



Escuela de Psicología

Autoestima en Adolescentes con uso abusivo en redes sociales

Tesina para optar al Grado de Licenciado/a en Psicología Y Título Profesional de Psicólogo/a

Profesor/a Guía: Álvaro Correa Guzmán

Alumno(s): Javiera S. Hormazábal Jauffet,

Katherine F. Miranda Miranda,

Yuliana A. Leiva Núñez

Santiago, Chile, noviembre 2024

Contenido	
<u>Resumen:</u>	4
<u>Abstract:</u>	5
<u>Capítulo 1: Introducción</u>	6
<u>Capítulo 2: Planteamiento del problema</u>	9
<u>2.1 Formulación del problema</u>	9
<u>2.2 Hipótesis</u>	9
<u>2.3 Objetivo general</u>	9
<u>2.4 Objetivos específicos</u>	9
<u>Capítulo 3: Marco Teórico</u>	10
<u>3.1. Adolescencia</u>	10
<u>3.2. Trampas del enfoque Adulto-Céntrico</u>	11
<u>3.3 Redes sociales</u>	14
<u>3.4. Autoestima:</u>	15
<u>3.5. Relación entre ambas variables:</u>	16
<u>3.1- Antecedentes de la investigación:</u>	17
<u>Capítulo 4: Marco metodológico</u>	18
<u>4.1. Enfoque de la investigación:</u>	18
<u>4.2. Alcance o tipo de Investigación:</u>	18
<u>4.2. Diseño de Investigación:</u>	18
<u>4.3. Definición de variables:</u>	19
<u>4.3.1. Definición conceptual:</u>	19
<u>4.3.2. Definición Operacional:</u>	20
<u>4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</u>	20
<u>4.5 Población:</u>	21
<u>4.5.1 Caracterización de la población:</u>	21
<u>4.5 Muestreo:</u>	22
<u>4.5.2 Tipo y procedimiento de muestreo:</u>	22
<u>4.5. Muestra:</u>	22
<u>4.5.3 Caracterización de la muestra:</u>	22

<u>4.6 Procedimiento de la investigación:</u>	22
<u>4.7 Plan de análisis/ técnicas de análisis de datos</u>	24
<u>4.8. Consideraciones Éticas:</u>	24
<u>4.9. Limitaciones de la investigación:</u>	25
<u>Capítulo 5: Análisis y Conclusiones</u>	26
<u>5.1. Análisis de Datos</u>	26
<u>5.2. Conclusiones</u>	28
<u>Bibliografía</u>	30
<u>Anexos</u>	32

Resumen:

La autoestima es uno de los factores claves dentro del desarrollo psicológico de los adolescentes debido a que esta afecta a su autopercepción, por su lado las redes sociales poseen un gran impacto, ya que estas generan ideales de vida, generalmente inalcanzables. El objetivo de esta investigación es analizar cómo el uso abusivo a las redes sociales incide en la autoestima de los adolescentes del Liceo Técnico Vate Vicente Huidobro, específicamente en lo que respecta a la percepción de su propio cuerpo, utilizando la escala de autoestima de Rosenberg y, en el caso de las redes sociales, se utilizará el Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), el cual permitirá medir las percepciones de autovaloración y la influencia de las redes sociales. Mediante un enfoque cuantitativo, se aplicaron cuestionarios estructurados a un grupo de adolescentes, obteniendo datos sobre cómo las redes sociales influyen en la autoestima.

Palabras claves: Adolescencia, Uso abusivo a redes sociales, Autoestima.

Abstract:

Self-esteem is one of the key factors in the psychological development of adolescents because it affects their self-perception. For its part, social networks have a great impact, since they generate life ideals, generally unattainable. The objective of this research is to analyze how addiction to social networks affects the self-esteem of adolescents from the technical high school of the commune of San Ramón, specifically with regard to the perception of their own body, using the scale of Rosenberg self-esteem and Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), to measure perceptions of self-worth and the influence of social networks. Using a quantitative approach, structured questionnaires were applied to a group of adolescents, obtaining data on how social networks influence self-esteem.

Keywords: Adolescence, Abusive use of social networks, self-esteem

Capítulo 1: Introducción

En los últimos años el uso de las redes sociales (RR.SS) han ido en constante auge, siendo los adolescentes unos de los que más las utilizan, generando su propia forma de ver el mundo, relacionarse, comunicarse y formar los diferentes vínculos con sus pares, sin embargo, hay que tener en cuenta que durante este periodo del ciclo vital es cuando ocurren una serie de cambios físicos, emocionales y sociales que afectan a la percepción de uno mismo, entre ellos podemos identificar la autoimagen, la que se refiere a la percepción del propio cuerpo y su apariencia, donde por diferentes razones se pueden desarrollar inseguridades y con esto bajas de autoestima, siendo esto lo que se puede ver afectado por el uso de diferentes redes sociales, en el caso de Instagram, siendo una red social que se basa principalmente en fotografías puede generar diferentes expectativas en estos usuarios.

En este caso buscaremos analizar la correlación entre la autoestima y el uso abusivo al uso de redes sociales (Instagram y TikTok) en adolescentes, siendo la muestra adolescente de entre los 14 y 17 años, alumnos/as del Liceo Técnico Vate Vicente Huidobro, dentro del año 2025.

En la actualidad, las redes sociales han generado un profundo impacto en la vida de las personas, influyendo de manera significativa en la forma en que se construyen puntos de vista, opiniones y percepciones de la realidad. Este fenómeno ha dado lugar a nuevas formas de interacción social, donde la virtualidad tiende a ocupar un espacio cada vez más público, diluyendo en ciertos casos los límites entre lo privado y lo expuesto. En este contexto, muchas personas buscan de manera constante aprobación a través de sus redes sociales, exhibiendo situaciones que contribuyen a la creación y reforzamiento de distintos estereotipos. Asimismo, estas plataformas pueden constituirse como espacios de exploración identitaria, ya que la

exposición ante los demás y la interacción digital se vinculan con procesos relacionados con la construcción del afecto, el autoconcepto y la autoestima durante la adolescencia (Morán y Castaño, 2021, como se citó en Rubio Hernández, González Calahorra & Olivo Franco, 2024).

