacional. Los resultados reportaron correlación significativa ( $p < 0.05$ ) e inversa ( $r = -0.27$ ) entre la adicción a redes sociales y autoestima, además, los autores revelaron que existía una baja autoestima en el 16% participantes. Concluyen que cuanto mayor es la autoestima menor es la presencia de adicción a redes sociales en los estudiantes evaluados.

Sáenz y Grimaldo (2019) en Lima, distrito de Villa el Salvador, desarrollaron una investigación con el propósito de conocer la relación entre la variable autoestima y la adicción a redes sociales. Para ello, convocaron a una muestra compuesta por 500 estudiantes cuyas edades se encontraban entre los 13 a 17 años. Aplicaron como instrumentos de recolección: el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999) versión de Abendaño y el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014). El estudio fue de naturaleza correlacional descriptiva, y de diseño no experimental. Los resultados indicaron que, existe correlación significativa ( $p < 0.05$ ) entre la adicción a redes sociales y la autoestima ( $r = -0.29$ ), estas relaciones también se evidenciaron entre las dimensiones de cada una de las variables ( $p < 0.05$ ). Por otro lado, los autores reportaron que, el 45.6% de los participantes mantenía un nivel bajo de autoestima, mientras que, un 5.2% obtuvo un nivel alto de adicción a redes sociales. Concluyen que, una alta adicción a redes sociales, revelaría niveles bajos de autoestima en los participantes.

Valdéz (2018) en Arequipa, realizó una investigación con el propósito de analizar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima. La muestra estuvo conformada por 152 estudiantes (78 varones y 74 mujeres) de nivel de educación secundaria. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional, cuyo diseño fue el no experimental, los instrumentos que empleó el investigador fueron el Test de adicción a redes sociales (ARS; Ecurra y Salas, 2014) junto con el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999). Los resultados indicaron que, existe correlación significativa ( $p < 0.00$ ) y de tipo inversa ( $r = -0.68$ ) entre adicción a redes sociales y autoestima en los participantes, asimismo, la adicción a redes sociales se manifestó en un nivel alto para el 53.9%, además un 46.1% de los estudiantes reportó una baja autoestima. Como conclusión el investigador señala

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

que cuanto mayor es la adicción a redes sociales, menor (baja) es la autoestima en los estudiantes participantes.

Salcedo (2017) en el Callao, realizó una investigación, cuyo objetivo fue analizar la relación entre la autoestima y el uso de redes sociales en adolescentes. Para tales fines, convocaron a una muestra conformada por 60 estudiantes pertenecientes a una institución educativa privada. Los participantes fueron evaluados a través del Cuestionario sobre redes sociales (CSRS; Salcedo, 2017) y el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999). Se trató de una investigación básica, de tipo descriptivo correlacional, y de diseño no experimental. Los resultados indicaron que, la autoestima se encuentra relacionada significativamente ( $p < 0.05$ ) con el uso de redes sociales ( $r = -0.374$ ). El autor concluye, una alta autoestima indicaría un menor uso de redes sociales en los estudiantes participantes de la investigación.

Challco et al. (2016) en Lima, efectuaron un trabajo de investigación con el propósito de conocer la relación entre autoestima y riesgo de adicción a redes sociales en adolescentes. La investigación fue no experimental, de tipo correlacional, la muestra estuvo conformada por 135 estudiantes de secundaria, con edades entre 14 a 16 años. Los autores emplearon como instrumentos de recolección: el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (CARS; Vilca y Gonzáles, 2013) y el Inventario de Autoestima (SEI; Coopersmith, 1999). Los resultados reportaron que, la autoestima presenta correlación significativa ( $p < 0.05$ ) con el riesgo de adicción a redes sociales ( $r = -0.28$ ). Con los resultados indicados, los autores concluyen, a menor autoestima, mayor es el riesgo de adicción a redes sociales en estudiantes.

## **Bases Teóricas**

### **Adicción a redes sociales**

Antes de detallar los principales conceptos sobre la adicción a redes sociales, es importante diferenciar entre los conceptos uso y abuso. El uso a **redes** sociales hace referencia a un comportamiento que no se lleva a cabo de manera continua, pues el sujeto tiene la capacidad de interrumpir esta acción para realizar otro tipo de actividades (Loja, 2016). Para Fernández (2003) es una conducta en donde la frecuencia en el uso de redes sociales no implica cambios negativos en el comportamiento del individuo, tampoco en las personas de su entorno. Del mismo modo, Rodríguez et al. (2012) explican que, el uso normal, implica un consumo de las plataformas digitales, en donde la cantidad de horas en que el usuario navega no produce alteraciones físicas ni psicológicas.

Mientras que, el abuso a las redes sociales hace referencia al empleo de altas horas de consumo en este tipo de medios que altera el funcionamiento del ser humano ya que desplaza las actividades cotidianas (Santos, 2010). Andreassen (2015) sostiene es un patrón en el consumo excesivo de medios sociales que genera problemas como la deserción o ausentismo escolar, dificultad para relacionarse adecuadamente con su grupo de pares e incluso familiares. Así también, es el uso frecuente de redes sociales que ocasionan un malestar significativo para el usuario y su entorno, pues desplaza las obligaciones presentes en casa o en la escuela y produce cambios en su estado anímico (Ulloa, 2016).

En cuanto a la adicción, ésta comprende un comportamiento reiterativo en donde el individuo ha ido adaptando su accionar sólo a las redes sociales, en ocasiones, esto suple su necesidad de afecto y atención (Griffiths et al., 2014). Chóliz y Marco (2012) manifiestan que, es una conducta crónica y recurrente, cuya principal característica es la

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

búsqueda desmedida y consumo compulsivo de redes sociales aun cuando éstas generan consecuencias perjudiciales.

En contraste, Humbert (2016) señala que, es una situación en donde los factores biológicos, psicológicos y sociales impulsan en el estudiante a seguir utilizando compulsivamente las redes sociales y de esta manera evitar el malestar que produce el no hacer uso de la misma.

Es cuando la persona prioriza este comportamiento problemático sobre otras acciones consideradas positivas y saludables, incrementando cada vez más la tolerancia a las horas en que navega por redes sociales para así obtener el efecto que desea (Arab y Díaz, 2015).

### **1. 3. 1.1. Teorías que explican la adicción a redes sociales**

#### **Teoría sociocognitiva**

La Rose et al. (2003) explican que la adicción a redes sociales surge a partir de una alta expectativa que se plantea el individuo por obtener resultados agradables, el cual involucra la autoeficacia sobre el uso de los medios virtuales y déficit para regular adecuadamente este tipo de comportamiento.

Bandura (2006) señala que, conceptos como motivación, autorregulación y autoeficacia son las principales características planteadas en este enfoque. Ante ello, hace énfasis en la importancia que tiene el rol reflexivo y la capacidad de control que tiene la persona para poder adaptarse a los cambios. Surge de ésta manera el término aprendizaje autorregulado, por ello cuando el estudiante presenta problemas personales, familiares o académicos es capaz de ajustar sus conductas y contar con estrategias que le permitan afrontar situaciones agobiantes, y evitar de ésta manera caer en acciones adictivas.

La autorregulación conductual permite establecer metas y cumplir con los objetivos, que el sujeto presente habilidades y destrezas frente a determinados acontecimiento, y así poder controlar la frecuencia en el uso de redes sociales (Forgas et al., 2009).

En tanto, la autoeficacia es comprendida como la cognición que tiene el sujeto para llevar a cabo las acciones que permitan alcanzar los objetivos establecidos, se encuentra sujeta a cambios, conforme el ser humano se involucre con otros individuos. Comprendido de mejor manera, es la creencia que tiene el estudiante acerca de su capacidad para aprender el manejo de redes sociales y el nivel de dificultad que éstas conlleven (Usher y Pajares, 2008).

Cuando el sujeto aprende el uso de estos medios virtuales, cree erróneamente tener el control de las mismas, se muestra confiado y debido a esto va incrementando su dedicación y frecuencia a la misma. Es importante que se presente un sentido de autoeficacia a fin de motivar al aprendizaje autorregulado, para que así elija herramientas que eviten la distracción y adicción (Pajares, 2002).

El componente motivacional se explica cómo estado interno que activa y mantiene la conducta, por eso cuando el estudiante alcanza con éxito una tarea se genera confianza para continuar realizando acciones similares, observándose aquí una fuente de motivación. Un incremento en la autoeficacia, aumenta también la motivación, el aprendizaje en el uso de redes sociales y la felicidad que esto supone sirve como incentivo o motivación (Pintrich y Schunk, 2002).

