

## ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES

Pamela Alexandra Soria Pincha<sup>1</sup>, Narcisca de Jesús Villegas Villacres<sup>2</sup>

(Recibido en junio 2023, aceptado en septiembre 2023)

<sup>1</sup>Psicóloga General, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4103-5798>. <sup>2</sup>Psicóloga Educativa, Magister en Psicología Educativa Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1907-7361>

pamesoria97@gmail.com; nvillegas@pucesa.edu.ec

---

**Resumen:** La adicción a las redes sociales es una de las problemáticas que afecta a la población de los adolescentes, lo que genera conductas desadaptativas acompañada de sentimientos de frustración, aislamiento, pérdida de control y dependencia. El objetivo de este artículo fue determinar la relación que existe entre adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de la Unidad Educativa "San Luis Gonzaga". La metodología utilizada fue con enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, correlacional de corte transversal. La recolección de información se obtiene mediante la aplicación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), que consta de 24 ítem, también se utiliza la Escala de Autoestima de Rosemberg con 10 ítems y son de escala tipo Likert. Se trabajó con una población de 406 estudiantes con los siguientes criterios de inclusión: tener entre 14 y 17 años, contar con el asentimiento del participante y con el consentimiento informado del representante legal. Finalmente, los resultados muestran que existe una correlación negativa entre el factor obsesión por estar conectado a las redes sociales y la autoestima; mientras que, con los factores modificación del estado de ánimo y uso excesivo de las redes existe una correlación positiva con la autoestima.

**Palabras Clave:** Redes sociales, autoestima, adolescentes, internet.

---

## ADDICTION TO SOCIAL NETWORKS AND ITS RELATIONSHIP WITH SELF-ESTEEM IN ADOLESCENTS

**Abstract:** Addiction to social networks is one of the problems that affects the adolescent population, which generates maladaptive behaviors accompanied by feelings of frustration, isolation, loss of control and dependency. The objective of this article was to determine the relationship between addiction to social networks and self-esteem in adolescents from the "San Luis Gonzaga" Educational Unit. The methodology used was with a quantitative approach of descriptive scope, correlational, cross-sectional. The collection of information is obtained through the application of the Social Networks Addiction Questionnaire (ARS), which consists of 24 items, the Rosenberg Self-Esteem Scale with 10 items is also used and they are Likert-type scale. We worked with a population of 406 students with the following inclusion criteria: being between 14 and 17 years old, having the consent of the participant and the informed consent of the legal representative. Finally, the results show that there is a negative connection between the factor obsession with being connected to social networks and self-esteem; while, with the factors modification of the state of mind and excessive use of the networks, there is a positive connection with self-esteem.

**Keyword:** Socials networks, self- esteem, adolescents, internet.

---

## INTRODUCCIÓN

El período de la adolescencia “etimológicamente proviene del verbo latino “adolescere” que significa crecer o crecer hacia la madurez” (Güemes-Hidalgo et al., 2017). Por otro lado, según el diccionario de la Real Academia Española (2022) veintitresava edición, “la adolescencia es el período de la vida humana que sigue a la niñez y precede a la juventud”. Es una etapa importante para una persona, un momento de cambios donde se deja de ser niño y pasa a ser adulto. Sin embargo, este paso implica varios acontecimientos que puede ocasionar daño en la salud mental y física del adolescente, estos eventos pueden ser biológicos o externos.

De igual manera, Güemes-Hidalgo et al. (2017) señalan que no es un proceso continuo y uniforme en la cual ocurren una serie de cambios a nivel: fisiológico-hormonal, neurológico, social y psicológico-individual; es por ello que hay un constante enfrentamiento con las figuras de autoridad tratando de manifestar una posición menos pasiva a ser un ente racionalmente y emocionalmente independiente.

En este período el adolescente absorbe una gran cantidad de datos y opiniones de distintas fuentes: escuela, familia, sociedad, política, religión, ciencia y cultura. Pero, al mismo tiempo surge una necesidad de ocupar un lugar de aprobación junto con sus pares y, por afinidad se acoge a las normas que limitarán su conducta para encajar en el grupo deseado. Por su parte los autores Castro y Villa (2018) declaran que la necesidad de pertenencia en el adolescente, es definida como una necesidad de mantener interacciones positivas en el área afectiva en un contexto estable, esto provoca una incertidumbre ya que están expuestos al rechazo o aceptación por el grupo de pares. A partir de este punto, la identidad finaliza con la configuración de una personalidad sólida que se mantendrá como característica esencial de la persona que aspira a un buen acoplamiento, entre el ideal de vida para el individuo y la sociedad en la que vive (Velastegui, 2019). El empleo cotidiano de las redes se ha vuelto algo indispensable, sea para trabajar, contactarse con amigos y familiares, vender un producto, informarse sobre noticias nacionales o internacionales, compartir

intereses, entre otros; cuyo medio provee una amplia variedad de servicios al alcance de un clic.