Desde una perspectiva más descriptiva, las redes sociales pueden definirse como sitios web en los que las personas comparten información tanto personal como laboral, ya sea con individuos conocidos o desconocidos. Su función principal es facilitar el intercambio de información y la comunicación mediante plataformas digitales como WhatsApp, Instagram y TikTok (Muñoz et al., 2023, como se citó en Rubio Hernández et al., 2024). Estas aplicaciones se caracterizan por la diversidad de contenidos que ofrecen, lo que contribuye a su amplio uso y a su influencia en la vida cotidiana de los usuarios.

Por ejemplo, en TikTok se comparten vídeos de aproximadamente 15-60 segundos. Se ha transformado en una plataforma social que promueve la interacción entre los jóvenes, brindándoles la oportunidad de responder, dar me gusta o compartir los vídeos que ven. Adicionalmente, se ha medido el uso medio diario de esta red social, fijado en un rango de 52 minutos diarios (Banyuls, 2020, como se citó en Rubio Hernández et al., 2024)

Respecto a WhatsApp, es una herramienta de mensajería inmediata que se usa con una frecuencia que las llamadas telefónicas han quedado en un segundo plano (Rubio y Perlado, 2015). Finalmente, en Instagram, se puede afirmar que se enfoca en la difusión de vídeos o imágenes. Por otro lado, da la posibilidad de seguir a otros usuarios y asimismo conseguir seguidores. Las formas de interacción se realizan a través de likes (me gusta) para señalar la aceptación de intereses compartidos entre las personas o a través de comentarios en las publicaciones. (Casado y Carbonell, 2018, como se citó en Rubio Hernández et al., 2024).

Durante años, los medios de comunicación y la sociedad han impuesto estándares de belleza inalcanzables. Era muy común ver publicidad de modelos que se mostraban

extremadamente delgadas, de piel clara, cabello claro, mostrándose aparentemente “perfectas” (Ocaña y Fócil, 2022). Y esto le dio paso a uno de los conceptos más vigentes actualmente el “Body Positive”, que puede definirse como “un movimiento social arraigado en la creencia de que todos los seres humanos deben tener una imagen corporal positiva; al hacerlo, desafía las formas en que la sociedad presenta y ve el cuerpo físico” (Sánchez, 2019, p.1, como se citó en Ocaña & Fócil, 2022). Siendo promovido por diferentes influencers que buscan la aceptación y normalización de todos los tipos de cuerpo, sin embargo, este también posee diferentes críticas, tanto por incitar conductas poco sanas, como por la busca de la perfección.

Complementando lo anterior, Han (2017) habla de esta búsqueda de la perfección como la idea de la violencia de la positividad, que se traduce en violencia neuronal, una *violencia saturativa* y exhaustiva, como consecuencia de ella, en la modernidad tardía, el hombre padece un sobrecalentamiento del yo.

Además, se traduce esta violencia de positividad, en la propia sobre exigencia del sujeto, “donde el exceso de esta positividad es toda la energía y desgaste que emplea el sujeto de rendimiento a “hacer” lo que quiere y hasta dejarse la salud en ello” (Han, 2017). Y esto lo podemos ver a su vez en el empleo de las redes sociales donde la búsqueda de vivir experiencias -que supone una relación entre pasado, presente y futuro en un ciclo de vida que se extiende (Wilhelm, 1944)- se reduce a la obtención de nuevos seguidores¹- y “likes” ²

Por esto, como menciona Han (2022), uno acumula amigos y seguidores sin experimentar jamás el encuentro con alguien distinto, rodeándose de iguales en busca de esa positividad.

¹ Cantidad de usuarios que siguen una cuenta en redes sociales (Romero, 2016)

² Acto donde los seguidores confirman el gusto por lo compartido. Se caracteriza por un corazón rojo. (Romero, 2016)

En cuanto al uso de redes sociales y el cómo se ven influenciados los adolescentes Orr (2009), nos menciona que los diferentes estudios sobre autoestima confirman que a menor autoestima mayor es la magnitud de los problemas de imagen corporal en adolescentes y jóvenes, siendo por esto que confunden su imagen corporal con su imagen virtual expuesta en la red, y como consecuencia, el sentido de identidad sufre una confusión y ambivalencia

Por tal motivo es importante medir la influencia que tienen las redes sociales en los adolescentes.

Capítulo 2: Planteamiento del problema

2.1 Formulación del problema

¿Existe una correlación entre el uso abusivo de redes sociales y la autoestima en los adolescentes?

2.2 Hipótesis

1- Existe una correlación negativa entre las dos variables, entre mayor cantidad de horas dedicadas al uso de redes sociales, menor es el nivel de autoestima en los adolescentes.

2.3 Objetivo general

1- Analizar como el uso abusivo de RR. SS impacta en la forma en que los adolescentes perciben y valoran su autoestima.

2.4 Objetivos específicos

- 1- Describir el nivel de uso abusivo de redes sociales en adolescentes, según los puntajes obtenidos en la escala BSMAS.
- 2- Describir los niveles de autoestima en adolescentes que presentan uso abusivo de redes sociales.
- 3- Determinar la relación estadística entre el uso abusivo de redes sociales y los niveles de autoestima en adolescentes.

Capítulo 3: Marco Teórico

3.1 Adolescencia

Varios autores definen lo que es la autoestima, por ejemplo, Coopersmith (1967) ofrece una visión más emocional de este concepto, mencionando que “La autoestima es una valoración emocional que los individuos hacen de sí mismos, reflejando el grado en que se consideran capaces, importantes, exitosos y valiosos” (p.4).

Mientras que Branden (1994), en su enfoque sobre los pilares de la autoestima, resalta que “la autoestima es la disposición a considerarse competente para enfrentarse a los desafíos de la vida y sentirse merecedor de felicidad” (p.16), en otras palabras, esta definición se centra más en la relación de la percepción de las propias capacidades.

