

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Psicología

Carrera de Psicología

Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Psicología


Autor:

Jessica Paola Alvarado Argudo

Verónica Paulina Marca Peñaloza

Director:

María Marcela Cabrera Vélez

ORCID:  0000-0003-4360-5002

Cuenca, Ecuador

2023-10-27

Resumen

La adolescencia es una etapa vulnerable por las diferentes conductas de riesgo que se realizan con el objetivo de experimentar nuevas sensaciones, obtener reconocimiento y aceptación de los pares. Es por esto que, en la actualidad, el uso de las redes sociales se ha convertido en algo indispensable en los adolescentes por los beneficios que obtienen. No obstante, un uso inadecuado podría desencadenar una adicción, la cual puede estar asociada a una baja autoestima. Por tanto, esta investigación tuvo como objetivo general, describir los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en adolescentes de bachillerato. El enfoque fue cuantitativo con un diseño no experimental y un alcance descriptivo. Los participantes fueron 75 adolescentes de 14 a 18 años de una Institución Educativa en la ciudad de Cuenca. Los instrumentos que se aplicaron fueron: el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales ARS y la Escala de Autoestima de Rosenberg EAR. Los resultados obtenidos evidenciaron que los adolescentes presentaron puntajes bajos de adicción a redes sociales y la dimensión predominante fue el uso excesivo de las redes sociales. Mientras que los niveles de autoestima de los adolescentes se destacan por ser medios (36%) y altos (36%). Se concluye que los adolescentes no presentan adicción a redes sociales y cuentan con niveles adecuados de autoestima.

Palabras clave: adicción a redes sociales, autoestima, adolescentes



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

Adolescence is a vulnerable stage due to the different risk behaviors that are carried out with the purpose of experiencing new sensations, such as obtaining recognition and acceptance from peers. This is why, in modern times, the use of social media networks has become something essential for adolescents due to the benefits they obtain. However, inappropriate use could trigger an addiction, which may be associated with low self-esteem. Therefore, this research had the general objective of describing the scores of addiction to social networks and the levels of self-esteem in high school adolescents. The approach was quantitative with a non-experimental design and a descriptive scope. The participants were 75 adolescents from 14 to 18 years old from an Educational Institution in the city of Cuenca. The instruments that were applied were: the Social Networks Addiction Questionnaire (ARS) and the Rosenberg Self-esteem Scale (EAR). The results obtained showed that adolescents presented low scores of addiction to social networks and the predominant dimension was excessive use of social networks. While the levels of self-esteem of adolescents stand out for being medium (36%) and high (36%). It is concluded that adolescents do not present addiction to social networks and have adequate levels of self-esteem.

Keywords: social networks addiction, self-esteem, adolescents



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

| | |
|--|----|
| Fundamentación Teórica | 7 |
| Proceso Metodológico..... | 15 |
| Participantes..... | 15 |
| Instrumentos para recolectar la información | 16 |
| Procedimiento de la Investigación | 17 |
| Plan de tabulación y análisis | 18 |
| Consideraciones éticas | 18 |
| Presentación y análisis de los resultados..... | 19 |
| Puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima..... | 19 |
| Dimensiones de adicción predominantes en los adolescentes | 21 |
| Niveles de autoestima que predominan en función del sexo y edad..... | 22 |
| Conclusiones | 25 |
| Limitaciones y Recomendaciones..... | 26 |
| Referencias..... | 27 |
| Anexos..... | 35 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Puntajes de adicción a redes sociales..... | 20 |
|--|----|

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Caracterización de los datos sociodemográficos | 16 |
| Tabla 2. Niveles de autoestima | 21 |
| Tabla 3. Dimensiones de adicción a redes sociales | 22 |
| Tabla 4. Niveles de autoestima según el sexo | 22 |
| Tabla 5. Niveles de autoestima según la edad | 23 |

Fundamentación Teórica

La adolescencia es una etapa caracterizada por la búsqueda constante de reconocimiento social y la susceptibilidad ante los grandes cambios que acarrea, por ello, los adolescentes son propensos a desarrollar diferentes tipos de adicciones, que responden a diversos motivos (Cuaical y Yar, 2019; Ecurra y Salas, 2014). Uno de los que podemos observar en la actualidad son las redes sociales, las mismas que promueven formas atractivas de relacionarse, comunicarse y acceder a información (Hernández et al., 2017). En Ecuador, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2019) estimó que un 40 % de la población de cinco años en adelante utilizan redes sociales desde su celular, lo que equivale a una población de 6.980.896, siendo las plataformas más utilizadas: Facebook, WhatsApp, Instagram y YouTube.

De esta manera, se comprende que el uso de las redes sociales se ha extendido a toda la población y su mal uso acarrea una serie de consecuencias que afectan la autoestima, principalmente de la población adolescente (Fernández y Quiles, 2018), lo que implica una alteración en el bienestar y en la productividad en sus diferentes esferas sociales (Peker et al., 2017). Por esta razón, se hace evidente la necesidad de abordar esta área y más aún porque en el país no existen proyectos destinados a trabajar esta problemática en los adolescentes. Así también, porque los mismos forman parte de un subgrupo poblacional importante desde la perspectiva de la salud pública, ya que su estado de salud, su comportamiento y los hábitos que tengan en la actualidad tendrán una marcada repercusión en su calidad y estilo de vida futura (Güemes et al., 2017).

En este sentido, la adolescencia es una etapa de transición del desarrollo que se encuentra entre la niñez y la adultez; abarca un rango de edad que va desde los 11 a los 19 o 20 años e involucra una serie de cambios a nivel físico, cognoscitivo, emocional y social (Papalia y Martorell, 2017). Se puede esquematizar en tres etapas: la adolescencia inicial, la cual va desde los 10 a los 13 años y está caracterizada por los cambios puberales; la adolescencia media, abarca desde los 14 a los 17 años y se caracteriza por los conflictos familiares, preferencia por el grupo de pares y una gran probabilidad de presentar conductas de riesgo; y por último, la adolescencia tardía que engloba desde los 18 a los 20 años e implica una aceptación de valores paternos, asumir tareas y responsabilidades propias de la madurez (Güemes et al., 2017).

En la adolescencia se destacan valores como la audacia, poder e iniciativa, se consolida la identidad, se muestran conductas de rebeldía, búsqueda de sensaciones y emociones nuevas (Echeburúa y Requesens, 2012; Salas, 2018). Así también, se evidencia mayor relevancia del grupo de pares, ya que con ellos pueden divertirse, comunicarse y explorar el

mundo, poniendo a prueba sus habilidades y capacidades sin la supervisión de su familia (López, 2015; Tió, 2017).

Por lo antes expuesto, la aceptación de los pares se torna crucial para el bienestar psicológico del adolescente, puesto que al relacionarse con ellos pueden satisfacer sus necesidades de independencia, autoafirmación, estima y reconocimiento (Naranjo et al., 2021; Rengifo y Morales, 2019). No obstante, esta búsqueda de aceptación puede conllevar a que los adolescentes adopten diferentes conductas de riesgo, por ejemplo: consumo de alcohol, consumo de cigarrillo, conductas sexuales inseguras, mala alimentación, sedentarismo, etc., las cuales pueden tener consecuencias negativas para sí mismos o para los demás (Salas, 2018).

La aceptación social que mantenga el adolescente repercutirá en su autoestima, ya que influirá en su valoración positiva o negativa (Naranjo et al., 2021). Dicha repercusión se encuentra principalmente relacionada con la apariencia física, debido a que se demostró que en la adolescencia existe mayor inseguridad y cuestionamientos sobre su imagen corporal, lo cual incita a que se compararen constantemente con otros jóvenes (Díaz et al., 2018; Güemes et al., 2017).

La comparación constante con los otros se debe principalmente a que los adolescentes desean mantenerse actualizados ante las diferentes tendencias o modas, las cuales son difundidas principalmente por las redes sociales (Iglesias, 2015). En la actualidad, las redes sociales se han convertido en espacios y oportunidades de encuentro para los adolescentes, en las que obtienen refuerzos positivos o negativos de su interacción, por lo que estar conectados es un sinónimo de encajar con sus iguales (Vázquez y Fernández, 2016).

Ahora bien, es preciso señalar que existen varias definiciones acerca del término red social. Donath y Boyd (2004) dan a conocer que son entornos en línea donde se crean perfiles auto-descriptivos y se establecen conexiones con otros usuarios; además, Gómez et al. (2016) mencionan que es un software que permite el intercambio de información a través de mensajes y blogs, donde los usuarios pueden compartir sus intereses, opiniones, apoyarse mutuamente, socializar y generar un sentido de pertenencia.

Las redes sociales generan una transformación sin precedentes, eliminando barreras físicas, geográficas y sociales que facilitan la comunicación con personas alrededor del mundo (Llamas y Pagador, 2014). Tienen una gran aceptación y se consolidan como herramientas de comunicación dentro de la sociedad por su alcance global y la multifuncionalidad de opciones que ofrece bajo esquemas innovadores (Hutt, 2012).

