

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
Escuela Profesional de Psicología



**Redes sociales y la autoestima en los estudiantes universitarios de
la Escuela de Psicología - Arequipa, 2024**

Tesis presentada por las Bachilleres:

Abril Valdivia, Moncerrat Yumico

ORCID: 0009-0007-4187-7916

Soncco Neyra, Jackelyne Yajahira

ORCID: 0009-0008-0988-0266

para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

Asesor:

Mg. Ruiz de Somocurcio, Andres Luque

ORCID: 0000-0002-7250-1221

Arequipa – Perú

2025

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

PSICOLOGIA

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 16 de Junio del 2025

Dictamen: 011277-C-EPSIC-2025

Visto el borrador del expediente 011277, presentado por:

2018210402 - SONCCO NEYRA JACKELYNE YAJAHIRA

2018700012 - ABRIL VALDIVIA MONCERRAT YUMICO

Titulado:

**REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA ESCUELA
DE PSICOLOGÍA - AREQUIPA, 2024**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN PSICOLOGÍA

**29457820 - MARTINEZ CARPIO HECTOR EMILIO
DICTAMINADOR**



**29689357 - QUISPE FLORES LITA MARIANELA
DICTAMINADOR**



**F0000015 - NUEZ TRUJILLO AARON
DICTAMINADOR**



Redes sociales y la autoestima en los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología - Arequipa, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net	7%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.continental.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.upagu.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
4	Submitted to Universidad Católica de Santa María	2%
	Trabajo del estudiante	
5	Submitted to Universidad Privada del Norte	1%
	Trabajo del estudiante	
6	Submitted to Universidad Tecnologica de los Andes	1%
	Trabajo del estudiante	
7	repositorio.uwiener.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
8	Submitted to Universidad Ricardo Palma	1%
	Trabajo del estudiante	
9	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo	1%
	Trabajo del estudiante	

DEDICATORIA

A mis padres, quienes me impulsaron y brindaron su apoyo día a día y por confiar en mis decisiones.

A mi hermana por ser mi guía en este largo proceso.

A mi hija la cual me dio el impulso para obtener este logro.

A mi hermano por sus palabras de aliento.

A mi sobrino por estar en este proceso conmigo.

A mi pareja por hacer este proceso más corto con su ayuda. Y a todas las personas cercanas a mí por sus palabras de aliento y por el apoyo que me daban.

A mis docentes que con sus conocimientos lograron que esto sea posible, por haberme compartido sus conocimientos a lo largo de toda esta preparación.

Jackelyne Yajahira Soncco Neyra

A mis padres, por ser mi mayor ejemplo de esfuerzo y perseverancia, por impulsarme cada día y brindarme su apoyo incondicional.

A mi esposo, por su amor, comprensión y palabras de aliento.

A mi hija, quien se convirtió en mi mayor inspiración y en la razón principal para alcanzar todas mis metas.

A mi hermano, por sus valiosos consejos y constante motivación.

Y con especial gratitud, a mis docentes, quienes con su dedicación y conocimiento hicieron posible la culminación de esta etapa, guiándome con paciencia y compromiso a lo largo de toda mi formación.

Moncerrat Yumico Abril Valdivia

AGRADECIMIENTOS

A mi alma mater, mi segunda casa, la cual me dio la oportunidad de tener la mejor enseñanza, los conocimientos, para poder seguir guiando y ayudando a la sociedad.

A Dios por esta oportunidad brindada, por guiarme y así poder llegar hasta donde me encuentro hoy.

A mis docentes, mis mayores expresiones de gratitud por haberme guiado y depositado su más sincero apoyo, conocimientos necesarios para poder lograr este trabajo, asesorándonos y guiándonos en el desarrollo de esta investigación.

A mis familiares los cuales día a día me mostraron todo su apoyo y confianza, creyendo en mí, apoyándome día a día, gracias a ellos es posible culminar uno de mis objetivos.

A mi compañera Monserrat, que con su ayuda logramos obtener este logro.

Jackelyne Yajahira Soncco Neyra

A Dios, por darme la fortaleza, la salud y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa.

A mis padres y a mi familia, por su apoyo constante, sus sacrificios y su motivación incondicional.

A mi compañera Jackelyne, por su compromiso y apoyo para llegar hasta donde estamos hoy.

A mis docentes y asesores, así como a todas las personas e instituciones que contribuyeron de alguna manera a la realización de este trabajo.