### **Teoría cognitivo – conductual**

Esta teoría explica la conducta adictiva debido a pensamientos o creencias desadaptativas que en conjunto a factores del ambiente y las predisposiciones psicológicas incrementan la tendencia al uso excesivo de las redes sociales (Davis, 2001).

Reforzando lo expuesto en el párrafo anterior, Caplan (2002) señala que las adicciones a las redes sociales involucran distorsiones cognitivas y comportamientos disfuncionales, por ejemplo, cuando el sujeto utiliza los medios virtuales como un escape a fin de aliviar problemas emocionales que pueda estar atravesando, lo cual genera consecuencias negativas no sólo para el sujeto también para su entorno más próximo.

Investigaciones recientes, proponen cuatro componentes dentro de este modelo: Preferencia por la interacción social online, hace referencia a que las relaciones a través de la virtualidad son más eficaces y seguras en contraste a una relación tipo cara a cara que resulta amenazante, es común observar este comportamiento en sujetos con ansiedad o escasas habilidades sociales (Caplan, 2003).

El segundo componente, regulación del estado de ánimo explica cómo la persona utiliza e incrementa la frecuencia de los medios sociales virtuales a fin de calmar su malestar, enojo y tristeza, generando de esta manera aislamiento (Muñoz et al., 2010). Por su parte, la autorregulación deficiente involucra dos características la preocupación cognitiva, es el pensamiento posesivo por usar las redes sociales, mientras que, el uso compulsivo se conceptualiza como la incapacidad para controlar este uso (Young, 2005).

Finalmente, el cuarto componente, aparición de consecuencias negativas, son los problemas que experimenta el estudiante a nivel personal, familiar, académico como resultado de una disfunción en el uso de redes sociales (Morahan, 2007). Para, Caplan y

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

High (2011) estos componentes se encuentran interrelacionados, pues la preferencia por relacionarse virtualmente y regular el estado de ánimo, incrementan la posibilidad de que el sujeto presente una inadecuada autorregulación caracterizada por pensamientos obsesivos y uso compulsivo.

### **Modelo del estrés social**

En este modelo se señala la adicción a redes sociales tomando como base a las explicaciones planteadas por el Modelo de psicopatología, el cual explica que el comportamiento adictivo está integrado por variables individuales y familiares, de ello, radica la importancia que tiene el funcionamiento familiar y cómo el sujeto se desenvuelve dentro de la misma (Sandín, 1995).

Como referencia a lo expuesto en el párrafo anterior, González y Landero (2006) afirma que un buen sistema familiar es primordial para el establecimiento de conductas asertivas en cada uno de los integrantes. Así, cuando la familia se caracteriza por un ambiente cálido, adecuadas relaciones entre las figuras parentales y los hijos, normas y reglas establecidas con claridad; las conductas de riesgo como problemas académicos, drogadicción, comportamientos adictivos a redes sociales o el móvil, disminuyen. Así mismo, hace hincapié en que el sujeto presenta herramientas necesarias para enfrentar situaciones y exigencias del medio donde se desenvuelve.

Por el contrario, si la persona carece de estos recursos y aunado a ello, su entorno familiar es caótico, con déficit en las relaciones con los padres, desapego emocional, escaso tiempo compartido entre los integrantes, desconfianza; se incrementa la posibilidad de desarrollar cualquier tipo de adicción. Resulta importante considerar que, un mundo virtual de entretenimiento es una buena opción para aislarse de los problemas,

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

por ello, los niveles de adicción se encuentran sujetos al tipo de estrés que tiene el sujeto y las herramientas existente para afrontarlo (Oliva et al., 2012).

Los altos niveles de estrés es un factor que puede precipitar la aparición de ansiedad y ésta a su vez desencadenar conductas negativas como el consumo excesivo de medios virtuales, no sólo es necesario la presencia de herramientas para afrontar este tipo de situación, también, el involucramiento de los cuidadores para incitar a cambios conductuales positivos (Santos, 2010).

### **Adicción a redes sociales explicado desde la perspectiva de Salas y colaboradores**

Salas et al. (2020) afirman que un uso excesivo de redes sociales ocasiona comportamientos adictivos y ésta a su vez generan consecuencias desagradables para el usuario y personas de su entorno.

Aunque es un constructo unidimensional, toma de referencias las concepciones propuestas por Griffiths (2005) a través de seis indicadores: Saliencia, cuando el comportamiento adictivo se vuelve primordial para el sujeto, dominando pensamientos y conductas. La modificación del humor, cambios que experimenta como excitación, zumbidos, alivio de estrés. La tolerancia, es entendida como incremento de horas del uso de redes sociales. El síndrome de abstinencia se explica cómo sensaciones desagradables como ansiedad y mal humor, principalmente cuando el sujeto no puede realizar la conducta adictiva. Conflictos, hace referencia a los problemas personales y sociales que se presentan en la persona. Finalmente, la recaída, es reversión de la conducta después de periodos de abstinencia y un control de su dependencia.

Asimismo, Matute (2016) sostienen que las adicciones a redes sociales presentan condiciones similares a fenómenos como internet o al móvil y que se encuentra

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

relacionado con el tiempo y frecuencia que tiene la conducta, por ello, explica cuatro tipos de uso: El uso problemático, toma en cuenta las consecuencias que genera la adicción como aislamiento familiar, de amigos y aplazamiento de actividades cotidianas. El uso patológico guarda relación con la falta de control de la conducta impulsiva, es conocido también con el término uso compulsivo. En tanto, el uso excesivo, es el incremento en el tiempo que el sujeto dedica a los medios virtuales; mientras que el uso ocasional, es el consumo intermitente de los medios virtuales con intervalos de abstinencia.

### **1.3.1.2. Características de adicción a redes sociales**

De acuerdo con Andreassen (2013) entre las características más comunes en el adolescente que padece comportamiento adictivo destacan: Cambios en el estilo de vida, como alteraciones en sus horas de descanso, deserción de actividades como compartir tiempo con sus familiares y amigos, realizar eficazmente las tareas e incluso mostrar un autocuidado ya que su único interés es permanecer conectado a los medios sociales.

El uso de estas redes sociales, en la actualidad se ha instaurado principalmente en los adolescentes, y ha desplazado a otros medios de comunicación como la televisión o cine. Estos medios virtuales generan placer y facilidad de acceso. No obstante, se convierte en un entretenimiento de carácter negativo cuando el sujeto lo utiliza como un mecanismo de defensa para no afrontar situaciones de estrés, mostrando cambios en su humor, como ansiedad, irritación o desesperación cuando no puede llevar a cabo la conducta placentera (Echeburúa y Requenses, 2012).

Uno de los principales signos o señales de alarma en este tipo de adicción es un cambio progresivo de conducta, distintos a su vida cotidiana, y es en el caso de la tecnología y medios virtuales se encuentra el aislamiento incluso estando en compañía,

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

bajo rendimiento académico y déficit de atención, incrementándose cada vez la pérdida de control (Echeburúa y Corral, 2010).

Yang (2001) señala que esta conducta problemática se hace visible principalmente en adolescentes y jóvenes, con un tipo de personalidad introvertida, o que presentan problemas de autoestima como inseguridad, en contraste, con aquellos jóvenes que cuentan con una autoestima más sólida pues presentan recursos para afrontar todo tipo de situación.

### **1.3.2. Autoestima**

#### **1.3.2.1. Definiciones**

Rosenberg (1989) describe la variable en mención como toda evaluación que hace cada sujeto sobre sí mismo, expresado en sentimientos de aprobación o desaprobación, y que le permite predecir su éxito en el futuro. Para Lefrancois (2005) es la capacidad del individuo para afrontar retos, demostrar confianza a fin de alcanzar los objetivos planteados, asumir responsablemente las consecuencias de nuestras acciones y alcanzar la felicidad.

Es la valoración que se tiene sobre sí mismo y está en función a una evaluación sobre los pensamientos, sentimientos y experiencias, ésta puede cambiar a través del tiempo conforme a distintas situaciones presentes (Naranjo, 2007).

De acuerdo a Cayetano (2012) la autoestima guarda relación con la autoimagen, comprendida como el concepto acerca de uno mismo; y la autoaceptación, es decir, reconocer las cualidades y defectos. Es un resultado emocional producto de una autoevaluación objetiva, de aceptarnos física y psicológicamente permitiendo así el

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

crecimiento personal, no es estable dado que puede modificarse conforme a distintas situaciones (Reyes, 2012).

