



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

**Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de universidades privadas
de Lima Metropolitana**

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Psicología

AUTOR(ES)

Torres Soplín, Daniela Paola
Candia Cordero, Andrea Cecilia

0000-0002-7014-3360
0000-0002-3100-806X

ASESOR(ES)

Copez Lonzoy, Anthony John Erik

0000-0003-4761-4272

Lima, 27 de febrero de 2024

DEDICATORIA

Andrea Candia Cordero

A mis padres por ser un pilar y apoyo incondicional en todo mi proceso y formación profesional como personal. Todo lo que soy hoy, se los debo a ellos. A mis hermanas, por sacarme sonrisas y demostrarme siempre su amor a tan corta edad.

Daniela Torres

Le dedicó este arduo trabajo a mi mamá y mi papá por el apoyo continuo e incondicional en todo este proceso y a mi hermano por estar siempre ahí cuando más lo necesitaba. A mi abuela por todo lo que hace por nosotros y por cuidarnos siempre. Gracias por acompañarme en esta aventura.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros familiares y amigos que estuvieron con nosotras, quienes nos alentaron y apoyaron siempre con paciencia para poder cerrar este proceso como parte de nuestro desarrollo profesional. A nuestro asesor Anthony Copez Lonzoy, por brindarnos el tiempo, buen humor y la paciencia necesaria para la realización de este trabajo.

RESUMEN

Antecedente: El uso problemático de las redes sociales puede generar problemas a nivel relacional, en especial en la dinámica familiar, autopercepción y factores relacionados al autoestima en grupos específicos como los adultos jóvenes. **Objetivo:** La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre las redes sociales y la autoestima en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana. **Método:** El tipo de estudio fue transversal descriptivo - correlacional. La muestra estuvo conformada por 296 estudiantes universitarios, el 65.2 % fueron mujeres y el 34.8 % hombres, con edades entre 18 y 29 años ($M = 21.53$; $DE = 3.340$). Los instrumentos que se aplicaron fueron el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith, el cual fue adaptado en el Perú por Lachira (2013). **Resultados:** Se evidenció la existencia de correlaciones entre las dimensiones de adicción a redes sociales y los componentes de autoestima. Además, se identificaron diferencias moderadas y grandes según patrón de conexión y según género en la mayoría de las dimensiones. **Conclusiones:** Los hallazgos responden a una relación principalmente inversa entre autoestima y adicción a redes sociales. Las diferencias fueron principalmente en adicción a redes sociales en estudiantes universitarios; donde las personas que tienen mayor puntaje en las dimensiones del ARS, suelen estar conectadas por más de seis horas al día. Las mujeres presentan mayor puntaje en las dimensiones de adicción y los varones en las de autoestima.

Palabras clave: Adicción a redes sociales; autoestima; universitarios, uso excesivo, frecuencia de uso.

Addiction to social media and self-esteem in students from private universities in Metropolitan Lima.

ABSTRACT

Background: The problematic use of social networks can generate problems at a relational level, especially in family dynamics, self-perception and factors related to self-esteem in specific groups such as young adults. **Aims:** The main objective of this research was to determine the relationship between social networks and self-esteem in students from private universities in Metropolitan Lima. **Method:** The type of study was cross-sectional descriptive-correlational. The sample was made up of 296 university students, 65.2% were women and 34.8% men, aged between 18 and 29 years ($M = 21.53$; $SD = 3.340$). The instruments that were applied were the Social Media Addiction Questionnaire and the Stanley Coopersmith Self-Esteem Inventory, which was adapted in Peru by Lachira (2013). **Results:** the existence of correlations between the dimensions of addiction to social networks was evidenced. and the components of self-esteem. In addition, moderate and large differences were identified according to connection pattern and according to gender in most dimensions. **Conclusions:** The findings respond to a mainly inverse relationship between self-esteem and addiction to social networks. The differences were mainly in addiction to social networks in university students; where the people who score higher on the ARS dimensions are usually connected for more than six hours a day. Women score higher on the addiction dimensions and men on the self-esteem dimensions.

KEYWORDS: Social media addiction; self-esteem; university students, excessive use, frequency of use.

u201510377_Torres Soplin Daniela Paola_Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	hdl.handle.net Internet Source	3%
2	repositorio.ulima.edu.pe Internet Source	3%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	2%
4	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	2%
5	repositorio.usil.edu.pe Internet Source	1%
6	docplayer.es Internet Source	1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Student Paper	1%
8	repositorio.umch.edu.pe Internet Source	1%

Introducción

El uso de redes sociales en la población juvenil (p.e Instagram o Facebook, Twitter, whatsapp, youtube; etcétera) ha ido en aumento de manera exponencial debido a la multiplicidad de funciones como postear fotos y ver historias de amigos; obtener noticias o intercambiar mensajes y visualizar de videos (Diario Gestión, 2019). De acuerdo a We are Social, a nivel mundial los usuarios de redes sociales (RS) activos ahora son más de 5 mil millones, y el total global llegó a alcanzar 5,04 mil millones a inicios de 2024; además, según este último reporte, la última cifra de usuarios de RS aumentó un 5,6% durante el año pasado, con 266 millones de nuevos usuarios, los cuales comenzaron a utilizar las RS por primera vez durante 2023 Esta cifra revela que el mundo tuvo un promedio de 8,4 nuevos usuarios por segundo durante el año pasado (We are Social, 2024). En Perú el total de usuarios que usan activamente las RS es de 25.05 millones (el 73.3% de la población total). De esta cifra, el 48.2% de usuarios son mujeres y el 51.8% son varones. (Kemp, 2023).

Asimismo, un estudio realizado por Comscore señaló que Perú es uno de los países con mayor alcance a las RS en América Latina, donde Facebook es la red con más interacciones con 43.3%; seguido de Instagram 38.8%. (Valle, 2023). La potencialidad de las RS ha sido beneficiosa porque facilitan la vida cotidiana y la organización de empresas en muchos aspectos, ya sea en la educación, el entorno laboral, familiar, social, etc. (Chóliz & Marco, 2012). Sin embargo, existen efectos negativos de las RS; la principal preocupación es el tiempo prolongado de conexión en estos medios, los problemas podrían surgir cuando que los jóvenes toman distancia del “mundo real” para interactuar, principalmente, a través de las RS; interfiriendo sus actividades cotidianas, perjudicando tanto su salud física como mental y sin poder ser capaz de controlar la

situación (Isidro & Moreno, 2018; Molina & Toledo, 2014). De acuerdo con Salas (2014), las adicciones psicológicas poseen la característica de ser comportamientos repetitivos que al inicio eran agradables y gradualmente, se convierten en conductas difíciles de controlar. La adicción a las RS forma parte de las adicciones psicológicas y refieren a una dependencia psicológica, afectiva y conductual por la falta de control de su uso (Echeburúa & de Corral, 2010).

Las adicciones comportamentales comparten similitudes con la adicción al alcohol u otras drogas, pero se diferencian al no relacionarse con el consumo problemático de dichas sustancias sino por hábitos que no se están bajo el dominio del usuario (Clínica Galatea, 2018). En dicho sentido, la relación que se tiene con las RS es similar a la de una adicción, ya que proporcionan recompensas de una manera intermitente (interacción con otros, likes, videos de entretenimiento, información de interés, etc), y su anticipación va a liberar dopamina y a favorecer un comportamiento adictivo (Molina, 2023).

Acerca del comportamiento adictivo; este conlleva a un círculo repetitivo, donde se genera malestar al no conectarse a las RS, buscando alivio y consiguiéndolo al conectarse e interactuar en las redes, dejando de lado otras actividades; trayendo como consecuencia sentimientos de culpa, vergüenza, soledad, y en algunos casos depresión (Madrid, 2018; Salas-Blas, 2019). Existen diversos instrumentos para evaluar las adicciones comportamentales, entre ellos están el *Internet Addiction Test IAT* (Young, 1998) validado por Matalinares y colaboradores en el 2014, *MULTICAGE CAD- 4* (Pedrero-Pérez et al, 2007), *Escala de Riesgo de Adicción-adolescente a las Redes Sociales e Internet ERA-RSI* (Peris et al., 2018), *Escala de Adicción General EAG* (Ramos et al., 2001). Sin embargo, uno de los más utilizados fue desarrollado por Escurra y Salas (2014) que elaboran el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, el

cual fue construido en base a criterios de adicciones a sustancias del DSM IV (APA, 1994), partiendo del hecho de que comparten características similares a las adicciones comportamentales como lo es el del modelo de componentes de Griffiths (Griffiths, 2005; Van Rooij & Prause, 2014). Además, este instrumento evalúa tres núcleos del comportamiento adictivo como “la obsesión por las redes sociales, la falta de control personal en el uso de las redes sociales y el uso excesivo de las redes sociales” (Escurra & Salas, 2014, p. 86).