Por último, tenemos a Mruk (2006) quien ofrece una definición más dinámica, este afirma que “la autoestima es una experiencia dinámica basada en un equilibrio entre competencia y valía personal, que influye en el bienestar psicológico del individuo” (p. 21)

El autor (Duarte, 2001) identifica y analiza varias “versiones”³ o representaciones que han predominado en el análisis social de la juventud, siendo así cuatro de ellas las más fundamentales: juventud como etapa transitoria, esta se considera la juventud como un periodo de transición hacia la adultez, enfocándose en la preparación para asumir roles adultos; juventud como grupo social homogéneo, se clasifica a los jóvenes según parámetros como la edad, sin considerar las diferencias culturales, de clase, género o etnia; juventud como generación futura, se ve a los jóvenes como los futuros adultos que continuarán con la reproducción social, minimizando sus aportes actuales; juventud como problema social, se

³ Se entiende como una perspectiva rígida sobre los jóvenes a enfoques que abrazan la diversidad y evolución de su entorno.

percibe a los jóvenes como una amenaza o desafío para el orden social, enfocándose en aspectos negativos como la delincuencia o la rebeldía. (Duarte, 2001)

3.2. Trampas del enfoque adulto-céntrico

Duarte critica el enfoque adulto-céntrico que ha predominado en los estudios sobre juventud. Este enfoque tiende a homogeneizar a los jóvenes, sin reconocer sus diferencias y en donde podemos encontrar estos tres diferentes puntos a reflexionar: naturalizar las categorías adultas como universales, imponiéndolas sobre las experiencias juveniles; descalificar las propuestas juveniles como inmaduras o pasajeras; ignorar las formas de organización y participación juvenil que no se ajustan a los modelos adultos tradicionales. (Duarte, 2001)

Por otro lado, tenemos la adolescencia, la palabra adolescencia proviene del latín “adolescere” que se traduce como “crecer hacia la adultez”. La etapa de la adolescencia está situada entre la niñez y la pubertad donde el individuo pasa por diversos procesos, hasta convertirse en un adulto. (Gaete, 2015). Cronológicamente, esta etapa comienza por los cambios de pubertad, también se distingue por los cambios biológicos, psicológicos y sociales. Muchas veces estos cambios traen consigo crisis y conflictos. (Pineda, 2002). Por otra parte, se dice que la adolescencia no es solo la fase biológica, sino que otros elementos tienen participación que forman la noción del adolescente, como su interacción con la sociedad. (Zamora, 2013)

La adolescencia suele ser una etapa bastante difícil, o al menos así está considerada por muchos, a lo largo del ciclo vital se pasan por diferentes etapas en las cuales cada una es muy diferente, pero en este caso hablaremos acerca de la adolescencia temprana y la tardía.

Según la organización mundial de la salud (OMS) “la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años, considerando se dos fases: la adolescencia temprana (10 a 14 años) y la adolescencia tardía (15 a 19 años)”. (Pineda, 2002, p.16).

La adolescencia temprana, se caracteriza por el crecimiento físico y los cambios hormonales. Comienzan las inquietudes antes estos cambios físicos, curiosidad sexual, anhelo de autonomía e independencia. Es por esto por lo que se empiezan los conflictos familiares, con profesores o cualquier otro adulto. Es muy frecuente notar cambios bruscos en sus comportamientos. (Pineda, 2002). Desde la psicología, la principal preocupación en esta etapa gira alrededor de lo físico y lo emocional. Se produce una reestructuración de la imagen corporal, se vive un ajuste a los cambios corporales emergentes, el ánimo es fluctuante; hay una fuerte autoconciencia de las necesidades, deseos de comprensión y apoyo por parte de los mayores y su grupo de amigos (Krauskropof, 1999).

En la adolescencia tardía, ha finalizado gran parte del crecimiento y desarrollo en el adolescente. Se logra un incremento significativo en la gestión de los impulsos y desarrollo de identidad, incluso en su vida sexual, lo que lo aproxima a ser un adulto joven. (Pineda, 2002). Es así como podemos notar, desde la psicología, que en esta etapa el adolescente busca canalizar los emergentes impulsos sexuales, la exploración de las capacidades sociales, y el apoyo en la aceptación por el grupo de pares dinamizan la afirmación personal y social. (Krauskropof, 1999)

Es por esto por lo que es importante saber y entender qué es el uso abusivo a las redes sociales y autoestima, y qué papel juegan en la vida de los adolescentes.

Según Erickson (1968) la etapa de la adolescencia está compuesta por dos conceptos: la identidad y la confusión; aun así, destaca que el objetivo principal del adolescente es afrontar crisis y confusión para poder alcanzar la identidad, y de esta manera transformarse en un

adulto único que proporciona una percepción coherente del yo y que juega un rol significativo en la sociedad. (Chala & Matoma, 2013)

Podemos decir, que el logro más esperado o relevante de la adolescencia es el desarrollo de la identidad. Todo adolescente, necesita sentirse respetado y amado, como todo ser humano y es por eso por lo que tienen la necesidad de saber quiénes son. El niño se identifica por sus padres o los adultos de su entorno, pero el adolescente requiere de su propia identidad y ser ellos mismo. (Ives, 2014)

Erik Erikson, es uno de los autores que más ha escrito sobre el desarrollo de la identidad desde la niñez, hasta la vejez, poniendo un énfasis más profundo en la adolescencia, a través de un enfoque psicoanalítico. El desarrollo humano solo se puede entender en el contexto a la sociedad en que el adolescente pertenece. Cada una de las fases del crecimiento conlleva una crisis o desafío emocional. (Ives, 2014) Primeramente tenemos la dimensión comunitaria, para que un joven logre descubrirse a sí mismo, es necesario que haya encontrado su dimensión comunitaria. Se establece una conexión entre aquellos aspectos que el adolescente recibe de manera relativamente dada —como el temperamento, la vulnerabilidad, el fenotipo o ciertos talentos— y una serie de decisiones relevantes que deberá asumir, tales como la elección de estudios, las amistades o los principios éticos que guiarán su vida. En este proceso se desarrolla la dinámica del conflicto, donde el adolescente suele experimentar emociones y sentimientos contradictorios, oscilando entre estados de vulnerabilidad y momentos de fuerte motivación personal.

A esto se suma el período evolutivo individual, ya que cada adolescente atraviesa su propio ritmo de desarrollo, el cual está determinado por la interacción de factores biológicos, psicológicos y sociales. Asimismo, la construcción del yo no ocurre de manera aislada, sino que se ve influida por los modelos recibidos; en una primera etapa, estos corresponden

principalmente a las figuras parentales y, posteriormente, a los modelos comunitarios y sociales.