Así también, López (2009) sostiene es un conjunto de apreciaciones no sólo de sí mismo, también de las actividades que realiza, se va formando durante la infancia y es un valor indispensable para una buena relación con los demás. Cano (2010) afirma es una actitud positiva que el ser humano tiene de sí mismo, implica aceptarse, quererse y respetarse con los puntos fuertes y débiles, todo ello permite desarrollarnos de la mejor manera y alcanzar la autorrealización.

Es un estado de bienestar físico, mental y social, se caracteriza por el autocuidado y respeto hacia uno mismo, tiene un factor protector pues evita la presencia de problemas psicológicos y sociales (Vildoso, 2002). Hace referencia también al conjunto de emociones y percepciones como resultado del autoconcepto, se va desarrollando conforme a la interacción del individuo con el mundo exterior, permitiendo de esta manera la evolución de sí mismo (Salcedo, 2016).

Se considera como una evaluación positiva, dónde el individuo tiene capacidad de responsabilidad con las actividades que se quieren realizar, se incrementa la motivación para trabajar en nuevos objetivos y es capaz de aceptar las críticas de los demás (Casullo y Góngora, 2009).

### **1.3.2. 2. Teorías que explican la autoestima**

#### **Teoría de autovaloración de James**

James (1890) explica que, dicha variable de estudio se encuentra conformada por las diferencias entre lo que la persona quiere o aspira ser y lo que realmente es. Así, cuanto más cerca esté el yo real al yo ideal, la autoestima incrementa y mejora. Cuando los logros

---

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

alcanzados son mayores que las aspiraciones, se observa una autoestima positiva, en tanto, si estos anhelos son mayores que los triunfos obtenidos, la autoestima es negativa. Los aportes del autor en mención cobraron mayor fuerza durante los años ochenta, gracias a distintas investigaciones, afirmando que una buena autoestima potencia el buen desarrollo y equilibrio emocional del sujeto, por ello, un autoconcepto positivo es fundamental para alcanzar la satisfacción en la vida (Lefrancois, 2005).

James (1903) sostuvo que el yo total presenta dos componentes: El yo sujeto, es decir, aquella persona que conoce y organiza sus propias experiencias, mientras que el yo objeto se refiere a la imagen que tiene de sí mismo, en pocas palabras, el autoconcepto. Estos dos componentes se encuentran interrelacionados, no pueden interactuar individualmente.

Por su parte, Gonzáles (2011) hace mención a cuatro componentes que forman parte del yo objeto: El primer elemento es el yo espiritual, tiene que ver con la motivación y capacidad psíquica. El yo social, hace referencia a las relaciones interpersonales, el buen o mal concepto que los demás pueden tener de la persona. En tanto, el yo material se encuentra formado por las pertenencias, propiedades y patrimonio económico. Y el yo corporal, involucra sentimientos y emociones.

Este enfoque psicológico, no sólo da a conocer los componentes conformados en el autoconcepto, también los sitúa de manera jerárquica, ubicando al yo material en la parte inferior, el yo corporal por encima de éste, el yo social delante de ambos y finalmente, como cima de la estructura el yo espiritual (Rojas, 2001).

Goñi y Fernández (2009) no sólo brinda importancia al carácter multidimensional, ya que, toma en cuenta también el aspecto social, planteándolo como un self – reflejo, es

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

decir, la percepción que el sujeto tenga sobre sí mismo, se encuentra influenciado muchas veces por la opinión de los demás.

### **Teoría de la autorrealización de Rogers**

Esta teoría psicológica, fundada principalmente por Rogers (1992) sostiene que el principal problema en la mayoría de seres humanos es el autodesprecio, pues se consideran personas sin valor ni significado, y no dignos de ser amados y respetados. Si bien, cada sujeto presenta un yo positivo, caracterizado por la bondad y deseo de superación, éste se encuentra muchas veces enmascarado, sin posibilidad de desarrollarse.

Reforzando lo expuesto en el párrafo anterior, se afirma que una persona se quiere y acepta cuando cumple con los estándares que otros proponen, los cuales no siempre toma importancia de los intereses propios, y dejan de lado el potencial que la persona pueda proyectar (Hernández, 2003).

Sin embargo, es importante señalar que el individuo tiene por objetivo principal, presentarse como una persona única, respetando y valorando su forma de ser, motivo por el cual es importante que cultive y desarrolle aquella naturaleza interna que posee, ya que esto le permitirá desarrollarse de una manera saludable ante la vida (Feldman y Marfan, 2001).

Se alcanza la autorrealización, cuando el individuo es capaz de internalizar su yo profundo, es decir, tiene conocimiento de sus potencialidades y fortalezas y de esta manera presentarse una congruencia entre sus conductas y acciones y el concepto que tiene de sí mismo. Ante ello, los conflictos internos que pueda tener cesan cuando el sujeto descubre realmente quien es y qué pretende, esta autopercepción y sus relaciones interpersonales permiten potenciar la autoestima (Corkille, 2001).

Una persona sana, se encuentra constantemente en un proceso de comprender sentimientos, pensamientos y motivaciones de su accionar, teniendo en cuenta que no son seres perfectos pero que deben aceptarse como son. Esto no impide mejorar comportamientos que sean necesarios a fin de conseguir un equilibrio y buen desarrollo personal y emocional (Castillo, 2000).

### **Teoría de Coopersmith**

De acuerdo a Coopersmith (1995) la autoestima es la evaluación que el ser humano hace de sí mismo, en términos de aprobación o desaprobación. Se caracteriza por que el sujeto se muestra como un ser capaz, significativo y exitoso en la vida. El desarrollo de la autoestima es un proceso que consta de distintas fases: El grado de trato respetuoso, es la aceptación que recibe el individuo por parte de las personas con las que se desenvuelve. La historia de éxito, el status y la posición que puede alcanzar en el mundo. Las aspiraciones, los cuales pueden modificarse conforme a las exigencias del propio individuo. Y, la manera en cómo responder a factores que intentan disminuir la autoestima, algunos intentan minimizar este tipo de comportamientos (Branden, 2001).

Por otro lado, Barroso (2000) afirma la presencia de cuatro factores que guardan relación con esta variable de estudio. La autopercepción, cómo el individuo se percibe a sí mismo y respeta sus fortalezas y debilidades. La conducta, toda acción que emite en busca de una mejoría que les acerque a sus objetivos. El aspecto cognitivo, son todas las creencias y cogniciones; mientras que el contexto inmediato es el espacio en el que se desarrolla, en ocasiones, éste propicia una mejora o en su defecto desgaste de la autoestima.

## **Teoría de Rosenberg**

Rosenberg (1989) fue uno de los primeros teóricos en rechazar que la autoestima podía ser evaluada a través de la percepción que el sujeto tenga sobre sí. Él propone una evaluación de este constructo a nivel global, que permita una explicación general sobre el “yo”, por eso, pone énfasis no sólo en la propia percepción, también sobre las creencias que terceras personas puedan tener.

Por ello, Huang y Dong (2002) afirma que la autoestima se ve influenciada por el aspecto social, pues el ser humano se desenvuelve de manera constante con el mundo exterior, por ello, es importante la opinión de sus pares.

Como se explicó con anterioridad, si bien el constructo es unidimensional, es importante enfatizar en dos componentes: Autoestima positiva, está integrada por la autoconfianza que tiene el sujeto para cumplir con sus objetivos y un estado de bienestar y felicidad con la vida. Por otra parte, la autoestima negativa, hace referencia al autodesprecio entendido como sentimientos de culpa, insuficiencia y visión negativa respecto a la vida, pues se atribuye cualidades negativas (Tafarodi y Milne, 2002).

### **1.3.2.3. Características de la autoestima**

Cruz (2007) explica que las características en una autoestima positiva y negativa son completamente diferentes. El primero hace referencia a un cuidado propio que tiene la persona, se muestran amigables y cariñosas, tienen confianza para poder plantearse nuevos retos, son curiosos para aprender cosas innovadoras.

Calero (2000) sostiene también que las personas con autoestima alta se sienten orgullosos de sus logros, investigan y hacen preguntas, se adaptan favorablemente a los

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

cambios, manejan con asertividad comentarios y críticas de terceras personas, muestran perseverancia ante las frustraciones o situaciones difíciles que puedan presentarse.

En tanto, una autoestima baja se caracteriza por la desconfianza de las propias capacidades, no demuestran interés por aprender situaciones nuevas de la vida, se aíslan de los demás, tienen miedo de socializar, no se encuentran orgullosos de lo que logran, y se observa dificultad para manejar adecuadamente las frustraciones (Robles, 2006).