Las redes sociales más populares en la actualidad son: Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, WhatsApp y YouTube. Facebook ayuda a las personas a formar comunidades y a tener un contacto permanente con sus seres queridos, engloba una comunicación asincrónica donde

se puede colocar información en el muro, publicar comentarios, etc., y una comunicación sincrónica a través de la mensajería privada (Bolander y Locher, 2015; Candale, 2017). Instagram es una plataforma de Foto <<Sharing>> donde se publican fotos, videos y se realizan comentarios, se basa en una lista de seguidores y no de amigos como es el caso de Facebook (Candale, 2017). Twitter es una red que permite compartir y descubrir lo que está sucediendo, se intercambia información utilizando etiquetas con el símbolo (#) y no se requiere aceptar una solicitud de amistad para poder comunicarse con el otro (Parselis, 2014; Rodríguez y Restrepo, 2015). TikTok es una plataforma que permite crear y compartir microvideos de fácil edición que pueden durar segundos o minutos y no es necesario seguir a un usuario para ver su contenido (Becerra y Taype, 2020; Zhu et al., 2020). WhatsApp es una aplicación que permite el envío de mensajes de forma rápida y gratuita (Suárez, 2018). Por último, YouTube es una plataforma que ofrece la posibilidad de ver y compartir vídeos, conectarse con otros usuarios, informar e inspirar a otras personas en cualquier parte del mundo (YouTube, 2019, como se citó en Torres y De Santis, 2020).

Ahora bien, entre las características que hacen atractivas a las redes sociales se encuentran: los usuarios son quienes manejan de manera personal estas plataformas, existen contenidos variados para su interacción, rompe las barreras de comunicación al contactarse con personas que se encuentran en diferentes partes del mundo y acceden e intercambian información acerca de fotografías, vídeos, videollamadas, foros y mensajes de texto de manera directa con otros usuarios (Hernández et al., 2017).

Además, se puede destacar algunos beneficios de las redes sociales, por ejemplo: son fuentes de apoyo emocional, sirven como medio para reforzar las relaciones creadas fuera de estas plataformas y suelen ser medios de apoyo financiero; a través de estas se pueden compartir elementos educativos, se realizan campañas de prevención y promoción en temas de salud, se crea una identidad virtual o personal, se mantiene una comunicación sin barreras y se intercambia ideas e intereses (Arab y Díaz, 2015; Donath y Boyd, 2004; Hernández et al., 2017).

Sin embargo, pese a los beneficios de las redes sociales el uso inadecuado puede conllevar a situaciones amenazantes para la salud física y mental de los adolescentes, por ejemplo: modificar formas de relacionarse, acceder a contenidos y material inapropiado como la pornografía o actos de violencia, propiciar la anorexia, incitar al suicidio, la confusión entre lo privado y lo público, y existe el riesgo de que los jóvenes puedan desencadenar una conducta adictiva (Del Barrio y Ruiz, 2014; Echeburúa y De Corral, 2010; García et al., 2014; Jasso et al., 2017).

Con respecto a la conducta adictiva, el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-5) comprende que esta se encuentra estructurada en dos grandes grupos: trastornos relacionados con sustancias y trastornos no relacionados con sustancias, dando mayor prioridad al primero, ya que un consumo excesivo de las mismas provoca una activación en el sistema de recompensa y en los sentimientos de placer que interfieren en el desenvolvimiento de las actividades normales (American Psychological Association [APA], 2014).

Para el diagnóstico de un trastorno por consumo de sustancias los individuos deben presentar síntomas cognitivos, comportamentales y fisiológicos (APA, 2014). Respecto al componente cognitivo se encuentra un evidente deterioro en las funciones ejecutivas, las cuales son consideradas como aquellas que permiten organizar información, razonar, generar metas e inhibir conductas necesarias para una mejor adaptación al ambiente (Agualongo y Robalino, 2020). Además, se generan cambios en los circuitos cerebrales que persisten tras la desintoxicación, evidenciándose en las constantes recaídas y en el deseo por el consumo de la sustancia (APA, 2014).

Aunque la adicción es una afición patológica que crea dependencia y resta libertad al ser humano, esta no necesariamente está relacionada con una sustancia (Echeberúa y De Corral, 2010). Es por esto que, el DSM-5 incluye al juego patológico como un semejante a la adicción de sustancias, ya que activan los sistemas de recompensa y producen síntomas conductuales semejantes (APA, 2014).

Así también, existe otro grupo de adicciones reconocido como conductuales o psicológicas las cuales están caracterizadas por conductas repetitivas que son placenteras; y al establecerse como hábitos provocan una necesidad incontrolable por realizarlas nuevamente, lo que genera la aparición de la ansiedad que únicamente es reducida con el uso excesivo (Escurra y Salas, 2014). Estudios han encontrado que las adicciones conductuales pueden manifestar <<craving>> o deseo excesivo por consumir una sustancia, por ejemplo, el deseo constante de revisar el celular que puede tener una persona que no lo ha hecho por un tiempo prolongado (Leiva y Urzúa, 2018).

Por esta razón, se ha propuesto que un uso excesivo de las redes sociales también pueda ser considerado como adicción, ya que existe una activación del sistema autónomo semejante a la adicción con sustancias (Leiva y Urzúa, 2018). Una adicción a redes sociales implica comportamientos automáticos con poco control cognitivo sobre las decisiones porque únicamente se busca la gratificación inmediata sin tener conciencia de las consecuencias negativas que genera, por ejemplo: el aislamiento, desinterés, sedentarismo, obesidad, trastornos de conducta, etc., (Echeburúa y De Corral, 2010).

Además, Fernández (2013) y Terán (2019) consideran que una adicción a las redes sociales implica que la persona debe ser dominada por sus pensamientos, sentimientos y conductas; perder el control sobre el tiempo de conexión; tener pensamientos recurrentes relacionados a estas plataformas; provocar problemas en el rendimiento académico; alterar sus estados emocionales y patrones del sueño; mostrar perturbación cada vez que es interrumpido en la actividad; generar problemas con las personas de su alrededor o consigo mismo y negar consecuencias por el uso excesivo de las redes sociales.

Escurra y Salas (2014) plantean tres dimensiones de la adicción a las redes sociales: a) *Obsesión por las redes sociales*, la cual se refiere a tener pensamientos constantes o recurrentes sobre estas plataformas y presentar ansiedad por no poder acceder a las mismas; b) *Falta de control personal en el uso de las redes sociales*, que involucra la pérdida de dominio al usar estos sitios online y repercute en el cumplimiento de las actividades; por último, c) *Uso excesivo de redes sociales*, se relaciona con el tiempo que utilizan para permanecer activos en estos medios.

En resumen, la adicción a redes sociales es una problemática actual que conlleva una serie de repercusiones en diferentes dimensiones de la persona, más aún para los adolescentes del siglo XXI quienes nacieron y crecieron privilegiados en medio de estas nuevas herramientas (Klimenko et al., 2021; Pacheco et al., 2018). Sin embargo, al ser los adolescentes quienes crean sus propios perfiles en las redes sociales, la presión social ejerce sobre ellos cuestionamientos sobre su cuerpo y belleza (Echeburúa y Requesens, 2012). Dichos perfiles suelen estar basados en las características y contenidos que otros publican con el objetivo de tener la aceptación de sus iguales; sin embargo, la espera constante de una gratificación sobre su imagen y apariencia física falsa puede tener repercusiones en su autoestima (Fernández y Quiles, 2018).

La autoestima se define como la “Actitud positiva o negativa hacia un objeto particular: el sí mismo” (Rosenberg, 1965, p. 39). De igual manera Roa (2013) considera que:

Quando hablamos de autoestima, nos estamos refiriendo a una actitud hacia uno mismo. Significa aceptar ciertas características determinadas tanto antropológicas como psicológicas, respetando otros modelos. Si la contemplamos como una actitud, nos referimos a la forma habitual de pensar, amar, sentir y comportarse consigo mismo. (p. 242)

En adición, la autoestima según Gastón de Mézerville (2004, como se citó en Naranjo, 2007) es considerada en dos dimensiones: la actitudinal inferida y la conductual observable. Por un lado la dimensión actitudinal inferida está compuesta: a) autoimagen la cual está relacionada con la apariencia física, cómo el sujeto siente-piensa sobre sí mismo y reconoce sus actitudes (Pérez, 2019); b) La autovaloración es el concepto que tiene la persona sobre sí mismo,

incluye sus cualidades físicas, psicológicas, intereses y capacidades (Domínguez, 1999); c) La autoconfianza se define como la creencia o percepción que un individuo tiene sobre sus capacidades (Aguirre et al., 2016). Mientras que la dimensión conductual observable está integrada por: a) El autocontrol, que se define como la capacidad de controlar los impulsos o respuestas con base a normas, ideales, valores y expectativas sociales (Baumeister et al., 2007); b) La autoafirmación, entendida como la capacidad de valerse por sí mismo, mostrarse como es y tratarse con respeto en todas las relaciones humanas (Branden, 2011); y, c) La autorrealización es el logro de objetivos y metas, a través de la utilización de las fortalezas para el beneficio de sí mismo y de los demás (Arguedas, 2019).