Monserrat Yumico Abril Valdivia

RESUMEN

El presente estudio tiene por objetivo determinar la relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología - Arequipa, 2024. Para lo cual se aplicó una metodología de tipo relacional- descriptiva, transversal y de nivel básico, la muestra estuvo conformado por 278 estudiantes de género femenino y masculino a los que se les aplicó un cuestionario para detectar la adicción de a las redes sociales y el Test de Coopersmith para identificar los niveles de autoestima.

Para lograr comprobar la hipótesis el cual fue; “Las redes sociales se relacionan significativamente con la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología - Arequipa, 2024”, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, los resultados evidenciaron una correlación negativa débil pero significativa con un $\rho = -0.121$ y un $\text{sig} = .044$, lo que indica que un mayor nivel de adicción a las redes sociales se asocia con una autoestima ligeramente más baja. Por lo que se concluye que, si bien la relación no es fuerte, existe una asociación real entre las variables, lo cual sugiere la necesidad de promover un uso más consciente de las redes sociales en el entorno universitario. Finalmente, se recomendó implementar estrategias de fortalecimiento emocional y prevención del uso adictivo de las plataformas sociales.

Palabras Claves: Redes sociales, autoestima

ABSTRACT

The present study aims to determine the relationship between social media and the self-esteem of university students at the School of Psychology - Arequipa, 2024. A relational-descriptive, cross-sectional, and basic-level methodology was applied. The sample consisted of 278 female and male students who were administered a questionnaire to detect social media addiction and the Coopersmith Test to identify self-esteem levels. To test the hypothesis: "Social media is significantly related to the self-esteem of university students at the School of Psychology - Arequipa, 2024," the Spearman correlation coefficient was used. The results showed a weak but significant negative correlation with a $\rho = -0.121$ and a $\text{sig} = .044$, indicating that a higher level of social media addiction is associated with slightly lower self-esteem. Therefore, it is concluded that, although the relationship is not strong, there is a real association between the variables, which suggests the need to promote more conscious use of social media in the university environment. Finally, it was recommended to implement strategies for emotional empowerment and prevention of addictive use of social platforms.

Keywords: Social media, self-esteem

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO1

INTRODUCCIÓN.....1

Pregunta de investigación7

Variables7

Objetivos7

Objetivo general.....7

Objetivos específicos7

Antecedentes teórico-investigativos8

Las redes sociales8

La autoestima.....12

Las redes sociales y la autoestima16

La inteligencia artificial en la mediación de las experiencias en redes sociales23