### **1.3.3. Relación entre adicción a las redes sociales y autoestima**

Una baja autoestima usualmente se instaura como factor de riesgo, frente a comportamientos problemáticos como la adicción, y esta no sólo suele darse frente a drogas, sino también a nivel comportamental, tal es el caso de redes sociales, pues el uso excesivo frente a dichas plataformas, suele ser percibido como una fuente de escape y refugio (Salcedo, 2016).

En tal sentido, una autoestima negativa, se caracteriza por aislamiento de la persona pues muestra dificultad para interactuar con su grupo de pares, siendo para ellos, las redes sociales un alivio inmediato y eficaz, pues la relación de manera virtual actúa como fuente compensadora (Sahagún et al., 2015).

Cuando el estudiante tiene una baja autoestima y aunado a ello recibe consecuencias agradables por navegar durante largas horas en las plataformas, el tiempo que permanezca en las mismas aumentará, y la interacción persona a persona se reducirá, creando falsa ilusión de socialización. Se ha observado que personas con dificultades en su autoestima, se encuentran más vulnerables a desarrollar un comportamiento adictivo, ocasionando distintas consecuencias como deficiencias en la escuela y dificultades para la interacción social de forma directa (García et al., 2008).

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

## **Formulación del problema**

De acuerdo a lo anteriormente planteado, se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Existe relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte?

## **Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

- Determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Describir los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.
- Describir los niveles de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.
- Establecer diferencias en la adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.
- Establecer diferencias en la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.

## **Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis general**

Existe relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.

### **1.6.2. Hipótesis específicas**

- H1: Existen diferencias significativas en la adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.
- H2 Existen diferencias significativas en la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **2.1. Tipo de investigación**

El presente estudio sigue un corte cuantitativo de tipo descriptivo – comparativo - correlacional, debido a que describen, comparan y relacionan la adicción a las redes sociales con la autoestima de estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. Además, sigue un diseño no experimental, pues no pretende manipular las variables de estudio, así mismo es transversal porque se realiza la medición de la variable solo una vez (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

### **2.2. Población y muestra**

#### **Población**

La población estuvo conformada por estudiantes de secundaria, de ambos sexos, de primero a quinto año de estudios de Lima Norte.

#### **Muestra**

El muestreo se determinó de forma no probabilística por conveniencia, el tamaño de muestra estuvo conformado por 216 estudiantes de secundaria, de ambos sexos, cuyas edades oscilaron entre 12 a 16 años de primero a quinto año de estudios.

En la tabla 1 se identifica que 52.7 % pertenecen al sexo masculino (n=114), en tanto existen 102 mujeres (47.2%). Con referencia a la variable edad hay mayor frecuencia en el grupo de 15 años (27.8%) seguido de 14 años (25.5%), y menor cantidad de alumnos en el grupo de 12 años (12.5%). Finalmente, la variable grado académico muestra un mayor porcentaje en el grupo de quinto año (26.4%) siendo el grupo de primero año quien tiene menor porcentaje (13.0%).

**Tabla 1**

*Características sociodemográficas de la muestra de estudiantes de secundaria (n=216).*

Característica	n	%
<b>Sexo</b>		
Masculino	114	52.8
Femenino	102	47.2
<b>Edad (en años)</b>		
12	27	12.5
13	28	13.5
14	55	25.5
15	60	27.8
16	46	21.3
<b>Grado académico</b>		
Primero	28	13.0
Segundo	30	13.9
Tercero	49	22.7
Cuarto	52	24.1
Quinto	57	26.4

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

#### **2.3.1. Técnicas**

La técnica que se usó en este estudio fue la encuesta virtual, en el cual se usó las redes sociales o servicios de correo para llegar a la muestra representativa de estudiantes de secundaria mediante un cuestionario autoadministrado con las debidas instrucciones de cómo completarlo (Rojas, Hernández y Pérez, 1998).

#### **2.3.2. Instrumentos de recolección de datos**

##### **Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS - 6)**

Nombre: Versión breve del cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS-6)

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Nombre original: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

Autor: Escurra y Salas (2014)

Adaptación: Salas-Blas, Copez-Lonzoy y Merino-Soto (2020)

Tipo de aplicación: Individual y colectiva.

Ítems: 6 ítems.

Dimensiones: Unidimensional

Calificación: La calificación es mediante escala de Likert

El cuestionario original de la Adicción a Redes Sociales es un instrumento breve y autoadministrado que evalúa la adicción a redes sociales mediante una escala de tipo Likert con cinco opciones de respuesta (0 a 4). Escurra y Salas en el 2014 analizaron las evidencias de validez basadas en el contenido y en la estructura en el cual identificaron tres factores: a) Obsesión por las redes sociales, b) Falta de control en el uso de redes sociales y c) Uso excesivo de redes sociales, explicando el 57.49% de la varianza de la prueba. Asimismo, comprobaron la estructura de tres dimensiones mediante análisis factorial confirmatorio obteniendo índices de ajuste óptimos en comparación a los demás modelos propuestos ( $\chi^2 (238) = 35.23$ ;  $p < .05$ ;  $\chi^2 / gl = 1.48$ ; GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04; AIC = 477.28). En lo referente a la confiabilidad, obtuvieron: 0.91 en el factor 1; 0.89 en el factor 2; y, 0.92, en el factor 3.

La adaptación fue realizada por Salas-Blas, Copez-Lonzoy y Merino-Soto (2020) para formular una versión breve a partir de la base de seis indicadores como criterio robusto para establecer un escalamiento Mokken, aislando dos versiones: 12 ítems y 6 ítems, sometiendo a prueba el modelo unifactorial, en el primero se identificó ajustes óptimos (CFI=.90; TLI=.90; RMSEA=.074 IC 90% [.064-.085]; SRMR=.053) en tanto en la versión de 6 ítems se identificó mejor ajuste (CFI=.989;

TLI=.982; RMSEA = .041, IC 90% [.000-.071]; SRMR = .023). En el análisis de invarianza de la medición, identificaron estricta invariabilidad en la comparación de los datos por sexo de la versión breve. Finalmente, se identificó la fiabilidad para las dos versiones alcanzando valores óptimos: 12 ítems ( $\omega=.930$ , IC 95% [.923 - :936]) y 6 ítems ( $\omega =.916$  IC 95% [.907 - .924]).

En el presente estudio, se realizó un análisis preliminar para establecer los puntos de corte e identificar los niveles de la variable en el cual se obtuvo de 0 a 2 puntos denominado “Uso Ocasional”; de 2 a 8 puntos, “Uso Regular”; 9 a 11 puntos, “Uso de Riesgo; y, 13 a más, “Uso Problemático”.

### **Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)**

Nombre: Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)

Nombre original: Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)

Autor: Rosenberg (1965)

Adaptación al español: Atienza, Moreno y Balaguer (2000)

Tipo de aplicación: Individual y colectiva.

Ítems:10 ítems.

Dimensiones: Unidimensional

La escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) es un instrumento autoadministrado que consta de 10 ítems en una escala de respuesta Likert de 1 a 4 comprende afirmaciones como Muy en desacuerdo, Desacuerdo, Acuerdo y Muy de acuerdo, compuesta por ítems directos: 1, 3, 4, 7 y 10 e ítems inversos: 2, 5, 6, 8 y 9. Fue adaptada a nuestro idioma por Atienza, Moreno y Balaguer en el 2000, realizaron método test-retest en una muestra de varones ( $r=0.86$ ,  $p<0.001$ ) y mujeres ( $r=0.64$ ,  $p<0.001$ ) y evidencias de validez en relación a la estructura mediante análisis

factorial confirmatorio identificaron la presencia de 1 factor, y referido al análisis de la fiabilidad se identificó un coeficiente alfa de Cronbach de 0.86.

La adaptación al medio nacional fue realizada por Ventura-León, Caycho-Rodríguez, Barboza-Palomino y Salas (2018) en una muestra de 450 adolescentes, entre hombres y mujeres, de instituciones educativas públicas y privadas de Lima Metropolitana. Analizaron las evidencias de validez basadas en la estructura de la prueba mediante análisis factorial confirmatorio, en donde obtuvieron que el modelo de dos factores relacionados (Modelo 2) obtiene mejor ajuste ( $\chi^2 (238) = 79.249$ , CFI=9.67, SRMR=0.38, RMSEA=.052 IC 90% [.036-.068], AIC=7.248). En el análisis de invarianza se identificó que la estructura factorial es invariante en función al sexo si se opta por liberar el 1, 5 y 10, sugiriendo eliminar el ítem 8. Por otro lado, la consistencia interna fue evaluada mediante el coeficiente H obteniendo 0.835, siendo considerado “bueno”.