El uso adictivo a RS puede afectar a los niños, adolescentes y jóvenes, siendo grupos vulnerables son más propensos a desarrollar dificultades en el área psicosocial (e.g. fortalece sentimientos de pertenencia con sus pares y la construcción de una identidad personal) (Lladó, 2023). Además, el uso problemático y adictivo de estas plataformas puede incrementar los sentimientos de soledad e incapacidad para relacionarse con los demás; las RS funcionan como escape a efectos negativos, sin embargo no significan una solución a los mismos (Gómez & Marín, 2017; Monasterio, 2018). En los adolescentes y jóvenes, funcionan como conducta de escape a los efectos negativos, pueden caracterizarse por mecanismos mediados por la falta de empatía, generando desconexión moral y deshumanización (Sgalla & Giannini, 2018).

Pese a que no se encuentran evidencias claras respecto a que la adicción a las redes sociales sea más frecuente en un sexo en específico, existen estudios como el de Castillo y Ruiz (2023), quienes hallaron que las mujeres presentan puntuaciones más altas en adicción a las RS que los hombres; ambos sexos no responden igual con respecto a esta variable. Mientras que Pillaca (2019) encontró que los varones tenían una puntuación mayor a la de las mujeres en la adicción a las redes sociales y sus dimensiones. Aparicio-Martínez et al. (2020), sustenta que la adicción a RS en mujeres se ve

condicionada por variables sociales y personales, y no se relaciona con variables hormonales; mientras que en los varones, los niveles de testosterona se relacionan con mayor puntuación en adicción a redes sociales.

Esta discrepancia en los hallazgos que se han expuesto deja abierta la necesidad a encaminar estudios que continúen explorando si realmente el sexo es una variable que pudiese mostrar diferencias en la adicción a redes sociales. De acuerdo con Köse y Doğan (2018), encuentran que no existe una diferencia estadísticamente significativa en relación con los niveles de adicción a redes sociales con respecto al sexo. Pese a ello, sí existe una diferencia significativa en cuanto a las dimensiones, entendiéndose que las mujeres usan las RS como herramienta para modificar el estado de ánimo y ocupación. Según Andreassen et al. (2017), estas diferencias podrían surgir debido a que son las mujeres quienes tienen una mayor predisposición hacia actividades que implican interacción social y cooperación, mientras que los varones poseen una orientación hacia actividades que tienden a ser solitarias, competitivas y de contenido agresivo.

Otras de las consecuencias del uso desmedido de las RS son los problemas relacionados con la autoestima, existen estudios que relacionan la adicción a las redes sociales y la autoestima. Aquellos jóvenes que tienen adicción a la red social Facebook son más propensos a tener depresión, baja autoestima y dificultad en las habilidades sociales (Herrera et al., 2010). En adición a ello, Ávila et al. (2021) encontró que entre mayor sea la adicción a las RS menor será la autoestima y las relaciones personales podrían ser inestables.

Kujath (2011) sustenta que las RS cumplirían una función doble, ya que reemplazan la interacción interpersonal directamente; y en otras instancias son un complemento de la comunicación directa, de modo que rompe las barreras del espacio y del tiempo;

asimismo, ha modificado la manera de apreciar a los demás, a uno mismo y la forma de construir la propia identidad. La autoestima se va construyendo en base a la percepción que cada uno tiene de sí mismo y dicha autopercepción es contrastada en base a la percepción de cómo y cuánto lo valoran quienes lo rodean, en especial si se trata de personas significativas en la vida del individuo (Betina & Contini de González, 2011).

Una alta autoestima refuerza la capacidad para hacerse cargo de dificultades y desarrollar competencias sociales; lo que genera beneficios en la salud mental, física y un adecuado ajuste socio emocional (Betina & Contini de González, 2011). Según Faros, plataforma digital de promoción de la salud y el bienestar, en promedio, hay 10 millones de fotografías nuevas sólo en Facebook cada hora y observar a amigos y conocidos de vacaciones, disfrutando de amenos momentos con otros, mostrando sus rutinas en el gimnasio, cuerpos ideales y demás; puede generar en los jóvenes la idea de estar perdiéndose de algo, lo cual los lleva a comparar sus vidas constantemente, buscar la perfección y sentir baja autoestima; ya que muchas de las imágenes y contenido que se difunden son poco realistas (FAROS Sant Joan de Déu, 2021).

Las redes sociales se definen como comunidades virtuales en las que los usuarios crean perfiles públicos, interactuar con amistades y conocen a otras personas, esto en función a los intereses que pueda compartir (Kuss & Griffiths, 2011). Así mismo, se detalla que el uso extendido del internet, específicamente relacionado a las RS, se explica bajo a la necesidad humana de relacionarse (Griffiths et al., 2014) y al sentido de pertenencia (Ryan & Deci, 2017).

La literatura actual explica que hay otras formas de entender la adicción a redes sociales, uno de estos modelos teóricos importantes es la Teoría de la Autodeterminación, la cual explica un conjunto de motivaciones conductuales mediante

la interacción tecnológica, necesidades universales de autonomía, competencia y relación son la base de toda motivación humana (Ryan & Deci, 2017). A partir de la frustración de las necesidades psicológicas básicas y como este incumplimiento de estas necesidades, motivaría la aparición de patologías o fenómenos como la adicción a redes sociales, el FOMO, SEXTING, FABI, entre otras variables relacionadas a la interacción humana y la tecnología (Ryan & Deci, 2017). Sin embargo, hay un espacio en el que todavía no se ha aclarado cuál es el rol o papel de la autoestima.

Según Crescenzi et al. (2013) el logro de méritos virtuales como son los “likes”, gestiona recursos emocionales de los estudiantes, puesto que la aceptación y aprobación derivada de estas redes sociales, motivaría la conducta de mantenerse activo y la interacción con otros pares, de forma que se obtengan estos méritos dando pase a un aumento de la autoestima. Sería importante mencionar que aquellas investigaciones que abarcan las necesidades psicológicas básicas; como es la presente, enriquecen esta macro teoría de la autodeterminación y el espectro entre una motivación autónoma, la esperada, y la motivación controlada (Lee et al., 2012; Murayama et al., 2010; Murayama et al., 2015; Ryan et al., 1997). Al respecto de la imagen que los jóvenes quieren proyectar a los demás de sí mismos, la importancia que le dan a la opinión que surge del exterior y la forma en cómo ellos se aprecian, resulta esencial definir la autoestima; esta es la evaluación que hace una persona sobre sí misma y se relaciona de manera significativa a la satisfacción con la vida (Ruiz et al., 2018).

En dicho sentido, la autoestima se considera como la actitud de aprobación o desaprobación acerca de uno mismo (Coopersmith, 1989). Las dimensiones de la autoestima son: la autoestima personal, la autoestima en el área académica, la autoestima en el área familiar y la autoestima en el área social. Coopersmith diseñó un

inventario para adultos basándose en dichas dimensiones, con el objetivo de medir las actitudes valorativas hacia sí mismo.

Aparte, la dinámica entre la adicción a RS y la autoestima, genera un conjunto de consecuencias en sus dimensiones; tomando en cuenta el sí mismo general, se presenta fatiga emocional debido a la exposición a estímulos, desarrollando síntomas de depresión, estrés o ansiedad (Elthai et al., 2018; Malaeb et al., 2020). En la dimensión social, se generaría temor por estar perdiéndose oportunidades sociales (Fabris et al., 2020; Oberst et al., 2017). La impresión de ansiedad por el uso excesivo de las redes sociales se identifica como FOMO, este es uno de los motivos por los que adolescentes y jóvenes tienen una disminución en la confianza y autoestima sobre sí mismos (Roqueta, 2022). En la dimensión familiar u hogar, se afectarían los vínculos familiares por la falta de comunicación (Bueno et al., 2017; Marín, 2018; Pinto, 2018; Yen, 2013).

En esta misma línea, existen diversas investigaciones en las cuales se han hallado resultados respecto a las diferencias de la autoestima según sexo, Castillo y Ruiz (2023) encontraron que existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres respecto a la autoestima; los hombres presentan valores más altos en esta variable. Además, Moreno y Marrero (2015) quienes realizaron una investigación en la ciudad de México, evidenciando que los hombres tenían mayor puntaje que las mujeres, tanto en optimismo como en autoestima. A diferencia de lo encontrado por estos autores, Carrasco y Vásquez (2020) plantean que las mujeres presentan un rango promedio mayor que el de los varones; existe una mejor autoestima en las mujeres a comparación de los varones. Apoyando la idea, Salcedo (2016) al realizar una investigación en Lima, encontró que las mujeres estudiantes tienen mejores resultados respecto a la variable autoestima. También existen estudios como el de Rodrich (2019)

quien, en los resultados de su estudio entre autoestima y sexo, no encontró ninguna diferencia estadísticamente significativa; entendiéndose que el sexo de los jóvenes no influiría en la opinión que tienen de ellos mismo y el valor que poseen.