El ser humano desde su nacimiento, llega a este mundo siendo un ente biopsicosocial. Desde la primera infancia y la relación con sus cuidadores, se desarrolla un vínculo afectivo, el cual, por su gran importancia significativa al momento de adquirir nuevos aprendizajes, le permitirá asimilar valores y costumbres, vinculados a la sociedad, de igual manera, una forma de comunicación adaptada a las reglas y roles, pero, sobre todo, esta interacción primera con el seno familiar, lo estimulará a formar un auto concepto, autoimagen y finalmente una autoestima adecuada. Sin estos tres conceptos últimos, estructurados y fortificados, la persona se vuelve incapaz de desarrollarse e interactuar adecuadamente en el medio social.

En la actualidad, es tendencia hablar sobre la autoestima, pero socialmente se le ha dotado de diversos significantes, muchas veces desenfocados y erróneos. El auto concepto, es construido por el niño a través de los mensajes verbales y no verbales que los padres envían con una carga emocional intrínseca, los mismos que se almacenan en la memoria y llegan a ser parte de la dimensión cognitiva; la autoimagen es fruto del proceso anterior y, es que, mediante el espejo del concepto, es cómo la persona se ve a sí misma.

De acuerdo con Brandao (2021) las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica. El autor (Dávalos 2022) redactor del diario “Primicias”, señala que el usuario típico de redes sociales usa un promedio de dos horas y veintisiete minutos por día, es decir un 35 % del tiempo. En enero del 2022, el software de evaluación Click Report, realizó una encuesta a 760 personas residentes en Quito y Guayaquil; los resultados indicaron que la red social más usada es WhatsApp con el 98,8 %, seguido de Facebook (90,4 %) y YouTube (74,7 %).

Por otra parte, el uso de las redes sociales en la población adolescente crece, esto de acuerdo con el informe de

la empresa HootSuite, la cual es una herramienta en la web que administra y gestiona los perfiles de una sola persona en todas las redes sociales donde posea una cuenta. Según sus estadísticas entre abril y junio del 2022 la plataforma de Facebook sumó 1.35 millones de usuario entre 13 y 19 años a nivel mundial (Kemp, 2022). En los últimos años las redes sociales se erigen como el medio de comunicación más importante en la actividad humana, y han llegado a catalogarse como un fenómeno, sin antecedentes al crear las posibilidades para que las personas puedan relacionarse en línea y establezcan un intercambio dinámico y comunicativo (Hernández, 2018).

Las adicciones, son otra problemática que preocupa a la sociedad. Es así que la Real Academia Española define a la adicción como una “dependencia de sustancias o actividades nocivas para la salud o el equilibrio psíquico” (s.f). Gutiérrez menciona que las adicciones tienen una capacidad para engancharse en conductas de las que se derivan consecuencias reforzantes, por ello, hay una excesiva preocupación por el consumo, lo que ocasiona una pérdida de control donde la frecuencia de la conducta se incrementa haciéndose más automática, lo que imposibilita la detención de la misma aun con la existencia de importantes consecuencias negativas (2014, p.2).

Las personas con adicciones relacionadas con una conducta, por ejemplo, el uso de redes sociales, perciben los mismos síntomas por síndrome de abstinencia (estado de ánimo disfórico, insomnio, irritabilidad e inquietud psicomotriz) al igual que una persona que se encuentra consumiendo una sustancia química (Mantilla, 2018).

Varios estudios, en diferentes países se realizaron anteriormente para identificar los niveles de adicción en adolescentes. El portal de noticias Deutsche Welle (DW) publicó una investigación en la cual el seguro médico, la DAK, en conjunto con la Clínica Universitaria de Hamburgo, en Alemania, encuestaron a 1001 adolescentes entre 12 y 17 años, los resultados revelaron que un 2,6 % de los adolescentes presenta una adicción a las redes sociales (Stickelmann, 2018). La revista Forbes México (2019), menciona que el 75 %

los jóvenes entre 13 y 17 años utilizan todo el tiempo el celular, el 50 % contesta de inmediato los mensajes o notificaciones y el 35 % despierta en las madrugadas para saber si recibió un mensaje.