Ahora bien, se considera que la autoestima presenta tres niveles según Rosenberg (1965): *Autoestima alta*, donde la persona se siente lo suficientemente buena, digna, se respeta, no teme ni espera que los otros le teman; además, conoce sus virtudes y defectos, los acepta sin lamentarse y trata de mejorar. *Autoestima media*, la persona es expresiva, tiene confianza; sin embargo, son moderadas sus expectativas y competencias (Bonilla y Muñoz, 2015). Por último, la *autoestima baja*, “implica la insatisfacción, el rechazo y el desprecio de sí mismo. El individuo carece de respeto por el sí mismo que observa. El autorretrato es desagradable y se desearía que fuera distinto” (Rosenberg, 1965, p. 39).

Por tanto, los sujetos con alta autoestima tienden a afrontar nuevos retos con entusiasmo, valoran sus logros, muestran emociones y sentimientos, se preocupan por los sentimientos de quienes lo rodean, se relacionan e influyen a otras personas, asumen responsabilidades con facilidad y cuentan con decisión propia e independencia (Clemens, 2006, como se citó en Cerna, 2017). Por otro lado, los individuos con baja autoestima presentan poca o nula iniciativa, temor a salir de su zona de confort, desprecian sus aptitudes, tienen poca tolerancia a la frustración, se mantienen a la defensiva, tienen miedo a relacionarse con otras personas, temen asumir responsabilidades, reprimen emociones y sentimientos, son dependientes de personas que consideran superiores y se dejan influenciar por otros con facilidad (Roa, 2013).

Por lo antes mencionado, la adolescencia es una etapa crítica para el desarrollo de la autoestima, ya que una adecuada formación de la misma promueve un crecimiento sano y estable para enfrentar los percances que se presenten en su periodo evolutivo (Díaz et al., 2018). Así también permite contrarrestar la adicción a redes sociales, pues es un factor de riesgo muy común en los adolescentes (Echeburúa y Requesens, 2012; Jasso et al., 2017). A partir de lo expuesto, se presentarán diferentes estudios realizados a nivel internacional, nacional y local enfocados en analizar las variables de adicción a redes sociales y autoestima en una población semejante y con los mismos instrumentos de evaluación. Los mismos que servirán de apoyo a la presente investigación.

Respecto a las *redes sociales*, existen datos tanto a nivel internacional, nacional y local. En cuanto a lo internacional, según Estrada y Gallegos (2020) en su investigación realizada en una institución educativa pública de Puerto Maldonado- Perú, con 195 estudiantes de cuarto y quinto grado de educación secundaria, encontraron que los adolescentes presentaban puntajes altos de adicción a redes sociales. De igual manera, Chiza et al. (2021), en Perú en la Asociación Educativa Adventista Andina Central, trabajaron con 326 adolescentes entre los 12 y 17 años, donde determinaron que los participantes tenían puntajes medios de adicción. Mientras que Huancapaza y Huanca (2018) hallaron que los adolescentes presentan como dimensión predominante el uso excesivo de las redes sociales.

A nivel nacional, Cuaical y Yar (2019) realizaron un estudio en Quito a 283 estudiantes de Bachillerato General Unificado, en un rango de edad de 15-18 años, donde el 70% usa las redes sociales todos los días, 17% cinco días a la semana, el 10% tres días a la semana y apenas el 2% una sola vez a la semana. Además, se identificó que el 59% utiliza Facebook, 22% WhatsApp, 17% Instagram y el 2% Twitter. Salazar (2019) encontró que los adolescentes usan de manera excesiva las redes sociales.

A nivel local, León y García (2018) llevaron a cabo un estudio con 394 estudiantes, donde 209 eran mujeres y 185 hombres en un rango de edad de 15 a 18 años. Se determinó que el 67.7% utiliza redes sociales todos los días y el 9.13% lo hace una vez por semana; así también, el 36.8% de los estudiantes se conectan una a dos horas al día, mientras que el 22.3% se conecta de tres a cuatro horas, el 11.7% entre cinco a seis horas al día, el 14.2% de siete a diez horas y el 15% todo el día. Así también, Amoroso (2018) determinó que la dimensión predominante de los adolescentes, es el uso excesivo de las redes sociales. Sin embargo, Loja (2015) encontró que los adolescentes de 15 a 18 años tienen puntajes bajos de adicción a redes sociales.

Con respecto a la *autoestima*, a nivel internacional se encontraron diferentes estudios como: Ferrel et al. (2014) quienes realizaron un estudio con 140 estudiantes entre 14 a 19 años y determinaron los siguientes niveles de autoestima: 51.4% baja, el 42.2% media y el 6.4% alta. En Colombia, Montes et al. (2012) evaluaron a 292 adolescentes de un colegio rural y se encontró que el 47.9% presentaban una baja autoestima, mientras que el 24.3% una autoestima alta. Además, Núñez y Crismán (2016) determinaron que los hombres tienen mayor autoestima alta en relación con las mujeres. Sin embargo, Avendaño (2016) no encontró diferencias significativas en cuanto al sexo. A nivel nacional, Mosquera (2021) estudió a 196 adolescentes en edades comprendidas entre los 12 y 19 años, de la Unidad Educativa del cantón Mejía, donde obtuvo que el 45% tiene baja autoestima, el 36% media y tan solo el 19% alta.

A nivel local se encontraron investigaciones con diversos resultados, Pulla (2017) realizó un estudio a 260 estudiantes del Colegio Técnico Jadán, y se evidenció que el 54.2% tienen autoestima media, 32.7% elevada y el 13.1% baja. Mientras que Sigüenza et al. (2019) estudiaron a los adolescentes de 15 a 19 años, determinando que el 20.78% de las mujeres y el 30.19% de los varones tenían autoestima alta; el 16.55% de las mujeres y 13.69% de los varones un nivel medio; finalmente, el 10.38% de las mujeres y el 8.14% de varones presentaron un nivel bajo y no existieron diferencias significativas en cuanto al sexo. Además, Ojeda y Cárdenas (2017) determinaron que los adolescentes de una Unidad Educativa de la zona urbana de Cuenca presentaban mayor autoestima alta con un 59%; así también encontraron que los adolescentes de 17 años tienen mayor autoestima alta en comparación con la edad de los otros participantes. Finalmente, Alvarez (2016) encontró que la mayoría de los adolescentes tienen autoestima alta con un 66.67%, siendo los hombres quienes poseen mayor autoestima.

Ante los datos expuestos, se considera que los beneficiarios directos de esta investigación serán los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero y los docentes, ya que la información permitirá tomar medidas de prevención y promoción. De igual manera, los beneficiarios indirectos serán los familiares y tutores de los estudiantes, puesto que los resultados proporcionarán información necesaria para que puedan involucrarse en las actividades de sus hijos y mantenerse alertas ante cualquier variación en la conducta de los mismos.

Por lo antes expuesto, las autoras plantean las siguientes **preguntas de investigación**: ¿Cuáles son los puntajes de adicción a redes sociales y las dimensiones que predominan en los adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero, en el período 2022-2023? ¿Qué niveles de autoestima presentan los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero, en el período 2022-2023?

Para dar respuesta a las interrogantes de investigación se plantea como **objetivo general**: Describir los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023; y como **objetivos específicos**: Determinar las dimensiones de adicción predominantes en los adolescentes de bachillerato; e identificar los niveles de autoestima que predominan en función del sexo y edad de los participantes.

Proceso Metodológico

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo por ser objetiva y utilizar métodos estadísticos para la recolección de datos, mediante instrumentos estandarizados y validados. El tipo de diseño fue no experimental, ya que no se manipularon variables. El alcance fue de tipo descriptivo puesto que se recolectó los datos de las variables de forma independiente sin establecer una relación entre las mismas y corresponde a un estudio transversal debido a que se recopiló la información en un solo período de tiempo (Hernández et al., 2014).

Participantes

Para este estudio se contó con una población de 124 adolescentes de la Unidad Educativa Remigio Romero y Cordero, sin embargo, solo se trabajó con 75 estudiantes quienes cumplieron con los criterios de inclusión (estudiantes matriculados en primero, segundo y tercero de bachillerato, adolescentes que se encuentran en edades comprendidas entre los 14 y 18 años y quienes firmen el asentimiento informado) y exclusión (adolescentes cuyos padres no firmen el consentimiento informado). De estos estudiantes, n=37 (49.3%) fueron hombres y n=38 (50.7%) fueron mujeres. En cuanto a la edad, el mínimo fue de 14 años y el máximo de 18 años, con una media de 16 años y una desviación estándar de 1.07. La plataforma más utilizada para su entretenimiento fue TikTok, con un uso diario de tres a cuatro horas. Más información en la Tabla 1.