En ese sentido, se realizó un análisis preliminar para obtener los valores normativos de la Escala de autoestima de Rosenberg (EAR) a partir de la muestra empleada, obteniendo las siguientes categorías: de 0 a 23 puntos denominado “Baja Autoestima”; de 24 a 25 puntos, “Moderada Autoestima”; y, 26 a más, “Alta Autoestima”.

#### **2.4. Procedimiento**

Referente al procedimiento, se inició con la revisión de la bibliografía especializada de fuentes primarias y bases de datos como Scopus, Redalyc, Scielo, Alicia, y los repositorios virtuales de universidades, con la finalidad de construir el marco teórico y los antecedentes según las variables de estudio.

En segundo lugar, se eligió los instrumentos que permitieron responder las preguntas de investigación. Después se editó el formulario electrónico en la

plataforma Google form, para ser enviado a los alumnos de secundaria de Lima Norte por vía online medio. En tercer lugar, se llevó a cabo la encuesta durante 2 meses, hasta alcanzar una muestra de 216 estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.

En cuarto lugar, se descargó el formulario de Google en formato de Excel, se procedió a codificar las unidades muestrales, opciones de respuesta y variables sociodemográficas. Seguidamente se realizó la depuración de la base de datos en Microsoft Excel: seleccionando las encuestas completadas, eliminando encuestas incompletas y quienes no cumplan con las características sociodemográficas del estudio. En quinto lugar, se procedió a exportar al paquete estadístico IBM SPSS 25 donde se desarrolló los análisis estadísticos con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en la investigación a partir de la frecuencia de los niveles y descripción de las variables de estudio, prueba de bondad de ajuste a la curva normal K-S para determinar las pruebas de hipótesis a emplear: paramétrica y no paramétrica, y seleccionar el coeficiente estadístico acorde a la distribución de los datos: “t” o “u” en el caso de comparación de muestras independientes y “r” o “rho” para la correlación entre las variables.

En la última fase se llevó a cabo la interpretación de resultados, procediendo con la discusión y llegando a las conclusiones correspondientes para realizar el informe final de la tesis.

## **2.5. Aspectos éticos**

En primer lugar, se tomó en cuenta la validez y confiabilidad de nuestros instrumentos utilizados en la investigación, así mismo, se hizo de conocimiento a los estudiantes el objetivo de la investigación, señalando que dicha participación se dará

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

de manera anónima y dejando a su libre elección si desean participar, con ello, los alumnos que aceptaron participar se les hizo entrega del consentimiento informado.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis exploratorio de las variables Adicción a las redes sociales y la autoestima.

En la tabla 2 se observa la prueba de ajuste a la curva normal Kolmogorov-Smirnov (K-S) con la corrección de Lilliefors, donde se identifica coeficientes por encima de 0,084 correspondientes a valores  $p < 0,05$  señalando que las variables de estudio no están distribuidas normalmente, por lo tanto, es pertinente la utilización de pruebas no paramétricas para su análisis inferencial tales como Rho de Spearman y la U de Mann Whitney.

**Tabla 2**

*Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov para las variables Adicción a las redes sociales y la autoestima.*

		<b>Adicción a Redes Sociales</b>	<b>Autoestima</b>
n		216	216
Parámetros normales	Media	6.3287	24.4722
	Desv.	3.85533	2.25557
	Desviación		
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0.084	0.125
	Positivo	0.084	0.125
	Negativo	-0.060	-0.112
K-S		0.084	0.125
Sig. asin. (bilateral)		<b>0.000</b>	<b>0.000</b>

#### 3.2. Análisis de correlación entre Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.

En la prueba de correlación de Spearman, tabla 3, se observa que existe una correlación baja, inversa y estadísticamente significativa entre las variables adicción a las redes sociales y la autoestima ( $\rho = -.228$ ,  $p = ,001$ ). Es decir, a mayor

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

puntuación en adicción a redes sociales menor puntuación en autoestima en los estudiantes de secundaria.

### **Tabla 3**

*Correlación entre Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.*

	<i>Autoestima</i>	
	<b>rho</b>	<b>p</b>
<i>Adicción a redes sociales</i>	<b>-,228</b>	<b>,001</b>

### **3.3. Descripción de los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.**

En la tabla 4, 64.8% de la muestra se percibe en el nivel “uso regular” (n=140) y el 5.6% se ubica en la categoría “uso problemático” de redes sociales (n=12) de los estudiantes de secundaria de Lima Norte.

### **Tabla 4**

*Niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.*

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Uso ocasional	40	18.5
Uso regular	140	64.8
Uso de riesgo	24	11.1
Uso problemático	12	5.6
Total	216	100.0

### **3.4. Descripción de los niveles de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.**

En la tabla 5 se describe los niveles de la autoestima de estudiantes de secundaria de Lima Norte, observándose que el 52.7% (n=114) presenta un nivel moderado de autoestima, seguido de un 30.6% (n=66) que presenta un nivel bajo de autoestima y tan solo un 16.7% (n=36) presenta un nivel alto de autoestima.

**Tabla 5**

*Niveles de autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.*

<b>Niveles</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	66	30.6
Moderado	114	52.7
Alto	36	16.7
Total	216	100.0

### **3.5. Análisis comparativo de adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.**

En la tabla 6 se identificó el contraste del rango promedio haciendo uso de la prueba no paramétrica U de Mann Whitney, el cual indica que no existe diferencias significativas ( $U = 5581.500$ ;  $p = 0.611$ ) de la adicción a redes sociales entre el sexo masculino ( $R_p = 110.78$ ) y femenino ( $R_p = 106.46$ ).

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

**Tabla 6**

*Comparación de rangos promedios de la adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.*

<b>Redes Sociales</b>	<b>n</b>	<b>Rango promedio</b>	<b>Suma de rangos</b>	<b>U de Mann-Whitney</b>	<b>p</b>
Masculino	102	110.78	11299.50	5581.500	0.611
Femenino	114	106.46	12136.50		

En la Tabla 7 se observó el contraste de rango promedio con la prueba no paramétrica U de Mann Whitney, el cual indica que no existe diferencias estadísticamente significativas ( $U= 5135.500$ ;  $p = 0.134$ ) de la autoestima según sexo. Además, se apreció en los estudiantes una mayor autoestima entre el sexo masculino ( $R_p = 115.15$ ) en contraste con el sexo femenino ( $R_p = 102.55$ ).

**Tabla 7**

*Comparación de rangos promedios de la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo.*

<b>Autoestima</b>	<b>n</b>	<b>Rango promedio</b>	<b>Suma de rangos</b>	<b>U de Mann-Whitney</b>	<b>p</b>
Masculino	102	115.15	11745.50	5135.500	0.134
Femenino	114	102.55	11690.50		

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

El objetivo inicial de la investigación era determinar la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. Los resultados permitieron identificar una baja correlación, inversa y estadísticamente significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en la muestra estudiada. De esta manera se confirma la hipótesis planteada debido a que existe relación significativa entre las variables de estudio. Resultados similares han sido obtenidos por Portillo et al. quienes durante el 2021 analizaron la relación entre adicción a redes sociales y autoestima, identificando la presencia de correlación significativa ( $p < 0.05$ ) baja e inversa ( $r = -.039$ ) en estudiantes universitarios de México siguiendo un diseño descriptivo correlacional. En la misma línea, Gutiérrez (2020) identificó una correlación significativa ( $p < 0.05$ ) e inversa ( $r = -0.38$ ) entre autoestima y adicción a redes sociales de escolares bolivianos de 15 a 17 años. En un plano nacional, los resultados del presente estudio son corroborados por Sáenz y Grimaldo (2019) en donde ubicaron correlación significativa ( $p < 0.05$ ) e inversa baja ( $r = -0.29$ ) entre la adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes en escolares de Lima entre 13 a 17 años, asimismo, estudios previos han confirmado un elevado nivel de relación (p. ej. Correa y Díaz, 2020; Valdez, 2018) e inclusive en otras muestras (p. ej. Carrasco y Vásquez, 2020). Una explicación tentativa para estos resultados la autoestima en los adolescentes favorece el comportamiento adaptativo, siendo éste un factor protector para la conducta adictiva (OMS, 2016), por otro lado, el bajo nivel de correlación podría deberse a que existen otros factores: biológicos, psicológicos, sociales y familiares (Humbert, 2016; Sandín, 1995; Loro, 2015) que determinan la variación de las puntuaciones de adicción a redes sociales.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Un segundo objetivo del presente estudio fue describir los niveles de adicción a redes sociales en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte. A partir del análisis, se encontró que un 5.6% de los estudiantes de secundaria presenta un uso problemático de adicción a las redes sociales. Este resultado concuerda con Sáenz y Grimaldo (2019) quienes obtuvieron 5.2%, un nivel alto de adicción a redes sociales en 500 escolares de Villa El Salvador entre 13 a 17 años, anteriormente, Valdez (2018) y Loro (2015) encontraron una mayor frecuencia tales como: 53.9% y 8%, respectivamente. Parece posible que estos resultados se deban a que, en el contexto de pandemia global, se normaliza el uso hacia redes sociales a los adolescentes como agente socializador originando una conducta adictiva (Sánchez, 2020) por consiguiente un aumento significativo en el uso de las plataformas virtuales a diferencia de años anteriores en este grupo etario (Marchant, 2020).