Hipótesis25

CAPÍTULO II. MÉTODO.....26

Técnica.....26

Instrumentos.....26

Participantes.....28

Procedimiento30

Consideraciones éticas30

Análisis de datos30

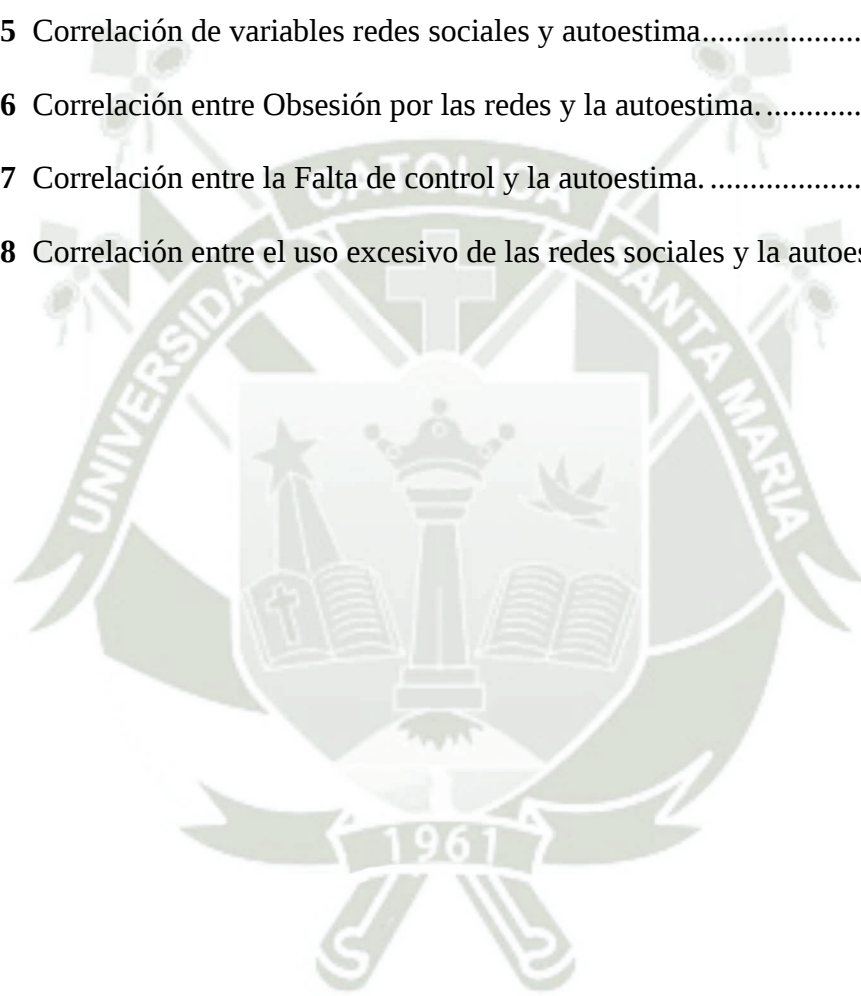
CAPITULO III. RESULTADOS31

DISCUSIÓN	36
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES	43
LIMITACIONES.....	45
REFERENCIAS	46



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Descripción de los participantes	29
Tabla 2	Frecuencia de uso de las redes sociales en relación al género.....	31
Tabla 3	Niveles de autoestima en relación al genero	32
Tabla 4	Prueba de normalidad de variables.....	32
Tabla 5	Correlación de variables redes sociales y autoestima.....	33
Tabla 6	Correlación entre Obsesión por las redes y la autoestima.	34
Tabla 7	Correlación entre la Falta de control y la autoestima.	34
Tabla 8	Correlación entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima.	35



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Test de ARS	55
Anexo 2	Test de Autoestima	57
Anexo 3	Consentimiento informado	59
Anexo 4	Valores de correlación	63



CAPÍTULO I

PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN

El auge de las redes sociales ha transformado profundamente la manera en que los individuos se relacionan consigo mismos y con los demás. Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y Twitter se han convertido en espacios de interacción y construcción. Estas plataformas ofrecen diferentes opciones como oportunidades de comunicación, aprendizaje y expresión personal, por otro lado, también plantean desafíos significativos para el bienestar psicológico. Porque exponen a los usuarios a dinámicas de comparación social, búsqueda de validación y exposición constante a estándares idealizados que pueden influir significativamente en su bienestar emocional. Por lo que estudiar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima es de gran importancia para varios investigadores, dado que tiene un gran impacto en la formación de la identidad y el autoconcepto en la etapa universitaria.

Uno de los aspectos psicológicos más sensibles a este fenómeno es la autoestima, la cual se entiende como la valoración que se hace de uno mismo en función de sus experiencias y percepciones. Es así que, en el contexto universitario, la autoestima adquiere un papel crucial, ya que los estudiantes se encuentran en un proceso continuo de autodescubrimiento, desarrollo de habilidades y consolidación de su identidad profesional y personal. Para los estudiantes de Psicología, en particular, estudiar la relación entre redes sociales y autoestima no solo es pertinente a nivel individual, sino también formativo, dado que su futura labor implicará comprender y abordar estas dinámicas en otras personas. Por ejemplo, los factores como la

comparación social, la validación externa y la exposición constante a ideales poco realistas pueden influir positiva o negativamente en el nivel de autoestima de los jóvenes. Es decir, estar constantemente comparando las imágenes y vidas supuestamente perfectas, y buscar la aprobación a través de "likes", puede generar insatisfacción, inseguridad y deterioro de la autoestima. Por lo que explorar esta relación es fundamental para identificar riesgos y fomentar un uso saludable de las redes en quienes se están formando como futuros profesionales de la salud mental.

Asimismo, la tecnología a menudo nos da la ilusión de compañerismo, sin la necesidad de una amistad cara a cara. En ese sentido es posible crear relaciones frecuentes pero superficiales ya que el componente emocional queda excluido y remplazado por los emoticones. El problema es que los jóvenes en muchas ocasiones se esconden detrás de pantallas y no saben cómo comunicarse entre sí en la vida real. Ello podría afectar de alguna manera su autoestima. Elías y Díaz (2015) comentan que la gran popularidad de la comunicación online entre los adolescentes ha ocasionado preocupaciones en cuanto al establecimiento de vínculos superficiales con personas desconocidas, el riesgo de adicción y la probabilidad de ser víctima del ciberacoso. Desde otro punto de vista la internet puede verse como buena opción para mantener y profundizar las relaciones existentes, es decir aquellas que iniciaron en la presencialidad, también explorar la propia identidad, desarrollar competencias y encontrar apoyo para temas delicados, entre otros.