Si bien es cierto se han identificado estudios que evidenciaron que existe influencia de las redes sociales sobre la autoestima en estudiantes. Autores como Chuquitoma (2017), Salcedo (2016) y Pillaca (2019), hallaron influencia negativa de las redes sociales sobre la autoestima en estudiantes, usar las redes sociales inadecuadamente propicia una baja autoestima. Se ha podido observar en una revisión metanalítica y de correlaciones, la relación existente entre el uso de las redes sociales y la autoestima, esta revisión metanalítica nace de la necesidad de aclarar la relación entre estas variables ya que dentro de la literatura existen resultados mixtos (tanto negativos como positivos) (Saiphoo et al., 2020); la mayoría de los estudios anteriores se centraron en una relación negativa de estas variables, esto podría deberse a que no existe un instrumento o escala validada que permita evaluar el uso positivo de las redes sociales, más bien sí existen instrumentos que miden el uso problemático de estas RS. La ausencia de una validación para el uso positivo estaría relacionado a la falta de un acuerdo en torno a la literatura sobre lo que conforma un uso bueno o positivo de las RS a pesar de que se intente definirla (Saiphoo et al., 2020).

A nivel concluyente Saiphoo et al. (2020) encontraron correlaciones muy pequeñas, significativas y negativas como medida global de la autoestima; se sustenta que esto podría deberse a la medida que las investigaciones toman respecto a las horas que se le dedican a las RS de forma pasiva o activa, el tipo de interacción y actividades que realizan en las mismas ya sean positivas o negativas. Las personas que pasen más

tiempo en las RS llevando a cabo comportamientos asociados con una mayor autoestima producirán una relación positiva, en tanto que las personas que pasen más tiempo en las RS llevando a cabo comportamientos asociados con una disminución de la autoestima, producirán una relación negativa; si se consideran juntos estos resultados se cancelarán, lo que provoca una correlación cercana a cero, lo mismo que ocurrió en este metanálisis, por lo que consideraron importante una hipótesis alternativa, la cual es que un mayor uso de las RS podría estar asociado con una mayor autoestima (Saiphoo et al., 2020).

La autoestima global resulta importante ya que se asocia con la salud mental y bienestar psicológico de las personas, es en la adolescencia donde se desarrollará esta autoestima, en esta etapa surgen cambios a nivel biológico, cognitivos y social tanto en lo individual como en relación al entorno y los demás; involucrando el desarrollo de un significado más diferenciado de quién se es. (Steinberg, 2008). Al mencionar la autoestima no se puede omitir la importancia de la autoimagen, la cual se va construyendo en base a las valoraciones de su propio físico, así como de los aspectos que ha interiorizado de sí misma (Acón et al., 2019). El establecer relaciones con los demás, creando y fomentando vínculos sanos es fundamental para potenciar nuestra autoestima, por ello dentro de los componentes de la autoestima es importante la interacción social (Castro, 2023). El grupo social primario es la familia y es la célula básica de la sociedad, ya que tiene un rol predominante en el proceso de conformación de la personalidad y nivel de autoestima de los hijos; se aprende desde la infancia a valorarse por reflejo de las figuras que sirven de modelo que mayormente son los padres (Gonzales et al., 2018).

La ejecución de la investigación brindará un aporte de relevancia social, ya que cómo en los últimos años el uso de redes sociales ha aumentado, el trabajo beneficiará a la juventud, quienes obtendrán información de la relación que existe entre la adicción a las

redes sociales y cómo estas afectarían a las dimensiones de la autoestima. Además de lo mencionado, también posee una relevancia teórica, pues en investigaciones anteriores se centraban más en estudiar a la autoestima de manera global y sus efectos negativos, sin investigar a detalle sus dimensiones y el tipo de actividades y comportamientos que los estudiantes llevan a cabo en estas redes.

Teniendo presente la información detallada anteriormente, esta investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana. Este estudio tuvo en cuenta dos objetivos específicos a) determinar la relación entre las dimensiones de la adicción a redes sociales y las dimensiones de la autoestima y b) Identificar las diferencias entre adicción a redes sociales y autoestima según sexo y frecuencia de uso en universitarios de Lima. Por tanto, se propuso como hipótesis que a mayor adicción a las redes sociales menor será el puntaje en las dimensiones del sí mismo general, social y familiar del autoestima.

Método

Diseño

La presente investigación fue descriptiva, transversal y con un diseño predictivo correlacional (Ato et al., 2013).

Participantes

Para calcular el tamaño de la muestra, se realizó un análisis a priori de potencia mediante el programa G*Power (Faul et al., 2009). Se procedió a realizar una hipótesis de correlación bivariado de dos colas, con una significancia estadística de .01 y una

potencia estadística de .99. Asimismo, a partir del metaanálisis de correlación realizado por Saiphoo (2020) se espera para el presente trabajo encontrar una correlación de .20 (bidireccional). El análisis sugirió una muestra de 253 participantes, sin embargo, se usó una muestra mayor de 296 participantes (inicialmente 297, uno de los participantes fue eliminado al ser detectado dato extremo alto). Se trabajó con jóvenes universitarios de instituciones privadas de Lima Metropolitana, el tipo de muestreo fue no probabilístico intencional (Sánchez & Reyes, 2006).

El grupo mayoritario de participantes fue el del sexo femenino con 65.2%. Por otro lado, las edades se encontraron entre 18 y 29 años ($M = 21.53$; $DE = 3.340$). El 49 % de los participantes usaban más de 2 redes sociales, en tanto que el 23.3% usaban Facebook como Instagram. Además, el 53.4% de los participantes permanecen menos de 6 horas conectados a redes sociales, mientras que el 46.6% permanecen más de 6 horas conectados, el 27.4% de los universitarios estudian psicología, el 12.5% medicina, 11.1% administración y 10.5% ingeniería.

Instrumentos

Ficha de datos sociodemográficos

Se propuso una ficha a través de la cual se registraron datos generales cómo: sexo, edad, carrera, ciclo de estudio y en qué universidad estudian. Además, los participantes cumplieron los siguientes criterios para poder participar: tener entre 18 y 29 años, ser hombre o mujer, estar matriculados actualmente en la universidad y estudiar en una universidad privada de Lima Metropolitana. No se aceptaron los datos de las personas que tenían menos de 18 y más de 29 años, que estudiaban en provincia o en universidades públicas, y que no se encontraban matriculados en la actualidad.

Cuestionario de adicción a las redes sociales - ARS (Salas & Ecurra)

Desarrollado por Ecurra y Salas (2014) en Perú, consta de 24 ítems con un escalamiento de tipo Likert de 5 puntos (0 = nunca, 1= rara vez, 2= algunas veces, 3= casi siempre, y 4= siempre). El ítem 13 cuenta con una calificación inversa. La forma de calificación es una puntuación sumatoria por dimensiones. El cuestionario se divide en tres dimensiones; obsesión por las redes sociales (2,3,5,6,7,13,15,19,22,23), refiere al compromiso mental con las RS, pensar y fantasear con ellas e incluye la ansiedad y la preocupación provocada por la falta de conexión a RS; falta de control personal en el uso de las redes sociales (4,11,12,14,20,24), se centra en la preocupación por la incapacidad para regular el tiempo en las redes sociales o interrupción en el uso de las redes sociales y el descuido de actividades importantes por permanecer en línea y finalmente el uso excesivo de las redes sociales (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21), refiere al exceso de tiempo dedicado a las redes sociales y la dificultad o incapacidad de disminuir dicho tiempo (Ecurra & Salas, 2014).

En cuanto a su validez, el método utilizado inicialmente fue el de evidencia y análisis de contenido, ya que los jueces expertos al realizar la evaluación en cuanto al contenido del instrumento coincidieron en más del 95%. En la confiabilidad de los datos, fue identificada por coeficiente alfa y oscila entre .88 y .92 en factores del ARS como un nivel adecuado de consistencia interna. La estructura interna fue evaluada por el modelo de teoría clásica de los test y respuesta al ítem, se utilizó el modelo Samejima para corroborar la multidimensionalidad del instrumento. En el análisis factorial confirmatorio se obtuvieron buenos índices de ajuste $GFI = .92$; $RMR = .06$; $RMSEA = .04$; $AIC = 477.28$.

Propiedades psicométricas en la muestra del presente estudio en el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), en el primer factor que corresponde a Obsesión a

las redes sociales se obtuvo un Coeficiente de Omega de McDonald de .924. El segundo factor correspondiente a la Falta de control personal en el uso de las redes sociales puntuó .758. El tercer factor el cual corresponde al Uso excesivo de las redes sociales obtuvo .915.

Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith para adultos (SEI)

Diseñado por Coopersmith en el año 1967, se elaboraron tres versiones para cada grupo etario (niños, adolescentes y adultos). En esta investigación se utiliza la adaptación para adultos en población peruana de Lachira (2013). El SEI, posee 25 ítems en total con una calificación dicotómica (“verdadero” o “falso”). El puntaje se obtiene sumando el número de ítem con respuesta correcta y multiplicando éste por cuatro, siendo el puntaje máximo 100 puntos. El puntaje total de autoestima resulta de la sumatoria de los totales de las subescalas, cada respuesta equivale a un punto. El inventario se divide en tres dimensiones, con puntajes separados respectivamente que son el Sí Mismo General, se centra en la confianza en uno mismo, el autorrespeto, imagen corporal de sí mismo, fuerza personal y recursos y capacidades que tenga para adaptarse a cada situación (1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 23, 24, 25); la dimensión Social, refiere a la aceptación de otros, el respeto, la confianza en los demás y el nivel de inserción a lo externo por parte de la persona (2, 5, 8, 14, 17, 21); finalmente la dimensión Familiar, se basa en el clima familiar y el sentimiento de pertenencia a la misma (6, 9, 11, 16, 20, 22).

Respecto a la validez y confiabilidad del instrumento, Lachira (2013) realizó una investigación para identificar los niveles de la autoestima de los integrantes del Club del Adulto Mayor “Mis Años Felices”. En el instrumento adaptado a Perú, la validez fue de contenido por juicio de expertos. En la prueba binomial se obtuvo una puntuación de 0.012, como resultado $p < 0.05$ señala que la conformidad entre expertos es estadísticamente significativa. En cuanto a la validez, la estructura interna identificó tres

factores con cargas factoriales óptimas y el ajuste del modelo fueron RMSEA = .0299; SRMR = .0538, CFI = .963; TLI = .949. La confiabilidad del instrumento fue por el coeficiente KR20 con valores 0.605. En dicho estudio se trabajó la confiabilidad mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado 0.843 y el ω de McDonald (0.847) lo cual indica una confiabilidad buena.

Se estudiaron las propiedades psicométricas del Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith para adultos; el análisis determinó (factorial/confirmatorio) el 16:

“Muchas veces me gustaría irme de casa” de la subescala Familia tiene un valor ítem-test menor a 0.20, por lo que se decidió eliminarlo (Kline, 2005). Una vez eliminado este ítem se reanalizó la confiabilidad de todos los factores de autoestima, la subescala Sí mismo general, fue $\omega = .80$.; el segundo factor correspondiente a la subescala Social $\omega = .70$ y finalmente, en el tercer factor correspondiente a la subescala Familiar fue de $\omega = .70$.

Procedimiento

El equipo de investigación recolectó la información mediante encuestas aplicadas de forma virtual basada en la ficha demográfica y las escalas de evaluación (ARS-24 y SEI).

Para la creación de dichas encuestas, se creó un formulario en “GoogleForms”, https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd4osPnTNpr_VvC3v1jf_XE7HrDUgMvw-6UklUXkgfkS6Bafg/viewform?usp=sf_link, dividido en tres secciones; en la primera se identificaba el consentimiento informado y datos específicos del estudio. Solo se podía continuar con las secciones sucesivas si el evaluado aceptaba su participación. En la segunda se recopilaba información de los datos demográficos y en la tercera sección se encontraban las escalas de evaluación ARS-24 y SEI.

Una vez fue aceptada y aprobada la investigación por el Subcomité de ética Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, inmediatamente se procedió a contactar a la población por RS (Facebook, Instagram y WhatsApp) teniendo en cuenta que deben ser personas que tengan perfiles activos y que sean estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana, con un rango de edad entre 18 y 29 años.

Análisis de datos

Se utilizaron los programas IBM SPSS 25 y Jamovi 2.2.5. Inicialmente se estableció la confiabilidad de los instrumentos utilizados mediante la consistencia interna, para ello se calculó el Coeficiente de Omega de McDonald (McDonald, 1999). Luego, se realizaron cálculos estadísticos descriptivos de la media, desviación estándar, máximos y mínimos y medidas de dispersión como asimetría y curtosis. También se procedió a realizar la distribución de los datos mediante la prueba de normalidad Shapiro Wilk (Pedrosa et al., 2014).

Con la prueba de normalidad de Shapiro –Wilk se encontró que los datos no presentan distribución normal, por ello se optó por trabajar las correlaciones con la prueba no paramétrica de Spearman (r_s) y las comparaciones con la prueba U de Mann Whitney (U), se consideraron $p < .05$, en el caso del tamaño del efecto se tomó en cuenta la correlación biserial de rangos (r_b) con los valores de tamaño del efecto de .10 (pequeño), .30 (media) y $\geq .50$ (grande) (Cohen, 1988).

Análisis descriptivos de las variables adicción a las redes sociales y autoestima

Respecto a la Tabla 1, se observan los estadísticos descriptivos de las variables de adicción a redes sociales y autoestima. Donde todas las dimensiones de la variable adicción a redes sociales y autoestima representan un valor mínimo de 0. Por otro lado, se evidencia que los puntajes máximos respecto a la variable de adicción a redes sociales son de 84 y el de autoestima es de 100. Asimismo, respecto a la media de adicción a redes sociales el mayor valor lo presenta el factor uso excesivo a redes sociales; en tanto que, en autoestima el mayor valor se ubica en la subescala sí mismo general. Por otro lado, la mayor desviación estándar correspondiente a adicción a redes sociales lo presenta la dimensión obsesión a redes sociales y en referencia a la autoestima lo presenta la subescala sí mismo general. Por último, respecto a los datos obtenidos se puede afirmar que las dimensiones de adicción a las redes sociales y autoestima muestran una asimetría y curtosis aceptables, pues estos están entre los límites establecidos (± 1.5) (Forero et al., 2009).

Tabla 1*Estadísticos descriptivos de las variables adicción a las redes sociales y autoestima*

Dimensión	Mín	Máx	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g</i> ₁	<i>g</i> ₂	<i>W</i>	<i>p</i>
Obsesión a redes sociales	0	37	13.2	8.45	.687	-.194	.950	<.001
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	0	21	9.11	4.40	.203	-.568	.983	.001
Uso excesivo de las redes sociales	0	32	15.3	7.07	.366	-.345	.977	<.001
Adicción a redes sociales	0	84	37.6	18.6	.488	-.420	.970	<.001
Sí mismo general	0	52	33.4	13.0	-.402	-.790	.950	<.001
Social	0	24	15.4	6.52	-.411	-.739	.923	<.001
Familiar	0	24	13.2	5.57	-.194	-.822	.934	<.001
Autoestima	0	100	62.0	20.5	-.410	-.714	.963	<.001

Nota. *M*= media, *DE*= desviación estándar, *g*₁= asimetría, *g*₂=curtosis, Min = Mínimo; Max = máximo, *W*= estimador de Shapiro-Wilk; *p* < .05 (no paramétrico).

Resultados

Análisis correlacional para las variables de adicción a las redes sociales y autoestima

En cuanto al análisis correlacional entre las variables Adicción a Redes Sociales y Autoestima, según la prueba no paramétrica de Spearman, los resultados indicaron la existencia de correlaciones estadísticamente significativas entre las dimensiones de las variables estudiadas.

Existen relaciones pequeñas e inversas entre el Sí mismo general con las dimensiones de adicción a redes sociales, las cuales oscilaron desde -.11 a -.15; la dimensión Familiar con las dimensiones de adicción a redes sociales que van desde .17 a -.23 y la Autoestima con las dimensiones de adicción a redes sociales osciló desde -.13 a -.17 (Tabla 2).

Tabla 2

Prueba de correlación entre las variables adicción a las redes sociales y autoestima

Dimensión	Obsesión a RS	Falta de control	Uso excesivo	ARS
Sí mismo general	-.15*	-.12*	-.11	-.14*
Social	-.05	-.05	.005	-.04
Familiar	-.23***	.17**	-.22***	-.23***
Autoestima	-.17**	-.14*	-.13*	-.16**

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Análisis de comparación de grupos para adicción a redes sociales y autoestima

En la tabla 3, se identificaron diferencias entre adicción a redes sociales y autoestima según frecuencia de uso. Se evidenciaron diferencias estadísticamente significativas para todas las dimensiones de adicción a redes sociales ($p < .001$). En cuanto a las diferencias en la prueba de autoestima, solo la dimensión familiar evidenció diferencias en relación a horas de conexión ($p < .01$). Asimismo, el tamaño de estas diferencias fue mediana en la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales ($r < .30$) y grande

en las dimensiones de Obsesión a redes sociales, Uso excesivo de las redes sociales y el variable misma de adicción a redes sociales ($rb < .50$). Pese a ello, la magnitud de estas diferencias fue pequeña en la dimensión familiar ($rb = .18$).