Por último, se consideran los aspectos psichistóricos, entendiendlo que cada experiencia personal se encuentra estrechamente vinculada al contexto histórico y social en el que se desarrolla. De acuerdo con Erikson, existen períodos en los que la historia puede carecer de identidad, situación que se explica a partir de tres formas básicas de aprehensión humana: los temores asociados a lo novedoso —como los descubrimientos e inventos que transforman la visión del mundo, las formas de interacción, el trabajo y el pensamiento—; las ansiedades derivadas de riesgos simbólicos, vinculadas a la desintegración de ideologías y al temor a una catástrofe existencial carente de sentido espiritual; y, finalmente, la historia personal. En esta última, diversas experiencias potencialmente estresantes, como la migración, la pérdida de un ser querido, las dificultades económicas o situaciones de maltrato y abandono, pueden impactar de manera negativa en el proceso de formación de la identidad (Ives, 2014).

3.3. Redes sociales:

Las redes sociales se han vuelto una rama de la comunicación muy potente hoy en día (Raacke, Bonds-Raacke, 2008). En la actualidad la adicción a las redes sociales es una situación preocupante, debido a que este abuso puede derivar a problemas psicopatológicos, como la depresión o fobia social (Echeburúa, Amor y Cenea, 1998).

Por otra parte, la adolescencia es merecedora de una atención especial respecto a la adicción a las redes sociales, ya que las nuevas tecnologías como internet ocupan un espacio fundamental en el proceso de socialización, influyendo en el comportamiento y actitudes de los adolescentes. (Levis, 2002). Este grupo etario es muy sensible al momento y al entorno social en el que viven, en el cual las redes sociales se han vuelto un elemento imprescindible e importante en sus vidas. (Catellana, Sánchez-carbonell, Beranuy y Graner 2006; et al, 2003)

El uso de internet, más en concreto las redes sociales, pueden atrapar a los adolescentes, ya que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad, y construir personalidad a su voluntad... (Zegers y Larraín, 2002), asimismo puede distanciar al adolescente o distorsionar el mundo real (Becoña, 2006). (Muñoz, 2016). Además, el internet se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación (Sapountzi y Psannis, 2018). Las redes sociales están proporcionando nuevos esquemas y recursos para la interacción social... (Pivec y Macek, 2019). A nivel nacional, casi 1.900 millones de personas utilizan Facebook; 1.200 millones usan WhatsApp; casi 1.000 millones consumen vídeos en YouTube; 600 millones utilizan Instagram; y 319 millones usan Twitter. Este consumo excesivo puede provocar alteraciones en su salud emocional y hasta mental (Bedir, 2016). (Lozano, Vásquez, & Ramírez, 2020)

La innovación tecnológica, corresponde al conjunto de medios, recursos, canales de entretenimiento virtuales en que la mayoría de los jóvenes dedican parte de su tiempo en hacer una de las redes sociales, que influyen directamente en sus conflictos interpersonales. Gonzales y López (2021) lo conciben como espacios web y de aplicaciones que proyectan un intercambio de información, con el propósito de idealizar pensamientos, establecer contactos y cómo estos comportamientos influyen en las emociones de los adolescentes.

Las redes sociales han experimentado un crecimiento significativo en años recientes. Algunas razones incluyen la velocidad de respuestas, la sencillez de acceso y las diversas actividades con premios instantáneos. (Echeburúa y de Corral, 2010). Las redes sociales son un nuevo medio para construir identidades en línea; los perfiles creados pueden estar relacionados con la auténtica exposición de la identidad del individuo o grupos. (Baker, 2009). (Fuentes, 2024)

3.4. Autoestima:

La autoestima tiene un rol crucial en la vida de los individuos, ya que determina cómo estos se perciben a sí mismos. La autoestima es la visión que tiene la persona sobre sí misma. puede ser negativa o positiva. Algunos de los factores que se encuentran atados o asociados a niveles altos de autoestima son la adaptación social, la felicidad y una menor vulnerabilidad a presentar conductas de riesgo.

Según Rosenberg et al (1995) son las actitudes de aprobación y desaprobación de sí mismo las que se manifiestan en la autoestima. El lugar que el individuo ocupa en el mundo va a determinar cómo se moldea y confecciona esa autoestima. (Fuentes, 2024)

La adolescencia se refiere a una fase de transformaciones que acompañan un proceso de cambio de un niño o niña a un individuo de edad avanzada, y donde se forja la construcción de la autoestima de los adolescentes. La autoestima se refiere al conjunto de convicciones que una persona percibe como auténticas acerca de sí misma, las cuales surgen de un proceso de evaluación, valoración e integración de la información proveniente de su propia experiencia y las opiniones de otros significativos. (González, Núñez, Glez y García, 1997). (Vidal, 2022).

La autoestima es un elemento crítico, que influye en el entorno psicológico y social. La autoestima varía en reacciones ante los éxitos o fracasos que el adolescente pueda sufrir en situaciones significativas de su vida. (Rodríguez y Caño, 2012). (Vidal, 2022). Es por esto, que la baja autoestima se asocia a ansiedad, incompetencia, distorsiones cognitivas, aislamiento social, entre otras... (Murueta, 2014)

En la actualidad existe una tendencia denominada “body positive”, este se trata de un movimiento con origen en las redes sociales cuyo objetivo es desafiar las prescripciones sociales impuestas en los cánones de belleza en favor de una conceptualización más amplia de la belleza, la aceptación y valoración del cuerpo en todas sus formas y tamaños. (Cohen et al., 2019).

3.5. Relación entre ambas variables:

Jan et al (2017) encontraron que el uso de redes sociales implica una disminución en los niveles de autoestima. De igual manera Nie et al (2017) señalan que un uso abusivo intenso de redes sociales tiene una correlación significativa de bajos niveles de autoestima... (Portillo, 2021). Las diversas comparaciones que se realizan con las fotografías vistas en redes sociales parecen ser un factor que aumenta el riesgo de insatisfacción corporal. (Fardouly y Vartanian, 2015).

Existe una gran correlación entre el tiempo de uso de redes sociales, con una pobre percepción corporal; a más tiempo se pase usando, de manera colectiva y pasivamente la red social, mayor será la percepción deteriorada corporal. (Manago, et al, 2015)

3.6. - Antecedentes de la investigación:

Según estudios realizados en 2022, Chile bordea los 19,16 millones de personas y existen 25,31 millones de aparatos móviles, tales como: celulares, tablets y computadoras. Más de 15,78 millones de personas se encuentran conectadas a internet. (Vidal 2022)

Chile se encuentra clasificado según el informe de “América Latina y Caribe: Uso de redes sociales por país 2021”, como el primer país en Latinoamérica con más penetración en redes sociales. (Branch, 2021). En ese mismo año (2021) el estudio “Latam Insights”, evidencia que Chile se encuentra en el segundo país con mayor crecimiento digital en Latinoamérica con un 71% (Branch, 2021). (Vidal, 2022). En otra investigación llevada a cabo en adolescentes peruanos, se determina que los jóvenes suelen dedicar hasta 15 horas a estar conectados a las redes sociales, con un promedio de 3 horas diarias seguidas. (Vidal, 2022)

Otros estudios evidencian que la exposición a los medios parece tener un efecto negativo sobre la imagen corporal de los consumidores de contenido. (Groesz et al.,2002; Myers y Crowther, 2009)

Capítulo 4: Marco metodológico

4.1. Enfoque de la investigación:

La investigación se basa en descubrir si existe una relación entre autoestima y uso abusivo a redes sociales en adolescentes, de esta manera el enfoque será cuantitativo.