A nivel internacional Elías y Díaz (2015), Sostienen que los medios digitales a menudo crean contextos nuevos y diversos para expresar y explorar aspectos de la identidad. Es decir, las personas se mueven a través de diferentes espacios, crean diferentes identidades que cambian rápidamente y, a menudo, crean experiencias interpersonales e intrapersonales que pueden enriquecer o destruir sus identidades, por

lo que debe considerar el uso apropiado del tiempo del espacio virtual y el tipo de red es muy importante en los grupos sociales.

Por otro lado, Itae (2024) comenta que existe numerosos estudios psicológicos que han demostrado que las redes sociales inciden en la autoestima y el bienestar de las personas. Dado que las publicaciones en las redes sociales influyen en la percepción de la propia imagen, lo que reduce nuestra autoestima. El tiempo prolongado y la frecuencia con la que las personas usan las redes sociales es crucial; a mayor uso, más influencia tienen.

También es preciso mencionar que de acuerdo a investigaciones los adolescentes son quienes utilizan más las redes sociales, frente a ello Sarmiento et. al. (2020) refieren que el dramático uso de las redes sociales por parte de los adolescentes, tiende a causar preocupaciones, pues esto produce efectos en su desarrollo y bienestar. Uno de los agentes más preocupantes es que el adolescente tiende a compararse con los demás de una manera negativa. Lozano et al. (2021) comentan que la comparación social y el uso continuo de las redes sociales pueden impactar negativamente en las personas, mayormente en adolescentes con problemas de aceptación y pertenencia a un grupo, lo que generaría mayor riesgo de depresión y baja autoestima. En ese sentido es muy importante que los adultos aprendan todo lo relacionado con el internet, aplicaciones y sobre todo redes sociales. Ya que con ello podrán llevar a cabo un control o supervisión apropiada, especialmente durante la adolescencia (Elías & Diaz, 2015).

Las personas que dedican más tiempo a las redes sociales tienden a compararse y envidiar a ciertas personas, corroborando lo dicho, en un estudio Jan et al. (2017) encontraron que el aumento en el uso de las redes sociales conlleva una disminución del nivel de autoestima, esto se debe a que las personas que disponen largos periodos de tiempo en las redes sociales tienden a envidiar a ciertas personas que creen que son

superiores o están mejor que ellos. Por otro lado, en el estudio de Martínez y García (2018) comentan que el poder de los “likes” se ha considerado un signo de inclusión social en los adolescentes, que podría tener el mismo sentimiento gratificante que se tiene en otras adicciones. Es por ello que, las redes sociales podrían afectar la autoestima de los adolescentes, porque al no lograr un mayor número de “likes” el adolescente no se sentiría aceptado, lo que crearía ciertas inseguridades en su persona. Los adolescentes sienten un refuerzo de las redes al ser aceptados, sin importar exponerse físicamente creando un autoconcepto dependiente del uso de estas; corroborando con lo dicho, Peris y Magano (2013) encontraron en su investigación que a mayor autoestima social que puede tener un adolescente tiene la tendencia a colgar fotografías más estéticas y eróticas. García y Puerta (2020) manifiestan que los hechos que se reportan día tras día son una evidencia para comprender la relación entre la dependencia a Facebook y la menor valoración del autoconcepto ocasionado por la frustración al no alcanzar las metas propuestas, la deficiente autoconfianza y una imagen deteriorada. Es por ello que, los adolescentes al no obtener lo logrado, tienden a minimizar y crear inseguridades de su imagen logrando tener un desequilibrio en su autoestima.

A nivel nacional la llegada de la tecnología junto con las redes sociales se apoderó en poco tiempo del mundo y junto a ello cambió la estructura social y la manera en la que nos comunicamos, por lo que la virtualidad ha tornado un papel muy importante dentro de esta nueva forma de relacionarse entre las personas” (Huertas del Solar, 2015, p. 12). De igual forma según Jiménez y Lagos (2020) afirman que el desarrollo de la tecnología ha evolucionado notablemente, observándose un mayor uso del internet donde las redes sociales cumplen un papel importante para la comunicación humana. Por otro lado, pese a ser un servicio esencial en el desarrollo humano, ha

generado mayor preocupación por parte del uso de la población adolescente, ya que se encuentra en una etapa inestable donde las redes sociales tienen mayor influencia en ellos.