De acuerdo a los datos anteriores, la población con mayor vulnerabilidad para desarrollar una la adicción de las redes sociales, es el grupo de adolescentes debido a características que presentan de acuerdo a su nivel de desarrollo psicológico. Esta población en específico, se encuentra frente a múltiples estresores psicosociales, pero debido a su inmadurez emocional, biológica y neuropsicológica no posee las herramientas necesarias para afrontarla, lo que los vuelve especialmente vulnerables a la adicción (Al'absi, 2018). No obstante, el uso cotidiano de las redes sociales de forma excesiva se ha derivado en distintos problemas sociales y emocionales en los adolescentes lo que afecta la autopercepción de la imagen corporal, con una alta probabilidad de desencadenar trastornos alimenticios, el impacto que tienen las redes sociales sobre la concepción de la imagen propia y la autoestima baja se ven incrementadas conforme aumenta la frecuencia de conexión y el tiempo de exposición en redes sociales (Huertas, Pardo y Barrera, 2020).

En el estudio de Acar et al., (2020) sobre los problemas emocionales de los adolescentes y cómo el uso excesivo de las redes sociales puede deteriorar su autoestima, participaron 221 adolescentes con edades entre 13 y 17 años provenientes de Estambul-Turquía. Los resultados mostraron que los niveles más elevados de problemas emocionales y adicción a redes sociales están asociados a niveles bajos de autoestima. En la investigación de Andreassen et al. (2017) acerca de la relación entre el uso adictivo de las redes sociales, el narcisismo y la autoestima, con una muestra de 23.532 noruegos de 16-18 años, en la cual se utilizó la Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen, el Inventario de Personalidad Narcisista y la Escala de Autoestima Rosenberg, se evidenció que el uso adictivo de las redes sociales refleja una necesidad de alimentar el ego y un intento de inhibir una autoevaluación negativa, es decir, la autoestima. Finalmente, Martín y Medina (2021) presenta una población de 500 participantes, sujetos de estudio, el en que se muestra que un 40 % hace uso

de las redes sociales durante tres horas diarias; un 35 % las usa dos a tres horas y un 3 % usa a las redes sociales menos de una hora al día.

En consecuencia, a esta serie de análisis, el objetivo del presente estudio es determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes, con el fin de realizar una exploración a cerca de los factores que aumentan la angustia psicológica de los individuos y como resultado reduce el nivel general de autoestima.

## Desarrollo

### Material y Métodos

El método utilizado para este estudio fue con un diseño no experimental en vista que se observan situaciones ya existentes, de tipo cuantitativo debido a que los datos recolectados son producto de mediciones los cuales se representan mediante números, con un alcance descriptivo, correlacional y de corte transversal (Hernández, Fernández, y Baptista, 2018). De este modo se analizará la relación existente entre las variables de estudio propuestas anteriormente.

### Instrumentos

#### Ficha Sociodemográfica *Ad Hoc*

Se aplica el cuestionario sociodemográfico con el fin de obtener información del adolescente, CEPAL (2014) menciona que, tiene como objetivo recoger información numérica o datos numéricos referentes a la población y de presentarlos bajo la forma de estadísticas demográficas; los datos, a veces llamados observaciones, que se refieren a los distintos acontecimientos y son recogidos mediante formularios adecuados.

#### Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)

El instrumento utilizado para recolectar datos sobre adicción a redes sociales fue el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), elaborado por Escurra y Salas (2014), compuesto por 24 ítems tipo Likert, con 5 opciones de respuesta (0=nunca a 4=siempre) que se organiza en 3 factores: a) Obsesión por las redes sociales (10 ítems), que alude al compromiso mental con las redes sociales, pensar constantemente y fantasear con ellas, así como el afecto negativo causado por la falta de acceso a ellas; b) Falta de control personal en

el uso de las redes sociales (6 ítems), referidos a la preocupación por la carencia de control o interrupción en el uso de las redes sociales y el descuido de los compromisos académicos; c) Uso excesivo de las redes sociales (8 ítems), referido a las dificultades para manejar la frecuencia y duración del uso de las redes (Escurra y Salas, 2014).