Según Sampieri R. et al (2004) el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlos. Es así como se ajusta a los objetivos del estudio, ya que a través de encuestas será posible obtener los resultados numéricos, pero a pesar de esto las limitaciones del enfoque será de una pequeña población.

Los resultados de la investigación serán útiles para generar otras investigaciones, además de hacer conciencia del uso problemático de redes sociales y la autoestima de los adolescentes

4.2. Alcance o tipo de Investigación:

El alcance de la investigación es correlacional, ya que según Hernández Sampieri (1994) es la que tiene como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado

4.3. Diseño de Investigación:

El diseño de investigación será no experimental transversal. Según Sampieri (2006) el diseño no experimental transversal “es aquel en el cual se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p.156)

4.4. Definición de variables

4.4.1. Definición conceptual:

Autoestima

La autoestima ha sido un concepto ampliamente estudiado en la psicología, en sus diferentes aspectos, y como los altos y bajos en esta pueden afectar a la conducta, por lo que, siendo este un concepto central de la psicología podemos encontrar diferentes definiciones de esta, por ejemplo, según Rosenberg (1965) la autoestima se define como “El conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones y sentimientos que una persona tiene acerca de sí misma y su valor como individuo” (p.5), además, años después, este también menciona que la autoestima son las actitudes de aprobación y desaprobación de sí mismo las que se manifiestan en la autoestima (Rosenberg, 1995).

Redes Sociales

Las redes sociales han sido ampliamente estudiadas y definidas durante los últimos años, y aún más desde que estas se volvieron parte de la vida diaria de la sociedad, entre estas definiciones podemos mencionar a Boyd y Ellison (2007), quienes mencionan que son “Servicios web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de usuarios con los que comparten una conexión y ver y navegar por su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema”.

Por su parte, Kaplan y Haenlein (2010) destacan que “las redes sociales son un grupo de aplicaciones en línea que se basan en la ideología y la tecnología de Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por los usuarios”.

Desde una perspectiva más social Vidal, Niurka y Hernández (2013) mencionan que las redes sociales constituyen un sistema abierto, en construcción permanente, que involucra a personas que se identifican con las mismas necesidades, problemáticas y cuyos principios son el crear, compartir y colaborar, en otras palabras, Castells (2009) resalta el papel de las redes sociales como las plataformas digitales que estructuran relaciones interpersonales y colectivas, donde los usuarios se conectan comparten y construyen identidades en un espacio virtual.

Por último, O'Reilly (2005) vincula las redes sociales con el fenómeno de la Web 2.0, lo cual influye directamente en el tema de investigación, señalando que “Los usuarios no solo consumen contenido, sino que también lo producen, lo comparten y lo distribuyen a una red colaborativa global” (p.25).

4.4.2. Definición Operacional:

1- Autoestima: En el caso de la variable autoestima se utilizará y se medirá con la

Escala de Autoestima de Rosenberg.

Esta cuenta con una escala Likert de 4 puntos (muy en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo, muy de acuerdo). Manteniendo un mínimo de 10 puntos y un máximo de 40 puntos.

Los resultados obtenidos con la escala nos dejan ver los niveles de autoestimas del participante, dejando ver que con un puntaje de entre 30 y 40 puntos es Autoestima Alta; con un puntaje de entre 26 y 29 es Autoestima media y con un puntaje menor a 25 es Autoestima Baja.

2- Redes Sociales: En el caso de la variable redes sociales se medirá con el instrumento Bergen Social Media Adicction Scale (BSMAS). Este presenta una escala Likert de 5

puntos (Muy raramente, raramente, algunas veces, a menudo y muy a menudo), contando con un mínimo de 6 puntos y un máximo de 30 puntos.

Con lo anterior, los puntajes que se podrían obtener nos dejan ver el nivel de uso de redes sociales, siendo un puntaje de entre 6 y 18 un uso no problemático de redes sociales; un puntaje de entre 19 y 24 un uso abusivo y un puntaje de 25 y 30 puntos un riesgo de adicción a redes sociales

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La técnica de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener información (Arias, 2006). Por otro lado, “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (Arias, 2012).

- La escala de Rosenberg consiste en 10 ítems, tiene 5 enunciados positivos y 5 enunciados negativos para controlar el efecto de la aquiescencia autoadministrada.

De los ítems 6 al 10 las respuestas A – D se puntúan de 1 a 4.

De 30 a 40 puntos autoestima elevada; de 26 a 29 puntos, autoestima media; y de menos de 25 puntos, autoestima baja.

La escala ha sido traducida y validada al castellano. La consistencia interna de la escala se encuentra entre 0,76 y 0,87. La fiabilidad del estudio es de 0,80.

Este test tiene como fin evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí mismo.

- El instrumento BSMAS está compuesto por 6 ítems con una escala de tipo Likert de 5 puntos. Su consistencia interna informada fue de 88. La versión al castellano para adolescentes mostró una consistencia interna de 75 La BSMAS,

que es una adaptación de la Escala de Adicción a Facebook de Bergen (Andreassen et al., 2012 como se citó en Lin, 2017), consta de seis ítems calificados en una escala Likert de 5 puntos que va de 1 (*muy raramente*) a 5 (*muy a menudo*). La BSMAS aplica los seis elementos centrales de la adicción (prominencia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída) propuestos por Griffiths (2005) para evaluar la experiencia de uso de las redes sociales durante el último año (Andreassen et al., 2016 como se citó en Lin, 2017). Una puntuación más alta en la BSMAS indica una adicción más fuerte a las redes sociales, y una puntuación BSMAS superior a 19 indica que un individuo está en riesgo de desarrollar un uso problemático de las redes sociales (Bányai et al., 2017 como se citó en Lin, 2017).