Tabla 1

Caracterización de los datos sociodemográficos

| Variable | Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|--|---|------------|-------------|
| Sexo | Hombre | 37 | 49.3 |
| | Mujer | 38 | 50.7 |
| Edades | 14 | 5 | 6.7 |
| | 15 | 15 | 20 |
| | 16 | 23 | 30.7 |
| | 17 | 25 | 33.3 |
| | 18 | 7 | 9.3 |
| Redes sociales | Facebook | 17 | 22.7 |
| | Instagram | 7 | 9.3 |
| | Twitter | 0 | 0 |
| | Tik Tok | 33 | 44 |
| | YouTube | 8 | 10.7 |
| | WhatsApp | 10 | 13.3 |
| Horas de uso diario | 1 a 2 Horas al día | 19 | 25.3 |
| | 3 a 4 Horas al día | 35 | 46.7 |
| | 5 a 7 Horas al día | 16 | 21.3 |
| | Todo el día | 5 | 6.7 |
| Para que usa las redes sociales | Conocer nuevas personas | 2 | 2.7 |
| | Entretenimiento | 48 | 64 |
| | Compartir contenido | 8 | 10.7 |
| | Para uso académico | 1 | 1.3 |
| | Mantener contacto con familiares y amigos | 15 | 20 |
| | Recibir influencias formadoras | 1 | 1.3 |

Instrumentos para recolectar la información

1. Ficha Sociodemográfica. Se usó para caracterizar a la población sobre aspectos como la edad, sexo, las redes sociales más utilizadas, horas empleadas para el uso de redes sociales y que es lo que más le gusta o aporta las mismas (**Anexo 1**).

2. Cuestionario de Adicción a Redes Sociales ARS. Fue elaborado por Ecurra y Salas en el año 2014, en la ciudad de Lima – Perú. Está diseñado de acuerdo con los indicadores del DSM-IV para adicción a sustancias. El instrumento consta de 24 ítems bajo un sistema de calificación de 5 puntos en una escala de Likert (4 siempre, 3 casi siempre, 2 algunas veces, 1 rara vez y 0 nunca) y únicamente el ítem 13 se califica de manera inversa. Los ítems se encuentran distribuidos en tres dimensiones que son: obsesión a redes sociales, falta de control personal en el uso de redes sociales y uso excesivo de las redes sociales. Debido a la carencia de baremos se utilizó la estadística descriptiva para la interpretación de los resultados, tomando en consideración los puntajes que van de 0 a 96 y una media de 48, ya que el instrumento nos indica que, a mayor puntuación, mayor adicción. Este instrumento cuenta con un alfa de Cronbach de $\alpha=.95$ (Ecurra y Salas, 2014), y en este estudio el valor corresponde a $\alpha=.895$ lo cual revela que es confiable para medir la variable propuesta (**Anexo 2**).

3. Escala de Autoestima de Rosenberg EAR. Fue elaborada en el año 1965 por Rosenberg, ha sido traducida y validada en diferentes países, su aplicación es simple y rápida. Se compone de 10 ítems, las cuales se responden en una escala de tipo Likert de 4 puntos: 1=muy en desacuerdo, 2= desacuerdo, 3= de acuerdo y 4= muy de acuerdo. Estos ítems están divididos en dos partes: los primeros 5 ítems se presentan de forma positiva y exploran la autoconfianza o satisfacción personal y los 5 restantes están enunciados de forma negativa y responden al autodesprecio y devaluación personal. La forma de interpretar se basa en: los ítems del 1 al 5 puntúan del 4 al 1, mientras que los ítems del 6 al 10 puntúan de 1 a 4. Para su interpretación se toma en cuenta los siguientes puntos: de 30 a 40 autoestima elevada, de 26 a 29 autoestima media y menor a 25 autoestima baja. El instrumento ha demostrado una alta validez y confiabilidad en la población adolescente, por ejemplo, en la validación realizada en Bolivia se obtuvo un valor de alfa de Cronbach de $\alpha=.966$ (Martínez y Alfaro, 2019). De igual forma, en la validación realizada en Argentina se obtuvo un alfa de Cronbach de $\alpha=.79$ (Góngora et al., 2010). Mientras que en este estudio se obtuvo una alfa de Cronbach de $\alpha=.762$ el mismo que indica que es fiable (**Anexo 3**).

Procedimiento de la Investigación

Se realizó un primer acercamiento con el rector de la Institución Educativa Remigio Romero y Cordero para dar a conocer la investigación que se pretendía realizar, posterior a la respuesta positiva se procedió a entregar una carta de interés como constancia de este acuerdo. En complemento, una vez aprobado el protocolo por el Consejo Directivo de la Facultad de Psicología de la Universidad de Cuenca y el Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos (CEISH), se entregó los consentimientos y asentimientos informados a los

participantes. Al contar con los mismos, se aplicó los instrumentos de manera física. El tiempo aproximado de la aplicación fue de 20 y 30 minutos.

Plan de tabulación y análisis

Para este estudio se utilizó Microsoft Excel con el fin de elaborar una base de datos con la información obtenida de los instrumentos de adicción y de autoestima. Posterior a ello se calculó el alfa de Cronbach de cada uno de ellos. Para el análisis de los datos del cuestionario de adicción a redes sociales se utilizó estadística descriptiva, la cual a través de la utilización de medidas de tendencia central: media y desviación estándar, se interpretaron los datos. En cuanto a las dimensiones de adicción a redes sociales se decidió ponderar en una escala de 0 al 40, ya que cada dimensión se califica con diferentes valores en sus escalas. Mientras que para la escala de autoestima de Rosenberg, se tomó en consideración los puntajes de referencia del instrumento y se interpretaron los resultados mediante frecuencias y porcentajes. El procesamiento de los datos se ejecutó a través de la utilización del programa SPSS y los resultados se presentan mediante tablas y figuras.

Consideraciones éticas

Para este estudio se ha tomado en consideración los siguientes principios éticos del American Psychological Association [APA] (2010): confidencialidad, puesto que no se revelaron los nombres de los participantes ni sus datos personales; la voluntariedad, ya que los representantes legales y los estudiantes firmaron de manera voluntaria el consentimiento (Anexo 4) y asentimiento informado (Anexo 5). Finalmente cumple con el principio de beneficencia y no maleficencia, debido a que al finalizar el estudio los resultados se entregaron a la institución educativa mediante un informe escrito para la toma de decisiones oportunas en búsqueda del bienestar de los estudiantes. Estos principios mencionados fueron previamente revisados y aprobados por el Consejo Directivo de la Facultad de Psicología y por el Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos (CEISH) de la Universidad de Cuenca.

Presentación y análisis de los resultados

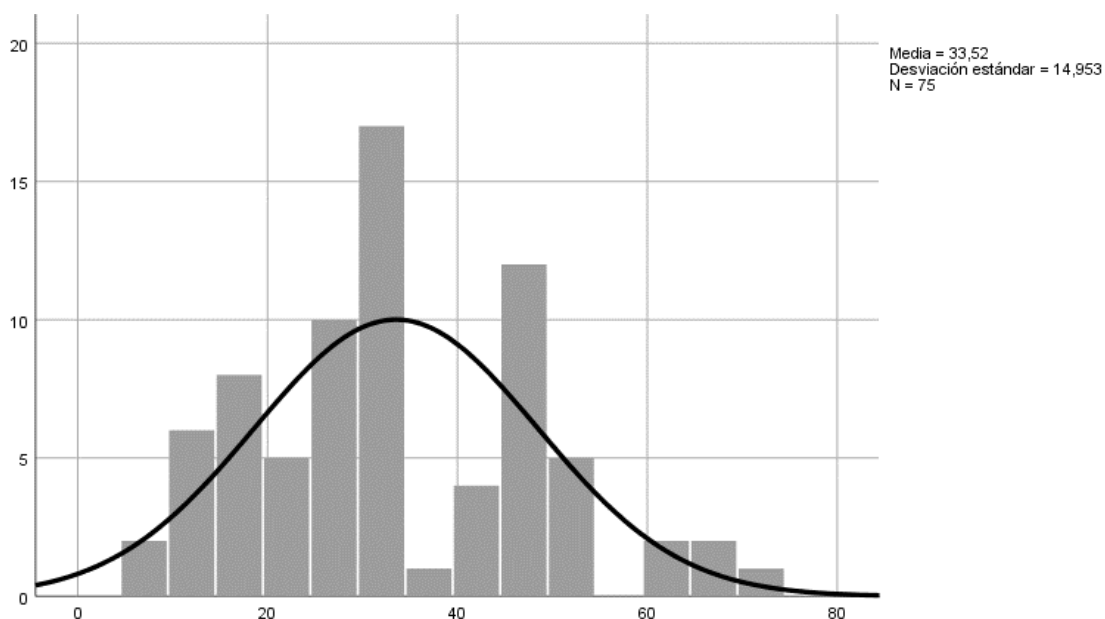
Los resultados que se evidencian a continuación se encuentran organizados en función de los objetivos propuestos para esta investigación. En primer lugar, se muestran los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles generales de autoestima de los adolescentes. En segundo lugar, las dimensiones de adicción a redes sociales predominantes; y por último los niveles de autoestima en función del sexo y la edad de los participantes.

Puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima

En cuanto al objetivo general se encontró que los estudiantes presentan puntajes bajos de adicción a redes sociales, ya que obtuvieron un puntaje máximo de 70 y mínimo de 7. Con una media de $M=33.52$ y una desviación estándar de $\sigma=14.95$. Además, existe una distribución asimétrica positiva de los datos, los cuales se pueden observar en el histograma presentado en la Figura 1.

Al comparar con estudios previos, los resultados concuerdan con la investigación realizada por Loja (2015) donde se encontró que los adolescentes de 15 a 18 años tienen puntajes bajos de adicción a redes sociales, ya que la media de respuestas es de $M= 31.71$. Sin embargo, discrepan con los estudios realizados por: Chiza et al. (2021), los cuales encontraron que los adolescentes entre 12 a 17 años presentan puntajes medios de adicción, ya que obtuvieron una media de $M= 56.52$. Estrada y Gallegos (2020) afirman que los estudiantes de 15 a 17 años presentaron adicción a redes sociales, debido a sus altas expectativas por conocer lo que sucede en estas plataformas online, descuidar sus relaciones interpersonales y sus actividades diarias.

Estos datos encontrados se pueden deber a la necesidad de los adolescentes de ser aceptados y validados socialmente, ya que un factor que puede influir en el intento de pertenecer a determinado grupo es el tratar de aparentar y mostrar una imagen positiva hacia los demás (Rengifo y Morales, 2019).

Figura 1*Puntajes de adicción a redes sociales*

En cuanto a los niveles de autoestima de los participantes se encontró que, de los 75 estudiantes, el 28% (n=21) presentan autoestima baja, 36% (n=27) presentan autoestima media y el 36% (n=27) autoestima alta (Tabla 2). Estos resultados demuestran que los adolescentes presentan en su mayoría una adecuada autoestima, por lo que se caracterizan por tener iniciativa, afrontar retos, valorar sus éxitos, tener buena tolerancia a la frustración, buen manejo emocional, asumen responsabilidades y mantienen buenas relaciones sociales (Roa, 2013).

Respecto a los datos de la autoestima, no se encontraron investigaciones que concuerden con lo obtenido; al contrario, discrepan con los estudios realizados por: Ojeda y Cárdenas (2017) quienes realizaron un estudio en una Unidad Educativa de la zona urbana de Cuenca donde el 59% de los adolescentes obtuvieron un nivel alto de autoestima, 26% un nivel medio y el 14% un nivel bajo. De igual manera, Alvarez (2016) encontró que en un colegio urbano de Cuenca el 66.67% tiene autoestima alta, 21.60% media y el 11.74% baja. Finalmente, difieren con el estudio de Mosquera (2021) quien encontró que en un colegio rural del cantón Mejía, el 45% de la población tiene una autoestima baja, 19% autoestima elevada y el 36% autoestima media.

Las diferencias encontradas en los resultados de los estudios, pueden explicarse por los diferentes contextos en los que han sido realizados los mismos, teniendo en cuenta que la autoestima se construye en base al entorno en la que se desenvuelve la persona, las relaciones familiares y su interacción social (Martínez et al., 2008). Además, estos resultados pueden deberse a que los adolescentes pertenecen a la zona urbana y se ha evidenciado

que tienen mayor probabilidad de tener alta autoestima quienes residen en la zona urbana (Romero, 2017).

Tabla 2

Niveles de autoestima

| | Puntajes de referencia | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Autoestima baja | 1-25 | 21 | 28 |
| Autoestima media | 26-29 | 27 | 36 |
| Autoestima alta | 30-40 | 27 | 36 |

Dimensiones de adicción predominantes en los adolescentes

En la tabla 3 se puede evidenciar que las dimensiones de adicción a redes sociales presentan puntajes bajos con referencia a la media de la puntuación del instrumento ($M=20$). La primera que corresponde a la obsesión por las redes sociales se obtuvo una media de $M=11.28$. La segunda que hace referencia a la falta de control personal en el uso de las redes sociales alcanzó una media de $M=14.71$. En la tercera dimensión del uso excesivo de las redes sociales se evidenció una media de $M=16.76$. Por tanto, esta última dimensión predomina en los adolescentes de bachillerato puesto que invierten gran parte de su tiempo para interactuar en las mismas.

Estos resultados concuerdan con los estudios realizados por Amoroso (2018), Huancapaza y Huanca (2018) y Salazar (2019) donde los adolescentes presentaron como dimensión predominante el uso excesivo de las redes sociales. Además, se relaciona con los resultados de Fuertes y Armas (2017) ya que los adolescentes dedican más de tres horas al día al uso de las redes sociales y algunos de ellos hasta por más de ocho horas. De igual manera, con el estudio realizado por Pavón (2015) donde el 32% de los adolescentes utilizan las redes sociales en un aproximado de cinco horas o más, mientras que el 36% interactúan entre tres o cuatro horas diarias.

Mientras que estos datos discrepan con los estudios realizados por: Choto (2019) en el cual se evidenció que la población presenta obsesión por las redes sociales, por lo que los adolescentes presentan pensamientos recurrentes y preocupación causada por no poder acceder a estas plataformas. Vargas et al. (2021) determinó que los adolescentes presentaban falta de control personal en el uso de las redes sociales. De igual manera, García (2022) encontró que los adolescentes en su mayoría presentaban falta de control personal,

ya que evidenciaban una baja capacidad para dominar el uso de las redes sociales y descuido de sus actividades cotidianas, lo cual puede ser un indicativo de complicaciones futuras.

Tabla 3

Dimensiones de adicción a redes sociales

| Dimensiones | Media | Desviación estándar | Mínimo | Máximo |
|---|--------------|------------------------|--------|--------|
| Obsesión por las redes sociales | 11.28 | 6.83 | 1 | 29 |
| Falta de control personal en el uso de las redes sociales | 14.71 | 6.39 | 1.67 | 28.33 |
| Uso excesivo de las redes sociales | 16.76 | 7.13 | 1.25 | 33.75 |

Niveles de autoestima que predominan en función del sexo y edad

Respecto a los niveles de autoestima según el sexo se encontró que las mujeres presentan menor autoestima con un 21.3% (n=16) y los hombres mayor autoestima con un 22.7% (n=17) (Tabla 4).

Tabla 4

Niveles de autoestima según el sexo

| Nivel de la autoestima | Sexo | | | |
|------------------------|--------|-------------|-------|-------------|
| | Hombre | | Mujer | |
| | n | % | n | % |
| Autoestima baja | 5 | 6.7 | 16 | 21.3 |
| Autoestima media | 15 | 20.0 | 12 | 16.0 |
| Autoestima alta | 17 | 22.7 | 10 | 13.3 |

Estos resultados coinciden con los estudios realizados por Álvarez (2016); Núñez y Crismán (2016) quienes concluyen que los hombres tienen mayor autoestima que las mujeres. Sin embargo, discrepan con los hallados por: Mosquera (2021), quién encontró que la autoestima en los hombres es menor que en las mujeres, ya que el 45% de las mujeres obtuvieron autoestima media, mientras que el 53% de los hombres presentaron autoestima baja. Avendaño (2016) no encontró diferencias significativas en cuanto al sexo, ya que el 78% de los hombres y mujeres mantenían una autoestima alta. De igual manera, Sigüenza et al.

(2019), encontraron que las mujeres tienen autoestima alta (20.78%) al igual que los hombres (30.19%).

Estos datos se pueden deber a los estereotipos y roles de género en nuestra sociedad, ya que las mujeres están más centradas en su imagen corporal cuestionándose constantemente su apariencia física y evaluando negativamente su imagen, lo que las diferencian de los varones (Díaz et al., 2018). Así también, puede influir el hecho de que los hombres dependen menos de las relaciones como fuente de autoestima, ya que se enfocan en sí mismos, lo que les diferencia de las mujeres (Kwang et al., 2013).

Tabla 5

Niveles de autoestima según la edad

| Niveles de autoestima | | Edad | | | | |
|-------------------------|---|------|------|--------------|--------------|------|
| | | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| Autoestima Baja | n | 2 | 2 | 10 | 5 | 2 |
| | % | 2.7% | 2.7% | 13.3% | 6.7% | 2.7% |
| Autoestima Media | n | 1 | 6 | 7 | 10 | 3 |
| | % | 1.3% | 8.0% | 9.3% | 13.3% | 4.0% |
| Autoestima Alta | n | 2 | 7 | 6 | 10 | 2 |
| | % | 2.7% | 9.3% | 8.0% | 13.3% | 2.7% |

Con respecto a los niveles de autoestima según la edad de los participantes, se evidencia que predomina una autoestima alta y una autoestima media en estudiantes de 17 años con un 13.3% (n=10) por cada uno. Mientras que el nivel más bajo de autoestima se encuentra en los estudiantes de 16 años con un 13.3% (n=10). Este resultado se puede observar en la Tabla 5.