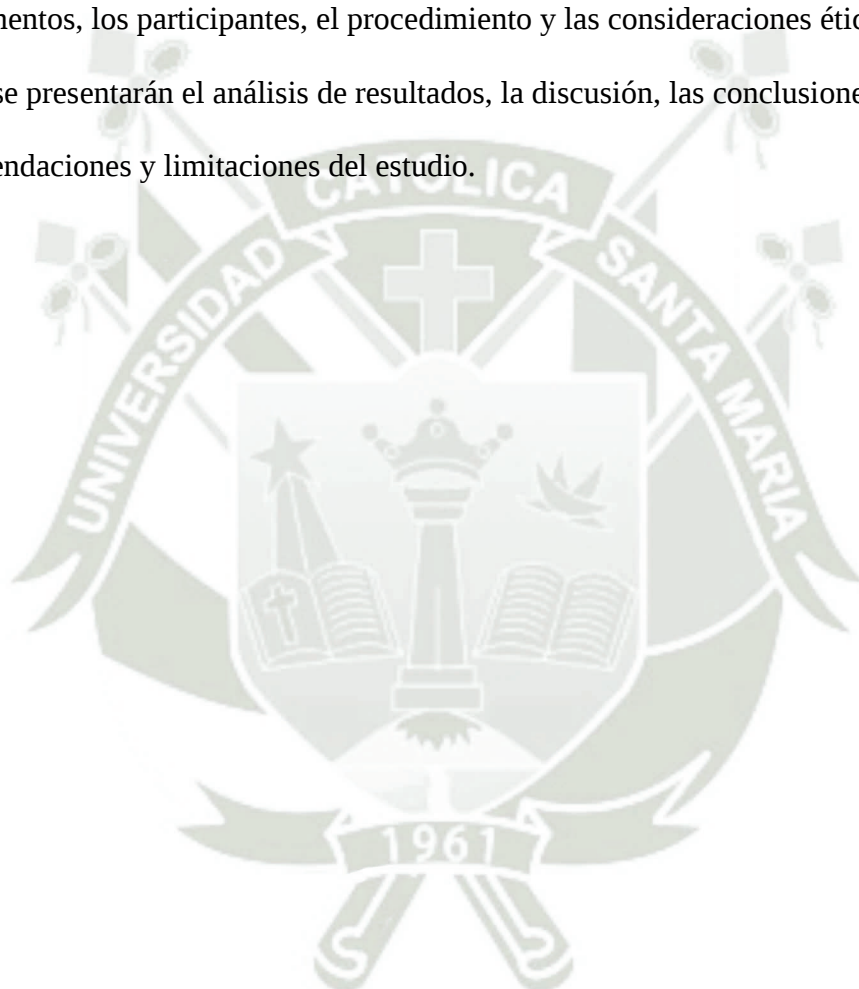
Chuquitoma (2017) argumenta que la adolescencia es la etapa en la que se define la identidad. Y parte fundamental del desarrollo es el nivel de autoestima que poseen, por lo que los adolescentes se encuentran en una gran confusión ya que se cuestionan quiénes son y en muchos casos crean ideales de acuerdo a lo que ven en los demás.

A nivel local, el nivel de uso de las redes sociales se ha intensificado lo que hace que casi el 100% de los jóvenes posea un dispositivo electrónico a la mano donde puede ingresar las veinticuatro horas a sus redes sociales y muchas veces estar pendiente de los estereotipos vigentes, ello podría afectar la autoestima dado que los jóvenes suelen dejarse llevar por lo que ven. Por otro lado, los niveles bajos de autoestima son un problema que podría afectar en la socialización, en el hogar y en la educación.

La presente investigación se justifica académicamente porque contribuirá a aportar información sobre la teoría de la comparación social y cómo las redes sociales pueden influir en este proceso. Además, se justifica socialmente porque permitirá verificar si las redes sociales ejercen una influencia positiva o negativa sobre el nivel de autoestima en los jóvenes y si, a causa de esta influencia, basan su imagen personal en lo que observan, modificando su percepción según lo que los demás piensen y comenten. Asimismo, el estudio servirá para que la sociedad o los grupos de interés tomen conciencia sobre el uso adecuado de las redes sociales, ya que estas podrían afectar la autoestima de los jóvenes. En cuanto a la justificación ética, el trabajo muestra información veraz y respeta los principios del código de ética, así como el anonimato de

los jóvenes que participaron en la aplicación de los instrumentos.