Tabla 3

Comparación de grupos para adicción a redes sociales y autoestima, según frecuencia de uso de redes sociales

	Más de 6 horas (n=138)	Menos de 6 horas (n=158)	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>rb</i>
Obsesión a redes sociales	17.5	9.53	5063	<.001	.54
Falta de control personal en el uso en el uso de las redes sociales	10.9	7.53	6053	<.001	.44
Uso excesivo de las redes sociales	19.1	11.93	4397	<.001	.60
Adicción a redes sociales	47.5	28.99	4639	<.001	.57
Sí mismo general	33.0	33.72	1073	.820	.02
Social	15.7	15.16	1029	.400	.06
Familiar	12.2	14.10	8873	.005	.19
Autoestima	60.9	62.99	1036	.463	.05

Nota. *U*= *U* de Mann Whitney; *rb*= correlación biseriada de rangos

En la tabla 4, se observan diferencias significativas entre la adicción a redes sociales y autoestima según sexo. Las puntuaciones en los factores de adicción son superiores en las mujeres; mientras que, los varones tienen puntuaciones más altas en las dimensiones del autoestima. Se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en el uso excesivo de las redes sociales, y en la variable adicción a las redes sociales ($p < .05$). La

magnitud de estas diferencias resultan pequeñas ($rb < .30$). Asimismo, se obtuvieron diferencias en todas dimensiones de la variable autoestima ($p < .05$); la magnitud de estas diferencias resultan pequeñas ($rb < .30$).

Tabla 4

Comparación de grupos para adicción a redes sociales y autoestima, según sexo

	<i>Mujeres</i> (n=193)	<i>Varones</i> (n=103)	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>rb</i>
Obsesión a las redes sociales	13.80	12.20	8726	.083	.12
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	9.22	8.90	9421	.459	.05
Uso excesivo de las redes sociales	16.02	13.81	8105	.009	.18
Adicción a redes sociales	39.04	34.91	8493	.039	.15
Sí mismo general	32.06	35.92	8339	.022	.16
Social	14.76	16.62	8430	.029	.15
Familiar	12.37	14.76	7638	<.001	.23
Autoestima	59.19	67.30	7737	.002	.22

Nota. *U*= U de Mann Whitney; *rb*= correlación biseriada de rangos

Discusión

Se determinó la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana. En cuanto a los resultados se encontró que las dimensiones de la Adicción a las redes sociales correlacionan débilmente con las dimensiones Sí mismo general y familiar de autoestima. El grupo mayoritario de la muestra fue el de mujeres y se identificó que presentan mayor adicción a las RS, mientras que los varones presentan mayor Autoestima. Los estudiantes encuestados usan frecuentemente Facebook e Instagram como principales redes sociales.

Se identificó una relación negativa entre la autoestima y adicción a redes sociales, este hallazgo es similar a lo encontrado por otros autores como Köse y Doğan (2018) y Salcedo (2016). Esta relación es explicada por Veliz (2020) quien, al realizar una investigación en Perú, encontró que el usuario de RS busca retroalimentación positiva con el fin de aumentar su autoestima, esto sustenta la cantidad de tiempo que se invierte en las RS y en satisfacer dicha necesidad de auto aprobación; como consecuencia podrían limitar el contacto con el entorno cercano (familia, amigos o pareja). A diferencia de lo hallado anteriormente, existen personas que hacen uso de las redes sociales con el fin de elevar su autoestima, buscando aceptación del resto y recuperando la confianza en sí mismos (Pounders et al., 2016). Estas podrían explicarse por la Teoría del Autodesprecio, esta teoría explica las adicciones como reacción a aquella necesidad compensatoria por la poca valía que tiene la persona de sí misma; entonces se podría entender el motivo por el que mientras exista una mayor autoestima, la adicción a redes sociales disminuiría (Kaplan et al., 1982).

Asimismo, se identificaron correlaciones inversas entre la obsesión a las RS con la dimensión Sí mismo general, Familiar y la variable autoestima. Se identificó una

relación inversa pequeña entre la dimensión la obsesión a las redes sociales y el componente del sí mismo general de autoestima similares a otros estudios (Berrospi & Davey, 2022). Esto implicaría que los estudiantes con baja autoestima tienden a utilizar las redes sociales para interactuar de manera no directa con su entorno debido a la inseguridad y cohibición social por temor o miedo al rechazo (Challco et al., 2016). También se identificó una relación con el componente familiar de autoestima que indicaría que los adolescentes que experimentan emociones desagradables mediados por constantes problemas familiares utilizan con mayor frecuencia las redes sociales (Challco et al., 2016; Shi et al., 2017). Es decir, aquellos adolescentes y adultos jóvenes con una mayor actitud de autopercepción positiva y sentimiento de valía estarían más centrados en la autorrealización teniendo un uso moderado de las redes sociales (Cassia, 2019).

En el caso de la falta de control del uso de las RS también identificó correlaciones inversas en las dimensiones Sí mismo general, Familiar y la variable autoestima. En el caso de la relación con el sí mismo general, los jóvenes con mayor actitud positiva en relación a su propia valía tendrían compromisos más estables a nivel académico reduciendo su preocupación por las RS (Araujo, 2016; Cassia, 2019; Osorio et al., 2014). En el caso del componente familiar relacionado al uso de RS se obtuvo una relación positiva, esto podría indicar que las potenciales funcionalidades de las RS permiten de alguna manera acercarse a grupos de familia y generando interacciones, sentido de pertenencia y comunicación más frecuente (Dans et al., 2019). Esto puede reducir autovaloraciones negativas sobre una situación familiar hostil y no utilizar las RS como una conducta de escape a los problemas del día a día (Wang et al., 2021). Asimismo, se identificó la relación entre el uso excesivo y el componente familiar de autoestima. Estos hallazgos evidencian una relación inversa entre estas variables que

indicaría que para los jóvenes la dimensión familiar tendría una valoración importante en el desarrollo de sus relaciones, aspiraciones, valores, actitudes y hábitos en lugar de generar patrones de interconexión más prolongados (Piera, 2012). Mostrar un exceso de tiempo destinado al uso de las RS podría agudizar las dificultades en las actitudes del individuo con respecto a su forma de relacionarse con sus pares, en especial el grupo familiar (Salcedo, 2016). Un factor de riesgo importante es el mantenimiento indeterminado de conexión en esta población con baja puntuación de autoestima (Alcántara & Juan, 2020). Recibir comentarios negativos podría generar comparaciones constantes que podrían afectar otros factores psicológicos (Alcántara & Juan, 2020; Echeburúa & Corral, 2010).

La falta de correlación significativa entre las dimensiones de adicción a las redes sociales y la dimensión social de Autoestima, podría explicarse porque la interacción social mediante estas redes impide el contacto directo y cercano con otras personas (Vieira et al., 2022); para crear relaciones satisfactorias se requiere de comunicación cara a cara y es algo que lo virtual no puede generar en su totalidad, si bien la interacción por estos medios provoca estados emocionales, difícilmente reemplazaría la comunicación de forma personal y directa, ya que traspa lo puramente verbal, pues se compone de aspectos de comunicación y afectivos (Costa & Machado, 2019). Es importante mencionar que el uso de las RS podría generar cierta actitud individualista, que a su vez conllevaría al aislamiento en la vida real (Berea et al., 2019).

Estos hallazgos implican que si bien la autoestima no es un constructor que esté altamente relacionado con la adicción a las redes sociales, muestra que el componente familiar sí tiene una asociación ligeramente más fuerte; en ese sentido, aparentemente pueden interpretarse a partir de la teoría de la autodeterminación podría dar una mejor

explicación a partir del modelo de las necesidades psicológicas básicas (Deci & Ryan, 1985). Esta teoría sostiene que la salud psicológica se basa en el cumplimiento de: competencia, autonomía y pertenencia. En tal sentido, la insatisfacción de alguna de estas necesidades psicológicas básicas generaría que una persona se vea motivada a desarrollar estos comportamientos adictivos, en espera de satisfacer dichas carencias (Correa-Rojas et al., 2020; Karadag et al., 2015; Przybylski et al., 2013). Es decir, más que la autoestima, aparentemente la adicción a redes sociales es una conducta motivada.; por tanto, se podría decir que el constructo de autoestima no sería la mejor variable para encontrar una relación alta con el ARS.

En cuanto a las diferencias entre adicción a redes sociales y autoestima según sexo, se evidenció diferencias en la dimensión Uso excesivo y la variable adicción a redes sociales, estos resultados coinciden con lo hallado por Castillo y Ruiz (2023), Varchetta et al. (2020), quienes hallaron que las mujeres tienden a tener mayor tendencia a experimentar síntomas de adicción asociadas al uso de las RS. Una explicación a lo encontrado en este estudio y por otros autores, es lo planteado por Andreassen et al. (2012), evidenciando que los varones son más propensos a desarrollar adicción a conductas solitarias a diferencia de las mujeres, quienes suelen tener mayores puntuaciones en las adicciones conductuales en relación a interacciones sociales.