Estos resultados concuerdan con los estudios realizados por Sigüenza et al. (2019) y Ojeda y Cárdenas (2017) quienes encontraron que los adolescentes de 17 años tienen niveles altos de autoestima. Sin embargo, discrepa con los resultados de la investigación realizada por Montes et al. (2012) en la cual determinaron que los adolescentes de 14 años y menores a estos tienden a tener una autoestima alta, mientras que los adolescentes de 14 años y más edad poseen una autoestima baja, por lo que la autoestima va a depender de la edad.

Los resultados encontrados pueden justificarse debido a que la autoestima no es innata y se va construyendo en base a las experiencias que adquieren los adolescentes en los diferentes contextos en los que se desenvuelven (Díaz et al., 2018). Además, porque al encontrarse en la etapa de la adolescencia media, su autoestima dependerá de la aceptación social que mantenga el adolescente, ya que se ha determinado que en esta etapa los grupos de pares son cruciales para su bienestar psicológico (Güemes et al., 2017; Naranjo et al., 2021). Así

mismo, Gaete (2015) da a conocer que la percepción que tenga el adolescente de sí mismo dependerá de la opinión que tenga de terceros.

Conclusiones

El presente estudio tuvo como objetivo general describir los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero, en base a este objetivo se puede concluir que los adolescentes no presentan adicción a las redes sociales, ya que obtuvieron puntajes bajos de adicción a estas plataformas. Con respecto a los niveles de autoestima, la mayoría de los adolescentes presentan una autoestima adecuada, ya que cuentan con niveles medios y altos. Por tanto, los adolescentes se caracterizan por tomar iniciativas, afrontar retos, valorar sus éxitos, tener buena tolerancia a la frustración, tener un buen manejo emocional, asumir responsabilidades, etc.

En referencia al primer objetivo específico, el cual buscaba identificar la dimensión de adicción predominante en los adolescentes, se pudo determinar que presentaban un uso excesivo de las redes sociales, por lo que los adolescentes emplean gran cantidad de tiempo para permanecer activos en estos medios. En este sentido, la mayoría de los adolescentes invierten entre tres a cuatro horas de su día para estar conectados, la plataforma que más utilizan es TikTok y el motivo principal de su uso es para el entretenimiento.

Finalmente, en cuanto al segundo objetivo específico que consistía en identificar los niveles de autoestima que predominan en función del sexo y edad de los participantes, se encontró que las mujeres presentan mayor autoestima baja en comparación de los hombres, lo cual puede estar asociado a los estereotipos implantados en la sociedad, los cuales se enfocan principalmente en la imagen corporal y obligan a las mujeres a alcanzar estándares de belleza. Mientras que con respecto a la edad, los adolescentes de 17 años son quienes tienen en mayor medida autoestima alta y los estudiantes de 16 años autoestima baja.

Limitaciones y Recomendaciones

En cuanto a las limitaciones del estudio, se encontró la poca disposición de participación de algunos estudiantes y representantes. Se evidenció miedo de los estudiantes a ser estigmatizados, lo cual pudo influir al momento de completar honestamente los instrumentos. Con respecto a las características sociodemográficas, la edad de los participantes no fue homogénea y el tamaño de la población limita la generalización de resultados.

Ante lo expuesto, en este trabajo se recomienda: crear espacios de socialización previos a la aplicación de los instrumentos de evaluación, en los cuales se aborde las variables de estudio, con la finalidad de generar un vínculo con los estudiantes, solventar dudas y evitar sesgos en las respuestas de los instrumentos psicológicos. Además, se sugiere que se realicen programas de prevención y promoción que permitan mantener y mejorar la autoestima de los adolescentes, con el propósito de afianzar la confianza en sí mismos y prevenir que desarrollen una adicción a redes sociales. Así también, es fundamental incluir en estos programas espacios de debates sobre los riesgos y beneficios de las redes sociales, ya que en los datos encontrados los adolescentes invierten mucho tiempo en permanecer conectados a estas plataformas.

Se sugiere ampliar la población de estudio donde se tomen datos de diferentes instituciones educativas e incluso trabajar con una población homogénea respecto a la edad de los participantes, lo cual permitirá realizar comparaciones. Finalmente, estos datos podrán servir de motivación para realizar correlaciones con otras variables que influyen en el uso excesivo de las redes sociales y en la autoestima de los adolescentes, como es el caso de la familia, zonas geográficas de residencia, habilidades sociales, etc. Esto debido a la gran relevancia del tema en la sociedad.

Referencias

- Agualongo, J., y Robalino, D. (2020). Consecuencias del consumo de drogas en las Funciones Ejecutivas en adolescentes y jóvenes adultos. *Revista Cientific*, 5(Ed. Esp.), 127-145. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2020.5.e.6.127-145>
- Aguirre, M., Castro, M., Candia, C., Cordero, A., y Sánchez, M. (2016). Autoconfianza y prueba de selección universitaria de matemática en Chile. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 15(2), 61-74. <https://doi.org/10.18270/chps.v15i2.1914>
- Alvarez, D. (2016). *Problemas de conducta y autoestima en adolescentes* [Tesis de grado, Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6356>
- American Psychological Association [APA] (2010). *Principios Éticos de los Psicólogos y Código de la Conducta*. <https://n9.cl/qoy30>
- Amoroso, M. (2018). *Adicción a redes sociales y su relación con la adaptación conductual en los adolescentes* [Tesis de grado, Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8297>
- Arab, E., y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Arguedas, I. (2019). Autorrealización en personas jóvenes: fuentes y estrategias para su construcción. *Revista de Educación y Desarrollo*, 9-18.
- American Psychiatric Association [APA] (2014). *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*. DSM-5 (5ª.ed). Madrid. Editorial médica panamericana
- Avendaño, K. (2016). *Nivel de autoestima de adolescentes que practican la disciplina deportiva de fútbol*. [Tesis de posgrado, Universidad Rafael Landívar]. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/67/Avendano-Karen.pdf>
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., y Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351-355. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x>
- Becerra, N., y Taype, A. (2020). TikTok: ¿Una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19?. *Acta Médica Perú*, 37(2), 249-251.

- Bolander, B., y Locher, M. A. (2015). "Peter is a dumb nut": Status updates and reactions to them as 'acts of positioning' in facebook. *Pragmatics*, 25(1), 99-122. <https://doi.org/10.1075/prag.25.1.05bol>
- Bonilla, M., y Muñoz, S. (2015). Fortalecimiento de la autoestima como eje transversal del desarrollo humano de los niños de transición a, Institución Educativa Sofía Hernández Marín de Pereira. *Textos y Sentidos*, (11).
- Branden, N. (2011). *Los seis pilares de la autoestima*. Paidós Iberica.
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-218.
- Cerna, O. (2017). La medición de la autoestima en adolescentes y adultos: una propuesta desde el modelo de Harris Clemens. *Revista EDUCA UMCH*, (10), 77-89. <https://doi.org/10.35756/educaumch.v10i0.13>
- Chiza, D., Vásquez, D., y Ramírez, C. (2021). Adicción a redes sociales y cyberbullying en los adolescentes. *Revista Muro de la Investigación*, 6(1), 34-44.
- Choto, M. (2019). *Uso de redes sociales y autoestima en estudiantes de Básica Superior Unidad Educativa "Simón Rodríguez", Licán, 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5354>
- Cuaical, Y., y Yar, A. (2019). *Influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes de B.G.U, de la Unidad Educativa Municipal "Julio Enrique Moreno", de la ciudad de Quito durante el periodo lectivo 2018-2019* [Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18101>
- Del Barrio, Á., y Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD de Psicología*, 3(1), 571-576. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v3.537>
- Díaz, D., Fuentes, I., y Senra, N. (2018). Adolescencia y Autoestima: su desarrollo desde las instituciones educativas. *Revista Conrado*, 14(62), 98-103.
- Domínguez, L. (1999). ¿Yo, si mismo o autovaloración? *Revista Cubana de Psicología*, 16(1), 3-7.
- Donath, J., y Boyd, D. (2004). Exhibiciones públicas de conexión. *Revista de tecnología BT*. 22(4), 71-82.