Finalmente, el presente estudio consta de tres capítulos. En el primero se abordará el marco teórico, conformado por las preguntas de investigación, la definición y operacionalización de las variables, los objetivos y los antecedentes teóricos investigativos. En segundo lugar, se describirá el método de investigación, los instrumentos, los participantes, el procedimiento y las consideraciones éticas. En tercer lugar, se presentarán el análisis de resultados, la discusión, las conclusiones, recomendaciones y limitaciones del estudio.



Pregunta de investigación

¿Cuál es la relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa, 2024?

Variables

Variable 1: Redes sociales

Para medir la variable se utilizará el Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS, 2008) en donde considera como dimensiones latentes: Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales (Escurra & Salas, 2014)

Variable 2: Autoestima

Se utilizará la escala de autoestima de Coopersmith, en donde considera como indicadores de autovaloración como: Sí mismo, social, familiar, escolar

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa, 2024

Objetivos específicos

Determinar la frecuencia del uso de las redes sociales en relación al género de los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa, 2024.

Identificar el nivel de autoestima en relación al género de los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa 2024.

Determinar la relación entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada -

Arequipa, 2024.

Conocer la relación entre la falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa, 2024.

Conocer la relación entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una Universidad privada - Arequipa, 2024.

Antecedentes teórico-investigativos

Las redes sociales

Las redes sociales son espacios virtuales creados para aumentar la velocidad de comunicación entre las personas que rompen fronteras, aunque hacer uso de ellas tiene muchas ventajas. Sin embargo, el uso excesivo de estos espacios podría tener varias consecuencias psicológicas (Collates, K, D., 2023). Mientras que Boyd y Ellison (2007) Define una red social como un sitio web de servicios web que permite a las personas crear perfiles públicos o semipúblicos, además se puede compartir información de los usuarios, ver y seguir su lista de amigos. También detallan que algunos sitios se caracterizan porque se dirigen a audiencias diversas como por ejemplo sitios que atraen a personas basándose en un lenguaje común u obedece a espacios de identidades raciales, sexuales o religiosas.

Por otro lado, la red social también es definida como el conjunto de relaciones existentes entre las personas de una sociedad. Es así que la difusión de estas en Internet ha generado una nueva forma de comunicación bastante interactiva, que se caracteriza por tener la capacidad de enviar “mensajes de muchos a muchos”. Es decir, las redes sociales no solo alteran la forma en que las personas las utilizan, sino que también configuran, integran y desintegran la estructura social, así como la vida privada, pública

y laboral de la sociedad en su conjunto.

Manuel Castells, califica a las redes sociales como la "autocomunicación de masas" debido a que tienen la capacidad de alcanzar a una audiencia global, pero manteniendo la misma identidad (Torre, 2012). Kaplan y Haenlein (2010) definen a las redes sociales como un conjunto de aplicaciones en línea que facilitan la creación y el intercambio de contenido producido por los usuarios (p.59).

De acuerdo a Hernández (2012). La adicción a las redes sociales tiene sus raíces en problemas de personalidad como la timidez excesiva, la baja autoestima o el rechazo de la imagen corporal, o formas inadecuadas de afrontar las dificultades cotidianas. Por lo que el apoyo parental y el apoyo educativo juegan un papel clave en las estrategias de prevención para fomentar la creación de hábitos saludables en el uso de las redes sociales.

Las adicciones psicológicas se definen por conductas repetitivas que pueden ser satisfactorios al principio, pero al convertirse en hábitos, crean una sensación de necesidad incontrolable y se vinculan a elevados niveles de ansiedad (Ecurra & Salas, 2014).

En ese sentido la adicción a las redes sociales se convierte en un subtipo de adicción a Internet, que se caracteriza por el uso repetitivo, compulsivo y prolongado de estas aplicaciones, provocando de este modo una incapacidad para regular o para detener su consumo (Daniel & Colonio Caro, 2023).

Los adolescentes y jóvenes enfrentan muchos riesgos, cuando el uso de las redes sociales se convierte en una adicción los desafíos podrían ser las siguientes:

El ciberacoso o cyberbullying. Es una forma de acoso que se produce a través de medios digitales. El ciberacoso también tiene efectos devastadores en las víctimas,

incluidos problemas emocionales, psicológicos y sociales. Las personas que sufren acoso pueden sentirse ansiosas, deprimidas, tener baja autoestima y, en casos extremos, incluso tener pensamientos suicidas (Patchin, 2010).