Núñez et al. (2018) menciona que el cuestionario proporciona evidencias de validez de contenido, validez convergente y validez estructural a través del análisis factorial confirmatorio, los resultados son los siguientes: índices de bondad de ajuste sobre grados de libertad ( $\chi^2/df = 2.56$ ), el índice residual de la raíz cuadrada media (SRMR = 0.035), el índice de bondad de ajuste (GFI = 0.964), el índice de bondad comparativo (CFI = 0.955), el índice ajuste ponderado (AGFI = 0.95), el índice de ajuste normalizado (NFI = 0.929), el índice de Tucker-Lewis (TLI = 0.945) y la raíz cuadrada media de aproximación (RMSEA = 0.043). El instrumento aplicado en este estudio ha sido validado mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, utilizándose IBM SPSS Statistics en su versión 22.0. El coeficiente alcanzado fue de .843 para el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), siendo este un valor de consistencia interna aceptable, lo cual confirma la fiabilidad del instrumento.

#### Escala de Autoestima de Rosemberg (RSE)

Se aplica la Escala de Autoestima de Rosemberg, elaborado por Rosemberg en 1965, con coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo una confiabilidad de .81 (Hinojosa-García, García-García, Jiménez-Martínez y Gracia-Castillo 2020). La prueba consta de consta de 10 ítems en una escala que va desde Muy de acuerdo (1) hasta Muy en desacuerdo (4), posee un tiempo de aplicación de 7 a 12 minutos, cuenta con dos tipos de escalas: una de duración y otra de intensidad. Los niveles que se evalúan son autoestima alta con una puntuación de 30 a 40 puntos, autoestima media: 26 a 29 puntos y autoestima baja: menos de 25 (Guijarro y Larzabal, 2021).

En cuanto a la validez, en la investigación realizada por Ventura, Caycho-Rodríguez, Barboza-Palomino y Salas (2018) se pudo evidenciar que la evaluación fue en base a la estructura interna mediante el análisis factorial

exploratorio y confirmatorio, efectuando un análisis de consistencia interna, considerando como tipificación los modelos (bueno =  $H > 0,80$ ). Por otro lado, se estimó el funcionamiento diferencial de las naciones unidas a través de la invariancia factorial. Los resultados indican que la escala cuenta con evidencia empírica de validez, y de confiabilidad.

El procesamiento de datos se realiza partir de la aplicación de los instrumentos y resultados, lo que permite interpretar los datos de forma descriptiva, las herramientas que se usan son la matriz de datos ordenada en el programa Excel, que fue exportado al IBM SPSS Statistics en su versión 22.0, lo que permite el procesamiento de datos de la investigación. En cuanto a la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) el coeficiente de Alfa de Cronbach fue de .818 el cual muestra un valor de consistencia interna adecuado, confirmando la confiabilidad de este instrumento.

Las consideraciones éticas que se pusieron en práctica

estuvieron relacionadas con las normas y principios que rigen la profesión, principalmente con el aporte de la confidencialidad de la identidad de los participantes y de los resultados, de esta manera se hace respetar los principios de no maleficencia, justicia y autonomía; además, se contó con la aprobación de autoridades encargadas de las unidades educativas involucradas en el proceso.

### Resultados

En este apartado se muestran los resultados y análisis descriptivo con base al estudio realizado, obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos como la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE) y la Escala de Actitudes a Redes Sociales (ARS), a continuación, se realiza la descripción de resultado entre ellos con la finalidad de encontrar si existe la influencia de redes sociales en la autoestima de los adolescentes de la Unidad Educativa "San Luis de Gonzaga" de la ciudad de Quito-Ecuador.

**Tabla 1.** Descripción de la población

	M	DE
Edad	15,41	1,107
	f	%
Sexo		
Masculino	227	55,9
Femenino	179	44,1
Curso		
Primero de bachillerato	226	55,7
Segundo de bachillerato	88	21,7
Tercero de bachillerato	92	22,7

**Nota:** M=Media aritmética; DE=Desviación estándar; f= Frecuencia

La población estuvo conformada de 406 estudiantes de los tres niveles de bachillerato de la Unidad Educativa "San Luis Gonzaga" de la ciudad de Quito en Ecuador con edades comprendidas de 14 a 17 años. Se puede observar en la Tabla 1 que el promedio de edad está entre los 15 años de edad, y existe una dispersión en los datos (1,107). En cuanto al sexo se puede evidenciar

que hay un mayor porcentaje de mujeres (55,9 %) que de hombres (44,1 %). Por otra parte, hay un mayor número de adolescentes que cursan el primer año de bachillerato (226), después se encuentra el segundo de bachillerato con menor número de adolescentes (88) y finalmente, el tercero de bachillerato que cuenta con 92 estudiantes.