- Echeburúa, E., y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95.
- Echeburúa, E., y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Pirámide.
- Escurra, M., y Salas, E. (2014). Construcción y Validación Del Cuestionario De Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Estrada, E., y Gallegos, N. (2020). Funcionamiento familiar y adicción a redes sociales en estudiantes de educación secundaria de Puerto Maldonado. *Revista San Gregorio*, (40), 101-117. <https://doi.org/http://10.36097/rsan.v1i40.1393>
- Fernández, C., y Quiles, Y. (2018). Relación de las redes sociales con la autoestima. En Pérez, M., Gázquez, J., Molero, M., Barragán, A., Martos, Á., Simón, M., y Sisto, M. (Ed.), *Avances de Investigación en Salud a lo largo del Ciclo Vital* (Vol. II, pp. 341-346). Asociación Universitaria de Educación y Psicología (ASUNIVEP).
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527.
- Ferrel, F., Vélez, J., y Ferrel, L. (2014). Factores psicológicos en adolescentes escolarizados con bajo rendimiento académico: depresión y autoestima. *Encuentros*, 12(2), 35-47.
- Fuertes López, J. H., y Armas Téllez, L. Y. (2017). Adolescentes adictos a redes sociales y tecnología. *Horizontes de Enfermería*, 7, 130-140. <https://doi.org/10.32645/13906984.163>
- Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista Chilena de Pediatría*, 86(6), 436-443. <https://doi.org/10.1016/j.rchipe.2015.07.005>
- García, C., López de Ayala, M., y García, A. (2014). Los riesgos de los adolescentes en Internet: Los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet. *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), 462-485. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1020>
- García, J. (2022). *Adicción a las redes sociales y ansiedad en adolescentes de una institución educativa de la ciudad de Quito*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/5073>

- Gómez, M., Contreras, L., y Gutiérrez, D. (2016). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes de ciencias sociales: un estudio comparativo de dos universidades públicas. *Innovación educativa*, 16(71), 61-80.
- Góngora, V., Fernández, M., y Castro, A. (2010). Estudio de validación de la escala de autoestima de Rosenberg en población adolescente de la ciudad de Buenos Aires. *Perspectivas en Psicología*, 7(1), 24-30.
- Güemes, M., Ceñal, M., y Hidalgo, M. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría Integral*, 21(4), 233-244.
- Hernández, K., Yanes, J., y Carrera, A. (2017). Las redes sociales y adolescencias. Repercusión en la actividad física. *Universidad y Sociedad*, 9(2), 242-247.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill.
- Huancapaza, M., y Huanca, L. (2018). *Habilidades sociales y adicción a las redes sociales en instituciones educativas del distrito de Cayma, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7325>
- Hutt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social. *Reflexiones*, 91(2), 121-128.
- Iglesias, J. (2015). ¿Cómo influye la moda en el comportamiento de los adolescentes? *Adolescere*, 3(1), 57-66.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2019). *Tecnologías de la Información y Comunicación. Encuesta multipropósito - TIC 2019*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Jasso, J., López, F., y Díaz, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(3), 2832-2838.
- Klimenko, O., Cataño, Y., Otalvaro, I., y Úsuga, S. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente*, 24(46), 1-33. <https://doi.org/10.17081/psico.24.46.4382>

- Kwang, T., Crockett, E. E., Sanchez, D. T., y Swann, W. B. (2013). Men seek social standing, women seek companionship: sex differences in deriving self-worth from relationships. *Psychological Science, 24*(7), 1142-1150. <https://doi.org/10.1177/0956797612467466>
- Leiva, J., y Urzúa, A. (2018). Craving en adicciones conductuales: propuesta de un modelo teórico explicativo en la adicción a Facebook y mensajería instantánea. *Terapia psicológica, 36*(1), 1-8. <https://doi.org/10.4067/s0718-48082017000300001>
- León, E., y García, A. (2018). *Soledad y aislamiento en los adolescentes que usan las redes sociales* [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. Repositorio institucional de la Universidad de Cuenca.
- Llamas, F., y Pagador, I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza y Teaching, (32)*, 43-57. <http://dx.doi.org/10.14201/et20143214357>
- Loja, A. (2015). *Uso del tiempo libre y adicción a redes sociales en adolescentes de 15 a 18 años* [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/24158>
- López, F. (2015). Adolescencia. Necesidades y problemas. Implicaciones para la intervención. *Adolescere, 3*(2), 9-17.
- Martínez, G., y Alfaro, A. (2019). Validación de la escala de autoestima de Rosenberg en estudiantes paceños. *Fides Et Ratio, 17*, 83-100.
- Martínez, R., Pedrão, L., Alonso, M., López, K., & Oliva, N. (2008). Autoestima, autoeficacia percibida, consumo de tabaco y alcohol en estudiantes de educación secundaria de área urbana y rural de Monterrey, Nuevo León, México. *Revista Latino-Americana de Enfermagem, 16*, 8.
- Montes, I., Escudero, V., y Martínez, J. (2012). Nivel de autoestima de adolescentes escolarizados en zona rural de Pereira, Colombia. *Revista Colombiana de Psiquiatría, 41*(3), 485-495.
- Mosquera, A. (2021). *Imagen corporal y autoestima de una unidad educativa del cantón Mejía* [Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25813>

- Naranjo, M. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas En Educación,"* 7(3), 1–27.
- Naranjo, S., Torralbas, J., y Batista, P. (2021). ¿Por qué los adolescentes se aceptan y se rechazan? *Alternativas Psicología,* 45, 143-158.
- Núñez, I., y Crismán, R. (2016). La ansiedad como variable predictora de la autoestima en adolescentes y su influencia en el proceso educativo y en la comunicación. *Revista Iberoamericana de Educación,* 71(2), 109-128.
- Ojeda, Z., y Cárdenas, M. (2017). *El Nivel De Autoestima En Adolescentes Entre 15 a 18 Años.* [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/28093>
- Pacheco, B., Lozano, J., y González, N. (2018). Diagnóstico de utilización de Redes sociales: factor de riesgo para el adolescente. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo,* 8(16), 53-72. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.334>
- Papalia, D., y Martorell, G. (2017). *Desarrollo humano.* (13.a ed.). McGraw Hill
- Parselis, M. (2014). Función e innovación social: el caso Twitter. *Revista CTS,* 9(25), 53-71.
- Pavón, M. (2015). *El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del Instituto San José, El Progreso, Yoro-Honduras.* [Tesis de posgrado, Universidad Rafael Landívar]. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/83/Pavon-Martin.pdf>
- Peker, G., Rosenfeld, N., Febbraio, A., Loiza, C., Abalo, M., Serfaty, D., Rodríguez, S., y Stigliano, M. (2017). *Autoestima y adolescencia.* In IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Pérez, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas Psicología,* (41), 22-32.
- Pulla, E. (2017). *Autoestima de los adolescentes y su relación con el contexto familiar, escolar y social Jadán, Gualaceo 2015* [Tesis de maestría, Universidad de Cuenca]. Repositorio institucional de la Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/27112>

- Rengifo, M., y Morales, J. (2019). Modelo de intervención para mejorar la aceptación social en adolescentes. *Polo del Conocimiento*, 4(8), 190. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i8.1054>
- Roa, A. (2013). La educación emocional, el autoconcepto, la autoestima y su importancia en la infancia. *Edetania*, 44, 241-257.
- Rodríguez, H., y Restrepo, L. (2015). Conocimientos y uso del twitter por parte de estudiantes de educación superior. *Sophia*, 11(1), 44-52.
- Romero, M. (2017). Relación entre depresión y autoestima con sentido de vida en adolescentes de 1°, 2° y 3° de bachillerato en ciencias, del colegio nacional "Jorge Álvarez" del cantón Píllaro, del período lectivo 2016-2017. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13938>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent selfimage*. Princeton: Princeton University Press.
- Salas, F. (2018). Caracterización de factores implicados en las conductas de riesgo en adolescentes. *Revista ABRA*, 38(56), 1-16.
- Salazar, L. (2019). *Uso de redes sociales informáticas y relaciones filioparentales en los estudiantes de octavo a tercero de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Liceo Policial Bilingüe Mayor Galo Miño del cantón Ambato provincia del Tungurahua*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29551>
- Sigüenza, C., Quezada, E., y Reyes, M. (2019). Autoestima en la adolescencia media y tardía. *Revista Espacios*, 40(15), 19.
- Suárez, B. (2018). WhatsApp: su uso educativo, ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Educación*, 16(2), 121-135.
- Terán, P. (15 de febrero de 2019). *Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC)* [Resumen de presentación de la conferencia]. Congreso de Actualización Pediatría 2019, Madrid.
- Tió, J. (2017). Ser y dejar de ser adolescente en la sociedad de la incertidumbre. *Revista de Menorca*, 96, 27-47.
- Torres, A., y De Santis, A. (2020). *YouTube y la comunicación del siglo XXI*. CIESPAL.

Vargas, M., Parra, M., Cortez, W., y Vargas, R. (2021). Hábitos de acceso y adicción a redes sociales virtuales en estudiantes de secundaria de Unidades Educativas de Sucre. *Current Opinion Nursing y Research*, 3(1), 4-15. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/314/3142383004/index.html>

Vázquez, C., y Fernández, J. (2016). Adolescencia y Sociedad. La construcción de identidad en tiempos de inmediatez. *Psocial*, 2(1), 38-55.

Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., y Evans, R. (2020). How health communication via tik tok makes a difference: A content analysis of tik tok accounts run by Chinese provincial health committees. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 192. <https://doi.org/10.3390/ijerph17010192>

Anexos

Anexo 1: Ficha sociodemográfica

| FICHA SOCIODEMOGRÁFICA | | | | | | | | |
|---|--------|-----------|--|----|--|----|----|--|
| <p>El objetivo de la presente encuesta es levantar información que permita conocer las variables sociodemográficas de estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero, en el período noviembre 2022 a marzo 2023. La información facilitada es confidencial y será utilizada para los fines pertinentes.</p> <p>Código: _____ Fecha: _____</p> | | | | | | | | |
| DATOS GENERALES | | | | | | | | |
| 1. Sexo: | Hombre | | 2. Edad | 14 | | 15 | 16 | |
| | Mujer | | | 17 | | 18 | | |
| 3. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza? | | | 4. Indique cuantas horas al día utiliza redes sociales | | | | | |
| Facebook | | Instagram | Una a dos horas al día | | | | | |
| | | | Tres a cuatro horas al día | | | | | |
| Twitter | | TikTok | Cinco a siete horas al día | | | | | |
| YouTube | | WhatsApp | Todo el día | | | | | |
| 5. ¿Qué es lo que más le gusta o aporta las redes sociales? | | | | | | | | |
| Conocer nuevas personas | | | Entretenimiento | | | | | |
| Compartir contenido de mi interés | | | Para uso académico | | | | | |
| Mantener contacto con familiares y amigos | | | Recibir influencias formadoras | | | | | |

Anexo 2: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales ARS

Adicción a Redes Sociales

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

Siempre S Rara vez RV Casi siempre CS Nunca N Algunas veces AV

| Nº ITEM | 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 puedo 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 actividad 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 conectando(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 con las redes sociales, me siento aburrido(a). | | | | | |
| 24. | Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social. | | | | | |

Anexo 3: Escala de autoestima de Rosenberg

Este test tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma.

Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada.

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

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

Anexo 4: Consentimiento informado

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023

Datos del equipo de investigación:

| | Nombres completos | # de cédula | Institución a la que pertenece |
|------------------------|-------------------------------|-------------|--------------------------------|
| Investigador Principal | Jessica Paola Alvarado Argudo | 0107356503 | Universidad Cuenca |

¿De qué se trata este documento?

Su representado está invitado(a) a participar en este estudio que se realizará en el período 2022-2023 en la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero. En este documento denominado consentimiento informado, se explican las razones por las que se ejecutará el estudio, cuál será su participación y si acepta la invitación. También se explican los posibles riesgos, beneficios y sus derechos en caso de que usted decida participar. Después de revisar la información en este consentimiento y aclarar todas sus dudas, tendrá el conocimiento para tomar una decisión sobre su participación o no en este estudio. No tenga prisa para decidir.

Introducción

Las redes sociales son plataformas online que han ganado popularidad entre los adolescentes, ya que forman parte de su día a día, sin embargo, si su uso no es el adecuado pueden exponerse a conductas de riesgo perjudiciales para su bienestar. Así también, la autoestima es un proceso psicológico importante en la vida de los adolescentes, ya que la misma permitirá un desarrollo adecuado de su identidad y un buen proceso de adaptación a las situaciones que se les presente. Por esta razón se considera pertinente realizar esta investigación para conocer la situación actual de los adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Remigio Romero y Cordero, con respecto a los niveles de adicción a redes sociales y de autoestima.

Por lo antes mencionado, su representado ha sido seleccionado como participante de este estudio, ya que se encuentra matriculado en uno de los cursos de bachillerato y tiene una edad comprendida entre los 14 y 18 años de edad.

| |
|--|
| <p>Objetivo del estudio</p> <p>El objetivo de la investigación es describir los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023.</p> |
| <p>Descripción de los procedimientos</p> <p>Se iniciará con la aplicación de dos instrumentos relacionados a las variables (adicción a redes sociales y autoestima) en presencia de los tutores académicos. La duración aproximada de la aplicación de estos dos instrumentos es de 20 a 30 minutos y se aplicará de manera física, individual y confidencial a los estudiantes de bachillerato.</p> |
| <p>Riesgos y beneficios</p> <p>Los beneficios de esta investigación para la institución educativa es que podrán contar con información sobre las variables investigadas, para que posteriormente se desarrollen proyectos de prevención y promoción orientados a disminuir estas problemáticas en los participantes y aumentar su bienestar emocional. Además, esta investigación tendrá un beneficio para los participantes, ya que podrán reflexionar sobre el uso que le están dando a las redes sociales y como se encuentra su aspecto emocional. En caso de que se evidencien estudiantes con baja autoestima, las investigadoras brindaran contención emocional y orientación de los espacios donde puede acudir para tratar esta problemática. El estudio no supone riesgos para los participantes, sin embargo, en el caso de que se presente alguna crisis emocional producto de alguna experiencia vivida, al momento de la aplicación de los instrumentos, se les brindará ayuda psicológica por parte de las investigadoras y se ofrecerá los servicios del CEPAUC de la Facultad de Psicología de la Universidad de Cuenca en caso de que lo requieran.</p> |
| <p>Otras opciones si no participa en el estudio</p> <p>En el caso de que usted no desee participar en este estudio, se respetará su decisión, ya que su participación es voluntaria y no existirá ninguna sanción por la decisión que usted tome.</p> |

Derechos de los participantes

Usted tiene derecho a:

- 1) Recibir la información del estudio de forma clara;
- 2) Tener la oportunidad de aclarar todas sus dudas;
- 3) Tener el tiempo que sea necesario para decidir si quiere o no participar del estudio;
- 4) Ser libre de negarse a participar en el estudio, y esto no traerá ningún problema para usted;
- 5) Ser libre para renunciar y retirarse del estudio en cualquier momento;
- 6) El respeto de su anonimato (confidencialidad);
- 7) Que se respete su intimidad (privacidad);
- 8) Recibir una copia de este documento, firmado y rubricado en cada página por usted y el investigador;
- 9) Tener libertad para no responder preguntas que le molesten.

Información de contacto

Si usted tiene alguna pregunta sobre el estudio por favor llame al siguiente teléfono 0995395122, que pertenece a Jessica Alvarado o enviar un correo electrónico a jessicap.alvarado@ucuenca.edu.ec.

Consentimiento informado

Comprendo la participación de mi representado en este estudio. Me han explicado los riesgos y beneficios de participar con un lenguaje claro y sencillo. Todas mis preguntas fueron contestadas. Me permitieron contar con tiempo suficiente para tomar una decisión. Acepto voluntariamente que mi hijo/a o representado participe en esta investigación.

Nombres completos del/a representante

Firma del/a representante

Fecha

Nombres completos del/a investigador/a

Firma del/a investigador/a

Fecha

Si usted tiene preguntas sobre este formulario puede contactar al Dr. Vicente Solano, presidente del Comité de Bioética de la Universidad de Cuenca, al siguiente correo electrónico: vicente.solano@ucuenca.edu.ec

Anexo 5: Asentimiento informado

FORMULARIO DE ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: **Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023**

Datos del equipo de investigación:

| | Nombres completos | # de cédula | Institución a la que pertenece |
|------------------------|-------------------------------|-------------|--------------------------------|
| Investigador Principal | Jessica Paola Alvarado Argudo | 0107356503 | Universidad Cuenca |

Esta presente investigación tiene como objetivo describir los puntajes de adicción a redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscal Remigio Romero y Cordero en Cuenca, en el período 2022-2023.

Si desea participar o no de esta investigación, es necesario que conozca y comprenda el estudio.

PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN: La razón por la cual usted ha sido seleccionado como participante de este estudio, se debe a que se encuentra matriculado en unos de los cursos de bachillerato y se encuentra en una edad comprendida entre los 14 y 18 años de edad.

PROCEDIMIENTO: Se aplicarán dos instrumentos: Cuestionario de Adicción a Redes Sociales ARS y la Escala de Autoestima de Rosenberg, la duración aproximada es de 20 a 30 minutos y se aplicará de manera física, individual y confidencial a los estudiantes de bachillerato. Esta aplicación se realizará en presencia de los tutores académicos.

RIESGOS Y BENEFICIOS: Los beneficios de esta investigación para los participantes es que podrán reflexionar sobre el uso que le están dando a las redes sociales y como se encuentra su aspecto emocional. En caso de que se evidencien estudiantes con baja autoestima, las investigadoras brindaran contención emocional y orientación de los espacios donde puede acudir para tratar esta problemática. Además, esta investigación beneficiara a la institución educativa, ya que brindará información sobre las variables investigadas, para que posteriormente se desarrollen proyectos de prevención y promoción orientados a disminuir

estas problemáticas en los participantes y aumentar su bienestar emocional. El estudio no supone riesgos para los participantes, sin embargo, si al momento de responder los instrumentos presentan alguna crisis emocional producto de alguna experiencia vivida se les brindará ayuda psicológica por parte de las investigadoras y se ofrecerá los servicios del CEPAUC de la Facultad de Psicología de la Universidad de Cuenca en caso de que lo requieran.

PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA: En el caso de que usted no desee participar en este estudio, se respetará su decisión, ya que su participación es voluntaria y no existirá ninguna sanción por la decisión que usted tome.

Yo, _____ con cedula de identidad _____, acepto libremente y sin ninguna presión participar de este estudio. Me han explicado con un lenguaje claro y sencillo los riesgos y beneficios de mi participación. Todas mis dudas fueron contestadas y me permitieron contar con tiempo suficiente para tomar la decisión. De esta manera, libremente y con el consentimiento de mis padres o representantes legales, acepto participar en esta investigación.

Firma del estudiante

Nombres completos del/a investigador/a

Firma del/a investigador/a

Fecha