Con respecto al tercer objetivo dirigido a describir los niveles de autoestima en estudiantes de secundaria. Se halló que el 52.7% presenta un nivel moderado de autoestima, seguido de un 30.6% que presenta un nivel bajo y tan solo un 16.7% presenta un nivel alto. Los resultados del estudio se manifiestan en distinta proporción a lo reportado por Castillo y Choto (2018) en estudiantes de Ecuador de 12 a 15 años de educación secundaria aplicando el Inventario de Autoestima de Coopersmith: 37% ubicados en la categoría Promedio, 4% en el nivel Bajo y 59% correspondientes al nivel Alto; mientras que en los estudios de Sáenz y Grimaldo (2019) y Valdez (2018) en el contexto nacional con muestras por encima de 150 escolares de secundaria se aprecia mayor equidad proporcional en la categoría “Nivel Bajo” de la autoestima, 45.6% y 46.1%, respectivamente. Resulta posible que estos resultados se deban a las características propias del estadio de vida de los participantes pues en etapa son más susceptibles a los cambios en la confianza en sí mismos, capacidad por enfrentar

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

situaciones y seguridad emocional, pues el desarrollo óptimo de tales habilidades está en función de la receptividad social del adolescente, sin embargo, existen una serie de factores tanto biológicos como psicosociales que determinan la variación de los niveles de autoestima (IMJUVE, 2017).

El cuarto objetivo era establecer las diferencias en la adicción a redes sociales de los estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según sexo. En cuyos resultados no se halló diferencias estadísticamente significativas de la adicción a redes sociales en los estudiantes de secundaria según sexo en la muestra estudiada. Por lo cual, se rechazó la hipótesis que plantea la presencia de diferencias significativas en esta variable. De acuerdo a la evidencia, podría encontrar soporte científico en el estudio de Carrasco y Vásquez (2020), quienes analizan la diferencia de adicción de redes sociales según sexo en participantes de 16 a 24 años en estudiantes de Lima, no encontrando diferencias estadísticamente significativas ( $t = -.258, p > 0.05$ ) entre hombres ( $m = 41.28$ ) y mujeres ( $m = 42.28$ ). La similitud de evidencia podría deberse al contexto de distanciamiento físico, donde se ha incrementado en más de 50% el uso de dispositivos virtuales sin distinguir las características sociodemográficas de los participantes (Hootsuite y We Are Social, 2021).

En relación al quinto objetivo que era establecer diferencias en la autoestima de los estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte según el sexo. Se encontró que no existe diferencias estadísticamente significativas de la autoestima en estudiantes de secundaria según sexo. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis que planteaba diferencias. Este hallazgo es apoyado por la investigación previa de Sáenz y Grimaldo (2019), quienes analizaron las dimensiones de autoestima según sexo en 500 estudiantes de tercero a quinto año de secundaria en Villa el Salvador,

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

corroborando que no existen diferencias estadísticamente significativas ( $U=30733.5$ ,  $p>0.05$ ) de la autoestima entre el sexo masculino ( $R_p=248.68$ ) y femenino ( $R_p=252.14$ ), lo mencionado refuerza la teoría de Rosenberg quien propone que la autoestima es un constructo de nivel global, explicando generalmente el yo, enfatizando en su percepción y creencias personales (Rosenberg, 1989) siendo influenciada por el aspecto social de manera que individuos desenvueltos en un mismo contexto (p. ej. institución educativa secundaria) podrían alcanzar un equivalente nivel de autoestima (Huang y Dong, 2002), y su variación explicada por el ambiente familiar, personal y/o biológico.

La evidencia recabada tiene implicancia para identificar, en cierta medida los factores que podrían determinar la adicción en redes sociales en los estudiantes de secundaria. No obstante, es pertinente destacar las limitaciones metodológicas del manuscrito en cuestión tales como el acceso a un tamaño limitado de muestra, la dificultad para controlar e identificar las fuentes de error en la aplicación virtual de la prueba: tiempo de respuesta, distracción y la veracidad de las afirmaciones. Además, la muestra no fue probabilística por lo que la generalización de resultados tendría que tomarse con cautela.

Finalmente, la relevancia del contexto de pandemia ha revelado que la adicción a redes sociales es un fenómeno enmarcado en distintos factores explicativos, esto evidenciado en el bajo nivel de correlación, pero inversamente proporcional. Por lo tanto, futuros estudios podrían incluir más variables y las dimensiones de los instrumentos por tres razones: a) obtener un mejor panorama del comportamiento de las variables, b) estimular e instigar la generación de espacios y formas saludables de incrementar los factores protectores, y c) prevenir la aparición de factores de riesgo y promover conductas alternativas.

#### **4.2. Conclusiones**

- Se encontró relación baja, inversa y estadísticamente significativa entre las variables adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.
- El 64.8% de los estudiantes de una institución educativa privada de Lima Norte presenta un nivel regular de adicción a las redes sociales, el 18.5% usa ocasionalmente, el 11.1% presenta un uso de riesgo y el 5.6% tiene un uso problemático.
- El 52.7% de los estudiantes de una institución educativa privada de Lima Norte presenta un nivel moderado de autoestima, el 30.6% tiene un nivel bajo y el 16.7% presenta un nivel alto.
- No se encontró diferencias estadísticamente significativas de la adicción a redes sociales entre el sexo masculino y femenino en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.
- No se encontró diferencias estadísticamente significativas de la autoestima entre el sexo masculino y femenino en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de Lima Norte.

## REFERENCIAS

Andreassen, C. (2013). *6 señales de la adicción a las redes sociales*.

<https://www.salud180.com/salud-dia-dia/6-senales-de-la-adiccion-redes-sociales>

Andreassen, C. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184. Doi: 10.1007/s40429-015-0056-9.

Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Medico Clínica*, 26(1), 07-13.

<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Impacto%20de%20las%20redes%20sociales%20e%20internet%20en%20la%20Adolescencia%20Aspectos%20positivos%20y%20negativos%20.%20Elias%20A.pdf>

Atienza, F., Moreno, Y., y Balaguer, I. (2000). Análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista de Psicología. Universitas Tarraconensis*, 23(2), 29-42.

Bandura, A. (2006). *Guide for constructing self-efficacy scales*. Information Age Publishing.

Barroso, M. (2000). *Autoestima, Ecología y Catástrofe*. Editorial Galac, S.A.

Branden, N. (2001). *Los Seis Pilares de la Autoestima*. Editorial Temas de Hoy.