**Tabla 2.** Descripción de las preguntas de la Escala de Autoestima de Rosemberg (RSE)

	<b>M</b>	<b>DE</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
Me siento una persona tan valiosa como las otras	3	0,83	1	4
Generalmente tiendo más a pensar que soy un fracaso	2,68	0,88	1	4
Creo que tengo algunas cualidades buenas	3,21	0,69	1	4
Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás	3,09	0,82	1	4
Creo que no tengo de lo que estar orgulloso	2,55	0,94	1	4
Tengo una actitud positiva hacia mí mismo	2,88	0,86	1	4
En general me siento satisfecho conmigo mismo	2,76	0,89	1	4
Me gustaría tener más respeto por mí mismo	1,91	0,83	1	4
Realmente me siento inútil en algunas ocasiones	2,24	0,97	1	4
A veces pienso que no sirvo para nada	2,60	1,04	1	4

**Nota:** M = Media aritmética; DE = Desviación estándar; Min = Mínimo; Max = Máximo

Al analizar la Tabla 2 referente a las preguntas de la Escala de Autoestima de Rosemberg (RSE), se evidencia que la media de respuestas de la primera pregunta “Me siento una persona valiosa como las otras” fue  $M=3$  y una desviación estándar  $DE=0,83$ , lo que sugiere que la muestra está de acuerdo con el enunciado. La media de la segunda interrogante “Generalmente tiendo más a pensar que soy un fracaso”  $M= 2,68$  y la desviación estándar  $DE= 0,88$ , datos que indica que los alumnos están en desacuerdo con lo mencionado. La pregunta tres “Creo que tengo algunas cualidades buenas” presenta una media  $M=3,21$  y desviación estándar  $DE=0,69$ , lo que demuestra que los estudiantes también están de acuerdo con lo señalado.

En cuanto a la pregunta “Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás” que corresponde a la interrogante cuatro, esta tiene una media  $M=3,09$  y una desviación estándar  $DE=0,69$ . Dando a conocer que la muestra está de acuerdo con la pregunta. El siguiente enunciado “Creo que no tengo de lo que estar orgulloso” presenta una muestra  $M=2,55$  y desviación estándar  $DE=0,94$  denotando que los estudiantes están en desacuerdo con lo señalado.

La media de la sexta interrogante “Tengo una actitud positiva hacia mí mismo”  $M=2,88$  y la desviación estándar  $DE=0,86$  dejando en evidencia que los alumnos están de acuerdo con lo expuesto. “En general me siento satisfecho conmigo mismo” que corresponde a la séptima pregunta, señala una media  $M=2,76$  y desviación estándar  $DE=0,89$ , sugiriendo que los estudiantes están de acuerdo con lo mencionado. La muestra  $M=1,91$  y desviación estándar  $DE=0,83$  que pertenecen a la octava pregunta “Me gustaría tener más respeto por mí mismo” permite entender que los alumnos están de acuerdo con el enunciado.

El postulado “Realmente me siento inútil en algunas ocasiones” tiene una media  $M=2,24$  y una desviación estándar  $DE=0,97$  mostrando que la muestra está de acuerdo. Finalmente, la pregunta diez presenta una media  $M=2,60$  y una desviación estándar  $DE=1,04$  expresando los estudiantes están en desacuerdo con el cuestionamiento de “A veces no sirvo para nada”.

Todas las interrogantes del RSE presentadas en la Tabla 2 tienen un valor mínimo  $Min=1$  y un valor máximo  $MAX=4$  que van desde muy en desacuerdo hasta muy de acuerdo debido a que son las opciones previamente dispuestas a ser seleccionadas.

**Tabla 3.** Niveles de autoestima

	F	P	PV	PA
Autoestima Baja (AB)	165	40,6	40,6	40,6
Autoestima Media (AM)	110	27,1	27,1	67,7
Autoestima Elevada (AE)	131	32,2	32,2	100

**Nota:** F = Frecuencia; P = Porcentaje; PV = Porcentaje Válido; PA = Porcentaje Acumulado

La Tabla 3 describe los niveles de autoestima obtenidos de la Escala de Autoestima de Rosenberg aplicados a la muestra de alumnos. De los cuales 165 estudiantes que equivalen al 40,6% del total de la muestra presentaron

autoestima baja AB, 110 de estos, correspondientes al 27,1% indicaron autoestima media AM y 131 alumnos (32,2%) mostraron autoestima elevada AE.