Autores como Cassia (2019) difiere de lo hallado, hallando diferencias estadísticamente significativas donde los varones usuarios de las RS tienden a descuidar las relaciones interpersonales presenciales, experimentan irritabilidad y permanecen largos periodos de tiempo sin alimentarse, descuidando su sueño con el fin de permanecer conectado, a diferencia de las mujeres.

En cuanto a la variable Autoestima y sus dimensiones correspondientes, se evidencia que los varones tuvieron puntajes más altos que las mujeres, estas diferencias también

fueron estadísticamente significativas. Los resultados coinciden con lo expuesto por Moreno y Marrero (2015), quienes en un investigación en México, evidenciaron que el sexo masculino puntuaba más alto en optimismo como en autoestima; asimismo, Salvador et al. (2010), señala que los hombres están más satisfechos que las mujeres respecto a su imagen corporal, presentando así una mayor autoestima. Según Rodríguez (2021), el género femenino es quién tiene más riesgo a que su autoestima disminuya, puesto que, muchas de ellas suelen preocuparse por ser perfectas, además de compararse constantemente.

Se evidencio que existen diferencias en las dimensiones de adicción a redes sociales y la variable misma de Adicción, así como en la familiar de autoestima. Existen estudios donde hallaron que las mujeres que estaban por lo menos una hora por día en las RS tenían menor autoestima; asimismo, las mujeres suelen usar las RS una a dos horas más por día a diferencia de los varones (Ingólfssdóttir, 2017). Además, en una investigación de Lira et al. (2017) encontraron que las mujeres que se conectaban o ingresaban más de 10 veces al día a Instagram o Facebook presentan mayor insatisfacción consigo mismas. Autores como Yupanqui, (2020) y Echeburúa et al. (2009), mencionan que los usuarios jóvenes de RS que se conectan entre siete a doce veces al día son los que tienen más probabilidades de sufrir consecuencias negativas. Dichas consecuencias estarían relacionadas a malgastar el tiempo, dinero, poca atención en clases y mala comunicación con personas cercanas; sin embargo, existen consecuencias positivas en el uso de las RS en los niños, adolescentes y jóvenes, como que puedan expresar fácilmente sus opiniones, inquietudes y emociones libremente (Oliva et al., 2012). En estos grupos de comparación, las magnitudes fueron pequeñas; respecto a los resultados, Chóliz y Marco (2012) sustentan que la población más vulnerable a este tipo de adicción comportamental son los adolescentes y la adicción a las RS tiene diferentes

motivaciones y necesidades, entonces sus consecuencias varían; los adolescentes encuentran en las RS recursos tanto para ampliar relaciones interpersonales, así como para resolver o complicar sus reacciones afectivas. Según estos autores, la adicción se daría con facilidad en esta etapa de la vida porque existe menor control de los padres y menor responsabilidad laboral que en la etapa de la juventud o madurez (Chóliz & Marco, 2012). Sin embargo, se debe considerar que aquellos adolescentes que mantengan un uso controlado y supervisado verán efectos positivos, como la estimulación de su creatividad, contribuyendo en la formación de habilidades profesionales; a su vez, estimula el nivel cognitivo. Estos efectos sólo se podrían lograr sin llegar a exceder el número de horas de conectividad, de forma que no descuiden responsabilidades, aspectos académicos y las decisiones que toman para afrontar diversos conflictos (Arab & Diaz, 2015).

Fortalezas y limitaciones

Este estudio cuenta con información importante sobre los factores de autoestima que pueden estar relacionados con el uso problemático de RS. Este estudio se adhiere a la evaluación del componente familiar y su posible relación con los usuarios problemáticos. Se considera importante señalar las limitaciones que se encontraron en la presente investigación. La principal limitación surgió al no poder monitorear la aplicación de instrumentos (encuestas), estas fueron virtuales y dependía de qué tan predispuestos estaban los alumnos a colaborar con la misma. A pesar de ello, hay un cuerpo de evidencia que refiere las ventajas de este tipo de aplicación en especial para en grupos etarios específicos (p.e. adolescentes y adultos jóvenes).

Conclusiones

La presente investigación identificó la relación entre la adicción a las redes sociales y las dimensiones Sí mismo general, Familiar y la misma variable autoestima, siendo esta una relación negativa. Además, se identificaron correlaciones con la mayoría de los componentes entre el ARS y las dimensiones de autoestima, estas fueron pequeñas, inversas y estadísticamente significativas. Al comparar las variables de estudio con sus respectivas dimensiones y la frecuencia de uso de RS, se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas; las personas que tienen mayor puntaje en las dimensiones del ARS, suelen estar conectadas por más de seis horas al día. Asimismo, se obtuvieron diferencias en las variables adicción a redes sociales y autoestima según sexo; las mujeres presentan mayor puntaje en las dimensiones de adicción y los varones en las de autoestima. Las magnitudes de estas diferencias resultan pequeñas.

Recomendaciones

A partir de lo revisado, a futuras líneas de investigación se propone evaluar el nivel previo de autoestima de los jóvenes usuarios. La baja autoestima podría ser un factor predecible antes de desarrollar adicción a RS, y por otro lado, si una persona es consciente de su valor, no se verá afectada por imposiciones sociales dentro de RS. A su vez, se recomienda enfocar esta investigación en universidades tanto públicas como privadas, ya que, en su mayoría, los estudios previos se centran o bien en privadas o públicas como aspecto delimitante. De igual forma, se sugiere prestar mayor atención a las mujeres en futuros estudios, quienes puntúan más en adicción y menos en autoestima, donde a su vez se busque la mejor manera de intervenir. Se propone realizar, en universitarios, campañas informativas acerca de los efectos negativos que conlleva la adicción a las RS en la salud y a su vez el lado positivo que trae consigo el correcto uso de las mismas.

Referencias

- Acón, S., Montero, F., Romero, M., & Ballard, S. (2019). Efectos psicosociales del uso de facebook en la autoimagen y habilidades sociales en estudiantes universitarios. *Pro Veritatem*, 5(5), 52-67. <https://revistas.uia.ac.cr/index.php/proveritatem/article/view/109>
- Alcántara, M. & Juan, F. (2020). *El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes*. [Trabajo Final de Licenciatura, Universidad Nacional de Córdoba]. Repositorio Digital Universitario. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18169>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & 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, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports*, 110 (2), 501-517. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2466/02.09.18.pr0.110.2.501-517>
- Arab, E. & Diaz, A. (2015). Impact of social networks and internet in adolescence: strengths and weaknesses. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26 (1), 7-13. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>

- Araujo, E. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 10 (2),48-58. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.10.494>
- Armaza, J (2023). El riesgo del uso excesivo de las redes sociales por parte de estudiantes latinoamericanos. En *Preimpresiones SciELO*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- American Psychiatric Association (1994). DSM - IV. *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (4th ed.). American Psychiatric Publishing, Inc.
- Ato, M., López-García, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 29 (3), 1038–1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Ávila, J., Capps, J. & Portillo, V. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3 (1), 139-149. <http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/19171/Relacion%20de%20uso%20y%20vpr.pdf?sequence=1>
- Berrosipi, L., & Davey, J. (2022). *Adicción a las redes sociales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/31392>
- Berea, G. A. M., González, J. G., & Sampedro-Requena, B. E. (2019). El efecto de las TIC y redes sociales en estudiantes universitarios. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22 (2), 153-176. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3314/331460297009/331460297009.pdf>
- Betina, A., & Contini de González, N. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos. *Fundamentos en Humanidades*, 12 (23), 159-182. <https://www.redalyc.org/pdf/184/18424417009.pdf>
- Bueno, R., Martínez, R., Barboza, E., & Araujo, D. (2017). Relación entre indicadores de adicción a redes sociales y satisfacción familiar en escolares de secundaria en Lima. *Cátedra Villarreal Psicología*, 2 (2), 325-336. <http://revistas.unfv.edu.pe/index.php/CVFP/article/view/319>