Caja Alemana de Seguro Médico. (1 de marzo de 2018). Estudio: 100.000 adolescentes son adictos a WhatsApp y otras redes sociales. *DW made for minds*. <https://www.dw.com/es/estudio-100000-adolescentes-son-adictos-a-whatsapp-y-otras-redes-sociales/a-42789491>

Calero, P. (2000). *Autoestima y docencia para educar mejor en el siglo XXI*. Editor San Marcos.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

- Cano, C. (2010). *Nivel de autoestima y su relación con las características de la familia, en estudiantes de secundaria. Institución Educativa Daniel Alcides Carrión, Lima, 2010* [Tesis de licenciatura; Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1313/Cano\\_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1313/Cano_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Caplan, S. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: Development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior, 18*(5), 553-575. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00004-3](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00004-3)
- Caplan, S. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research, 30*(6), 625-648. <https://doi.org/10.1177/0093650203257842>
- Caplan, S. y High, A. (2011). *Online social interaction, psychosocial well-being, and problematic Internet use*. John Wiley y Sons Inc.
- Carrasco, G. y Vásquez, Y. (2020). *Adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019* [Tesis de licenciatura; Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25031>
- Castillo, C. (2000). *Autoestima*. Editorial De Palma
- Castillo, M. y Choto, M. (2018). *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán, 2018* [Tesis de licenciatura; Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional de

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

la Universidad Nacional de Chimborazo

<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5354>

Casullo, M. y Góngora, V. (2009). Validación de la escala de autoestima de Rosenberg en población general y en población clínica de la Ciudad de Buenos Aires. *Revista iberoamericana de diagnóstico y evaluación psicológica*, 27(1), 179-194. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4539884>

Cayetano, N. (2012). *Autoestima en estudiantes de sexto grado de primaria de instituciones educativas estatales y particulares de Carmen de la Legua, Callao* [Tesis de licenciatura; Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1131/1/2012\\_Cayetano\\_Auto estima%20en%20estudiantes%20de%20sexto%20grado%20de%20primaria%20 de%20intituciones%20educativas%20estatales%20y%20particulares%20de%20 Carmen%20de%20La%20Legua.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1131/1/2012_Cayetano_Auto%20estima%20en%20estudiantes%20de%20sexto%20grado%20de%20primaria%20de%20intituciones%20educativas%20estatales%20y%20particulares%20de%20Carmen%20de%20La%20Legua.pdf)

Challco, K., Rodríguez, S. y Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15. <https://www.issup.net/files/2018-11/236-311-1-PB.pdf>

Chóliz, M. y Marco, C. (2012). *Adicción a internet y redes sociales*. Alianza Editorial.

Coopersmith, S. (1995). *The Antecedents of Self Esteem Consulting*. Psychologist Press.

Corkille, B. (2001). *El Niño Feliz*. Editorial Gedisa.

Correa, K. y Díaz, E. (2020). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de dos instituciones estatales de Cajamarca* [Tesis de licenciatura; Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello]. Repositorio

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

institucional de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo

[http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1212/CORREA\\_K.\\_Y](http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1212/CORREA_K._Y)

[\\_D%c3%8dAZ\\_E.\\_2020.\\_-](#)

[\\_INFORME\\_DE\\_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Cruz, S. (2007). *Autoestima y gestión de calidad*. Iberoamericana S.A.

Davis, R. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195. Doi:10.1016/S0747-5632(00)00041-8

Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: Un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96.

<https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>

Echeburúa, E. y Requenses, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Pirámide.

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

Feldman, R. y Marfan, J. (2001). *La Autoestima en niñas y niños de 5° y 8° Básico de tres Escuelas Municipalizadas de la comuna de Santiago* [Tesis de Licenciatura no publicada]. Universidad Central de Chile.

Fernández, F. (2003). *Las nuevas adicciones*. TEA Ediciones S.A.

Forgas, J., Baumeister, R. y Tice, D. (2009). *Psychology and Self-Regulation: Cognitive, Affective, and Motivational Processes*. Psychology Press.

García, J., Terol, M., Nieto, M., Lledó, A., Sánchez, S., Martín, M. y Sitges, E. (2008).

Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. *Adicciones*, 20(2), 131-142.

<https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122057005.pdf>

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

González, M. y Landero, R. (2006). Síntomas psicósomáticos y teoría transaccional del estrés. *Redalyc*, 12(1), 45–61. <https://www.redalyc.org/pdf/402/40211412.pdf>

González, O. (2011). *La presión sociocultural percibida sobre el autoconcepto físico: naturaleza, medida y variabilidad* [Tesis doctoral; Universidad del País Vasco]. Repositorio institucional de la Universidad del País Vasco <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/12240/GONZALEZ%20FERNANDEZ%20OSCAR.pdf?sequence=1>

Goñi, A. y Fernández, A. (2009). *El autoconcepto*. Pirámide.

Griffiths, M., Kuss, D. y Demetrovics, Z. (2014). *Social networking addiction: An overview and preliminary findings*. Feder Ediciones.

Griffiths, M. (2005). A ‘component’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191- 197. doi:10.1080/14659890500114359

Gutiérrez, M. (2020). *Adicción de redes sociales y autoestima en estudiantes de 15 a 17 años de una unidad educativa particular de la ciudad de La Paz* [Tesis de licenciatura; Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio institucional de la Universidad Mayor de San Andrés.

Hernández, C. (2003). *Desarrollo de la Autoestima y la Conciencia Moral en las Contradicciones de la Sociedad Contemporánea*. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Cuba/cips/20120822031937/ovidio6.pdf>.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill/ Interamericana.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Hootsuite y We are social (2021). *Digital 2020 Global Digital Overview*. Juancmejia sitio

web: <https://www.juancmejia.com/wp-content/uploads/2020/02/Digital-2020-eAreSocial-y-HootSuite.pdf>

Huang, C. y Dong, N. (2012). Factor structures of the Rosenberg Self-Esteem Scale.

*European Journal of Psychological Assessment*, 28(2), 132-138.

<https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000101>

Humbert, M. (28 de febrero de 2016). Uso, abuso y adicción ¿Hablamos de lo mismo?.

*Psiquiatría y psicología*. <https://www.drahumbert-psiquiatria.es/uso-abuso-y-adiccion-hablamos-de-lo-mismo/>

Instituto Mexicano de la Juventud. (7 de setiembre de 2017). Mejorar la autoestima

disminuye el riesgo de adicciones. *Injuve*.

<https://www.gob.mx/imjuve/articulos/mejorar-la-autoestima-disminuye-el-riesgo-de-adicciones>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (25 de abril de 2014). El 48% de la

población adolescente de 12 a 17 años usuaria de internet son mujeres. *Inei*.

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-48-de-la-poblacion-adolescente-de-12-a-17-anos-usuaria-de-internet-son-mujeres-7527>

James, W. (1890). *Principios de psicología*. Daniel Jorro.

James, W. (1903). *The varieties of religious experience: A study in human nature*. Green and Co.

LaRose, R., Lin, C. y Eastin, M. (2003). Unregulated Inter-net usage: Addiction, habit,

or deficient self-regulation?. *Media Psychology*, 5(3), 225–253.

[https://www.researchgate.net/publication/244478749\\_LaRose\\_R\\_Lin\\_C\\_A\\_East](https://www.researchgate.net/publication/244478749_LaRose_R_Lin_C_A_East)

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

in\_M\_S\_2003\_Unregulated\_Internet\_Usage\_Addiction\_Habit\_or\_Deficient\_Self-Regulation\_Media\_Psychology\_53\_225-253

Lefrancois, G. (2005). *Autoestima*. Thomson

Loja, A. (2016). *Uso del tiempo libre y adicción a redes sociales en adolescentes de 15 a 18 años* [Tesis de licenciatura; Universidad de Cuenca]. Repositorio institucional de la Universidad de Cuenca <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24158/3/TESIS.pdf>

López, J. (2009). *Relación entre los hábitos de estudio, la autoestima y el rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Medicina Veterinaria de la Universidad Alas Peruanas* [Tesis de Licenciatura no publicada]. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

Loro, A. (2015). *La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familiar* [Tesis de maestría; Universidad Pontificia de Comillas]. Repositorio institucional de la Universidad Pontificia de Comillas <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/1089>

Marchant, I. (5 de noviembre de 2020). Panorama digital del Perú 2020. *Comscore*. <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2020/Panorama-Digital-del-Peru-2020>

Matute, H. (2016). *¿Adicción, abuso o uso problemático de Internet?*. Pirámide.

Morahan, J. (2007). *Internet use and abuse and psychological problems*. Oxford Handbook of Internet Psychology.

Muñoz, R., Fernández, L. y Gámez, G. (2010). Analysis of the indicators of pathological Internet use in Spanish university students. *The Spanish Journal of Psychology*, 13(2), 697-707. Doi: <https://doi.org/10.1017/S1138741600002365>

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Naranjo, M. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 7(3), 1-24. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>

Núñez, I. y Crisman, R. (2016). La ansiedad como variable predictora de la autoestima en adolescentes y su influencia en el proceso educativo y en la comunicación. *Investigación educativa*, 71(2), 110-128.

Oliva, A., Hidalgo, M., Moreno, M., Jimenez, A., Antolín, L. y Ramos, P. (2012). *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*.

<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Us%20y%20riesgo%20de%20adicciones%20a%20las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%20entre%20adolescentes%20y%20j%C3%B3venes%20andaluces.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (18 de agosto de 2016). Baja autoestima en la adolescencia, causas y consecuencias. *Siquia sitio web*. <https://www.siquia.com/blog/baja-autoestima-en-la-adolescencia-causas-y-consecuencias>

Pajares, F. (2002). Gender and perceived self-efficacy in self-regulated learning. *Theory into Practice*, 41(3), 116-225. [https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15430421tip4102\\_8](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15430421tip4102_8)

Pintrich, P. y Schunk, D. (2002). *Motivation in education: Theory, research, and application*. Pearson Merrill Prentice Hall

Portillo, V., Ávila, J. y Capps, J. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e*

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

*Investigación en Psicología*, 3(1), 139-149.