**Tabla 4.** Descripción de los factores de la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS)

	M	Me	DE	A	C
Obsesión por las redes sociales	11,04	10	6,43	0,72	0,69
Falta de control personal en el uso de las RRSS	9,14	9	4,34	0,20	-0,351
Uso excesivo de las redes sociales	11,1	11	4,90	0,13	-0,443

**Nota:** M= Media aritmética; Me = Mediana; DE= Desviación Estándar; A = Asimetría; C= Curtosis.

El análisis de la Tabla 4 se basa en los factores de la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS). La primera que alude a la obsesión por las redes sociales tiene una media de respuesta M=11,04, una mediana Me=10 y una DE= 6,43. Con lo que respecta a la asimetría A=0,72 y curtosis C=0,69

En cuanto al factor de falta de control personal en el uso de las redes sociales, la media M= 9,14, Me=9 y DE=4,34; la asimetría A=0,20 y curtosis C=-0,351. Por último, el uso excesivo de redes sociales tiene una media de 11,1, Me=11, DE=4,9 y asimetría A=0,13, C=-0,44.

**Tabla 5.** Descripción de la comparación entre factores ARS, RSE y Género

	Hombres		Mujeres		T	p
	M	DS	M	DS		
Obsesión por las redes sociales	10,82	6,62	11,32	6,19	,780	,436
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	9,06	4,54	9,24	4,08	,414	,679
Uso excesivo de las redes sociales	10,81	4,96	11,67	4,80	1,751	,081
RSE	27,51	5,88	26,02	5,06	-2,682	,008

**Nota:** T= T de Student; p= Significancia

En la Tabla 5 se puede evidenciar que la comparación con la T de Student por la Obsesión por las redes sociales y género T=,780 mientras que la comparación de falta de control personal en el uso de las redes sociales y género T=,414, finalmente, entre uso excesivo de las redes sociales y género es la T=1,751. Por otra parte, se puede

observar que no existen diferencias estadísticamente significativas aparte del RSE que tiene p=,008 y quiere decir que si hay diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a la autoestima, como se puede observar los hombres tienen más autoestima (27,51) que las mujeres (26,02).

**Tabla 6.** Descripción de la correlación entre factores ARS y total RSE

		Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales
		CP	CP	CP
Total RSE	R	-,114	-,75	-,65
	P	,022	,132	,192

**Nota:** CP= Correlación de Pearson

En la Tabla 6 se realizó una correlación de Pearson entre los factores del ARS y el total del RSE. En el primer factor de la Escala de Adicción a Redes Sociales: Obsesión por las redes sociales y su correlación con el RSE, se obtiene una CP=-,114; Falta de control personal en el uso de las redes sociales que es el segundo factor y correlacionado con el total de RSE, se presenta una CP=-,075 y entre el tercer factor, Uso excesivo de las redes sociales y total del RSE se muestra una correlación de Pearson CP=-,065. Igual se muestra la p y se observa que no es estadísticamente significativa del RSE con falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales, pero si existe significancia en obsesión por las redes sociales (,022).

## DISCUSIÓN

El propósito central de esta investigación fue estudiar la relación entre la adicción a las redes sociales con la autoestima en adolescentes. Los resultados obtenidos indican que existe una correlación significativa negativa entre la obsesión, de manera que entre mayor es la obsesión, menor es la autoestima de los adolescentes. Con las nuevas tecnologías de información y comunicación se han generado cambios en las interacciones sociales, relacionándose con el desarrollo y el ajuste personal, especialmente en la etapa de la adolescencia, es por esta razón que al causar preocupación a la sociedad se ha llegado a catalogar como adicción, la cual ha llegado a ser caracterizada por la pérdida de control, dependencia, alteración a los estados emocionales alcanzando a estar relacionados con la autoestima y el proceso de socialización.

Por tal razón, uno de los ámbitos importantes para la correlación entre la autoestima y a la adicción de las redes sociales especialmente en adolescente es el ámbito intrapersonal, así como lo menciona Andreassen

et al. (2017), en su artículo los adolescentes que destinan mayor tiempo al uso de las redes sociales presentan mayores niveles de narcisismo, buscando constantemente una retroalimentación subjetiva gratificante hacia ellos mismos, de igual manera se menciona en este estudio que la inteligencia emocional y los pensamientos mal adaptativos estuvieron indirectamente relacionados con la autoestima y la adicción a las redes. Finalmente, se identifica de manera general que existe relación significativa entre las variables de uso de redes sociales y la autoestima. Siendo esta de tipo negativa o inversa. Los resultados indican una relación negativa entre las variables adicción a redes sociales y autoestima, así como con sus componentes o dimensiones, llegan afectar a la psiquis de la persona.