Impacto psicológico. El uso frecuente de las redes sociales se ha relacionado con una serie de dificultades de salud mental, como: ansiedad, depresión y baja autoestima. Esto se debe en parte a la comparación social y a la presión para mantener una imagen idealizada en línea.

Vulneración a la privacidad y seguridad. Es la amenaza a la privacidad y la seguridad de los usuarios. Debido a que las redes sociales recopilan y almacenan información como los datos personales, estos pueden ser vulnerables por ataques cibernéticos, el uso indebido y venta a terceros sin el consentimiento adecuado (Van, 2013).

Desinformación y fake news. Las redes sociales son una herramienta poderosa para la rápida difusión de información errónea y noticias falsas, lo que a su vez tiene un impacto negativo significativo en la sociedad. La distribución de contenido no verificado puede afectar la percepción pública y los procesos democráticos. (Wardle, 2017).

Efectos en las relaciones sociales. Las redes sociales facilitan la comunicación, pero también pueden distorsionar las relaciones interpersonales. La interacción en línea a menudo carece de la profundidad y la conexión emocional que caracteriza las interacciones cara a cara, lo que puede llevar a una sensación de aislamiento social (Turkle, 2015)

Por otro lado, Hernández (2012) reconoce los factores positivos de las redes sociales, sin embargo, también ha determinado algunos riesgos como:

Los riesgos psicológicos derivados de insultos transmitidos por esos medios.

El acoso sexual a niños y jóvenes

La exhibición en formatos multimedia de adolescentes desnudos

Los anuncios de prostitución

La violación de la privacidad, la honra y la dignidad personal

Los atentados contra la salud física y mental de los usuarios

Los llamamientos a la xenofobia

El racismo o la violencia,

Divulgación del ideario fascista o nacionalsocialista, y

La creación de situaciones extremas que puedan llevar al suicidio a determinadas personas

El inadecuado uso de las redes sociales virtuales podrían provocar aislamiento, bajo rendimiento, falta de interés por otros temas, trastornos de conducta y fracasos financieros, así como sedentarismo y obesidad. En resumen, dependencia y subordinación del estilo de vida. Los efectos de estas adicciones se centran en la salud mental, incluida la ansiedad, el trastorno obsesivo-compulsivo, la depresión, los trastornos del sueño y los cambios de personalidad. Estos problemas también afectan directamente la salud física de los jóvenes, pues se suelen presentar dolencias físicas como dolor de cuello, tendinitis y cambios en la visión (Hernandez, 2012).

Algunas señales de alarma ante la adicción de las redes sociales son: la falta de sueño, el abandono de otras actividades importantes, así como recibir quejas sobre el uso muy frecuente del Internet, pensar constantemente en Internet y tener intentos fallidos de limitar el tiempo de conexión. En cuanto a las señales psicológicas: están los trastornos del estado de ánimo, la irritabilidad, la impaciencia, inquietud, tristeza y la ansiedad (Hernandez, 2012).

Existen diversas redes sociales y se adaptan a diferentes necesidades y usos de los usuarios por lo que pueden clasificarse en las siguientes:

Redes sociales de contenido. el cual se enfocan en la creación, el intercambio y la difusión de contenido multimedia, como fotos, videos y blogs. Como, por ejemplo: YouTube, instagram, tiktok.

Redes sociales de relación. Orientadas a la formación y el mantenimiento de relaciones sociales entre los usuarios, facilitando la interacción y la comunicación. Por ejemplo: Facebook, LinkedIn (Kaplan & Haenlein, 2010)

Redes sociales profesionales. Están diseñadas para facilitar conexiones laborales y profesionales, ayudando en el networking y el desarrollo de carrera, como LinkedIn.

Redes sociales personales Se centran en mantener y mejorar las relaciones personales y familiares. Como: Facebook, Snapchat (Boyd & Ellison, 2007).

Redes de interacción social: Facilitan la interacción directa y el fortalecimiento de relaciones a través de la comunicación en tiempo real, por ejemplo: WhatsApp, Telegram (Carr & Hayes, 2015)

La autoestima

Es un fenómeno psicológico y social, y hace referencia a la actitud favorable o desfavorable que tiene la persona de sí mismo. Cuando hablamos de autoestima, hablamos del conjunto de sentimientos, pensamientos y emociones que tenemos sobre nosotros mismos, que se acumulan a través de la experiencia y, podrían generar una actitud positiva o crear malestar, insatisfacción, infelicidad y sentimientos negativos en nuestras vidas, si No hacer se logra lo que se espera de nosotros (Zenteno, 2017).