4.6. Población:

Según Hernández Fernández y Baptista (2006) la población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades poseen características en común.

4.6.1 Caracterización de la población:

La población del estudio son adolescentes femenina y masculinos residentes de Chile, de entre 14 y 17 años.

4.6.2. Muestreo:

Según Arias (2006) es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra. El muestreo no probabilístico, es una técnica en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar.

4.6.3. Tipo y procedimiento de muestreo:

Para este estudio la muestra consta de un grupo de 80 adolescentes de entre 14 y 17 años, estos de género femenino y masculino de un liceo técnico ubicado en la comuna de San Ramón.

4.6.4. Muestra:

Según Hernández Sampieri et al. (2014), la muestra se define como “un subgrupo de la población del cual se recolectan datos y que debe ser representativo de dicha población” (p. 174).

4.6.5. Caracterización de la muestra:

La muestra del estudio consta de 80 adolescente de entre 14 y 17 años, pertenecientes a los cursos de entre 1° medio y 4° medio del Liceo técnico de la comuna de San Ramón.

4.7. Procedimiento de la investigación:

Actividades	S emana 1	S emana 2	S emana 3	S emana 4	S emana 5	S emana 6	S emana 7	S emana 8	S emana 9	S emana 10
Planeación	x	x	x							
Definir objetivos		x	x							
Revisión bibliográfica		x	x	x	x	x	x			
Diseño de la investigación					x	x				

Recolección de datos									x		
Análisis de datos										x	x

1. **Planeación:** Durante las primeras semanas se inició la planeación de la investigación, decidiendo el tema de investigación, si este era viable y designar roles dentro del grupo.

2. **Definir objetivos:** Durante las semanas siguientes se comenzó con la designación de los objetivos, tanto generales como específicos, estos con respecto a nuestras metas con la investigación a realizar.

3. **Revisión de la bibliografía:** Durante esta etapa se dividió la información entre los integrantes del grupo, donde cada uno buscaría información con respecto a las variables y las definiciones necesarias a describir dentro de la investigación, de esta manera se logró agilizar el trabajo de investigación. Además, durante esta etapa se consiguieron las escalas y test a realizar, los cuales ya habían sido planteados, pero fue durante esta etapa que se pudo conseguir el material.

4. **Diseño de la Investigación:** Durante estas semanas se determinó el diseño de la investigación, determinando referente a lo ya conocido, que esta es una investigación no experimental transversal.

5. **Recolección de Datos:** Se busca recolectar los datos con la escala y el test planteado previamente en la investigación.

4.8. Plan de análisis/ técnicas de análisis de datos

En la presente investigación se trabaja con muestras relacionadas, dado que los datos obtenidos de cada participante se encuentran emparejados, ya que a un mismo grupo de adolescentes se le aplicaron ambos instrumentos de medición. De este modo, para cada sujeto se dispone simultáneamente de información sobre el nivel de uso abusivo de redes sociales y su nivel de autoestima. El propósito del estudio es determinar si existe una relación entre el uso abusivo de redes sociales y la autoestima en población adolescente.

Los datos de la investigación son ordinales nos otorga la clasificación y el orden de datos. Aquí las etiquetas o símbolos si indican una jerarquía. (Coronado, 2007, págs. 104-125). En el caso de la escala de autoestima de Rosenberg, que es una escala de tipo Likert y tiene 4 puntos que se evalúan de la siguiente manera, 1: muy en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: de acuerdo; y 4: muy de acuerdo. Además, los valores teóricos fluctúan entre 10: baja autoestima y 40: alta autoestima.

El instrumento BSMAS es un instrumento compuesto de 6 ítems con una escala de tipo Likert de 5 puntos que se evalúan de la siguiente manera, 1: casi nunca; 2: algunas veces; 3: la mitad de las veces; 4: la mayoría de las veces; y 5: casi siempre.

En tanto a las pruebas sería no paramétrica, ya que se trabajará con una muestra pequeña de 80 adolescentes, pertenecientes a los cursos de entre 1° y 4° medio, a su vez manteniendo edades de entre los 14 y 17 años. Y utilizando la prueba no paramétrica correlación de Spearman, ya que ambas variables son ordinales

4.9. Consideraciones Éticas:

Según Sampieri et al. (2014), los aspectos éticos en una investigación son “las normas y principios que guían el comportamiento del investigador para asegurar el respeto por los derechos de los participantes” (p.45).

Dentro del estudio las consideraciones éticas son:

4. Consentimiento informado: Dado que la muestra incluye menores de edad (de 14 a 17 años), es esencial obtener el consentimiento de sus padres o tutores y el asentimiento de las participantes. Para este punto se preparó un documento explicando el propósito, procedimiento, los posibles beneficios y riesgos que puede conllevar este estudio, así como la aclaración del derecho de retirar su participación del estudio.

5. Confidencialidad y anonimato: Se garantiza a las participantes que sus respuestas serán confidenciales y que todos los datos se utilizarán solamente con fines académicos y de investigación. Para proteger su anonimato se realizará un formulario online que permite responder las preguntas sin necesidad de ingresar datos personales, por lo que sus respuestas son totalmente anónimas.

6. Minimización de los riesgos: Se tuvo especial cuidado en la aplicación de los cuestionarios y temas tratados, evitando temas y/o preguntas que pueden resultar especialmente sensibles, invasivas e incómodas.

7. Derecho de retiro voluntario: Se informó previamente a las participantes que podían desistir de participar en el estudio en cualquier momento sin que esto afecte su situación escolar o les trajera consecuencias.

8. Uso ético de los resultados: Se estableció que los resultados se utilizarán solo con fines académicos, asegurando que no se realizarán interpretaciones que pudieran perjudicar la imagen o el bienestar de las participantes.

4.10. Limitaciones de la investigación:

Dentro del estudio existen diferentes limitaciones, estas son:

- 1- Tamaño de la Muestra: El estudio se realizó solamente con 80 estudiantes de un solo liceo, lo cual limita la posibilidad de generalizar los resultados de una población más amplia o diversa. Esto podría afectar la representatividad de los hallazgos en relación con adolescentes de otros contextos o regiones.

- 2- Sesgos en Cuestionarios: Al utilizar cuestionarios como la Escala de Autoestima de Rosenberg existen riesgos de respuestas sesgadas, ya que las participantes podrían responder de manera socialmente deseable en lugar de reflejar con precisión su autoestima y el tiempo y uso que le dan a las redes sociales.
- 3- Temporalidad de los Datos: Los datos fueron recolectados en un período en específico, lo que significa que no se tomaron en cuenta los cambios que pueden generarse en las redes sociales y el estado anímico y percepción de autoestima de las participantes, es decir, los resultados reflejan el estado de ese momento en específico de las participantes, sin embargo, este no contempla un análisis longitudinal.
- 4- Limitaciones en los instrumentos: Aunque la Escala de Autoestima de Rosenberg es confiable, este no posee relación directa con la otra variable del estudio, en este caso, las redes sociales. La falta de herramientas diseñadas para evaluar esta relación específicamente podría limitar la precisión en la interpretación de los resultados.

Capítulo 5: Análisis y Conclusión

5.1. Análisis

Esta investigación tuvo como objetivo conocer si existía una correlación entre el uso de redes sociales (uso abusivo) y la autoestima en adolescentes.

Los resultados obtenidos, en el caso de las redes sociales, nos deja ver que en la muestra presente existe una cifra mayoritaria (47/80) los que presentan un nivel de uso abusivo de redes sociales, esto obtenido mediante la aplicación del test BSMAS (Bergen Social Media Adicction Scale), en la cual el rango de edad fue de 14 a 17 años, sexo masculino y femenino.

Con “uso abusivo” podemos entender, referente al test, cuando se refiere a la obtención de un número entre 19 y 24 puntos siendo en este caso el 22 como la cifra mayoritaria obtenida entre la muestra, sin embargo, cabe destacar que ninguno de los participantes obtuvo una cifra perteneciente al parámetro de adicción (25-30).

Por otro lado, podemos mencionar que dentro de los jóvenes que obtuvieron el resultado de “uso abusivo” en su mayoría eran menores de 16 y 17 años (de un rango de entre 14 y 17 años), lo cual es relevante, ya que si podría ser una información a tener en cuenta para otras investigaciones con foco en las edades.

En el caso de los niveles de autoestima en adolescentes expuestos a consumo elevado de redes sociales, se aplicó la Escala de Autoestima de Rosenberg, la que mostró, en sus resultados, que aquellos adolescentes que presentaban un uso abusivo de redes sociales (según lo indicado en el BSMAS), tendieron a obtener puntuaciones más bajas en autoestima. En este caso, se encontró una correlación negativa moderada entre el uso de redes sociales y niveles de autoestima ($r = -0,6$), lo cual indica que, a mayor uso de redes sociales, menor es la autoestima.

Esto último nos permite, por un lado, asegurar que la hipótesis planteada en la investigación es correcta, las variables son inversamente proporcionales, es decir, que cuando una variable baja la otra tiende a subir, en este caso pudimos ver que entre mayor era el uso de redes sociales, menor era el nivel de autoestima, y por el contrario, quienes obtuvieron niveles moderados o bajo uso de redes sociales, tendían a niveles moderados o altos de autoestima, lo que comprueba desde el otro sentido la hipótesis. Por otro lado, al mencionar que la correlación es moderada, se refiere a la fuerza de las variables, en este caso, al obtener $r = -0,6$ se puede entender como que existe una relación clara entre ambas variables, no es tan baja como para ser irrelevante, pero tampoco tan alta como para asegurar que una variable predice totalmente a

la otra, además, de que pueden existir otros factores, sin embargo, en este caso se encontró que la relación entre las variables es estadísticamente significativa y relevante.

5.2. Conclusión

La hipótesis planteada en la investigación establecía que adolescentes de 14 a 17 años, a mayor uso de redes sociales, menor serían los niveles de autoestima en adolescentes, y dados los resultados obtenidos, los cuales nos muestran una correlación negativa moderada ($r = -0,6$) entre ambas variables, podemos confirmar que esta se cumple satisfactoriamente. Los resultados reflejan que un consumo elevado de redes sociales se asocia a una percepción y valoración personal más baja, y viceversa, entre menor uso de redes sociales se tiende a una autoestima más elevada.

Sin embargo, cabe resaltar que los resultados obtenidos no implican necesariamente que una variable condicione a la otra, ya que existen factores diversos que pueden determinar el resultado de estas, pero si se puede aseverar que la conducta presente (uso abusivo de redes sociales) se evidencia más en la cierta población, en este caso jóvenes de entre 14 y 17 años, los cuales presentaron a su vez niveles bajos de autoestima, lo cual dentro de nuestra investigación resulta relevante, ya que la etapa de la adolescencia es una etapa intensa de transformación, donde se encuentra una identidad, y surge la necesidad de validación social.

Dado los hallazgos de esta investigación podemos comprender la importancia de la autoestima, más aún en etapas del ciclo vital como la adolescencia, donde se inicia la búsqueda de la identidad, establecer vínculos con los pares y a nivel biológico es donde existen un mayor cambio hormonal lo que provoca, a su vez, una percepción diferente del mundo y de uno mismo, por lo que resulta igual de relevante prestar atención a el uso que se le da a las redes sociales, por todo lo que estas implican, por ejemplo, la muestra de cuerpos y vidas “perfectas”,

estándares inalcanzables, tendencias en moda igual de imposibles o incluso comentarios que pueden resultar ofensivos y sensibles para algunas personas.

Por otro lado, dado la magnitud de los resultados obtenidos se recomendaría a los establecimientos educativos, familias y profesionales de la salud mental que promuevan programas de educación digital que fomenten un uso consciente y equilibrado de las redes sociales. Asimismo, se sugiere la implementación de talleres y/o actividades que fortalezcan la autoestima y el desarrollo personal, de modo que los adolescentes puedan enfrentar las presiones y comparaciones propias del entorno digital sin que estas afecten su bienestar emocional.

Este estudio pone en evidencia que el impacto de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes no es un fenómeno aislado, sino una realidad que requiere atención y acción conjunta. Comprender esta relación no solo permite prevenir consecuencias emocionales negativas, sino también abrir el camino hacia una convivencia más saludable entre la vida digital y el crecimiento personal de los jóvenes.

Bibliografía

- Bedoya, C. (marzo de 2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes*. Obtenido de la Universidad de Lima.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007) *Social network site: definition, history, and scholarship*. Journal of Computer- Mediated Communication.
- Branden, N. (1994) *The six pillars of self-esteem*. Bantam Booksoc
- Castells, M. (2009) *Communication power*. Oxford University Press
- Chala, L., & Matoma, L. (Junio de 2013). *La construcción de la identidad en la adolescencia*. Obtenido de Universidad pedagógica nacional.
- Coopersmith, S. (1967) *Sel-esteem*. W. H. Freeman.
- Coronado, J. (julio-diciembre de 2007). *Escalas de medición*. Obtenido de Corporación Universitaria Unitec.
- Duarte Quapper, K. (2001). *¿Juventud o juventudes? Versiones, trampas, pistas y ejes para acercarnos progresivamente a los mundos juveniles*. Revista Pasos, 89,37–54. Universidad de Costa Rica.
- Fuentes, A. (marzo de 2024). *Asociación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes*. Obtenido de la Universidad de Alcalá.
- Gaete, V. (6 de diciembre de 2015). *Desarrollo psicosocial del adolescente*. Obtenido de Scielo.
- Goodman, W. (2023). *Positividad tóxica: Felicidad real en un mundo obsesionado con las #goodvibes* (R. Pérez Montes, Trad.). Editorial Planeta.
- Han, B.-C (2012) *La sociedad del cansancio*. (A. Saratxaga, Trad.). Herder. (Original publicado en 2010).
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto* (A. Saratxaga, Trad.). Herder. (Original publicado en 2016).
- Ives, E. (Mayo de 2014). *La identidad del adolescente. Como se contruye*. Obtenido de Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Uusers of the World, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons.
- Krauskropof, D. (1999) *El desarrollo psicológico en la adolescencia: las transformaciones en una época de cambios*. Obtenido de Scielo
- Lozano, D., Vásquez, D., & Ramírez, C. (15 de Agosto de 2020). *Adicción a redes sociales y cyberbullying en los adolescentes*. Obtenido de Muro de investigación.

- Muñoz, N. E. y Ramírez, S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52.
- Mruck, C. J. (2006) *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. Springer Publishing Company.
- Ocaña, M. A. R., & Fócil, N. (2022). El uso de body positive en las campañas de moda y su influencia en la autoestima de las mujeres. *Revista Científica*, 1(22.)
- O'Reilly, T. (2005) *What is Web 2.0: business models for the next generation of software*. O'Reilly Media.
- Pérez, D.S. (2002) *Capítulo I. El concepto de la adolescencia*
- Pineda, S, Aliño. M. (2002). *El concepto de la adolescencia*. Obtenido de Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia 2 (3), 15-23.
- Romero, P. (2016). *La medicina "like"*. Obtenido de Trabajo fianl de máster: Estrategia y cratividad digital.
- Rosenberg, M. (1965) *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rubio Hernández, F. J., González Calahorra, E. & Olivo Franco, J. L. (2024). Adolescentes en la era digital. Desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. *Ciencia y Educación*, 8(3), 39-58
- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2006) *Metodología de la investigación* (4.ª ed). McGraw-Hill
- Verónica Portillo, J. A. (15 de abril de 2021). *Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios*. Obtenido de CNEIP.
- Vidal, D. (2 de marzo de 2022). 3- *Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio de enseñanza media de dos comunas de la provincia de Concepción, Chile*. Obtenido de Revista perspectiva n°39.
- Wilhelm, D. (1944). *fundación de las ciencias del espíritu*. Obtenido de Mundo histórico.
- Zamora Borge, P. E. de la C. (2013). *La construcción de identidad en la adolescencia. El reto de apropiarse de un lugar en el mundo*. *Eutopía*, 6(19).

Anexos

Versión al castellano del Bergen Social Media Addiction Scale en adolescentes

Instrucciones:

A continuación, encontrarás algunas afirmaciones sobre tu uso de las redes sociales. Utiliza la siguiente escala para contestarlas.

1	2	3	4	5
Casi nunca	Algunas veces	La mitad de las veces	La mayoría de las veces	Casi siempre

Durante el último año ¿con qué frecuencia has...

1. ... pasado mucho tiempo pensando en redes sociales o planeando su uso?	1	2	3	4	5
2. ... tenido un deseo cada vez mayor de usar más y más las redes sociales?	1	2	3	4	5
3. ... usado las redes sociales para olvidar tus problemas personales?	1	2	3	4	5
4. intentado reducir el uso de redes sociales, pero no has podido?	1	2	3	4	5
5. ... te has sentido nervioso o molesto cuando te han prohibido usar las redes sociales?	1	2	3	4	5
6. ... usado tanto las redes sociales que ello ha tenido un impacto negativo en tus estudios?	1	2	3	4	5

Uso problemático de las redes sociales total = 1+2+3+4+5+6 _____

UNIVERSIDAD
MIGUEL DE CERVANTES
Consentimiento Informado

Estimado(a) Estudiante:

Nuestros nombres son Javiera Hormazábal, Yuliana Leiva y Katherine Miranda, somos estudiantes de 5to año de la carrera de psicología de la Universidad Miguel de Cervantes, en estos momentos estamos llevando a cabo una investigación de Tesina bajo la supervisión del profesor Psicólogo Álvaro Correa Guzmán. La investigación se titula, "Autoestima en Adolescentes con uso abusivo en Redes Sociales"

El propósito de este consentimiento es que comprenda los alcances del estudio y solicitarle su consentimiento para participar.

Procedimiento: El estudio se llevará a cabo mediante la aplicación de dos instrumentos teniendo un tiempo 20 minutos para realizarlos, en el cual tu participación es voluntaria. Puedes retirarte en cualquier momento sin necesidad de justificación ni consecuencias adversas.

Confidencialidad: Los instrumentos y sus resultados serán completamente anónimos, siendo solo el equipo de investigación quienes tendrán acceso a estos. Por esta razón los instrumentos tendrán un código para cada participante, con los cuales no será posible asociarlo con ninguno de estos.

En la presentación de los resultados se utilizarán indicadores estadísticos generales que no tienen ninguna relación con los participantes en forma directa.

-Declaro conocer los términos de este consentimiento informado, los objetivos de la investigación, las formas de participación, del acceso y resguardo de información, reconozco que la información que es estrictamente confidencial, anónima y que los participantes tendrán acceso a los resultados de esta investigación en su etapa de publicación y que he sido informado/a de que puedo hacer preguntas en cualquier momento y que puedo retirarme si lo deseo, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

Edad:

Curso:

Firma

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG

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

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

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