- Carrasco, G. & 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 de la UPN. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/4731625>
- Castillo, M. & Ruiz, V. (2023). *Adicción a las redes sociales y la autoestima en jóvenes universitarios entre 18 y 25 años de Lima Metropolitana*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio académico U Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19001/T018_75728651_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, S. (2023). *Las relaciones interpersonales y su influencia en la autoestima*. Instituto Europeo de Psicología positiva. <https://www.iepp.es/relaciones-interpersonales-y-autoestima/#:~:text=Las%20relaciones%20con%20los%20dem%C3%A1s,de%20manera%20sana%20y%20satisfactoria>
- Castro, A., & De la Villa, M. (2017). Uso Problemático de Redes Sociales 2.0 en Nativos Digitales: Análisis Bibliográfico. *Salud y Drogas*, 17 (1), 73-85. <https://www.redalyc.org/pdf/839/83949782008.pdf>
- Cassia, F. (2019). *Adicción a las redes sociales y autoestima: Un estudio comparativo entre adultos jóvenes y adultos mayores en Buenos Aires*. [Trabajo de Integración Final de Licenciatura, Universidad Argentina de la Empresa]. Repositorio UADE. <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8379/CASSIATIF.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Correa-Rojas, J., Grimaldo, M. & Del Rosario, S. (2020). Propiedades psicométricas de la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) en universitarios peruanos. *Aloma*, 38(2), 113-120. <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.2.113-120>
- Challco, K., Rodríguez, S., & 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://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Chóliz, M. & Marco, C. (2012). *Adicción a internet y redes sociales. Tratamiento psicológico*. Psicología Alianza Editorial. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=752655>
- Chuquitoma, L. (2017). *Redes sociales y su influencia en el autoestima de adolescentes del nivel secundario en la Institución educativa Manuel Muñoz Najjar, Arequipa-2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio UAP. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/340>

- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Coopersmith, S. (1981). *The antecedents of Self-Esteem*. Palo Alto: Consulting Psychologists.
- Coopersmith, S. (1989) *Escala de autoestima de niños y adultos*. ACP.
- Costa, I., & Machado, M. (2019). Problematic internet use and feelings of loneliness. *International journal of psychi-atry in clinical practice*, 23 (2), 160-162.<https://10.1080/13651501.2018.1539180>
- Clínica Galatea. (2018). *¿Qué son las adicciones comportamentales?*. <https://www.clinica-galatea.com/es/bloc/adicciones-comportamentales/>
- Crescenzi, L., Araüna, N., & Tortajada, I. (2013). Privacidad, difusión de información personal y autoimagen [e imagen de sí mismos] de los adolescentes en las redes sociales. El caso de Fotolog. *Communication & Society/Comunicación y sociedad*, 26 (2), 65-78.
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35454/1/20130422111426.pdf>
- Dans, I., González-Sanmamed, M., & Muñoz, P. (2019). Redes sociales, adolescencia y familia: desafíos y oportunidades. *PUBLICACIONES*, 49 (2), 117–132.
<https://doi.org/10.30827/publicaciones.v49i2.8527>
- Deci, E. & Ryan, R. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19 (2), 109-134.
[https://doi.org/10.1016/0092-6566\(85\)90023-6](https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6)
- Diario Gestión. (2019, 11 de febrero). Social Media: Perú es el primer país de la región con mayor porcentaje de alcance de redes sociales. *Gestión*. <https://gestion.pe/tecnologia/social-media-peru-primer-pais-region-mayor-porcentaje-alcance-redes-sociales-258321-noticia/>
- Echeburúa, E., & De Coral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, 22 (2), 91-95.
<https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Echeburúa, E., Labrador, F., & Begoña, E. (2009). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. PIRÁMIDE
<https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=2088158>.
- Elthai, J., Hall, B. & Claycomb, M. (2018). Emotion regulation's relationships with depression, anxiety and stress due to imagined smartphone and social media loss, *Psychiatry Research*, 261, 28-34. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.12.045>
- Escurra, M & Salas, E (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20 (1), 73-91.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272014000100007

- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista de Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3 (1),75-90. https://www.researchgate.net/profile/Edwin-Salas-2/publication/272681790_Uso_de_redes_sociales_entre_estudiantes_universitarIos_lim enos/links/54f48ec50cf2ba6150635eb6/Usode-redes-sociales-entre-estudiantes-universitarIos-lim enos.pdf
- Echeburúa, E. & de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2), 91-95. <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41 (4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/brm.41.4.1149>
- Fabris, M., Marengo, D., Longobardi, c., & Settanni, M (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- FAROS Sant Joan de Déu.(2021, 6 abril). *Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*. <https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/riesgos-redes-sociales-salud-mental-adolescentes>
- Forero, C., Maydeu, A. & Gallardo, D. (2009) Factor Analysis with Ordinal Indicators: A Monte Carlo Study Comparing DWLS and ULS Estimation, Structural Equation Modeling. *A Multidisciplinary Journal*, 16 (4), 625-641. <https://doi.org/10.1080/10705510903203573>
- Gómez, K., & Marín, J. (2017). *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años*. [Modalidad de grado de Licenciatura, Universidad Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/707145f7-76ee-4902-9fc4-d0ad40622fb1/content>

- González, I., Péres, O. & Piñeda, J. (2018). La familia en la potenciación de la autoestima en los hijos e hijas. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/11/familia-autoestima-hijos.html>
- Griffiths, M.D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction. En *Elsevier eBooks* (pp. 119-141). <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-407724-9.00006-9>
- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. & Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18. <https://doi.org/10.48102/pi.v18i1.256>
- Ingólfssdóttir, H. (2017). *The relationship between social media use and self-esteem: gender difference and the effects of parental support*. [Tesis doctoral, Universidad de Háskólinn í Reykjavík]. Repositorio académico Skemman. https://skemman.is/bitstream/1946/28394/1/Hanna_Run_Complete_Thesis_BSc_skemman.pdf
- Isidro, A. & Moreno, T. (2018). Redes sociales y aplicaciones de móvil: uso, abuso y adicción. *International Journal of Developmental and Educational Psychology. Revista INFAD de Psicología*, 4 (1), 203-212. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v4.1295>
- Kaplan, H., Martin, S. & Robbins, C. (1982). Application of a general theory of deviant behavior: Self-derogation and adolescent drug use. *Journal of Health and Social Behavior*, 23 (4), 274-294. <https://www.jstor.org/stable/2136487>
- Karadagç, E., Tosuntas, S., B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., ... Babadagç, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Perú*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-peru>
- Köse, Ö. B., & Doğan, A. (2018). The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students. *Addicta Turk. J. Addict*, 6 (1), 175-190. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2019.6.1.0036>
- Kujath, C. (2011). Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction? *Cyberpsychology, Behavioral and Social Networking*, 14 (1-2),75-78. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0311>

- Kuss, D. & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction. *A Review of the Psychological Literature*. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kline, R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). Guilford Press.
- Lachira, L. (2013). *Risoterapia: intervención de enfermería en el incremento de la autoestima en adultos mayores del club "Mis Años Felices"*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio CYBERTESIS. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/3534/Lachira_yl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lee, W., Reeve, J., Xue, Y., & Xiong, J. (2012). Neural differences between intrinsic reasons for doing versus extrinsic reasons for doing: An fMRI study. *Neuroscience Research*, 73 (1), 68–72. doi.org/10.1016/j.neures.2012.02.010
- Lira, A, Ganen, A., Lodi, A. & Alvarenga, M. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *J Bras Psiquiatr*, 66 (3), 16471. <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?format=pdf>
- Lladó, S. (2023). *Estudio uso de las redes sociales en España 2023*. LLADÓ Comunicación. <https://lladocomunicacion.com/2023/05/estudio-uso-de-las-redes-sociales-en-espana-2023/>
- Marin, C. (2018). Adicción a Internet y funcionalidad familiar en universitarios de Lima Norte. Casus. *Revista de investigación y casos en salud*, 3 (1), 1-8. www.casus.ucss.edu.pe/index.php/casus/article/download/63/47/
- Murayama, K., Matsumoto, M., Izuma, K., & Matsumoto, K. (2010). Neural basis of the undermining effect of monetary reward on intrinsic motivation. 101 *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107 (49), 20911– 20916. doi: 10.1073/pnas.1013305107
- Murayama, K., Matsumoto, M., Izuma, K., Sugiura, A., Ryan, M., & Deci, L. (2015). How self-determined choice facilitates performance: A key role of the ventromedial prefrontal cortex. *Cerebral Cortex*, 25 (5), 1241–1251. doi:10.1093/cercor/bht317
- Malaeb, D., Salameh, P., Barbar, S. Award, E., Haddad, C., Hallit, R., Sacre, H., Akel, M., Obeid, S. & Hallit, S. (2020). Problematic social media use and mental health (depression, anxiety, and insomnia) among Lebanese adults: Any mediating effect of stress? *Perspectives in Psychiatric Care*, 57 (2), 1-11. <https://doi.org/10.1111/ppc.12576>
- Madrid, N. (2018). *La adicción a Internet*. Psicología Online. <https://www.psicologia-online.com/la-adiccion-a-internet-824.html>