Asimismo, se concuerda con lo hallado por (Jiménez y Pantoja 2017), quienes encontraron que las personas catalogadas como adictas presentaban bajos niveles de autoestima y relaciones interpersonales inestables, superficiales y poco duraderas, llegando a ser dependientes, así como generar el aislamiento, sensaciones de frustración, y en algunos casos depresión.

Por otro lado, existen estudios que muestran resultados acerca de la correlación entre la frecuencia del uso de las redes sociales y la autoestima, como en el artículo de la influencia de la redes sociales en la autoestima en jóvenes de sexto y séptimo semestre del programa de Psicología de la UNAB donde indican que la correlación es nula mencionando que no existe ninguna relación entre la autoestima y las redes sociales por lo que no son lo suficientemente significativos para señalar una afectación a la autoestima. Sin embargo, en el artículo de Graner (2016) se puede evidenciar que existe relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en

jóvenes universitarios de primero y segundo semestre de una universidad particular de Lima. Al analizar los resultados se observó que existe entre las variables una correlación negativa ( $r = -.469$ ), siendo está considerada como una correlación de tipo moderada.

Por tal razón, y en evidencia a los resultados de los estudios mencionados anteriormente es importante mencionar que la correlación entre autoestima y el uso frecuente o adicción a las redes sociales se da con mayor probabilidad en edades de entre 12 a 19 años de edad debido al ser una edad de alta vulnerabilidad y adaptación, afectando de esta manera a los ámbitos psicosociales del adolescente.

En referencia a la autoestima en el presente estudio, se estableció que existe un 40,6% de la población con autoestima baja, el 27,1% con autoestima media y 32,2% con autoestima elevada en la población adolescentes. Los resultados difieren de lo planteado por el estudio de Diaz et al. (2019) los hallazgos se asocian a la propuesta de algunos procedimientos de enseñanza para su fortalecimiento en aras de facilitar el logro de una estima positiva en los adolescentes y de reforzar los elementos de autorreferencia en aquellos que se forman como docentes, de manera que trabajen el desarrollo de su propia autoestima para lograr estimular la de sus educandos.

## CONCLUSIONES

En este artículo se identificó que la población con mayor vulnerabilidad para desarrollar adicción a las redes sociales es el grupo de adolescentes que se encuentran en la etapa entre la niñez y la vida adulta ya que en las estadísticas presentadas se puede observar que existe sintomatología psicológica que lo comprueba, siendo 167 adolescentes de 406 con autoestima baja, además de eso cabe señalar que al estar en una etapa de alta fragilidad se llegan a presentar problemas de inmadurez emocional buscando aceptación de los pares y alimentación del ego afectando de esta manera a la autoestima del adolescente, como se pudo evidenciar en los resultados de la investigación realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa "San Luis Gonzaga". el 40,6% presentaron autoestima baja AB, y el 27,1% indicaron autoestima media AM, siendo de esta manera una correlación negativa entre la adicción

a redes sociales y la autoestima según los parámetros de la correlación de Pearson.

Finalmente, con la información recopilada anteriormente es recomendable abordar talleres de autoevaluación de adicción a redes sociales y de mejora de autoestima dentro de las áreas educativas donde se encuentra la mayor parte de la población de la muestra, con la finalidad de dar a conocer las consecuencias que puede traer este tipo de problemática, y de la misma manera que los adolescentes lleguen a concientizar la gravedad que puede llegar a ser este conflicto en la actualidad y buscar alternativas para mejorar habilidades sociales sin la necesidad de estar dentro de las redes de comunicación online.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acar, I., Avcilar, G., Yazici, G. y Bostanci, S. (2020). El papel de los problemas emocionales de los adolescentes y la adicción a las redes sociales en su autoestima. *Curr Psychol*, 1 (41), 6838-6847. doi: 10.1007/s12144-020-01174-5.
- Al'absi, M. (2018). *Stress and addiction: Biological and psychological mechanisms*. En M. Al'absi, *Stress and addiction: Biological and psychological mechanisms*. Academic Press. <https://doi.org/10.1097%2FSPY.0000000000000520>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. y Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64(1), 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Calero, A., Barreyro, J., Formoso, J. e Injoque-Ricle, I. (2018). Inteligencia emocional y necesidad de pertenencia al grupo de pares durante la adolescencia. *Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales*, 22(2) 63-75. <https://www.redalyc.org/journal/3396/339660091017/339660091017.pdf>
- Castro, A., & De la Villa, M. (2018). El uso problemático de redes sociales. *Redalyc*, 17(1), 73-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/839/83949782008.pdf>
- CEPAL. (2014). Los datos demográficos: alcances, limitaciones y métodos de evaluación. *Serie Manuales*, 1(82), 15-20. <https://repositorio.cepal.org>