<https://revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/182/117>

Reyes, L. (2012). *Autoestima y síndrome de burnout en el personal de una empresa de autoservicio Piura-2012* [Tesis de licenciatura; Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

[http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/341/TL\\_Reyes\\_Aguinaga\\_LucianadelCarmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/341/TL_Reyes_Aguinaga_LucianadelCarmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Robles, J. (2006). *Influencia de los niveles de autoestima en el rendimiento académico en los alumnos de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle* [Tesis de Licenciatura no publicada]. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Rodríguez, K., Ártica, L., Aguilar, J. y Santos, W. (2012). *El uso de las redes sociales y el impacto en el rendimiento académico* [Tesis de maestría; Universidad Nacional Autónoma de Honduras]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma de Honduras

<http://semillerodeinvestigadores.yolasite.com/resources/El%20uso%20de%20las%20redes%20sociales%20y%20el%20Impacto%20en%20el%20rendimiento%20Academico%20de%20los%20estudiantes%20de%20ciencias%20economicas%20de%20la%20UNAH%202012.pdf>

Rogers, C. (1992). *El proceso de convertirse en persona*. Paidós Ibérica.

Rojas, A., Fernández, J., Pérez, C. (1998). *Investigar Mediante Encuestas: Fundamentos Teóricos y Aspectos Prácticos*. Editorial Síntesis.

Rojas, E. (2001). *¿Quién eres?* Ediciones Temas de Hoy S.A.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self image*. Princeton: Princeton University Press.

Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. Wesleyan University Press.

Sáenz, J. y Grimaldo, M. (2019). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de 3er a 5to de secundaria de una institución educativa pública de Villa el Salvador* [Tesis de licenciatura; Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Perú <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/905>

Sahagún, M., Martínez, B., Delgado, E. y Salamanca, C. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista médica*, 1(4), 23 - 45. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revmed/md-2015/md154m.pdf>

Salas, E., Copez, A. y Merino, C. (2020). ¿Realmente es demasiado corto? Versión breve del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS-6). *Health and Addictions*, 20(2), 105-118. <https://cris.usil.edu.pe/en/publications/realmente-es-demasiado-corto-versi%C3%B3n-breve-del-cuestionario-de-ad>

Salas-Blas, E., Copez-Lonzoy, A. y Merino-Soto, C. (2020). ¿Realmente es demasiado corto? versión breve del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS-6). *Health and Addictions*, 20(2), 10-118.

Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a Redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima* [Tesis de maestría; Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad de San Martín de Porres <https://1library.co/document/go520k5y->

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

[relacion-adiccion-sociales-autoestima-jovenes-universitarios-universidad-particular.html](http://relacion-adiccion-sociales-autoestima-jovenes-universitarios-universidad-particular.html)

Salcedo, R. (2017). *Redes sociales y autoestima en estudiantes de VII ciclo de la institución educativa Beata Ana María Javouhey, Callao, 2017* [Tesis de licenciatura; Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12903/Salcedo\\_PR\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12903/Salcedo_PR_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sánchez, C. (8 de agosto del 2020). Adultos están perdiendo capacidad de comunicarse “cara a cara” por usar redes sociales. *Andina*. <https://www.andina.pe/agencia/noticia-adultos-estan-perdiendo-capacidad-comunicarse-cara-a-cara-usar-redes-sociales-762636.aspx>

Sandín, B. (1995). *El estrés: Manual de psicopatología*. McGraw-Hill.

Santos, M. (2010). *Análisis de redes sociales y rendimiento académico: Lecciones a partir del caso de los Estados Unidos*. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/2125/2057>

Tafarodi, R y Milne, A. (2002). Decomposing global self-esteem. *Journal of Personality*, 70(2), 443-483. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.05017>

Ulloa, E. (2016). *Uso del tiempo libre y adicción a las redes sociales en adolescentes de 13 a 18 años* [Tesis de licenciatura; Universidad del Azuay]. Repositorio institucional de la Universidad del Azuay <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5442/1/11784.pdf>

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

Usher, E. y Pajares, F. (2008). Self-efficacy for self-regulated learning: A validation study. *Educational and Psychological Measurement*, 68(1), 443-463.  
<https://doi.org/10.1177/0013164407308475>

Valdéz, A. (2018). *Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de una institución privada* [Tesis de licenciatura; Universidad Católica de Santa María]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Santa María  
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/7785/76.0353.PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ventura-León, J., Caycho-Rodriguez, T., Barbosa-Palomino, M. y Salas, G. (2018). Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes Limeños. *Revista Interamericana Journal of Psychology*, 52(1), 44-60.

Vildoso, J. (2002). *Influencia de la autoestima, satisfacción con la profesión elegida y la formación profesional en el coeficiente intelectual de los estudiantes del tercer año de la facultad de Educación* [Tesis de maestría; Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos  
[https://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualData/Tesis/Human/Vildoso\\_C\\_J/t\\_completo.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualData/Tesis/Human/Vildoso_C_J/t_completo.pdf).

Yang, C. (2001). Sociopsychiatric characteristics of adolescents who use computers to excess. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 104(3), 217-222.  
<http://dx.doi.org/10.1034/j.1600-0447.2001.00197.x>

Young, K. (2005). Clasificación de los subtipos, consecuencias y causas de la adicción a Internet. *Psicología Conductual*, 13(3), 463-480.

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

[https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/09.Young\\_13-2oa.pdf](https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/09.Young_13-2oa.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1:

### Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS - 6)

A continuación, se presentan 7 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque con un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que UD. siente, piensa o hace:

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Rara vez	Nunca
El tiempo que antes destinaba para estar conectado (a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					

**Anexo 2:**

**Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)**

Esta prueba tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma. Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada.

- A. Muy de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

	A	B	C	D
1.Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2.Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3.Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4.Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
5.En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a				
6.Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a				
7.En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a				
8.Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				
9.Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10.A veces creo que no soy buena persona.				

“Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa privada de lima norte”

**Anexo 3:**

## **SOLICITUD PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO DE APLICACIÓN DE PRUEBAS**

Directora Tessie Urrunaga;

En primer lugar, nos presentamos somos las psicólogas Gabriela Minetto y Alisson Iglesias bachiller de la carrera de psicología de la UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE, reciba nuestro saludo, agradeciendo que se tome la molestia de poder leer nuestra solicitud para poder realizar la aplicación de pruebas en los grados de 1ro, 2do y 3er, 4to y 5to año de secundaria de la institución PAMER sede Gramadal, que actualmente es dirigida por su persona.

Hemos de recalcar que dicha información será utilizada únicamente con FINES ACADÉMICOS, ya que actualmente nos encontramos desarrollando lo que es nuestra tesis, la cual tiene como tema principal para abordar, ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUOESTIMA EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LIMA NORTE.

Con todo lo ya mencionado, pasamos a despedirnos y agradecerle de ante mano su predisposición para poder ayudarnos con esta investigación que es para nosotras de suma importancia.

Esperamos su pronta respuesta, muchas gracias.



---

Firma de la directora

Tessie Urrunaga

**Anexo 4:**

Sección 1 de 8

## Estudio sobre uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria.

Descripción del formulario

### Consentimiento Informado

El presente estudio es conducida por las psicólogas Alisson Iglesias Garcia y Gabriela Minetto Alcadio, el objetivo es comprender el uso de las redes sociales y su relación con el autoestima en estudiantes de secundaria en el contexto de pandemia.

Si usted accede a participar se le pide completar las encuestas del estudio.

Responder las encuestas le tomará aproximadamente 15 minutos de su valioso tiempo.

Su participación en este estudio es estrictamente voluntaria.

La información que brinde es confidencial y no se usará para otros fines que no sea del estudio.

Sus respuestas serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Este estudio no le traerá riesgo alguno a su salud e integridad.

Los beneficios son estrictamente académicos.

No tiene costo económico alguno para usted ni para los investigadores.

Desde ya agradecemos su participación.

Sección 2 de 8

## Aceptación de participar en el estudio

Acepto participar voluntariamente en este estudio, conducida por Alisson Iglesias Garcia y Gabriela Minetto Alcadio.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de este estudio es estrictamente confidencial y no será usado para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento.