



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES IZTACALA
Sistema de Universidad Abierta y Educación a
Distancia

Manuscrito Recepcional
Programa de Profundización en Psicología
Clínica

Autoestima y Adicción a las Redes Sociales Digitales en
Adolescentes de Nivel Medio Superior

Investigación Empírica

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A:

Estefanía Denisse Martínez Martínez

Director: Lic. Liliana Moreyra Jiménez

Dictaminador: Lic. Blanca Delia Arias García



Los Reyes Iztacala Tlalnepantla, Estado de México, 4 de Diciembre de 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
MARCO TEÓRICO	7
1.1 ADOLESCENCIA	8
1.2 Definición de adolescencia.....	8
1.3 Etapas de la adolescencia y sus características.....	10
1.3.1 Adolescencia temprana.....	12
1.3.2 Adolescencia media	13
1.3.3 Adolescencia tardía.....	14
1.4 Desarrollo de la adolescencia.....	15
1.4.1 Desarrollo biológico del adolescente.....	15
1.4.2 Desarrollo cognitivo del adolescente	16
1.4.3 Desarrollo psicosexual del adolescente	18
1.4.4 Desarrollo psicosocial del adolescente.....	19
.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1 AUTOESTIMA.....	20
2.2 Definición de autoestima	21
2.3 Componentes de la autoestima.....	23
2.4 Autoconcepto.....	26
2.5 Desarrollo de la autoestima	28
2.6 Dimensiones de la autoestima	29
2.7 Niveles de autoestima	31
2.8 Características de la autoestima en la adolescencia.....	33
.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1 REDES SOCIALES DIGITALES	34
3.2 Antecedentes históricos	34
3.3 Definición de Redes Sociales Digitales.....	36
3.4 Estadística sobre el uso de redes sociales digitales.....	38
3.5 Adicción a las redes sociales digitales.....	39
Planteamiento del problema.....	42
Justificación	¡Error! Marcador no definido.
Preguntas de investigación.....	44
Objetivo general.....	44
Objetivos específicos.....	44
Método	45
Selección de la muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
Participantes	45
Escenario.....	¡Error! Marcador no definido.
Diseño de investigación.....	46
Variables.....	47
Instrumentos.....	50
Procedimiento.....	51
Análisis de datos	52
RESULTADOS.....	53
Resultados descriptivos	53
Variable adicción a redes sociales y autoestima	60
Resultados inferenciales.....	61

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	65
Referencias Bibliográficas	67
ANEXOS.....	76
Anexo A.....	77
Anexo B.....	78
Anexo C	79

AUTOESTIMA Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN ADOLESCENTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

SELF-ESTEEM AND SOCIAL NETWORKS ADDICTION IN HIGH SCHOOL TEENAGERS

Estefanía Denisse Martínez Martínez
Facultad de Estudios Superiores Iztacala
Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito establecer la relación entre adicción a las redes sociales digitales y la autoestima en adolescentes de nivel medio superior. La investigación fue desarrollada bajo un diseño transversal correlacional. La muestra fue conformada por 100 alumnos de entre 14 y 18 años de edad. Para la recolección de los datos se aplicó la escala de autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014). Para comprobar los resultados de esta investigación se utilizó el programa SPSS versión 20. El análisis fue de tipo descriptivo e inferencial utilizando la correlación de Pearson la cual demuestra que no existe una correlación entre las variables del estudio ($r_p = -.134$, $p = .185$), el tipo de correlación es negativa o inversa, por tal razón se comprende que aquellos resultados donde los adolescentes presentan un alto puntaje en el cuestionario de adicción a las redes sociales tienen un bajo puntaje en la escala de autoestima y viceversa. Con respecto a la prueba de confiabilidad se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach, donde el cuestionario ARS arroja un alfa de .882, considerado bueno, mientras el alfa de la escala de autoestima de Rosenberg fue de .790 considerado como aceptable. Se concluye que la adicción a las redes sociales no se correlaciona con la autoestima de los adolescentes, sin embargo, la media obtenida de autoestima fue de 23.67 (DE = 4.68) que corresponde a una autoestima media. La información encontrada en ésta investigación difiere con lo mostrado en la literatura debido que el grupo de adolescentes evaluados no mostró una relación entre autoestima y adicción a las redes sociales, por consiguiente, se observa que no corresponde con lo que encontraron autores en otras investigaciones.

Palabras clave: Autoestima, Adicción a las Redes Sociales Digitales, Adolescentes.

Abstract

The purpose of this research was to establish the relationship between social networks addiction and self-esteem in high school teenagers. The research was developed under a transversal correlational design. The sample consisted of 100 students between 14 and 18 years of age. To collect the data, the Rosenberg self-esteem Scale and the Social Network Addiction Questionnaire (ARS) of Escurra and Salas (2014) were applied. To verify the results of this investigation, was used the program SPSS version 20. The analysis was descriptive and inferential using Pearson correlation, which shows that there is no correlation between the variables ($r_p = -.134$, $p = .185$) the type of correlation is negative or inverse, for this reason it is understood that those results where adolescents have a high score in the questionnaire of addiction to social networks have a low score on the scale of self-esteem and viceversa. With respect to the reliability test, the Cronbach alpha coefficient was applied, where the ARS questionnaire showed an alpha of .882, considered good, and the alpha of the Rosenberg self-esteem scale was .790 considered acceptable. It is concluded that the addiction to social networks does not correlate with the self-esteem of adolescents, however the average obtained from self-esteem was 23.67 (SD = 4.68) which corresponds to a medium self-esteem. The information found in this research differs from that shown in the literature because the group of adolescents evaluated did not show a relationship between self-esteem and addiction to social networks, therefore, it is observed that it does not correspond to what other authors found in other research. .

Key words: Self-esteem, Social Networks Addiction, Teenagers.

Hoy en día los medios de comunicación han bombardeado a los jóvenes con diversas plataformas que son conocidas como redes sociales, en las cuales se pueden realizar un sin fin de actividades como chatear, publicar imágenes, ver videos, conocer nuevas personas, interactuar con amigos, crear perfiles y muchas cosas más, por tal motivo al ser un medio con tan fácil accesibilidad para los adolescentes y que con el están en constante interacción, nació la idea de ésta investigación. Al ser la autoestima una parte esencial de nuestro ser, ya que involucra la valía personal y las experiencias que vamos recogiendo a lo largo de nuestra vida, resultó interesante conocer si las redes sociales influyen en la autoestima de los adolescentes, debido a que son quienes se encuentran en una etapa donde presentan una infinidad de cambios de tipo físicos, biológicos, cognitivos y sociales, por ende, el adolescente al enfrentarse a todos estos cambios presenta gran vulnerabilidad de ir absorbiendo lo que se encuentra a su alrededor, esto con la finalidad de consolidar su propia imagen, por consiguiente, con éste estudio se pretende observar si la adicción a las redes sociales digitales afecta en el desarrollo de la autoestima. De acuerdo con lo anterior, se tiene como objetivo de este estudio, establecer la relación entre dichas variables.

A continuación se menciona un breve preámbulo de lo que trata este estudio.

En el capítulo 1 se define la adolescencia, mencionando las etapas junto con sus características, después se retoman dichas etapas señalando el desarrollo de cada una tomando en consideración los cambios cognitivos, biológicos, psicosexuales y psicosociales.

En el capítulo 2 se define la autoestima, se hace una breve mención de los componentes de dicha variable, en seguida, se realiza la definición del autoconcepto, y posteriormente se retoma la autoestima haciendo alusión a las dimensiones de ésta y la manera en cómo se desarrolla, para finalmente hablar de los niveles que tiene la autoestima y de las características que ésta tiene en la adolescencia.

El siguiente capítulo de ésta investigación va dedicado a las redes sociales digitales, donde se empieza con una breve descripción de los antecedentes históricos, después se

definen las redes sociales y en seguida se presentan algunos datos estadísticos sobre su uso, para concluir con la adicción a las redes sociales digitales.

Posteriormente se presenta el análisis cuantitativo de la presente investigación, ultimando con las consideraciones finales.

MARCO TEÓRICO

1.1 ADOLESCENCIA

La adolescencia en la actualidad es un tema cotidiano, debido a que continúa existiendo un intercambio de puntos de vista entre investigadores, por tal razón la adolescencia es estudiada tanto por la psicología, la biología, la sociología, y muchas otras ciencias, de ahí que, la adolescencia ha sido definida desde diferentes disciplinas. Con el fin de comprender mejor qué es la adolescencia desde el enfoque psicológico, en éste capítulo se retomarán diversas definiciones dadas por algunos autores.

1.2 Definición de adolescencia

Como se mencionó anteriormente existen diversas definiciones sobre la adolescencia para fines de este trabajo se nombra en primer lugar la utilizada por Pineda y Aliño (2002) “la adolescencia es una etapa entre la niñez y la edad adulta, que se inicia por los cambios puberales y se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis y conflictos” (p.16). Por lo que, la adolescencia no solo se basa en los cambios de tipo corporales, asimismo el adolescente va creando independencia a nivel psicológico y social.

Otro autor define la adolescencia como el lapso tormentoso, en que se provocan gran cantidad de tensiones, con inestabilidad, entusiasmo y pasión, en la que los jóvenes se encuentran divididos en tendencias opuestas (Stanley Hall, como se citó en Martínez, 2013).

En la misma línea Papalia, Wendkos y Duskin (2005) refieren que la adolescencia “es una construcción social, que conlleva grandes cambios interrelacionados en todas las áreas del desarrollo, es la transición entre la niñez y la edad adulta que implica importantes cambios físicos, cognoscitivos y psicosociales” (p. 427).

A continuación, Gaete (2015) integró varias definiciones de distintos autores para realizar una exposición más completa sobre adolescencia.

El término adolescencia deriva del latín *adolescere* que significa crecer hacia la adultez. La adolescencia es aquella etapa del desarrollo ubicada entre la infancia y la adultez, en la que ocurre un proceso creciente de maduración física, psicológica y social que lleva al ser humano a transformarse en adulto. En este período, en el que ocurren los cambios rápidos y de gran magnitud, la persona se hace tanto biológica, como psicológica y socialmente madura y capaz de vivir de forma independiente (Gaete, 2015, p. 437).

Con respecto, a los problemas de los adolescentes durante esta etapa conviene subrayar que dichos problemas nacen de la tensión entre el yo y la sociedad, es decir, por una falta de correspondencia entre los sentimientos respecto de lo que son y lo que la sociedad quiere que sean, por esto, los adolescentes sienten una ambivalencia no sólo ante el orden social, sino ante de sí mismos. Es posible que piensen que la sociedad es demasiado rígida y dominante, de ahí que intenten escapar asumiendo identidades y roles temporales (Keniston, como se citó en Craig & Baucum, 2009).

Finalmente, es preciso destacar que la adolescencia es un período en que se producen muchos cambios hormonales en el organismo. Estos cambios hormonales son los que provocan la transformación física pero también sus alteraciones emocionales, así los adolescentes pueden pasar de la alegría a la melancolía con asombrosa rapidez (Cervantes, 2017, p. 11).

Por todo lo anterior, se puede señalar que los diversos autores a pesar de tener cada uno su respectiva definición, podemos encontrar que existen ciertas similitudes entre estas. Para continuar es preciso conocer sobre las fases o etapas de la adolescencia, así como las edades respecto a cuándo inicia y finaliza ésta.

1.3 Etapas de la adolescencia y sus características

Hoy en día es complicado asignar cuando inicia y finaliza la adolescencia, debido a que su inicio se ha ido asociando a los cambios biológicos y su término a situaciones psicosociales, por lo que, existe una diversa inconstancia individual entre las edades en que ambas se desencadenan. Esto se debe a que en nuestra época se ha prolongado la adolescencia a causa de un adelanto de la pubertad y por un retraso causado por la dificultad de alcanzar la madurez social, originada por la complicación que presentan los jóvenes en conseguir un trabajo estable y así logren su independencia (Gaete, 2015).

Aun teniendo en cuenta las limitaciones previas el desarrollo psicosocial de la adolescencia presenta tres fases. En Gaete (2015) y García (2009) la terminología tradicional para designar a estas etapas ha sido denominarlas adolescencia temprana, media y tardía, la adolescencia temprana va desde los 10 a los 13-14 años de edad, la media de los 14-15 años de edad a los 16-17 años y la adolescencia tardía de los 17-18 años en adelante.

Por otra parte, Baldiz y Rosales (2005) refieren que la duración de cada etapa depende de tres distintas oscilaciones, la primera variación es la histórica, ésta hace referencia a la generación a la cual pertenece; la segunda variación es la individual, es decir, depende de las historias y de las necesidades que presenta el adolescente; y la tercera variación es la conceptual, que permite al joven identificar los cambios y así definir o ultimar una etapa.

De acuerdo con Pinedo y Aliño (2002) existen características esenciales durante la adolescencia, las cuales difieren de acuerdo a las etapas temprana y tardía, tomando como referencia las de la adolescencia temprana, ésta se ve determinada por el inicio de los cambios

puberales y el desarrollo somático acelerado, de modo que, el adolescente presenta incertidumbre por los cambios físicos, inhabilidad a nivel motor, una contrastada búsqueda de su sexualidad, así como de su propia independencia, en consecuencia existe un mayor conflicto tanto con los maestros o padres e inclusive con otros adultos, como resultado hay cambios manifiestos en lo que hace y en lo que siente. Con respecto a la adolescencia tardía los mismos autores refieren que ésta etapa se ve finalizada por el desarrollo y el crecimiento, donde el adolescente tiene que tomar decisiones en su vida, tales como a qué escuela acudir o qué carrera es la más adecuada, es decir decisiones de tipo educativo y profesional, en dicha etapa ya hay control de los impulsos y hay una mayor definición en su sexualidad.

Para conocer las principales características que presenta el adolescente en estas etapas, se detallarán por separada cada una, cabe destacar que, a pesar de que se define a la adolescencia por etapas o fases, no existe un esquema único de desarrollo psicosocial que pueda aplicarse a cada joven. (Gaete (2015).

La adolescencia constituye un proceso altamente variable en cuanto al crecimiento y desarrollo biológico, psicológico y social de las diversas personas. Así también, el proceso puede ser asincrónico en sus distintos aspectos (biológico, emocional, intelectual y social) y no ocurrir como un continuo, sino presentar períodos frecuentes de regresión en relación con estresores. Además, muestra diferencias y especificidades derivadas de factores como el sexo y etnia del joven, y del ambiente en que se produce (urbano, rural, nivel socioeconómico y educacional, tipo de cultura, etc.) (Gaete, 2015, p. 439).

Para poder determinar las características esenciales de cada etapa de la adolescencia se tomarán como referencia las etapas propuestas por Gaete (2015) y García (2009).

1.3.1 Adolescencia temprana

En esta etapa los adolescentes sufren tanto de cambios físicos como a nivel intelectual.

La adolescencia temprana se caracteriza por el comienzo del desarrollo de las primeras características sexuales en un individuo, es decir los órganos sexuales comienzan a realizar las funciones de ovulación y eyaculación. Aparece el interés por sus pares, sin dejar a un lado la interacción con sus padres. Es importante destacar que en esta etapa el adolescente es más proclive a caer en situaciones de riesgo (Cárdenas & Roldan, 2017, p. 6).

De acuerdo con el desarrollo psicológico de esta etapa se identifica por la existencia del egocentrismo, con esto se quiere decir, que el adolescente se centra en su propio comportamiento, en sus cambios físicos, así como en su apariencia, y da por hecho que las otras personas tienen perspectivas y valores semejantes a los suyos. No obstante, piensa que los demás en especial sus compañeros y amigos están tan preocupados de su apariencia y comportamiento como él mismo. De esta manera siente que está constantemente en un escenario, como si fuera el actor principal donde proyecta evaluaciones hacia sí mismo ya sean positivas o negativas, dicho sea de paso, el adolescente durante esta etapa presenta labilidad emocional, con cambios muy rápidos en el estado de ánimo, asimismo presenta falta de control de impulsos y una necesidad de ser gratificado (Gaete, 2015).

Con esto se quiere decir que el adolescente presenta los primeros cambios físicos y comienza el inicio de la maduración psicológica, donde pasa del pensamiento concreto al abstracto, igualmente el adolescente intenta crear sus propios criterios, en ésta etapa quiere que las personas lo dejen de relacionar con los niños, sin embargo aún no es aceptado por los adolescentes, lo cual genera en él una desadaptación social, que también se presenta dentro de la familia, como consecuencia, puede mostrar alteraciones emocionales, que podrán influir en la conducta, causando un posible aislamiento (Cervantes, 2017). El mismo autor menciona que “la familia se convierte en un factor importante en cómo el adolescente vive esta etapa ya que el apoyo y la autoridad le ayudarán a estructurar su personalidad y a superar la ansiedad que le provoca enfrentarse al cambio” (p. 16).

1.3.2 Adolescencia media

De acuerdo con Gaete (2015) “el hecho central en este período es el distanciamiento afectivo de la familia y el acercamiento al grupo de pares, lo que implica una profunda reorientación en las relaciones interpersonales” (p. 440). Con respecto al desarrollo psicológico el mismo autor refiere que la autoimagen depende mucho de las opiniones de otros, sin embargo, el joven tiende a aislarse, por tal razón puede pasar la mayoría de su tiempo a solas, en cuanto a sus emociones, éstas aumentan el nivel y la apertura, además de que logra la capacidad de reconocer los sentimientos de los demás, así como de preocuparse por los otros.

Cárdenas y Roldan (2017) mencionan que en la adolescencia media “la interacción social, la independencia, las relaciones interpersonales y la sexualidad juegan un papel muy importante en esta etapa, debido a que la personalidad se va consolidando” (p. 6).

En efecto, en este periodo se consigue un cierto grado de adaptación y aceptación de sí mismo, se tiene un parcial conocimiento y percepción en cuanto a su potencial, como

resultado, la integración de su grupo le da cierta seguridad y satisfacciones al establecer amistades (Cervantes, 2017, p. 17).

1.3.3 Adolescencia tardía

Cárdenas y Roldan (2017) refieren que esta etapa de la adolescencia “es fundamental para la identidad personal, valores personales y objetivos de vida, además de que los adolescentes son más comprometidos en aspectos sociales y sexuales, así como se solidifica la autoestima” (p. 6).

Para la mayoría de los adolescentes es un período de mayor tranquilidad y aumento en la integración de la personalidad. Si todo ha avanzado suficientemente bien en las fases previas, incluyendo la presencia de una familia y un grupo de pares apoyadores, el joven estará en una buena vía para manejar las tareas de la adultez. En el ámbito del desarrollo psicológico, en esta etapa la identidad se encuentra más firme en sus diversos aspectos. La autoimagen ya no está definida por los pares, sino que depende del propio adolescente. Los intereses son más estables y existe conciencia de los límites y las limitaciones personales. Se adquiere aptitud para tomar decisiones en forma independiente y para establecer límites, y se desarrolla la habilidad de planificación futura (Gaete, 2015, p. 441).

Esta es la última etapa que atraviesa el joven para finalmente lograr su autonomía y su identidad. De acuerdo con Cervantes (2017) en esta etapa “se disminuye la velocidad de crecimiento, los cambios le proporcionan seguridad y ayudan a superar su crisis de identidad, se empieza a tener más control de las emociones, tiene independencia y autonomía” (p. 17). No obstante, el adolescente comienza a presentar cierto grado de ansiedad debido a las nuevas responsabilidades que surgen, ya sean responsabilidades presentadas por su familia o por iniciativa propia.

1.4 Desarrollo de la adolescencia

El proceso de la adolescencia es analizado principalmente por tres niveles los cuales se interrelacionan, el primero es el biológico conocido también como pubertad, el psicológico donde se mencionan las fases y tareas de la adolescencia, las cuales se mencionaron anteriormente, y el social donde tiene que ver la emancipación y los valores sociales (Antona, Madrid & Aláez, 2003). Por tanto, es esencial detallar el desarrollo biológico, cognitivo y social del adolescente, de manera que en los siguientes apartados se explicarán dichos desarrollos.

1.4.1 Desarrollo biológico del adolescente

Existen dos fenómenos biológicos que marcan el proceso del adolescente, el primero es el crecimiento y el desarrollo corporal y el segundo es la aparición de los caracteres sexuales secundarios. Los cambios biológicos de la adolescencia vienen marcados desde la pubertad que se caracteriza tanto en hombres como en mujeres por un estirón puberal o aumento de talla, a la vez de un aumento de peso; y hay un cambio en la composición corporal, en las mujeres hay un aumento del tejido adiposo y en los hombres un aumento de masa muscular, con respecto a la aparición de caracteres sexuales, en las mujeres hay crecimiento de mamas, crecimiento pubiano, crecimiento de cintura pélvica y menarquía. Mientras que en los varones hay un cambio de voz, crecimiento de vello pubiano y testicular,

y desarrollo de genitales (Antona et al., 2003). Con respecto a estos cambios Pedreira y Álvarez (2000) realizan una descripción más detallada.

Como consecuencia del proceso de maduración somática, en la niña se elevan los estrógenos y en el niño los andrógenos. Dicho proceso es el que conduce al desarrollo de los caracteres sexuales secundarios: la aparición y distribución del vello (de forma más característica con la aparición de la barba en el varón), la redistribución del tejido adiposo (de forma muy manifiesta en la mujer: desarrollo mamario, grasa en las caderas), el incremento de la masa muscular (más manifiesto en el varón), el crecimiento y posterior cierre óseo, el cambio de la voz (enronquecimiento de la voz del varón) y, posiblemente, la aparición del acné (Pedreira y Álvarez, 2000, p. 76).

De acuerdo con Pedreira y Álvarez (2000) “el aumento de hormonas sexuales conduce también a la menarquía, poluciones nocturnas, aumento del impulso sexual y cambios en el comportamiento” (p. 80).

En efecto el desarrollo biológico juega un papel importante en la adolescencia, generando diversos cambios hormonales que provocan que los jóvenes sientan confusión sobre quiénes son, lo cual a la vez provoca diversos cambios a nivel emocional.

1.4.2 Desarrollo cognitivo del adolescente

Durante la adolescencia se desarrolla el pensamiento formal. Desde la fase anterior de las operaciones concretas, los niños comienzan, de forma gradual, a dominar nociones

abstractas, adquiriendo el pensamiento formal de la adolescencia. El pensamiento se hace abstracto, conceptual, y se orienta hacia el futuro, empezando a construir proposiciones que cambiarán el pensamiento de “lo real” a “lo posible”, lo que le da un sentimiento de omnipotencia (Piaget, como se citó en Pedreira & Álvarez, 2000).

En relación al pensamiento formal, éste le permite al adolescente pensar no sólo en su propia existencia, sino también en la de otras personas, resultando difícil distinguir entre lo que los demás están pensando y sus propios pensamientos. De forma simultánea, no tiene en cuenta todas las contradicciones vitales, razón por la que su plan de vida suele resultar utópico, ingenuo y es motivo de confrontación de sus ideales con la realidad. Cabe destacar que una porción de jóvenes no alcanza el pensamiento formal (Pedreira y Álvarez, 2000, p. 82).

Existen cambios que se presentan en los adolescentes, dichos cambios para Gaete (2015) se muestran de acuerdo a las fases o etapas de la adolescencia, a continuación se presentarán de manera detallada los principales cambios del desarrollo cognitivo de acuerdo a las fases de la adolescencia.

El desarrollo cognitivo durante la etapa temprana de la adolescencia se caracteriza por el surgimiento del pensamiento abstracto o formal. Donde la toma de decisiones comienza a envolver habilidades más complejas, las cuales son importantes para el desarrollo de la creatividad y para un nivel adecuado en el rendimiento académico del adolescente. Los cambios más representativos se manifiestan en los adolescentes como el soñar despierto, el cual es esencial para un sano desarrollo de la identidad, sin embargo tiende a predominar durante esta fase el pensamiento concreto (Gaete, 2015).

Durante la etapa media de la adolescencia el desarrollo cognitivo para Gaete (2015) se caracteriza por “un incremento de las habilidades de pensamiento abstracto y razonamiento, la posibilidad de razonar sobre su propia persona y los demás lo lleva a ser crítico con sus padres y con la sociedad en general” (p. 440).

El desarrollo cognitivo en la adolescencia tardía se caracteriza de acuerdo con Gaete (2015) “por la existencia de un pensamiento abstracto firmemente establecido. Si las experiencias educativas han sido adecuadas, se alcanza el pensamiento hipotético-deductivo propio del adulto. Aumenta la habilidad para predecir consecuencias y la capacidad de reducción de problemas” (p. 441).

1.4.3 Desarrollo psicosexual del adolescente

En el desarrollo psicosexual del adolescente la identidad sexual es muy importante Villalobos (1999) describe algunas características esenciales.

En la adolescencia temprana los contactos son predominantes con jóvenes del mismo sexo como una forma de reafirmar su identidad. Forman grupos del mismo sexo que les permite compartir vivencias, ensayar y comentar conductas en relación con el sexo opuesto y calmar sus temores e inseguridades en relación con estos contactos. No obstante, las relaciones amorosas se inician con interés en el sexo opuesto, que será seguido por un interés inconsciente o consciente de serle atractivo(a) a éste. Mientras que en la adolescencia media, los jóvenes comienzan a sentirse más confortables con personas del sexo opuesto. Aquí las relaciones amorosas son, por lo general,

de corta duración y es el inicio de la exploración sexual (Villalobos, 1999, p. 3).

Finalmente, igual que en el desarrollo cognitivo existen cambios que el adolescente presenta de acuerdo a las etapas de la adolescencia, con respecto a la adolescencia temprana el adolescente comenzará la autoexploración y como se menciona antes habrá un contacto limitado con el otro sexo, mientras que en la adolescencia media el adolescente puede presentar actividad sexual con múltiples parejas y fantasías románticas, por último la etapa tardía de la adolescencia, se caracteriza por formar relaciones estables, existe una mayor capacidad de reciprocidad afectiva y mayor actividad sexual (Antona et al., 2003).

1.4.4 Desarrollo psicosocial del adolescente

De acuerdo con Iglesias (2013) “las transformaciones físicas tienen un correlato en la esfera psicosocial, comprendiendo cuatro aspectos: la lucha dependencia-independencia, la importancia de la imagen corporal, la relación con sus pares y el desarrollo de la propia identidad” (p. 91). En otras palabras, Pedreira y Álvarez (2000) refieren que “la sociedad impone al adolescente un cambio de estatus, que incluye la necesidad de independencia y de buscar el porvenir fuera de la familia, unido a la necesidad de autonomía de los jóvenes con relación a sus padres, creando en el adolescente una lucha intrapsíquica” (p.82).

Con respecto al desarrollo psicosocial utilizando las etapas de la adolescencia se pueden encontrar diversas características importantes para que el adolescente consolide su independencia, se solidifique su aspecto corporal, se establezcan las relaciones interpersonales y se forme su identidad.

En la adolescencia temprana el adolescente busca su independencia, por consiguiente presenta menor interés en las actividades de tipo paterno, por tal razón puede presentar inicio de conflictos con sus padres e incluso con las normas; en relación con el aspecto corporal, el joven puede presentar preocupación por su aspecto físico, sensibilización ante los defectos,

por ejemplo, las mujeres pueden desear perder peso, mientras que los varones desean ser altos y musculosos. En lo que se refiere a las relaciones, los jóvenes presentan intensas relaciones con amigos del mismo sexo, así como poderosa influencia de los amigos. De acuerdo con su identidad, el adolescente presenta desarrollo del pensamiento formal, necesidad de intimidad, escaso control de los impulsos y labilidad (Iglesias, 2013).

Con respecto a la adolescencia media el adolescente puede presentar mayores conflictos con sus padres, asimismo puede presentar aceptación general de su cuerpo, aunque puede existir una preocupación por hacer su cuerpo más atractivo, a la vez, presenta mayor integración con sus amigos, así como mayor ámbito de sentimientos, consolidación de una identidad personal, desarrollo de la conducta moral, sentimientos de omnipotencia y adquisición de una identidad (Iglesias, 2013).

Finalmente en la adolescencia tardía el joven presentará otros cambios donde se puede observar más estabilidad, por ejemplo, el adolescente presenta una reaceptación de los consejos y valores paternos, igualmente aceptación e identificación con la nueva imagen corporal. En relación con las amistades, el joven puede considerar a su grupo de amigos menos importante y presentar mayor interés en la formación de una pareja, asimismo, presenta una delimitación de valores morales, religiosos y sexuales y la capacidad de comprometerse y establecer límites (Iglesias, 2013).

2.1 AUTOESTIMA

Desde muchas épocas atrás varios autores han intentado definir la autoestima de forma que las características esenciales que la definen queden plasmadas en esa dilucidación, de manera que al revisar la literatura se puede observar como la definición cambia de autor en autor, en cierta forma se puede decir que cada autor utiliza aquella ya existente pero le agrega más información relevante completando la definición; por tal motivo, en el siguiente apartado se explicará de forma detallada qué es la autoestima, con el fin de revisar varias exposiciones propuestas por diversos autores.

En el libro de Branden (1993) sobre el poder de la autoestima el autor menciona que cuando decidió buscar información sobre qué es la autoestima, de qué depende, por qué su presencia o ausencia marca una diferencia tan enorme en la vida de las personas y cómo se puede comprobar, se dio cuenta de que no existía suficiente información sobre el tema, es más no encontró en libros de psicología que mencionaran la palabra autoestima. El mismo autor durante su búsqueda encontró que Sigmund Freud había sugerido que la falta de amor propio se debía a que el niño o la niña se daban cuenta de que no podían tener relaciones sexuales con su padre o madre; por lo que al no convencerle lo propuesto por Freud continuó con su búsqueda.

Más adelante Branden (1993) encontró otra explicación que también le pareció poco útil, la cual fue propuesta por Alfred Adler donde mencionaba que desde el momento que nacemos, comenzamos a presentar sentimientos de inferioridad los cuales son ocasionados por la inseguridad hacia lo desconocido. Al mismo tiempo refiere que el padre de la psicología norteamericana William James, explicaba que la autoestima se basaba en una comparación constante con los demás, cuyo efecto era, que si la autoestima resultaba vencedora ésta era satisfactoria, pero por el contrario si era derrotada ésta se destruía.

Debido a la falta de información muchos autores se dieron a la tarea de realizar diversas investigaciones con el fin de encontrar una explicación más precisa sobre la autoestima, como resultado en la actualidad encontramos un sin fin de investigaciones que abarcan a la autoestima. Es preciso señalar que el tema de la autoestima ha sido investigado con tanto auge debido a la importancia que tiene en la vida de cada una de las personas.

2.2 Definición de autoestima

Mejía, Pastrana y Mejía (2011) definen a la autoestima como “el concepto que tenemos de nuestra valía personal, que involucra todos nuestros sentimientos, pensamientos, actitudes y experiencias que sobre nosotros mismos hemos recogido en el trayecto de nuestra vida” (p. 3). Tomando en cuenta otra de las definiciones importantes que se le han dado a la autoestima a continuación se menciona la de Branden (1993):

La autoestima es la experiencia de ser aptos para la vida y sus requerimientos y consiste en la confianza de nuestra capacidad de pensar y de afrontar los desafíos de la vida, así como la confianza en nuestro derecho de ser felices, el sentimiento de ser dignos, de merecer, de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y a gozar de los frutos de nuestros esfuerzos p.33).

El mismo autor habla sobre la necesidad de autoestima, la cual deriva de dos hechos: el primer hecho básico tiene que ver con la dependencia del uso adecuado de nuestra consciencia para poder sobrevivir y a la vez adaptarnos, donde la vida de cada uno y el bienestar penden de la habilidad para pensar. El segundo hecho refiere que no es automático el uso adecuado de esta consciencia, debido a que en la regulación de su actividad existe un componente esencial, que es la elección y, por tanto, la responsabilidad personal (Branden, 2003).

Asimismo la autoestima ha sido definida como la capacidad que tiene la persona para tener confianza en sí mismo, autonomía, estabilidad emocional, eficiencia, felicidad, relaciones interpersonales favorables, expresando una conducta desinhibida en grupo, sin centrarse en sí mismos ni en sus problemas (Coopersmith, como se citó en González, 2007).

“Para *Rosemberg* (1965) la autoestima, desde una aproximación sociocultural, sería definida como una actitud, tanto positiva como negativa, que la gente tiene de sí misma” (Sánchez, 1999, p. 251).

En otras palabras Perinat (2003) expone que la noción de autoestima corresponde “a un evaluación de la identidad personal, e incluye las representaciones y creencias sobre uno mismo, las cuales se elaboran desde la infancia en base y relación con su entorno” (p106).

Finalmente Peña (2017) retoma lo encontrado por varios autores y realiza una definición más compleja.

La autoestima es ese sentimiento de valor hacia nosotros mismos, sobre todos aquellos aspectos que nos integran como individuos y nos hacen identificarnos como seres únicos e irrepetibles. Según el nivel de autoestima que tengamos es lo que va a definir la cantidad de fracasos o logros que concretemos en nuestra vida, ya que a medida de que valoremos y aceptemos lo que somos podremos desenvolvernos como entes sociales y desarrollar los roles propios de cada uno. La autoestima es ese criterio emocional que los sujetos perciben de sí mismos e incluso llega a sobrepasar en sus motivos la racionalización y toda lógica de dicho sujeto (Peña, 2017, p. 55).

Por consiguiente, varias de las definiciones de la autoestima consisten en el conocimiento de sí mismo, es decir en la función de valerse por uno mismo o de valorarse, en aprender a quererse, respetarse y cuidarse uno mismo, por tanto, es la actitud que cada uno tiene sobre sí mismo.

2.3 Componentes de la autoestima

En las últimas décadas investigadores han estudiado la autoestima tanto para poder definir mejor la autoestima como para poder estudiarla de manera más compleja en el ser humano, De Mézerville (2004) refiere que la autoestima está compuesta por aspectos interrelacionados, en consecuencia el mismo autor presenta un modelo que denomina proceso

de la autoestima, en dicho proceso la autoestima es considerada en dos dimensiones complementarias. La primera se refiere a una actitud inferida integrada por tres componentes: la autoimagen, la autovaloración y la autoconfianza; y la otra dimensión es la conductual observable, la cual está conformada por tres componentes: el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización.

Por otro lado, la autoestima es expresada a través de tres componentes, que actúan en forma conjunta, el componente cognoscitivo, el emocional-evaluativo y el conductual (Córtes de Aragón, como se citó en Salcedo, 2016).

En el componente cognoscitivo se encuentran los conceptos referidos a la representación mental que los individuos tienen sobre sí mismos, tales como conceptos, ideas, conocimientos, percepciones, creencias y opiniones, por tanto, en este componente se encuentra el autoconocimiento, el autoconcepto, la autocompasión, la autoimagen y autopercepción. En lo que se refiere al componente emocional, en éste se encuentran los sentimientos y emociones con respecto a uno mismo como la autoaceptación, autoevaluación y autoaprecio. Finalmente en el componente conductual es importante destacar que la autoestima no solo implica los otros componentes antes mencionados sino que se hace observable a través de las conductas y comportamientos realizados, en otras palabras, las personas con autoestima alta presentan conductas coherentes, congruente, responsables y son autónomas (Córtes de Aragón, como se citó en Salcedo, 2016).

Continuando con los componentes de la autoestima propuestos por De Mézerville (2005), es importante retomarlos para conocer mejor sobre el proceso de la autoestima. En primer instancia se menciona la autoimagen de acuerdo con Naranjo (2007) consiste “en la capacidad de verse a sí mismo o a sí misma como la persona que realmente es, con sus virtudes y defectos, la persona que tiene una autoestima saludable trata de estar consciente incluso de sus errores” (p.10). Dicho de otra manera, es la capacidad de lograr una percepción fundamental de las características más significativas de la personalidad, de su relación con otros y con el ambiente.

Respecto a la autovaloración, el mismo autor describe que ésta ocurre cuando el individuo se considera importante tanto para sí mismo como para los demás. Éste componente se relaciona con aspectos como la autoaceptación y el autorespeto (Naranjo, 2007). Donde la autoaceptación es admitir y reconocer cómo somos, cómo es nuestra forma de sentir y de pensar; mientras el autorespeto es el amor propio, es el valorar lo que se hace o se tiene, es elogiarse, apreciar los propios talentos, esforzarse por alcanzar habilidades nuevas y desarrollar las que ya se tiene (Rogers, como se citó en Manrique, 2004).

En relación a la autoconfianza, Naranjo (2007) refiere que ésta se caracteriza porque “la persona cree que puede realizar bien distintas cosas y sentirse segura al hacerlas, es decir, cree en sí misma y en sus propias capacidades para enfrentar distintos retos” (p.11).

Otro componente es el autocontrol, que consiste en la capacidad de organizarse pertinentemente y ejercer un dominio propio que provoque tanto el bienestar personal como el del grupo al que se pertenece. Aquellas personas con baja autoestima presentan una capacidad limitada de autocontrol, por tal motivo, esta falta de capacidad se hace manifiesta en diversas áreas cuando ocurre una situación de descontrol (Naranjo, 2007).

La autoafirmación es la libertad de ser uno mismo y poder tomar decisiones para conducirse con autonomía y madurez. Se caracteriza por la capacidad que tiene la persona de manifestarse abiertamente cuando expresa sus sentimientos, deseos o habilidad. Además incluye otras capacidades tales como la autodirección y la asertividad personal (Naranjo, 2007, p. 12).

Con respecto a la autorrealización De Mézerville (2004) refiere que este componente consiste en el proceso y la expresión apropiada de las capacidades, permitiendo que las personas puedan vivir una vida plena y satisfactoria para sí misma y para otras personas, cabe señalar que las personas que presentan una baja autoestima viven lamentando la falta de realización personal y relacionan esta queja con un sentimiento de estancamiento existencial.

2.4 Autoconcepto

De acuerdo con Peña (2017) el autoconcepto “es la suma de creencias de un individuo sobre sus cualidades personales, es decir, que sabemos de nosotros mismos” (p. 62). Del mismo modo, Branden (1993) refiere que el autoconcepto radica de un conjunto de ideas, actitudes y cogniciones que se mantienen en nuestra personalidad, así como la forma, en que desempeñamos nuestros roles sociales, dicho de otra manera, este término tiene que ver con lo que pensamos y sobretodo con lo que creemos que las otras personas piensan de nosotros.

Lorenzo (2007) señala que “la interacción social es un elemento esencial en la valoración que los otros hacen de nosotros mismos junto con nuestros procesos internos de valoración” (p. 4). De este modo, el autoconcepto nace, se desarrolla y se transforma en la interacción entre el individuo y su entorno. A continuación se exponen tres áreas en relación con el contenido del autoconcepto que identificó el mismo autor.

La primer área es cómo se ve a sí mismo el individuo, en esta área se engloba todo lo que creemos poseer; la identidad social, características físicas y atributos personales. La segunda es cómo le gustaría verse, en este ámbito constituye el sí mismo ideal. La tercera área consiste en cómo se muestra a los demás, es el sí mismo que el sujeto muestra a los demás, es el más variable, por lo que, el sujeto tiende a comportarse como cree que los demás esperan de él (Lorenzo, 2007, p. 4).

Con esto se puede concluir que cada persona es una construcción con el medio, donde incesablemente busca información que le permita mantener la estabilidad y consistencia de su autoconcepto, a la par de desarrollarlo y enriquecerlo.

Entre las funciones más importantes del autoconcepto de acuerdo con Sebastián (2012) “es regular la conducta mediante un proceso de autoevaluación o autoconciencia, de manera que el comportamiento de un sujeto dependerá en gran medida del autoconcepto que tenga en ese momento” (p. 31).

Es importante conocer la relación que existe entre autoestima y autoconcepto, debido a que diversos autores los han referido como sinónimos, sin embargo sólo existe una relación entre ellos y es distinta su definición. A continuación, se menciona la relación que existe entre ambos conceptos tomando como referencia lo mencionado por Roa (2013).

Autoestima y autoconcepto son definiciones que se encuentran relacionados aunque no son equivalentes. En el autoconcepto prima la dimensión cognitiva, mientras que en la autoestima prevalece la valorativa y afectiva. La estima que un individuo siente hacia su persona es importante para su desarrollo vital, su salud psicológica y su actitud ante sí mismo y ante los demás. El concepto de sí mismo influye en la forma de apreciar los sucesos, los objetos y las personas del entorno. El autoconcepto participa considerablemente en la conducta y las vivencias del individuo (Roa, 2013, p. 244).

En conclusión el autoconcepto como la autoestima son la derivación de un extenso proceso, que se manifiesta por las experiencias tanto personales como sociales.

2.5 Desarrollo de la autoestima

Hasta este punto se entiende que la autoestima se va desarrollando a lo largo de nuestra vida, lo mismo refiere Martínez (2013).

La autoestima se va formando a través de la internalización, en la medida en que se construye esa imagen personal y esto se debe a través de experiencias con otras personas o las actividades donde nos desempeñamos, en la escuela, en la casa, con los amigos, o casualmente cuando somos pequeños escuchamos todo tipo de etiquetas como tonto, burro, nunca puedes, estas feo, etc. Estos se van internalizando inconscientemente y a lo largo de la vida se va creyendo y cargando estas etiquetas y cuando se llega a la etapa adulta estas heridas llevan a una desventaja como provocando problemas en la autoestima del individuo (Martínez, 2013, p. 52).

Del mismo modo, Branden (1993) concluye que la mayoría de las personas venimos de ambientes disfuncionales, debido a que con el afán de educar los padres a los hijos, a veces los niños reciben señales de tipo contradictorio. Además enfatiza que “es evidente que el medio familiar puede producir un profundo impacto para bien o para mal. Los padres pueden alimentar la confianza y el amor propio o colocar enormes obstáculos en el camino del aprendizaje de tales actitudes” (p.34).

Igualmente Martínez (2013) destaca que “el individuo no nace con una autoestima, esto lo adquiere y se va formando progresivamente desde la familia, la sociedad y la escuela, por lo que poco a poco va almacenando experiencias psicológicas” (p. 52).

En efecto, cada una de las etapas va aportando emociones y sentimientos, dando como resultado un sentimiento de valía o de invalidez. Donde las experiencias positivas ayudan a aumentar la autoestima y las experiencias negativas provocan que ésta disminuya.

Conviene subrayar que el desarrollo de la autoestima es un proceso que se lleva a cabo mediante una serie de fases, donde la primera consiste en el trato respetuoso, de aceptación e interés que el individuo recibe de las personas significativas de su vida; la segunda es la historia de éxito, el estatus y la posición que el individuo tiene en el mundo; la tercera fase son los valores y las aspiraciones por los cuáles estos últimos pueden ser modificados e interpretados y la cuarta se refiere a la manera singular y personal de responder a los factores que disminuyen la autoestima, ya sea que el individuo minimice, distorsione o suprima las percepciones de las fallas propias y las de los demás (Coopersmith, como se citó en Válek de Bracho, 2007)

En suma, se infiere que la autoestima positiva requiere el establecimiento de una sensación de identidad que es reforzada por los demás a la vez de una constante autoevaluación.

2.6 Dimensiones de la autoestima

En relación a las dimensiones de la autoestima existen varias teorías realizadas por diversos autores, los cuales señalan que la autoestima se divide por dimensiones en primer instante se revisará la propuesta por “*Coopersmith* (1976) quien menciona que dichas dimensiones se caracterizan por su amplitud y radio de acción, la primer dimensión que menciona es la autoestima en el área personal, la siguiente en el área académica, posteriormente en el área familiar y finalmente en el área social” (Válek de Bracho, 2007, p. 39).

La autoestima en el área personal es la evaluación que la persona hace sobre sí mismo, con respecto a su imagen corporal y sus cualidades personales; mientras que la

autoestima en el área académica corresponde a la evaluación que el individuo hace sobre sí mismo relacionando dicha evaluación con su desempeño escolar; la autoestima en el área familiar, es la evaluación que las personas realizan sobre sí mismas en relación con las interacciones que llevan a cabo con los miembros de su familia; y la autoestima en el área social es la valoración que hace un individuo en relación a sí mismo con respecto a las interacciones sociales (Válek de Bracho, 2007).

Por otra parte, distintos autores señalan que en la autoestima existe una valoración global acerca de sí mismo y del comportamiento de su yo, por lo tanto hay dimensiones física, social, afectiva, académica y ética (McKay Fanning, como se citó en Steiner, 2005).

La dimensión física se refiere a qué tan atractivo se percibe el individuo; la dimensión social es el sentimiento del individuo de sentirse aceptado y de pertenecer a cierto grupo, ya sea empresarial, de servicio, etc.; en cuanto a la dimensión afectiva tiene que ver la auto-percepción de diferentes características de la personalidad; en la dimensión académica es cuando el individuo enfrenta con éxito los estudios, carreras y autovaloración de las capacidades intelectuales; por último la dimensión ética es aquella que corresponde a la autorrealización de los valores y normas (Steiner, 2005).

En otras palabras el individuo realiza frecuentes estimaciones de sus concurrentes interacciones consigo mismo y con el ambiente en el que se desenvuelve, logrando monitorear constantemente cómo influye dentro de él, posterior a lo cual y de acuerdo con la satisfacción que esto le brinde, va a asumir una actitud hacia sí mismo (Válek de Bracho, 2007, p. 40).

Considero que a lo largo de este capítulo la principal idea sobre la autoestima es que ésta depende de uno mismo, es decir, si uno no cree en lo que es y en lo que siente, ninguna persona que se encuentre a nuestro alrededor tampoco podrá creer en nosotros, como

resultado, si uno mismo no se quiere y no puede ver su propia grandeza los demás tampoco lo harán.

2.7 Niveles de autoestima

La autoestima posee tres niveles, la autoestima alta, la media y la baja, en la primera la persona se define como bueno y se acepta completamente; en la autoestima media el individuo no se considera mejor que otros, pero tampoco se acepta completamente a sí mismo; y por último en la baja autoestima el individuo piensa que es menos que los demás y presenta un gran desprecio hacia sí mismo (Rosemberg, como se citó en Ulloa, 2003).

Es importante distinguir estos niveles de autoestima, como resultado cada persona reacciona ante situaciones similares, de forma diferente; teniendo expectativas desiguales ante el futuro, reacciones y autoconceptos disímiles. Por tal motivo en la misma línea “*Coopersmith (1976)* caracteriza a las personas con alta, media y baja autoestima” (Sparisci, 2013, p.12).

Retomando los niveles de autoestima propuestos tanto por Rosenberg y Coopersmith, Sparisci (2013) realiza una descripción más detallada de dichos niveles.

Las personas con autoestima alta son expresivas, asertivas, con éxito académico y social, confían en sus propias percepciones y esperan siempre éxito, consideran su trabajo de alta calidad y mantienen altas expectativas con respecto a trabajos futuros, manejan la creatividad, se autorrespetan y sienten orgullo de sí mismos, caminan hacia metas realistas. Mientras que las personas con autoestima media, igual son expresivas, sin embargo, dependen de la aceptación social, igualmente tienen

alto número de afirmaciones positivas, siendo más moderadas en sus expectativas y competencias que las anteriores. Y las personas con baja autoestima son individuos desanimados, deprimidos, aislados, consideran no poseer atractivo, son incapaces de expresarse y defenderse; se sienten débiles para vencer sus deficiencias, tienen miedo de provocar el enfado de los demás, su actitud hacia sí mismo es negativa, carecen de herramientas internas para tolerar situaciones y ansiedades (Sparisci, 2013, p. 12).

Por otro lado, Ulloa (2003) describe que la autoestima positiva es cuando las personas se respetan y se estiman, sin creerse mejor o peor que otro individuo, igualmente no se sienten perfectos, debido a que reconocen cuáles son sus limitaciones y a la vez tienen la esperanza de madurar y mejorar con los años, por consiguiente, tienen autoconfianza, valía y autonomía, dicha autoestima se relaciona con una alta autoestima; en cuanto a la autoestima negativa, ésta implica una insatisfacción a nivel personal, así como el propio rechazo y desprecio, como resultado, se relaciona con baja autoestima, lo cual quiere decir que los individuos que presentan este tipo de autoestima carecen de respeto a sí mismos, se consideran desagradables, por tanto, existe un deseo por ser otra persona y presentan una gran frustración personal.

Según Güell y Muñoz (2000) señalan que “si conseguimos mantener un buen nivel de autoestima resistiremos la críticas, nos abriremos mejor a los demás, aprenderemos a pedir ayuda y, en general, nos resultará mucho más gratificante vivir, lo que contribuirá en prevenir cualquier proceso depresivo” (p.118).

2.8 Características de la autoestima en la adolescencia

En la adolescencia el individuo requiere hacerse de una identidad, saberse distinto a los demás. Se encuentra en una lucha por ser autónomo sin renunciar totalmente a la dependencia de sus padres, quiere ser escuchado y comprendido, defender sus valores y elegir una carrera. Busca modelos e ideales en los que pueda confiar y respetar, que le sirvan de referencia para su desarrollo personal y encontrar respuestas a sus dudas (Erickson, como se citó en Mejía et al., 2011).

En definitiva, la adolescencia es una etapa muy difícil en la vida de las personas, donde la autoestima representa un papel importante. En esta etapa las relaciones interpersonales son esenciales, al igual que tanto los hombres como mujeres tienen la necesidad de sentirse aceptados por los demás, por lo que, tienen la necesidad de agradar y resultar atractivo o atractiva a las personas de su sexo opuesto (Peña, 2017).

Mejía et al. (2011) mencionan que la autoestima en el adolescente influye “en sus sentimientos, pensamientos, aprendizaje y creatividad, en sus valores, comportamiento y relaciones con su familia y la sociedad, en cómo se considera a sí mismo en todos los pensamientos, sentimientos y actos” (p. 10). Mejía et al. (2011) mencionan ciertas características que presentan tanto los adolescentes que poseen una autoestima sana como los que no tienen autoestima.

Los adolescentes con autoestima sana actuarán independientemente, afrontarán nuevos retos, con entusiasmo, asumirán responsabilidades, estarán orgullosos de sus logros, demostrarán amplitud de emociones y sentimientos, toleraran bien la frustración y se sentirán capaces de influir en otros. Mientras que los adolescentes sin autoestima desmerecen su talento, se sentirán impotentes, se dejarán influir, tendrán pobreza de emociones y sentimientos, eludirán situaciones de responsabilidad, se frustrarán y echarán la culpa a otros de sus debilidades (Mejía et al., 2011, p. 11).

Cabe destacar, que las personas que poseen una autoestima elevada durante la adolescencia de acuerdo con Peña (2017) “podrían determinar gran cantidad de aspectos con respecto a su futuro, como aspirar a más, tener más confianza, así como plantearse diferentes metas y proyectos en su vida adulta” (p. 60).

3.1 REDES SOCIALES DIGITALES

En cuanto a las redes sociales digitales se abordarán algunos puntos esenciales para conocer su importancia, asimismo, se conocerán algunos de los síntomas que producen cuando se presenta adicción a ellas. Antes de iniciar con las redes sociales digitales se definirá qué es una red social.

Una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales (Ponce, 2012, p. 2).

Dichas relaciones interpersonales de acuerdo con Fernández (2013) se pueden “interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes” (p. 521). La realidad es que en la actualidad las relaciones se han hecho más distantes, debido a que las personas interactúan por medio de una computadora o dispositivos móviles, dejando de lado la interacción tradicional con las personas que se encuentran a su alrededor.

3.2 Antecedentes históricos

Desde que surgió el internet, éste ha permitido el desarrollo de medios de comunicación que han traído consigo nuevas prácticas cotidianas y por tanto, nuevas maneras de interpretar la información comunicada.

El internet se ha difundido por su extensión de su propia información y capacidades, de ahí que, se ha convertido en un instrumento indispensable tanto para los profesionistas como para los estudiantes, éste instrumento se ha vuelto una amplia rama de comunicación y en la actualidad este progreso se debe al avance y existencia de las redes sociales (Bonds-Raacke & Raacke, 2010).

Es interesante conocer el gran número de redes sociales digitales que existen y con diferentes temáticas, por lo cual, son varios los sitios que han marcado el desarrollo de las redes sociales digitales debido a su creación, no obstante en la actualidad algunos sitios o plataformas ya no son vigentes. A continuación se mencionan los años en los que se crearon algunos sitios de redes sociales digitales que han marcado la diferencia a lo largo de estos años.

De 1971 al 2000 ocurrieron grandes avances en el mundo de la tecnología, en el año de 1971 se envió el primer email; en 1994 fue lanzado GeoCities, un servicio que permitía a los usuarios crear sitios web; en el 2005 la Web alcanza el millón de sitios web, en ese mismo año Randy Conrads crea Classmates, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios; en el año de 1997 se lanza AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al mismo tiempo que comienza el blogging y se lanza Google; en 1998 se realizó el lanzamiento de Blogger; y en el año 2000 estalla la burbuja de internet, debido que para ese año se alcanzó una cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la red (Ponce, 2012).

Para el año 2003 se hicieron populares sitios como MySpace o Hi5, cuyo principal contenido consistía en perfiles personales con fotografías, grupos de amigos, música y videos. En el 2004, Mark Zuckerberg creó Facebook como una red para la interacción de los

estudiantes de la Universidad de Harvard; sin embargo, se abrió al público en el 2006 y en la actualidad es una de las redes sociales más importantes (Ponce, 2012).

Tiburcio (2017) menciona los años en los que se crearon las redes que en la actualidad siguen en auge, en el año 2005, se creó un servicio de videos musicales o videos de programas, películas o series e inclusive de grabaciones hechas por los usuarios en sus casas, conocido como YouTube. Para el año del 2006, se creó Twitter, posteriormente en el 2008 nació Tumblr, un año más tarde se creó WhatsApp; y desde el 2000 hasta el 2012 se comenzó a desarrollar un sitio cuya idea principal era la publicación de fotografías instantáneas, cuyo nombre es Instagram. En los años siguientes hasta nuestros días, se crearon diversas aplicaciones y diferentes redes sociales con un sin número de temas y funciones que han crecido a lo largo de los años y han sido mejoradas.

De acuerdo con Ponce (2012) “en el año 2010 Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, conocida como Pinterest” (p. 3).

Han sido todos estos los hechos que han marcado el origen y la evolución de las redes sociales digitales, por lo que, es esencial tener estas fechas presentes para conocer la historia del internet y el cimiento que dio lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente.

3.3 Definición de Redes Sociales Digitales

Autores como Boyd y Ellis (2007) definieron las redes sociales digitales como “servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, articulando una lista de usuarios con quienes se comparte un vínculo personal o con aquellos que el sistema sugiere” (p. 211). De igual forma Fernández (2013) menciona que “son esquemas cuya peculiaridad es la comunicación por medio de la red de redes” (p. 521).

En definitiva, las redes sociales digitales han ido ocupando un lugar importante en las relaciones personales, y son un ejemplo de los medios que nos ofrece esta nueva forma de usar el internet. Ponce (2012) proporciona una amplia definición sobre las redes sociales digitales.

Se pueden definir las redes sociales on-line como estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo, como el caso de los foros. No sólo nos relacionamos y compartimos con los demás, sino que, además, exponemos abiertamente y en tiempo real nuestros gustos y tendencias, expresando la propia identidad (Ponce, 2012, p. 2).

En relación con lo anterior, conviene subrayar que las redes sociales digitales son medios que se alimentan de las relaciones existentes entre las personas y el contenido que comparten. Dicho de otra manera son páginas que permiten que las personas se relacionen entre sí.

La importancia de las redes sociales digitales radica en la facilidad que hoy se tiene para suscribirse a ellas, la rapidez para el envío y recepción de información, el resguardo y distribución de la narrativa que se expresa, la adición y multiplicación de contactos, la versatilidad de temas a atender prácticamente al mismo tiempo, la forma

expedita de allegarse a nuevas relaciones e, incluso para desapegarse de ellas (Fernández, 2013, p. 521).

3.4 Estadística sobre el uso de redes sociales digitales

Alrededor del mundo el uso de las redes sociales digitales se ha expandido a altos grupos de la población, en un estudio realizado en Estados Unidos por *Lenhart* (2011) se encontró que casi todos los adolescentes (95%) con edades entre 12 y 17 años están en línea, comparado con tan sólo 78% de los adultos. De estos adolescentes 80% tienen perfiles en páginas de redes sociales comparado con solo el 64% de la población en línea cuya edad va de los 30 años en adelante (Herring & Kapidzic, 2015, p. 2). En otro estudio llevado a cabo por *The Kaiser Family Foundation* (2011) se reportó que los adolescentes entre 11 y 18 años de edad gastan un promedio arriba de una hora y media por día usando una computadora y 27 minutos por día visitando sitios de redes sociales, lo que es más de un cuarto de su uso diario en la computadora (Herring & Kapidzic, 2015, p. 2).

Entre los sitios más populares de uso en adolescentes se encuentra Facebook y Twitter, los cuales cuentan con un perfil de usuario que permiten seguir o agregar amigos (Boyd & Ellis, 2007). Actualmente los adolescentes han estado dejando Facebook, y migrando a nuevas plataformas sociales como Instagram, Snapchat y WhatsApp, las cuales consideran más interesantes y son menos probables de que sus padres los encuentren (Kiss, 2013).

Las mujeres adolescentes visitan principalmente los sitios de redes sociales para comunicarse con sus compañeros y reforzar las relaciones preexistentes, mientras que los hombres usan más frecuentemente estas plataformas para conocer nuevas personas y hacer amigos (Lenhart & Madden, 2007).

Con respecto a México de acuerdo con un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet, se dieron a conocer datos relevantes en cuanto al uso de internet en el año 2016.

La penetración de internet en México alcanza el 59.8% de la población, lo que equivale a 65 millones de internautas, hoy el principal dispositivo para acceder a la red es el Smartphone (77%), el segundo dispositivo más utilizado es la laptop (69%); acerca del tiempo que los mexicanos dedican en internet aproximadamente es de 7 horas y 14 minutos; en cuanto al lugar de acceso a internet destaca el hogar (87%), seguido de cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles (52%); entre los usos personales o de ocio destaca acceder a Redes Sociales (cerca del 80%), por encima de enviar/recibir mails y mensajes instantáneos, como resultado Facebook es la red social en México (siendo la primera tanto en conocimiento espontáneo y sugerido como en penetración entre los internautas, y además es la más preferida) seguida de WhatsApp, que es la red social más usada a diario, con un promedio de 5 horas y 15 minutos, a nivel de uso y preferencia les siguen, en este orden, YouTube, Instagram y Twitter (Asociación Mexicana de Internet, 2016, p. 18).

3.5 Adicción a las redes sociales digitales

La amplia proliferación del internet así como su popularización del uso excesivo de éste como un fenómeno cultural, ha tenido un lugar común para usar el término adicción a las redes sociales.

La enorme variedad de opciones que ofrece internet y las redes sociales, al mismo tiempo la facilidad de descargar música, películas e información, es atractiva, de ahí que, pueda resultar continuamente adictiva debido a la gratificación que genera en los individuos (Griffiths, 2008).

Cualquier tendencia exagerada hacia una actividad puede convergir en una adicción. De acuerdo con Echeburúa y De Corral (2010) “La adicción es una afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses” (p. 92). La adicción genera la pérdida de control y causa dependencia, cuando una persona es adicta busca la sensación de aliviar algún malestar emocional como la ira, la tristeza, la ansiedad, etc., al hablar por su celular o al conectarse a internet, así como al usar alguna red social (Echeburúa & De Corral, 2010).

Según Echeburúa, Labrador y Becoña (2009) “La adicción a una red social es la compulsión por estar siempre conectado en la plataforma social e implica ser un coleccionista de amigos y dedicar mucho tiempo a la decoración del muro o perfil” (p. 45).

Cabe señalar, que los adolescentes representan un grupo de riesgo a adquirir una adicción al internet o a las redes sociales, puesto que tienen la tendencia a buscar acontecimientos nuevos, y son los que se conectan mayor número de veces a internet, de la misma forma que son los que más familiarizados están con las tecnologías recientes (Echeburúa & De Corral, 2010). Los mismos autores refieren que “existen personas que muestran una insatisfacción personal con su vida o que carecen de un afecto consistente y que intentan llenar esa carencia con alcohol, drogas o en estos casos con internet o redes sociales” (p. 93).

Las principales señales de alarma que denotan una dependencia a las Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) o a las redes sociales digitales y que pueden ser un reflejo de la conversión de un afición en una adicción son: a) privarse de sueño (<5 horas) para estar conectado a la red; b) descuidar otras actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio o el cuidado de la salud; c) recibir quejas en relación con el uso de la red de alguien cercano, como los padres o los hermanos; d) pensar en la red constantemente, incluso cuando no se está conectado a ella y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta; e) intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo; f) mentir sobre el tiempo real que se está conectado o jugando un videojuego; g) aislarse socialmente, mostrarse irritable y

bajar el rendimiento de estudios y; h) sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del ordenador (Young, como se citó en Echeburúa & De Corral 2010).

Echeburúa y De Corral (2010) señalan que “un sujeto con una personalidad vulnerable, con una cohesión familiar débil y con unas relaciones sociales pobres corre un riesgo de hacerse adicto” (p. 93).

Davis (2001) menciona algunos de los síntomas que presentan las personas que muestran una patología o adicción al uso de las redes sociales.

Entre los síntomas principales se encuentran los pensamientos obsesivos acerca del internet, disminución del impulso de control, incapacidad para cesar el uso de internet, y un importante sentimiento de que el internet es el único amigo del individuo. Asimismo las personas sienten que el internet es el único lugar donde se sienten bien acerca de si mismas y del mundo que los rodea. Otro síntoma es pensar acerca del internet cuando no están conectados, anticipando el tiempo que estarán conectados en el futuro. Un individuo con adicción pasa menos tiempo haciendo otras actividades placenteras, es decir, lo que solía ser placentero para ellos, ya no lo es. Otra complicación surge cuando una persona eventualmente se aísla asimismo o misma de sus amigos, a favor de los amigos en línea (Davis, 2001, p. 193).

Como se mencionó anteriormente, la adicción a las redes sociales se ve reflejado cuando el individuo al llegar a su casa se conecta al ordenador, ingresa a un red social justo

al levantarse, así como es lo último que hace antes de dormir y reduce el número de tiempo en hacer otras actividades (Davis, 2001).

En otras palabras una de las características de la adicción a las redes sociales digitales es que forma parte del problema central del individuo, debido a que en su día a día utiliza la pantalla del ordenador o de su Smartphone para escapar de los hechos reales y así mejorar su estado de ánimo.

Planteamiento del problema

Justificación

Investigaciones previas sobre redes sociales digitales han mostrado que la exposición de la vida de las personas a otros a través del internet parece tener efectos en varios factores, muchos de estos estudios han sugerido que el uso de las redes sociales puede causar que los individuos desarrollen una comparación negativa social, por tal razón esto causa efectos negativos en su autoinforme así como en su autoestima.

Existen diversas investigaciones que han evaluado los efectos de las redes sociales digitales en la autoestima de los individuos, entre estas encontramos un estudio realizado por Vogel, Rose, Roberts y Eckles (2014) quienes examinaron el impacto de la exposición crónica y temporal de las redes sociales con la autoestima, en la investigación se encontró que los participantes que usan Facebook más frecuentemente tienen un rasgo más bajo de autoestima, es decir, los resultados revelaron que los participantes tienen más bajo el estado de autoestima y marginalmente más pobre autoevaluación cuando los perfiles de las personas objetivo contenían información de comparación ascendente como una alta actividad en los sitios de redes sociales y hábitos saludables, que cuando el perfil de la persona objetivo contenía información de comparación descendente como una baja actividad en redes sociales y hábitos poco saludables, en resumen al visitar sus perfiles en las redes sociales se encontró que cuando los sujetos contenían información positiva se asociaban con más baja autoestima.

En otra investigación realizada por Raymer (2015) cuyo propósito fue estudiar la relación entre las páginas de redes sociales en línea, particularmente Facebook y los niveles de autoestima en estudiantes universitarios, mostró que las mujeres tienen más bajo nivel de satisfacción de su imagen corporal que los hombres, por ende las mujeres que usan más los sitios de redes sociales tienen la tendencia de tener en general un bajo nivel de autoestima incluyendo bajo nivel en la satisfacción de su imagen corporal y un alto nivel de desórdenes alimenticios.

Finalmente, en una investigación cuyo objetivo fue encontrar si existía relación alguna entre la adicción al Facebook, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales, en sus resultados se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las personas que son adictos al Facebook y las personas que no son adictas al Facebook, por lo cual, pudieron observar si existía una relación significativa entre la adicción a Facebook y la baja autoestima, la depresión y falta de habilidades sociales, por consiguiente se encontró que los adictos al Facebook son vulnerables a la depresión, a tener bajas habilidades sociales y tener baja autoestima (Herrera, Pacheco, Palomar & Zavala, 2010).

Como se ha visto en las investigaciones antes mencionadas las redes sociales digitales son esenciales en el desarrollo de la autoestima de los individuos, por tal motivo resulta interesante conocer si existe una relación entre dichas variables, sobretodo en los adolescentes ya que son ellos los que presentan mayor susceptibilidad en el desarrollo de su autoestima y actualmente tienen más oportunidades de interactuar, porque no sólo cuentan con la posibilidad de comunicarse en persona, sino también por medio de teléfono o dispositivo móvil e inclusive por medio de correo electrónico y sitios de mensajería en redes sociales, por ende, los sitios de redes sociales al encontrarse en auge permiten a los individuos entablar relaciones nuevas o viejas y al ser parte del desarrollo de los jóvenes y la autoestima al estar vinculada con el medio que nos rodea es preciso observar su relación.

Por tal motivo, el fin de ésta investigación es conocer si existe una relación entre la adicción a las redes sociales digitales y la autoestima en adolescentes mexicanos, asimismo, se podrá conocer el nivel de adicción a las redes sociales que presentan los adolescentes y su nivel de autoestima, de igual forma dependiendo de los resultados obtenidos se podrá

observar si la autoestima es alta o baja con respecto al mayor o menor uso de las redes sociales; por tanto, en investigaciones futuras se podrán realizar intervenciones dirigidas a dicha influencia mejorando la autoestima de la población.

Preguntas de investigación

¿Cuál es la relación entre la adicción a las redes sociales digitales y la autoestima en adolescentes que estudian el nivel medio superior?

¿Cuál es el nivel de autoestima en los adolescentes que estudian el nivel medio superior?

¿Cuál es el nivel de adicción a las redes sociales de los adolescentes que estudian el nivel medio superior?

Objetivo general

- Identificar si existe relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes que estudian el nivel medio superior.

Objetivos específicos

- Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en los adolescentes que estudian el nivel medio superior
- Conocer el nivel de autoestima en los adolescentes mexicanos que estudian el nivel medio superior.

Método

Participantes

Los participantes de esta investigación fueron alumnos de primero, segundo y tercer año de preparatoria pertenecientes al turno vespertino del Colegio de Ciencias Humanidades Naucalpan, la muestra estuvo conformada por 100 participantes, 53 de sexo masculino y 47 de sexo femenino, cuya edad osciló entre los 14 y 18 años de edad presentando un nivel socioeconómico medio-bajo.

Escenario

Se llevó a cabo en el Colegio de Ciencias Humanidades Naucalpan. Las aulas contaron con luz y ventilación suficientes para generar un ambiente agradable y cómodo. El mobiliario que se utilizó fueron sillas y mesas. El espacio fue lo suficientemente grande para poder realizar la evaluación y que los alumnos se sintieran cómodos, las aulas para aplicar los instrumentos se encontraban ubicadas lejos del ruido exterior.

Criterios de inclusión

Alumnos que se encontrarán con un rango de edad entre los 14 y 18 años de edad. Estuvieran inscritos en primero, segundo o tercer año de preparatoria. Que pertenecieran al turno vespertino del Colegio de Ciencias Humanidades Naucalpan, así como aceptarán participar voluntariamente a responder los instrumentos.

Criterios de exclusión

Jóvenes que en el rango indicado de la muestra no se encontrarán activos académicamente, que presentaran una discapacidad o necesidad educativa especial, y finalmente jóvenes que no quisieran responder los instrumentos.

Selección de la muestra

De acuerdo al estudio y a la capacidad operativa de recolección de datos, se eligió un muestreo no probabilístico o dirigido de participantes voluntarios. Hernández, Fernández y Baptista (2006) refieren que los “muestreos de éste tipo son aquellos en los que se selecciona a los participantes en base al diseño de la investigación, más que por la búsqueda de la generalización estadística” (p. 241); asimismo, en la muestra de participantes voluntarios, los participantes acceden de forma libre a colaborar en el estudio al que se les invita. Dicho de otra manera la elección de los elementos que conformaron la muestra consistió en invitar a los alumnos de preparatoria del Colegio de Ciencias y Humanidades Naucalpan a participar en el registro de los cuestionarios, el tamaño de la muestra fue de 100 individuos.

Diseño de investigación

La investigación empleó un diseño no experimental de tipo transversal correlacional. No experimental ya que se estudiaron los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes a los tratamientos (Kerlinger y Lee, como se citó en Hernández et al, 2006). Puesto que, no hubo condiciones o estímulos planteados que se administraron a los participantes del estudio. Transversal porque como se menciona en Hernández et al. (2006) “los diseños de éste tipo recolectan datos en un solo momento, un tiempo único” (p. 208). Y fue correlacional porque describieron la relación entre dos o más condiciones (Hernández et al., 2006).

Hipótesis

H₀. No existe correlación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes que estudian el nivel medio superior

H₁. Existe correlación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los adolescentes que estudian el nivel medio superior

Variables

Definición conceptual

Autoestima alta

La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, el juicio que hacemos de nosotros mismos, de nuestra manera de ser, de quienes somos, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad, determina nuestra manera de percibirnos y valorarnos y moldea nuestras vidas (Salcedo, 2016, p. 2).

El individuo con alta autoestima no se considera como el centro de atención o el centro del universo, así como no piensa que es ni mejor ni peor que los demás, a la vez conoce varios aspectos de sí mismo, presenta autorespeto y consciencia de lo que vale como persona sabiéndose único e irrepetible, es capaz de reconocer sus propias cualidades, sin embargo no se siente perfecto, debido a que tiene la capacidad de observar también sus propios defectos y reconoce sus errores, cabe destacar, que no ve dichos defectos como negativos debido a que comprende lo importante que son en el ser humano (Molina, Balderas & Maya, como se citó en Naranjo, 2007).

Autoestima baja

Las personas con baja autoestima tienen una identidad que siempre está cambiando, por lo que son inestables y vulnerables al rechazo y a las críticas, para algunos puede representar una perturbación profunda cuando sienten o piensan que las personas se burlan de ellos, así como cuando los acusan, entre más vulnerables se sienten más ansiedad presentan, suelen sentirse inútiles y presentar intranquilidad (Rosenthal & Simeonsson, como se citó en Naranjo, 2007).

Alto nivel de adicción a las redes sociales

Según Fernández (2013) el individuo con síndrome de tipo adictivo presenta las siguientes características.

Es dominado en sus pensamientos, sentimientos y conducta por su uso, invierte grandes cantidades de tiempo y esfuerzo en la actividad e incremento de ésta, altera sus estados emocionales como consecuencia de implicarse en la actividad (modificación del humor), se perturba cuando es interrumpido en la actividad o se le reduce el acceso (abstinencia), comienza a enfrentar problemas con las personas que le rodean o consigo mismo, deja de atender las responsabilidades asumidas o impuestos en el trabajo o en la escuela y en el hogar, reanuda la actividad de manera persistente una vez que, aparentemente, la ha dejado o la ha reducido y niega tener consecuencias por la actividad y se jacta de poderla abandonar en cualquier momento (Fernández, 2013, p. 525).

Bajo nivel de adicción a las redes sociales

Los individuos con bajo nivel de adicción a las redes sociales no se aíslan de las relaciones presenciales sustituyéndolas por relaciones sociales en internet, su rendimiento escolar no se ve disminuido por la presencia de las redes sociales en internet, a la vez no

descuidan sus actividades laborales o escolares, así como sus relaciones familiares o de pareja, no presentan manifestaciones de excitación cuando participan en alguna actividad que implique una red social, por tal razón, no manifiestan ni ansiedad en exceso ni irritación cuando no tienen conexión a internet, no muestran un excesivo pensamiento ni excesivas pláticas sobre los temas que suceden en la red, no experimentan pérdida de la noción del tiempo o del espacio debido a que no pasan excesivo tiempo conectados en internet y no presentan privación del sueño a causa de conexiones a redes sociales a altas horas de la noche (Fernández, 2013).

Definición operacional

Autoestima alta

Esta variable se midió utilizando la Escala de Autoestima de Rosemberg (Véase anexo B); es la evaluación general que presenta el sujeto con respecto a sí mismo, dando a conocer el grado en que éste se siente seguro, capaz, valioso, exitoso y significativo.

Autoestima baja

Esta variable se midió utilizando la Escala de Autoestima de Rosemberg; es la evaluación general que presenta el sujeto con respecto a sí mismo, dando a conocer el grado en que éste se siente inseguro, incapaz, poco valioso, poco exitoso y poco significativo.

Alto nivel de adicción a las redes sociales

Esta variable se midió con el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) (Véase anexo C); dicho cuestionario evaluó tres dimensiones: 1) Obsesión por las redes sociales, 2) Falta de control personal en el uso de las redes sociales y 3) Uso excesivo de redes sociales.

Bajo nivel de adicción a las redes sociales

Esta variable se midió con el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), el cual evaluó tres dimensiones: 1) Obsesión por las redes sociales, 2) Falta de control personal en el uso de las redes sociales y 3) Uso excesivo de redes sociales.

Instrumentos

Escala de Autoestima de Rosemberg

Fue desarrollado por *Rosemberg* (1965) para la evaluación de la autoestima en adolescentes, está compuesta por 10 ítems cuyos contenidos se centran en los sentimientos de respeto y aceptación de sí mismo, la mitad de los ítems están enunciados positivamente y la otra mitad negativamente. Es una escala de tipo Likert, donde los ítems se responden en una escala de cuatro puntos (4=Muy de acuerdo, 3=De acuerdo, 2=En desacuerdo, 1=Totalmente en desacuerdo). Para su corrección se invierten las puntuaciones de los ítems enunciados negativamente (3,5,8,9,10) y posteriormente se suman todos los ítems, oscilando la puntuación total entre 10 y 40; el coeficiente alfa oscila entre 0.72 y 0.88 (Vázquez, Vázquez-Morejón & Bellido, 2013, p. 38).

Cuestionario de adicción a redes sociales

El cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) construido y validado por *Escurrea y Salas* (2014) está conformado por 24 ítems bajo un sistema de calificación de cinco puntos: (0) nunca, (1) rara vez, (2) algunas veces, (3) casi siempre, y (4) siempre. Se considera que la ausencia de adicción idealmente corresponde al puntaje cero (0), a partir de uno se valora el nivel de adicción, por lo que aquello más cercano a 96 indica más nivel de adicción. Estos valores se obtiene sumando las respuestas marcadas para cada uno de los

ítems, pudiendo obtenerse un puntaje mínimo de 0 y un máximo 96. Los ítems se encuentran distribuidos en tres dimensiones: 1) Obsesión por las redes sociales: la cual está conformada por 10 ítems y corresponde al aspecto cognitivo en relación a las redes sociales; 2) Falta de control personal en el uso de las redes sociales, ésta conformada por 6 ítems, la cual engloba la preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales, con el consiguiente descuido de las tareas y los estudios; y 3) Uso excesivo de redes sociales, esta dimensión esta conformada por 8 ítems, se refieren a las dificultades para controlar el uso de las redes sociales, que abarcaría el exceso de tiempo destinado al uso de esta red. Dicho cuestionario muestra una validez y confiabilidad adecuada, la validez se realizó a través de la validez de contenido y del análisis factorial, y la confiabilidad, se realizó a través de la consistencia interna, alcanzando coeficientes alfa de Cronbach elevados, entre 0.88 hasta 0.92 en las dimensiones que conforman el cuestionario (Salcedo, 2016, p. 31).

Procedimiento

El procedimiento constó de dos etapas: I) recolección de los datos y II) procesamiento de la información y análisis.

Etapas I

Se solicitó la participación voluntaria de 100 estudiantes después de explicarles los objetivos de la investigación, a quienes aceptaron se les proporcionó un consentimiento informado (Véase anexo A) para obtener su autorización.

Se aplicaron los instrumentos a los estudiantes, se aclararon dudas acerca del desarrollo del instrumento y se les pidió que leyeran atentamente las instrucciones de cada uno y comenzarán su registro, se les proporcionó ayuda a los que mostraron confusión en el llenado de los instrumentos y se les recordó que su información sería anónima.

El formato que se les proporcionó constó de cuatro hojas tamaño carta donde una hoja correspondía al consentimiento informado, la siguiente hoja fue la Escala de Autoestima de Rosenberg y finalmente las siguientes dos hojas correspondieron al Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, cabe destacar, que cada instrumento se entregó por separado, el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales se entregó cuando el alumno terminó de contestar la Escala de Autoestima de Rosenberg.

Etapa II

Para llevar a cabo la segunda etapa que fue el procesamiento de la información y el análisis de datos, seguida de la recogida de la información, se construyó una base de datos para su posterior análisis. Para analizar los datos obtenidos en ambos instrumentos se utilizó el programa SPSS versión 20. Para el análisis se tomaron en cuenta el análisis descriptivo en ambos instrumentos, así como el análisis inferencial.

Análisis de datos

El análisis de datos se efectuó de manera cuantitativa, por lo que se llevó a cabo por una computadora, el programa estadístico que se utilizó fue SPSS versión 20, posteriormente se realizó un análisis descriptivo de ciertas variables obteniendo la frecuencia y las medidas de tendencia central como la media, la mediana y la moda, asimismo se obtuvo la desviación estándar. En seguida se evaluó la confiabilidad del instrumento con alfa de Cronbach y finalmente se llevó a cabo un análisis estadístico inferencial donde se utilizaron el coeficiente de correlación de Pearson para analizar la relación entre las variables, finalmente los resultados obtenidos son presentados en tablas y figuras.

RESULTADOS

En el siguiente apartado se muestran los resultados a los que se llegó en ésta investigación con relación a los objetivos planteados y las hipótesis formuladas. Los resultados que se muestran se encuentran divididos por variables, para empezar se encuentran los resultados descriptivos de la muestra, después los resultados descriptivos de la investigación empezando con la variable adicción a las redes sociales, seguido por la variable autoestima, posteriormente se encuentran los resultados inferenciales para la contrastación de las hipótesis planteadas, buscando conocer la relación entre las variables de estudio, y finalmente se encuentra el análisis de confiabilidad del instrumento.

Resultados descriptivos

A continuación se presenta el análisis descriptivo de las variables sociodemográficas y del uso de las redes sociales.

El total de alumnos que participaron en esta investigación fue de 100 participantes los cuales correspondieron a 53 alumnos de sexo masculino y 47 de sexo femenino, de los cuales 26 por ciento pertenecían a primer semestre, el 23 por ciento a tercer semestre y 51 por ciento a quinto semestre; la edad de los alumnos oscilo entre los 15 y 18 años de edad, donde el 13 por ciento correspondió a 15 años, el 35 por ciento a 16 años, el 48 por ciento a 17 años y el 4 por ciento tenía 18 años de edad; cabe señalar que el 100 por ciento de los participantes refirieron estar solteros.

En la figura 1 se observa la distribución de la muestra en porcentaje en relación al uso de internet, encontrándose que el 44% de los individuos visitan los portales de Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter y Youtube, mientras que un 24% de los individuos utilizan redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram, solo el 11% utiliza portales como Facebook y WhatsApp, un 9% utiliza únicamente Twitter y Facebook, un 7% exclusivamente utiliza Facebook y el 5% de los individuos utiliza específicamente redes sociales como Facebook, WhatsApp y Youtube.

Redes Sociales Digitales utilizadas

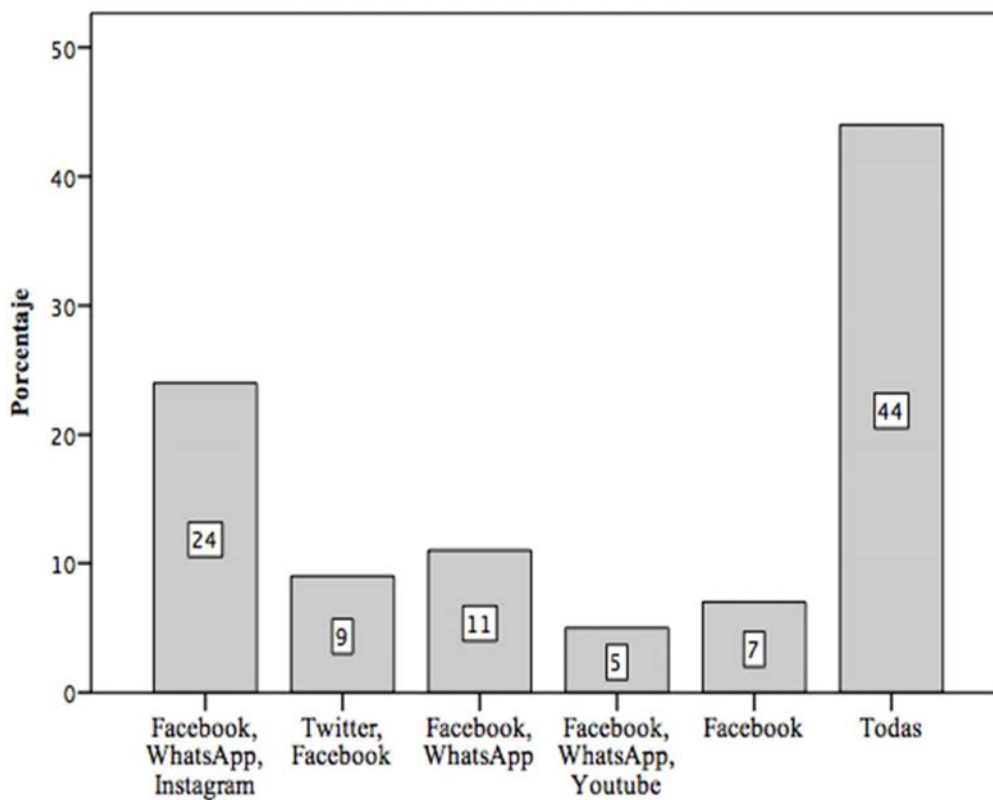


Fig. 1. Porcentaje de la muestra según uso de internet.

Por consiguiente en la figura 1 se observa que la red social más utilizada por los jóvenes es Facebook encontrándose que el 100% de los sujetos visitan dicho sitio para interactuar.

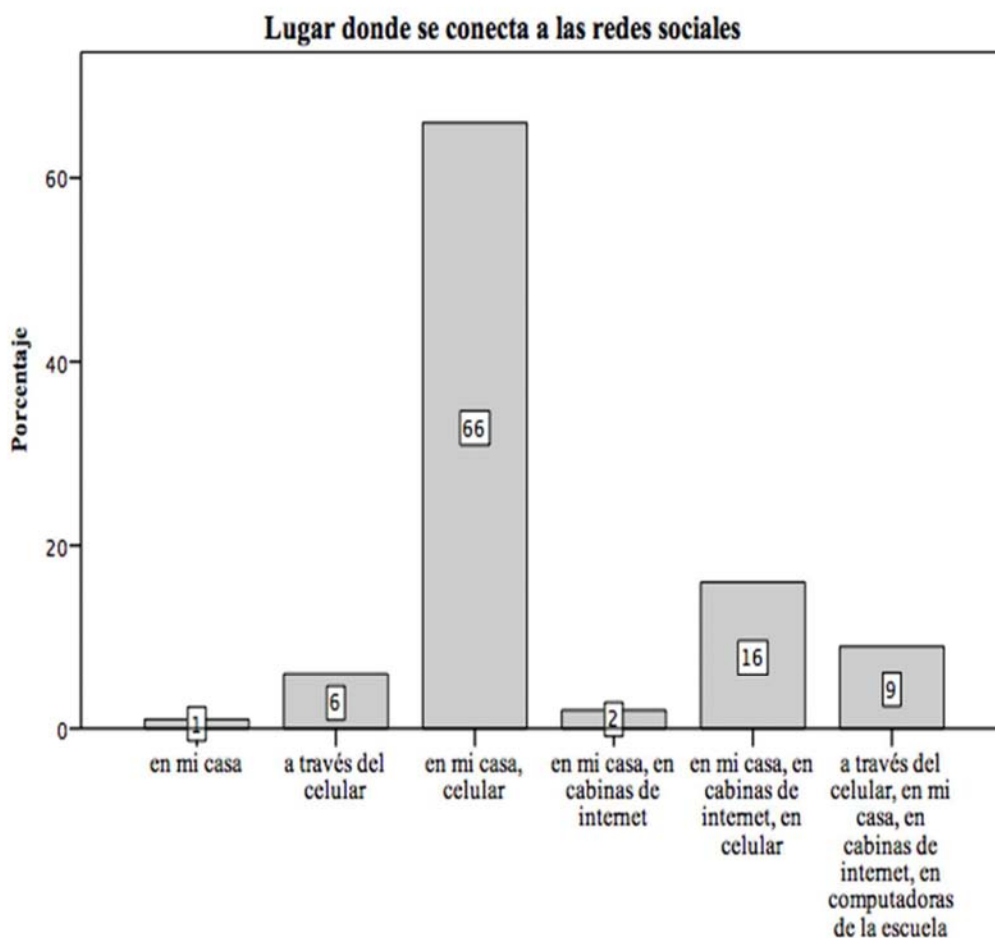


Fig. 2. Porcentaje de la muestra según el lugar donde se conecta a las redes sociales.

Por otra parte en la figura 2 se observa el porcentaje que los individuos obtuvieron en el ítem “¿Donde se conecta a las redes sociales?”, como resultado el 66% de los individuos se conecta a internet a través de su casa y su celular, el 16% en su casa, en cabinas de internet y en su celular, el 9% se conecta a través del celular, en su casa, en cabinas de internet y en computadoras de la escuela, mientras que únicamente el 6% se conecta a través de su celular, el 2% en su casa y en cabinas de internet y 1% solamente se conecta en su casa.

Como resultado en la figura 2 se observa que el 88% de los individuos se conectan

más a las redes sociales a través de su celular cuando se encuentran en casa.

En relación al cuestionario sobre el uso de redes sociales, en el ítem “¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?”, en la figura 3 se muestra que el 43% de los individuos se conecta entre siete a doce veces por día, el 30% entre tres a seis veces por día, el 18% todo el tiempo se encuentran conectados, siendo este pequeño grupo el que se asocia a la adicción a las redes sociales y el 9% se conecta una o dos veces por día.

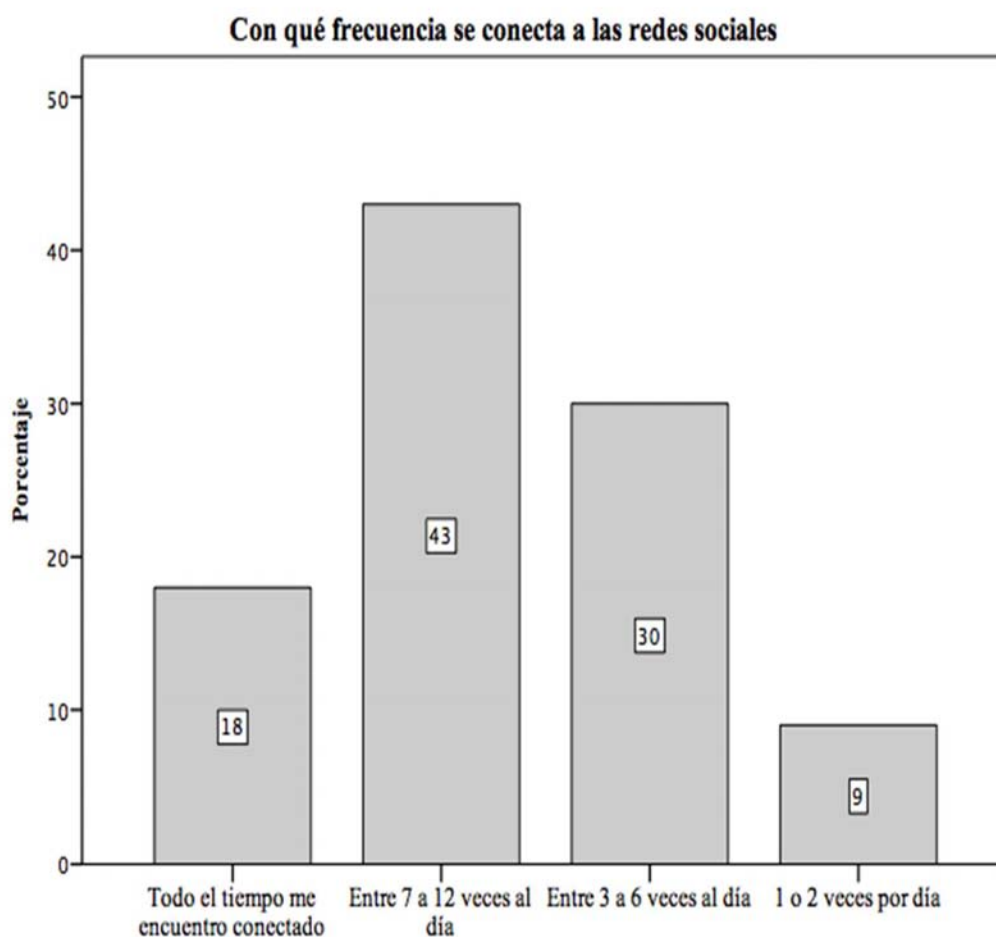


Fig. 3. Porcentaje de la muestra según la frecuencia de uso de las redes sociales.

En la figura 4, que corresponde al ítem “De todas las personas que conoce en la red, ¿Cuántos conoce personalmente?” se observa que el 58% de los individuos que tienen amigos en las redes sociales conocen personalmente a más del 70 por ciento, mientras que el 27% de los individuos conocen personalmente entre el 51 y 70 por ciento, el 7% de los individuos conoce personalmente al 31 y 50 por ciento a las personas con las cuales interactúa, el 6% de los individuos sólo conoce un 11 y 30 por ciento a las personas con las que interactúa y sólo el 2% conoce un 10 por ciento o menos personalmente a las personas con las que interactúa en las redes sociales.

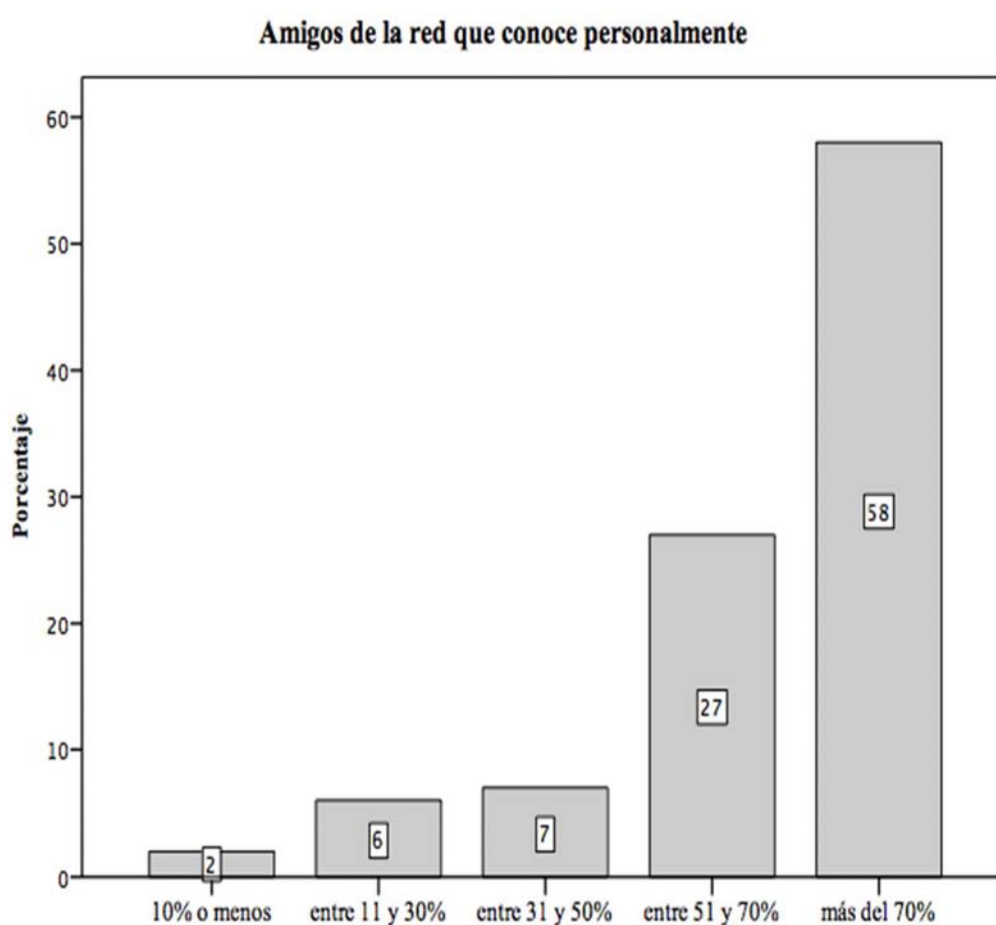


Fig. 4. Porcentaje de la muestra según los amigos de las redes sociales que conoce personalmente.

Por otro lado, se observa en la figura 5 en relación al ítem “Tus cuentas contienen tus datos verdaderos” se observa que, según lo indican los adolescentes, el 68% utiliza sus datos

verdaderos en las redes sociales y 32% no utiliza datos reales como nombre, género y edad para presentarse en las redes sociales.

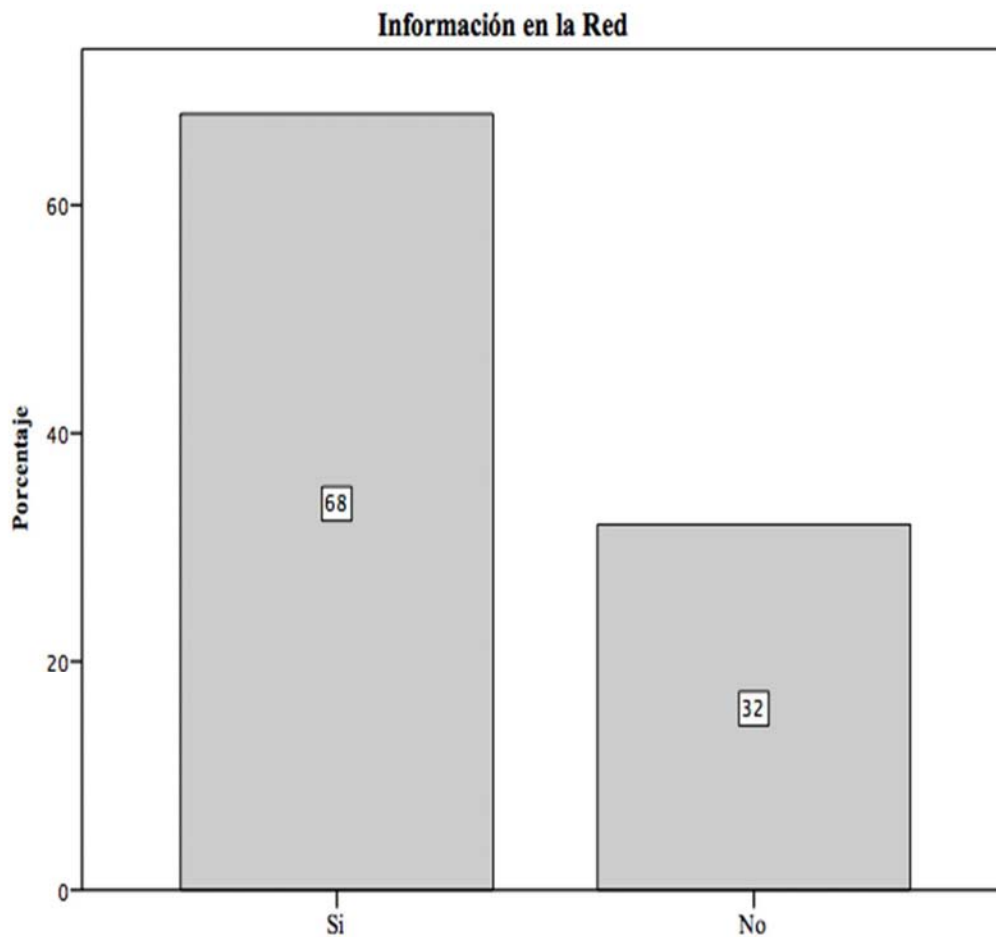


Fig. 5. Porcentaje de la muestra según el uso de datos verdaderos en la red.

Finalmente, en cuanto a la relación al cuestionario sobre uso de redes sociales en el ítem “¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?”, se encontró que al 26% de los individuos le gusta chatear, a un 23% le gusta tener información, a otro 23% le gusta publicar fotos, a un 18% le gusta seguir gente famosa y al resto le gusta entretenerse, jugar con amigos y conocer gente.

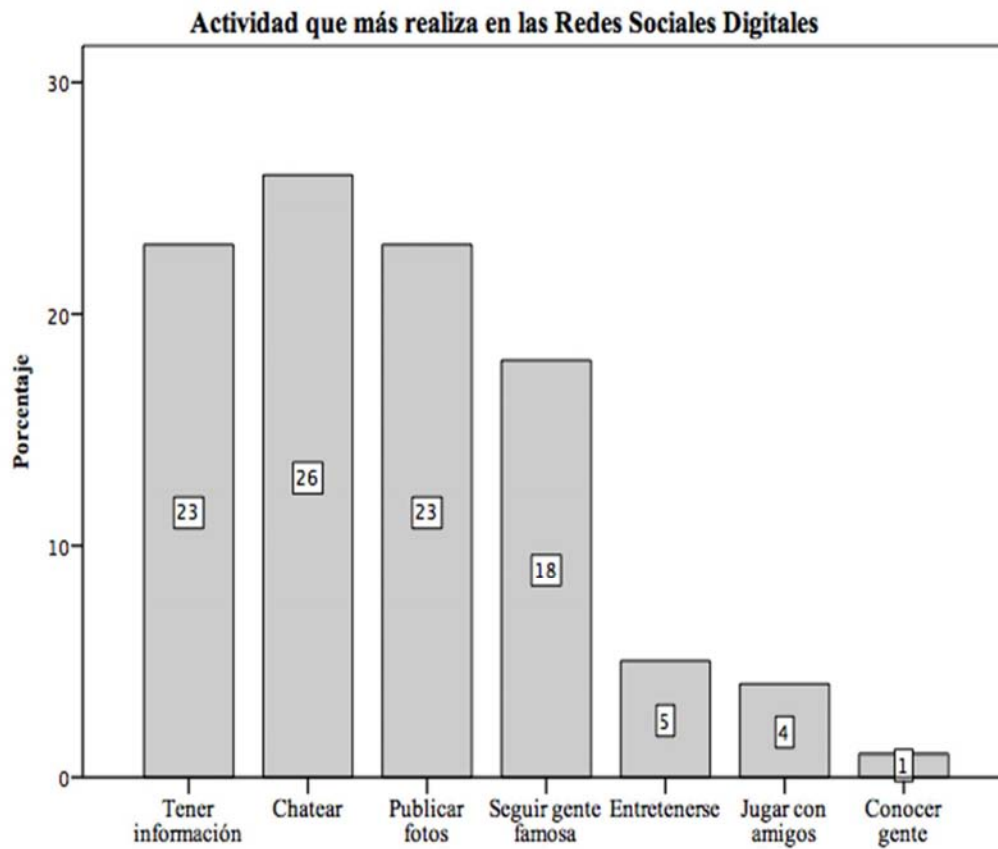


Fig. 6. Porcentaje de la muestra según lo que más le gusta realizar en las redes sociales.

Variable adicción a redes sociales y autoestima

En la tabla 1 se indican los valores de la media, mediana y la desviación estándar de cada una de las dimensiones que evalúa el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales en la muestra evaluada. Se observa que en la dimensión obsesión por las redes sociales la media alcanzada es igual a 11.88 (DE = 4.73), en tanto que la media alcanzada para la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales es igual a 9.15 (DE = 3.83) en la dimensión uso excesivo de redes sociales la media es igual a 12.71 (DE = 5), finalmente la

media del total del cuestionario es igual a 33.74 (DE = 11.78), con esto se determina que no existe un nivel elevado de adicción a las redes sociales, dado que para presentar adicción al internet se requiere un puntaje cercano a 96 puntos.

Dimensión	M	Mdn	DE
Obsesión	11.88	11	4.73
Falta de control	9.15	9	3.83
Uso excesivo	12.71	13	5.00
Adicción a redes sociales	33.74	33	11.78

Tabla 1. Media, Mediana y Desviación Estándar en las dimensiones del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales.

Con respecto a la escala de Autoestima de Rosemberg los resultados obtenidos en ésta evaluación que se centra en los sentimientos de respeto y aceptación de sí mismo, se halló que la media de autoestima fue de 23.67 (DE = 4.68) que corresponde a una autoestima media.

Resultados inferenciales

A continuación se muestran los resultados inferenciales de la investigación, donde se contrastaron las hipótesis planteadas. Para la correlación de las variables autoestima y adicción a las redes sociales se utilizó la correlación de Pearson.

En el diagrama 1 se observa la correlación entre la variable autoestima y la variable adicción a las redes sociales, donde se encontró una correlación mínima e inversa ($r_p = -.134$, $p = .185$).

Autoestima y Adicción a las redes sociales

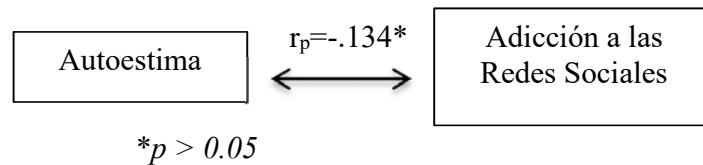


Diagrama 1. Relación entre Autoestima y Adicción a las redes sociales.

A continuación se muestra el análisis inferencial de la variable autoestima con las dimensiones que evalúa el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales.

En relación al diagrama 2 de igual manera se muestra que no existe una relación estadísticamente significativa entre autoestima y la obsesión por las redes sociales, debido a que presenta una correlación mínima e inversa ($r_p = -.188$, $p = .060$).

Autoestima y obsesión por las redes sociales

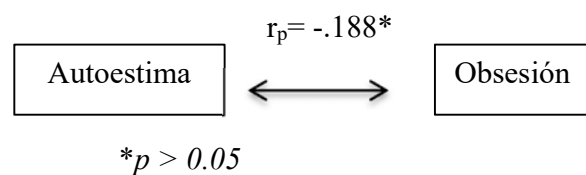


Diagrama 2. Relación entre Autoestima y obsesión por las redes sociales.

Por lo que se refiere a la relación entre autoestima y la falta de control personal en el uso de las redes sociales en el diagrama 3 de la misma manera se muestra que no existe una

relación estadísticamente significativa, es decir, la correlación es mínima e inversa ($r_p = -.087$, $p = .388$).

Autoestima y falta de control personal

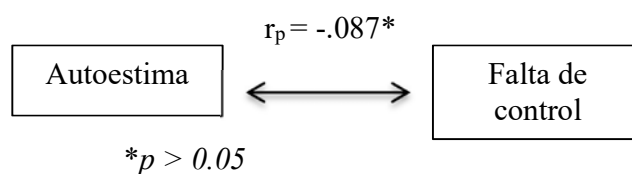


Diagrama 3. Relación entre Autoestima y falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Por último en el diagrama 4, se observa que no existe una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y el uso excesivo de las redes sociales, por tanto la correlación es mínima e inversa ($r_p = -.069$, $p = .494$).

Autoestima y Uso excesivo de las redes sociales

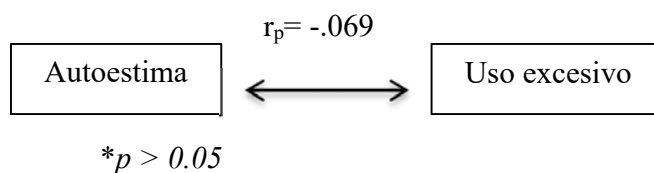


Diagrama 3. Relación entre Autoestima y uso excesivo de las redes sociales.

Por consiguiente, con los resultados arrojados en la investigación se acepta la hipótesis nula, donde no existe correlación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de nivel medio superior que asisten al Colegio de Ciencias y Humanidades Naucalpan.

Finalmente, se realizó el análisis de confiabilidad mediante la obtención del coeficiente alfa de Cronbach de los reactivos que conforman cada una de las variables quedando de la siguiente forma: la variable Adicción a las Redes Sociales, evaluada con el Cuestionario con el mismo nombre con 24 ítems, arrojó un alfa de .882 lo cual es considerado un coeficiente bueno; desglosando los 10 ítems que evalúan la obsesión por las redes sociales se obtuvo un alfa de .702; mientras que la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales con 6 ítems obtuvo .693; en cuanto a la dimensión que evalúa el uso excesivo de las redes sociales con 8 ítems obtuvo un alfa de .819; en cuanto a la escala de autoestima de Rosemberg, compuesta por 10 ítems, arrojó un alfa de .790, lo cual significa en este último caso que es un coeficiente aceptable.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente estudio se propuso analizar si existe una correlación entre la adicción a las redes sociales digitales y la autoestima en los estudiantes del CCH Naucalpan, dada la importancia que éste elemento tiene en el desarrollo personal de los individuos. Encontrar una relación entre estas dos variables resultó interesante debido a que en la actualidad las redes sociales digitales representan un medio de información que a través de los años ha crecido, puesto que en éstas encontramos diversas facilidades como conocer nuevas personas, encontrar información importante, contactar con amigos, así como realizar diversas publicaciones, que en el caso de los jóvenes resulta muy atractivo, esto aunado con que pueden tener mayor contacto con gente de diversa índole, como artistas, blogueros, etc. En pocas palabras son un medio donde la mayoría de las personas, en este caso los jóvenes se relacionan; se decidió comparar dichas variables sobre todo en los adolescentes porque la autoestima contribuye en gran medida en cómo los adolescentes se relacionan, así como la manera en que se desenvuelven, por consiguiente siendo las redes sociales uno de los principales medios donde interactúan los jóvenes, correlacionar dichas variables es preciso, ya que la autoestima se ve influenciada por el medio que nos rodea o por aquellas situaciones que vivimos. Cabe destacar que la adicción a las redes sociales es aquella situación que causa en los individuos pérdida de control provocando dependencia, donde la persona adicta busca aliviar su malestar conectándose a una red social (Echeburúa y De Corral, 2010).

Los resultados encontrados a partir de los datos obtenidos nos conducen en términos generales a establecer que no existe una correlación entre las variables autoestima y redes sociales digitales, con esto se acepta la hipótesis nula de ésta investigación. Se concluye que la relación entre las variables autoestima y redes sociales, así como las dimensiones obsesión por las redes sociales, falta de control personal y uso excesivo de las redes sociales con la autoestima son de tipo negativa o inversa; la información encontrada en ésta investigación difiere con lo que encontraron Vogel et al. (2014) quienes examinaron el impacto del uso de Facebook y la autoestima, donde los participantes con bajo estado de autoestima presentaban una alta actividad en los sitios de redes sociales.

Del mismo modo, la información recabada en esta investigación difiere con lo encontrado en un estudio realizado por Herrera et al. (2010) dichos autores pudieron observar que sí existe una relación significativa entre la adicción a las redes sociales digitales como Facebook y la baja autoestima. De igual manera en la investigación realizada por Salcedo (2016) la autora encontró que existe una relación estadísticamente significativa entre adicción a las redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima. Asimismo, en la investigación realizada por Raymer (2015) se encontró una relación significativa entre autoestima y redes sociales digitales donde las mujeres mostraron tener un bajo nivel de autoestima y por ende visitaban más sitios de redes sociales.

Con respecto al nivel de adicción a las redes sociales digitales que presentaron los adolescentes de la muestra la media correspondió a 33.74 (DE = 11.78), la cual es relativamente baja, por tal razón se concluye que la muestra de adolescentes evaluada no presenta adicción a las redes sociales, sin embargo, la mayoría de ellos utiliza diversos sitios, siendo Facebook el más utilizado por los adolescentes.

En relación al nivel de autoestima se encontró que la media obtenida fue de 23.67 (DE = 4.68), que corresponde a una autoestima media, como resultado existen problemas de autoestima. Sin embargo la autoestima media no se relaciona con la adicción a las redes sociales en la muestra de adolescentes evaluada.

En el desarrollo de ésta investigación se encontraron ciertas limitaciones que pudieran afectar los resultados, entre éstas una de ellas fue la poca disposición de algunos alumnos para responder los cuestionarios ya que algunos al entregarles los cuestionarios tardaron en abrirlos y empezar a responderlos, a la vez al darles las instrucciones algunos siguieron con sus pláticas o siguieron haciendo lo que hacían, por lo que, se notaba que no prestaron atención a lo que se les indicó. Otra limitante que se puede observar en la investigación es la similitud entre la población, por lo que en estudios futuros convendría ampliar la población, de igual manera sería útil realizar el estudio en población vulnerable como aquellas que viven en zonas marginales, problemas familiares como la desintegración familiar o aquellas que no asisten a la escuela así como evaluar las habilidades sociales. Una última limitante del

estudio es que en la actualidad no se encontraron instrumentos que evalúen el uso de redes sociales digitales que hayan sido validados en México, por lo que convendría en futuras investigaciones construir y validar un instrumento que evalúe el uso de las redes sociales en México.

Es necesario destacar, tal como menciona Salcedo (2016) se puede estudiar las relaciones sociales de los adolescentes, observando las relaciones que establecen con ciertos grupos, prestando atención a cómo se determina la autoestima por medio de sus componentes como es la valía personal y el sentimiento de capacidad personal.

Por otro lado parecería interesante conocer el nivel de autoestima y la adicción a las redes sociales en individuos con diversa situación socioeconómica y con diversos niveles de escolaridad, con el fin de aumentar el número de la población estudiada.

La investigación presentada permite sugerir elaborar talleres para los jóvenes enfocados a la autoestima, desarrollo de habilidades sociales, solución de problemas y empleo de las redes sociales, asimismo construir y validar cuestionarios o instrumentos que evalúen el uso de redes sociales digitales en población mexicana enfocándose en grupos de riesgo como son los adolescentes y finalmente permite correlacionar las variables empleadas en ésta investigación en una población más amplia.

Referencias Bibliográficas

- Antona, A., Madrid, J. & Alález, M. (enero-abril, 2003). Adolescencia y Salud. *Papeles del Psicólogo*, 23(84). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/778/77808405.pdf>
- Asociación Mexicana de Internet. (mayo, 2016). 12º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2016. INFOTEC. Recuperado de https://amipci.org.mx/images/Estudio_HabitosdelUsuario_2016.pdf
- Baldiz, M. & Rosales, M. I. (2005). *Hablando con adolescentes*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Bonds-Raacke, J. & Raacke J. (marzo, 2010). MySpace and facebook: Identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual Differences Research*, 8(1). Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.453.8866&rep=rep1&type=pdf>
- Boyd, D. & Ellison, N. (octubre, 2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediate Communication*, 13(1). Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>
- Branden, N. (1993). *El poder de la autoestima. Cómo potenciar este importante recurso psicológico*. España: Paidós.
- Branden, N. (2003). *Los seis pilares de la autoestima*. España: Paidós.
- Cárdenas, C. S. & Roldan, E. N. (2017). *Propuesta de taller sobre habilidades de crianza. Dirigido a mujeres que se convirtieron en madres durante la adolescencia*. (Tesis de Licenciatura). Recuperad de Tesis UNAM.

- Caso, N. J., Hernández-Guzmán, L. & González-Montesinos, M. (mayo, 2010). Prueba de autoestima para adolescentes. *Universitas Psychologica*, 10(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/647/64722451017.pdf>
- Cervantes, P. J. (2017). *Los conflictos de la identidad en la adolescencia*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de Tesis UNAM.
- Craig, G. J. & Baucum, D. (2009). *Desarrollo psicológico*. México: Pearson Educación.
- Davis, R. A. (agosto, 2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computer in Human Behavior*, 17. Recuperado de http://ac.els-cdn.com/S0747563200000418/1-s2.0-S0747563200000418-main.pdf?_tid=7a64ea12-81e6-11e7-b716-00000aab0f27&acdnat=1502821435_8cff8a26f9bc34fe86a01bd724c48b0a
- De Mézerville, G. (2004). *Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés*. México: Trillas.
- Echeburúa, E. & De Corral, P. (julio, 2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2). Recuperado de <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>
- Echeburúa, E. O., Labrador, F. J. & Becoña, I. E. (2009). *Adicción a las nuevas tecnología en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide.

- Fernández, S. N. (noviembre-diciembre, 2013). Trastornos de conducta y redes sociales en internet. *Salud Mental*, 36(6). Recuperado de <http://www.inprf-cd.gob.mx/pdf/sm3606/sm3606521.pdf>
- Gaete, V. (diciembre, 2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista Chilena de Pediatría*, 86(6). Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-41062015000600010
- García, A. (2009). *Actualización del desarrollo psicológico en la infancia, adolescencia, madurez y senectud*. Madrid: Editorial CEP.
- González, L. F. (2007). Instrumentos de evaluación psicológica. Recuperado de http://newpsi.bvs-psi.org.br/ebooks2010/en/Acervo_files/InstrumentosEvaluacionPsicologica.pdf
- Güell, M. & Muñoz, J. (2000). *Desconóctete a ti mismo. Programa de alfabetización emocional*. Barcelona: Paidós.
- Griffiths, M. D. (2008). The biopsychosocial and complex systems approach as a unified framework for addiction. *Behavioral and Brain Sciences*, 31(4). Recuperado de https://www.academia.edu/429475/Griffiths_M.D._2008_.The_biopsychosocial_and_complex_systems_approach_as_a_unified_framework_for_addiction._Behavioral_and_Brain_Sciences_31_446-447
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Herrera, H. M., Pacheco, M. M., Palomar, L. J. & Zavala, A. D. (enero-junio, 2010). La adicción a facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1). Recuperada de <http://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>
- Herring, S. C. & Kapidzic, S. (2015). Teens, gender, and self-presentation in social media. J. Wright (Eds.), *International encyclopedia of social and behavioral sciences*, (pp. 2-16). Recuperado de <http://info.ils.indiana.edu/~herring/teens.gender.pdf>
- Iglesias, D. J. (2013). Desarrollo del adolescente: aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría Integral*, 17(2). Recuperado de <https://www.pediatriaintegral.es/wp-content/uploads/2013/xvii02/01/88-93%20Desarrollo.pdf>
- Kiss, J. (27 de diciembre de 2103). Teenagers migrate from Facebook as parents send them friend requests. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/technology/2013/dec/27/facebook-dead-and-buried-to-teens-research-finds>
- Lenhart, A. & Madden, M. (7 de enero de 2007). Social networking websites and teens. *Pew Research Center*. Recuperado de <http://www.pewinternet.org/2007/01/07/social-networking-websites-and-teens/>
- Lorenzo, M. J. (noviembre, 2007). Autoconcepto y Autoestima. En M. Lorenzo (Presidencia), *Autoestima: conocer su construcción*. Simposio llevado a cabo Cieza, España.
- Manrique, A. (2004). *Desafíos de nueva educación*. Perú: Layconsa.

- Martínez, H. C. (2013). *Adolescencia, autoestima y habilidades sociales: propuesta de intervención*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de Tesis UNAM.
- Mejía, E. A., Pastrana, C. J. & Mejía, S. J. (octubre, 2011). La autoestima, factor fundamental para el desarrollo de la autonomía personal y profesional. En M. E. (Presidencia). *Autonomía y responsabilidad. Contextos de aprendizaje y educación en el siglo XXI*. Congreso llevado a cabo en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.
- Naranjo, P. M. (septiembre-diciembre, 2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 7(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>
- Papalia, D., Wendkos, O. S. & Duskin, F. R. (2005). *Desarrollo humano*. México: McGraw Hill.
- Pedreira, M. J. & Álvarez, L. M. (2000). Desarrollo psicosocial de la adolescencia: bases para una comprensión actualizada. *Documentación Social*, 120. Recuperada de <http://www.caritas.es/imagesrepository/CapitulosPublicaciones/570/04%20BASES%20PARA%20UNA%20COMPRESIÓN%20ACTUALIZADA%20DS0120.pdf>
- Peña, S. M. (2017). *El uso de las redes sociales (facebook) y su influencia en la construcción de la autoestima y autoconcepto en adolescentes*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de Tesis UNAM.
- Perinat, A. (2003). *Psicología del desarrollo. Un enfoque sistémico*. Barcelona: EDIUOC.

- Pineda, P. S. & Aliño, S. M. (2002). El concepto de adolescencia. En F. Cruz, S. Pineda, N. Martínez & M. Aliño (Eds.), *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud de la adolescencia*. (pp. 15-23). Cuba: MINSAP.
- Ponce, I. (abril, 2012). Monográfico: redes sociales. *Observatorio tecnológico*. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/en/internet/web-20/1043-redes-sociales>
- Raymer, K. (2015). *The effects of social media sites on self-esteem*. (Tesis de maestría). Recuperada de Rowan Digital Works.
- Roa, G. A. (diciembre, 2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *EDETANIA*, 44. Recuperada de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4596298.pdf>
- Salcedo, C. I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de lima*. (Tesis de maestría). Recuperada de Repositorio Académico USMP.
- Sánchez, S. B. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Anales de Psicología*, 15(2). Recuperado de http://www.um.es/analesps/v15/v15_2pdf/11v98_08aut.PDF

Sparisci, V. M. (2013). *Representación de la autoestima y la personalidad en protagonistas de anuncios audiovisuales de automóviles*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de UAI.

Sebastián, V. H. (diciembre, 2012). Autoestima y autoconcepto docente. *Phainomenon*, 11(1).
Recuperado de
<http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/filosofia/Phainomenon/2012/articulo%202.pdf>

Steiner, B. D. (2005). *La teoría de la autoestima en el proceso terapéutica para el desarrollo del ser humano*. (Tesis Doctoral). Recuperada de DOCPLAYER.

Tiburcio, C. M. (2017). *Uso de redes sociales digitales y funciones cognitivas en adolescentes*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de Tesis UNAM.

Ulloa, B. (2003). *Niveles de autoestima en adolescentes institucionalizados. Hogar de menores: Fundación niño y patria. Valdivia, II semestre 2002*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de Cybertesis UNMSM.

Válek de Bracho, M. (2007). *Autoestima y motivaciones sociales en estudiantes de educación superior*. (Tesis de Maestría). Recuperada de EUMED.

Vázquez, M. A., Vázquez-Morejón J. R. & Bellido, Z. G. (julio, 2012). Fiabilidad y validez de autoestima de rosenberg (EAR) en paciente con diagnóstico de psicosis. *Apuntes de psicología*, 31(1), Recuperado de

<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/6.%20Fiabilidad%20y%20validez%20de%20la%20Escala%20de%20Autoestima%20de.pdf>

Villalobos, G. A. (enero, 1999). Desarrollo psicosexual. *Adolescencia y Salud*, 1(1). Recuperado de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000100011

Vogel, E., Rose, J., Roberts, L. & Eckles, K. (octubre, 2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3(4). Recuperado de <http://psycnet.apa.org/psycinfo/2014-33471-001/>

ANEXOS

Anexo A



**Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Iztacala**

Carta Consentimiento Informado

Estimado participante a través de estos instrumentos se está llevando a cabo una investigación cuyo propósito es conocer aspectos en el que usted se desenvuelve cotidianamente. La información que se derive de estos cuestionarios será manejada de forma anónima y confidencial, de igual forma su participación es libre y voluntaria.

Si está de acuerdo con participar en el estudio firme esta hoja en el lugar provisto, luego de leer la siguiente información:

En caso de no querer participar o desear abandonar el llenado de los instrumentos no habrá ningún inconveniente, agradeceremos de cualquier forma su tiempo para este estudio. Tiene la opción de negarse a contestar, si existieran preguntas que le resulten incómodas. La participación en este estudio no conlleva beneficios ni incentivos personales, el objetivo de la investigación es evaluar el uso de redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes.

“He leído el contenido de esta carta de consentimiento y he escuchado la información brindada por la entrevistadora; se me ha dado la oportunidad de hacer preguntas sobre la investigación y me han sido aclaradas satisfactoriamente. Mi firma en este documento manifiesta mi participación libre y voluntaria así como mi consentimiento para utilizar la información de manera anónima”.

Nombre y Firma

.....

Anexo B

Escala de Autoestima de Rosenberg (1965)

Instrucciones: Por favor, conteste una X en 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 también 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 que estar orgulloso(a).				
7. En general me inclino a pensar que soy un fracasado(a).				
8. Me gustaría sentir más respeto por mi mismo.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

Anexo C

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Escurra y Salas, 2014

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Nombre:.....

Género: Masculino () Femenino () Edad:..... Ocupación:.....

Estado Civil:.....

Preparatoria en la que estudia y semestre:.....

Utiliza redes sociales:.....si respondió SÍ, indique cuál o cuáles:.....

.....

Si respondió que NO, entregue el formato al encuestador

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)

En mi casa () En las computadoras de la escuela ()

En café internet () En mi trabajo ()

A través del celular ()

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo me encuentro conectado () Una o dos veces por día ()

Entre siete a 12 veces al día () Dos o tres veces por semana ()

Entre tres a seis veces por día () Una vez por semana ()

De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?

10% o menos () Entre 11 y 30% () Entre el 31 y 50% ()

Entre el 51 y 70% () Más del 70% ()

¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)?

SI () NO ()

¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?

.....

ARS

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

Siempre **S** Rara vez **RV**

Casi siempre **CS** Nunca **N**

Algunas veces **AV**

Número de ítem	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puede conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actitud de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar a las redes sociales me siento aburrido(a).					
24.	Creo es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					