- org/bitstream/handle/11362/37145/S1420555\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Brandao, M. (2021). Una revisión sociotécnica de las redes sociales de una organización universitaria. *Scielo*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2021.86.58281>
- Dávalos, N. (7 de febrero de 2022). El usuario promedio pasa dos horas y 27 minutos en las redes sociales. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/poblacion-mundial-usa-redes-sociales/#:~:text=Con%20un%20promedio%20de%20dos,de%20dos%20minutos%20por%20d%C3%ADa>.
- Díaz, D., Fuentes, I., & Caridad, N. (2019). Adolescencia y autoestima. *Scielo*, 4(1), 1-19. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000400098](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400098)
- Forbes México. (3 de octubre del 2019). El 75% de adolescentes y padres mexicanos, adictos al celular. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/el-75-de-adolescentes-y-padres-mexicanos-adictos-al-celular/>
- Guijarro, C. y Larzabal, A. (2021). Autoestima y factores de bullying en estudiantes de bachillerato de la provincia de Chimborazo. *Revista Eugenio Espejo*, 15(3), 49-58. Recuperado de <https://eugenioespejo.unach.edu.ec/index.php/EE/article/view/383/41>
- Güemes-Hidalgo, M., González-Fierro, M. e Hidalgo, M. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría Integral*, 1(4), 233-244. <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2017-06/desarrollo-durante-la-adolescencia-aspectos-fisicos-psicologicos-y-sociales/>
- Güemes-Hidalgo, M., González-Fierro, C. e Hidalgo, M. (2017). Adolescere. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, V(1). <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol5num1-2017/07-22%20Pubertad%20y%20adolescencia.pdf>
- Gutiérrez, J. (2014). ¿Qué es una adicción? Desde las adicciones con sustancias a las adicciones comportamentales. Evaluación e intervención terapéutica. *Revista Digital de Medicina Psicosomática y Psicoterapia*, 4(2), 1-28. [https://www.psicociencias.org/pdf\\_noticias/Que\\_es\\_una\\_adiccion\\_J\\_de\\_Sola.pdf](https://www.psicociencias.org/pdf_noticias/Que_es_una_adiccion_J_de_Sola.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2018). *Metodología de la Investigación*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, K. (2018). Las redes sociales y adolescencias. *Scielo*, 17(2), 1-23. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000200033](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200033)
- Hinojosa-García, L., García-García, P., Jiménez-Martínez, A. y Gracia-Castillo, G. (2020). Autoestima y consumo de tabaco en adolescentes de secundaria. *Sanus*, 5(14), 1-12 <https://doi.org/10.36789/sanus.vi14.180>.
- Huertas, A., Pardo, R. y Barrera, Ó. (2020). *Ética y Cívica 2*. Larrouse.
- Mantilla, C. (2018). Adicciones tecnológicas: ¿Enfermedad o conducta adaptativa? *Scielo*, 15(2), 1-18. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1727-897X2017000200014](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2017000200014)
- Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Ventura, J., Caycho-Rodríguez, T., Barboza-Palomino, M. y Salas, G. (2018). Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes limeños. *Revista Interamericana De Psicología*, 52(1), 44-60. <https://journal.sipsych.org/index.php/IJP/article/view/363/pdf>
- Kemp, S. (15 de agosto de 2022). ¡La audiencia publicitaria de TikTok llega a 1,002 millones! (Y otras estadísticas impactantes). <https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/>
- Kemp, S. (15 de febrero de 2022). Digital reportes. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ecuador>
- Real Academia Española. (2023). *Adicción*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/adicci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2023). *Adolescencia*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/adolescencia>
- Stickelmann, S. (1 de marzo de 2018). Estudio: 100.000 adolescentes son adictos a WhatsApp

y otras redes sociales. Made for minds. <https://www.dw.com/es/estudio-100000-adolescentes-son-adictos-a-whatsapp-y-otras-redes-sociales/a-42789491#:~:text=Un%20%2C6%20por%20ciento,y%20conflictos%20con%20los%20padres.&text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20>

la%20adicci%C3%B3n%20a%20las%20redes%20sociales%3F

Velastegui, P. H. (2019). Impacto De Las Redes Sociales Y Sus Descontroladas Distribuciones Masivas. *Explorador Digital*, 5(2), 1-12. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v2i2.332>