- Moreno, Y., & Marrero, R. (2015). Optimismo y autoestima como predictores de bienestar personal: diferencias de género. *Revista Mexicana de Psicología*, 32(1), 27-36. <https://www.redalyc.org/pdf/2430/243045363004.pdf>
- Molina, R. (2023). ¿Son adictivas las redes sociales? *MenteAmente, Psicoterapia Y Psiquiatría Madrid*. <https://www.menteamente.com/blog-salud-mental/adiccion-redes-sociales>
- Molina, G. & Toledo, R. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes. Universidad del AZUAY, Cuenca Ecuador, 23-30
- Monasterio, A. (2018). Internet y cognición social. *Revista de Humanidades*, 33 (2018). p. 115-130. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6266682.pdf>
- Muñoz, P., Muñoz, L. & Sánchez, T. (2019). Estudio de potencias de pruebas de normalidad usando distribuciones desconocidas con distintos niveles de no normalidad. *Perfiles*, 1 (21),4-11. <http://ceaa.esPOCH.edu.ec:8080/revista.perfiles/Articulos/Perfiles21Art1.pdf>
- McDonald, R. (1999). *Test theory: A unified treatment*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781410601087/test-theory-roderick-mcdonald>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55 (1), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Oliva, A., Hidalgo, M., Moreno, C., Jiménez, L., Jimenez, A., Antolín, L. & Ramos, P. (2012). *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*. Aguaclara Editorial. <http://hdl.handle.net/11441/67723>
- Osorio, M., Molero, M., Pérez, M., & Mercader, I. (2014). Redes sociales en Internet y las consecuencias de uso en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología INFAD*, 3 (1), 585-592. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785058.pdf>
- Piera, N. (2012) *Autoestima según género en estudiantes del quinto grado de la red educativa N° 4, ventanilla*. [Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola] . Repositorio academico USIL. http://repositorio.usil.edu.pe/wp-content/uploads/2014/07/2012_Piera_Autoestima-seg%C3%BAng%C3%A9nero-en-estudiantes-de-quinto-grado-de-la-red-educativa-N%C2%B0-4-Ventanilla.pdf
- Peris, M., Maganto, C & Garaigordobil, M. (2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: fiabilidad y validez (ERA-RSI). *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5 (2), 30-36. doi: 10.21134/rpcna.2018.05.2.4

- Pounders, K., Kowalczyk, C. M., & Stowers, K. (2016). Insight into the motivation of selfie postings: impression management and self-esteem. *European Journal Of Marketing*, 50(9/10), 1879-1892. <https://doi.org/10.1108/ejm-07-2015-0502>
- Pedrosa, I., Juarros-Basterretxea, J., Robles-Fernández, A., Basteiro, J., & García-Cueto, E. (2014). Pruebas de bondad de ajuste en distribuciones simétricas, ¿qué estadístico utilizar? *Universitas Psychologica*, 14(1), 245–254. doi: 10.11144/javeriana.upsy141.pbad
- Pedrero-Pérez, E., Rodríguez-Monje, M., Gallardo, F., Fernández, M., Pérez, M., & Chicharro, J. (2007). Validation of a tool for screening of impulse control disorders and addiction: MULTICAGE CAD-4. *Trastornos Adictivos*, 9 (4), 269-278. [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(07\)75656-8](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(07)75656-8)
- Pillaca, J. (2019). *Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/904>
- Pinto, A. (2018). *Funcionamiento familiar y adicción a las redes sociales en estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de Tesis Digitales de la Universidad Nacional Mayor de San Marco. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/9785>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). Fear of Missing Out Scale: FoMOs. *Computers in Human Behavior*, 29, 1814–1848. <https://doi.org/10.1037/t23568-000>
- Ryan, R. M., Kuhl, J., & Deci, E. L. (1997). Nature and autonomy: An organizational view of social and neurobiological aspects of selfregulation and behavior and development. *Development and Psychopathology*, 9 (4), 701–728.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. The Guilford Press. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Ramos, J. A., Cabesés, J. & Madoz, A. (2001). Desarrollo, validez y seguridad de una escala de adicción general. Un estudio preliminar. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 29 (6), 368-373. https://biadmin.cibersam.es/Intranet/Ficheros/GetFichero.aspx?FileName=Artxculo_escala_de_adiccixn_general.pdf
- Rodrich, P. (2019). *Autoestima y ansiedad estado-rasgo en jóvenes universitarios de la ciudad de Lima*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio académico U Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10295/Rodrich_Zegarra_Alejandra.pdf?sequence=2&isAllowed=y

- Rodriguez, V. (2021). *Autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de Psicología de una universidad privada, 2020*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio académico UPN.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29837/Rodriguez%20Garcia%2c%20Vanessa%20Milagos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roqueta, S. (2022). FOMO: Cómo afectan las redes sociales a nuestra autoestima. *Objetivo Bienestar*. https://www.objetivobienestar.com/salud-mental/autoestima/fomo-como-afectan-redes-sociales-nuestra-autoestima_55042_102.html
- Ruiz, P., Gómez, R., Medina, Y & Zayas, A. (2018). Relación entre la autoestima y la satisfacción con la vida en una muestra de estudiantes universitarios. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2 (1), 67-76.
<https://www.redalyc.org/journal/3498/349856003007/html/>
- Salas, E. (2014). Adicciones psicológicas y los nuevos problemas de salud. *Cultura*, 28, 111-146.
- Salas-Blas, E. (2019). *Las adicciones comportamentales*. En C. Rojas-Jara. *Drogas: Sujeto, Sociedad y Cultura* (p. 123). Nueva Mirada Ediciones.
https://www.researchgate.net/publication/336049154_Drogas_Sujeto_Sociedad_y_Cultura
- Salas, E., Copez-Lonzoy, A., & Merino, C. (2020). ¿Realmente es demasiado corto? Versión breve del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS-6). *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 20 (2), 105-118. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i2.536>
- Salas, E., Copez-Lonzoy, A., & Yance, V. (2021). Mapeo científico de las adicciones comportamentales en el caso de las revistas peruanas. *Revista Digital De Investigación en Docencia Universitaria*, 15 (2), 460. <https://doi.org/10.19083/ridu.2021.1460>
- Saiphoo, A., Halevi, L., & Vahedi, Z. (2020). Uso de sitios de redes sociales y autoestima: una revisión metaanalítica. *Personalidad y diferencias individuales*, 153, 109639.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109639>
- Salcedo, I (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad privada de Lima*. [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2026/salcedo_CI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Salvador, M., García-Gálvez, C., & de la Fuente, M. (2010). Creencias y estrategias para el control del peso, satisfacción con la imagen corporal y autoestima. *Revista Europea de Educación y Psicología*, 3 (2), 257-273.
- Sánchez, H. & Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Visión Universitaria E.I.R.L <http://isbn.bnpp.gov.pe/catalogo.php?mode=detalle&nt=18896>
- Sgalla, R. & Giannini, AM (2018). *La Violencia en un clic. Itine- Rari di prevención del cibernetico.bullismo fra adolescente*. Hogrefe.
- Steinberg, L. (2008). *Adolescence* (Octava edición). Nueva York: McGraw-Hill.
- Shi, X., Wang, J. & Zou, H. (2017). Funcionamiento familiar y adicción a Internet entre adolescentes chinos: los roles mediadores de la autoestima y la soledad. *Computadoras en el comportamiento humano*, 76, 201-210.
- Valle, E. (2023). *Los peruanos gastan 6,500 millones de minutos en redes sociales al año, según Comscore*. Ecommerce News. <https://www.ecommercenews.pe/marketing-digital/2023/la-evolucion-de-las-redes-sociales-en-latinoamerica-en-2023.htm>
- Van Rooij, A., & Prause, N. (2014). A critical review of internet addiction criteria with suggestions for the future. *Journal of Behavioral Addictions*, 3 (4), 203-213. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1556/JBA.3.2014.4.1>
- Varchetta, M., Frascetti, A., Mari, E. & Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14 (1), 1087. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S222325162020000100011&script=sci_arttext
- Veliz, J. (2020). *Autoestima y apoyo social percibido en universitarios que hacen uso de redes sociales*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653137/Veliz_MJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Vieira, C., Manzanares, E. & Salas-Blas, E. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. Dossier Adicciones comportamentales en Iberoamérica, *Información Psicológica*, 2 – 14. <https://doi.org/10.14635/ipsic.1926>
- Wang, M., Xu, Q., & He, N. (2021). Perceived interparental conflict and problematic social media use among Chinese adolescents: The mediating roles of self-esteem and maladaptive cognition toward social network sites. *Addictive Behaviors*, 112, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106601>.

- We Are Social. (2024, 7 febrero). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Yen, Y. (2013) Comunicación familiar y predisposición a la adicción a Facebook en adolescentes de instituciones educativas de Paita. *Revista Heraldo de Piura*. 1, 30-35. <http://www.piuraheraldo.net/jspui/bitstream/123456789/30/1/YenSanchez.pdf>.
- Young K. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology & Behavior*, 1 (3), 237-244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Yupanqui, E. (2020). *Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima Metropolitana*. [Trabajo de investigación de Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio académico USIL. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/33ac4c2b-cdb7-4a78-bbe1-5e1e44964834/content>