González (2019) Considera que la autoestima cambia debido a las experiencias que vive la persona porque estas influyen en las creencias de las personas más cercanas,

como los padres, los amigos y las propias, ya sea pasadas o actuales, o bien de manera voluntaria o involuntaria.

Según Rosenberg (1965) define a la autoestima como una percepción global que una persona tiene de sí mismo. Es decir, es la forma en que una persona se siente aceptada, valorada y capaz, y puede ser tanto positiva como negativa. Por otro lado, Branden (1994) considera que “la autoestima, es plenamente consumada, y que es la experiencia fundamental de que podemos llevar una vida ciertamente significativa y a su vez cumplir sus exigencias” (p.21). Además, tiene dos elementos principales: el sentido de competencia personal y el sentido de valía personal. Esto quiere decir, que es la experiencia de ser capaz de enfrentar las dificultades esenciales de la vida y de ser merecedor de la felicidad. Branden concluye que va más allá de una opinión y de un sentimiento.

Para Coopersmith, la autoestima es la evaluación que un individuo hace y mantiene sobre sí mismo, la cual refleja una actitud favorable o desfavorable hacia el propio yo. Esta evaluación está influenciada por cómo una persona se percibe en relación con su entorno y con las personas significativas en su vida.

También se dice que la autoestima se deriva de la relación entre las metas logradas y las metas aspiradas. Cuanto más se acerquen nuestros logros a nuestras aspiraciones, mayor será nuestra autoestima (James, 1890). Bandura (1997) asocia la autoestima con el concepto de autoeficacia, que es la fe en la propia habilidad para coordinar e implementar las medidas necesarias para abordar circunstancias venideras. La autoeficacia influye en la autoestima a través del desempeño y la percepción de competencia.

Rosenberg (1965) en su escala de Autoestima se enfoca principalmente en la autoestima global y sus fluctuaciones y las clasifica en:

Autoestima alta. Se caracteriza por aquellas personas que tienen una percepción positiva de sí mismas, se sienten valiosas y capaces y tienden a afrontar los desafíos con confianza y tienen una visión optimista de su futuro.

Autoestima baja. Es todo lo contrario pues se caracteriza por tener una percepción negativa de sí mismas, se sienten inadecuadas y no valiosas. Además, muestran inseguridad y son más propensas a evitar los desafíos por miedo a fracasar.

Autoestima estable vs. inestable. Por otro lado, Rosenberg también hace referencia a la autoestima estable donde la percepción de uno mismo es consistente con el tiempo. Y la Autoestima Inestable donde la percepción de uno mismo varía dependiendo de la situación.

Branden (1994) se centra en la autoestima saludable y tiene dos componentes que se relacionan entre sí.

La sensación de confianza frente a los desafíos de la vida o autoestima basada en la eficacia personal. Se refiere a la confianza en la capacidad de afrontar los desafíos de la vida pensando, entendiendo, para aprender, elegir y sobre todo tomar decisiones. Este componente está vinculada a la creencia en la propia competencia y en la capacidad de hacer frente a las dificultades. Genera un sentimiento de control sobre la vida de uno mismo

La sensación de considerarse merecedor de la felicidad o autoestima basada en el respeto a uno mismo. Se relaciona con el sentimiento de ser digno de felicidad y éxito. Implica una aceptación y respeto incondicional por uno mismo. El autoconcepto depende tanto de lo que pensamos de nosotros mismos como de quiénes somos. Nuestras cualidades físicas y mentales, nuestros valores personales y nuestras responsabilidades, nuestras capacidades y limitaciones, nuestras fortalezas y debilidades.

Asimismo, Branden (1994) considera seis pilares de la autoestima.

Vivir conscientemente.

Aceptación de uno mismo.

Responsabilidad personal.

Autoafirmación.

Vivir con propósito.

Integridad personal.

Por otro lado, Coopersmith identifica cuatro componentes clave que contribuyen a la autoestima:

Significación. El grado en que sienten que son amados y aceptados por aquellos que son importantes para ellos.

Competencia. Capacidad para desempeñar tareas que consideran importantes.

Virtud. Consecución de niveles morales y éticos

Poder. Se refiere a la capacidad de influir en la propia vida y en la vida de los demás. Esto implica la sensación de control y la habilidad para tomar decisiones efectivas. (studylib, 2024).

Medición de la autoestima

Stanley Coopersmith desarrolló la Escala de Autoestima de Coopersmith herramienta ampliamente utilizada para evaluar la autoestima en diferentes grupos de edad. La escala mide la autoestima en cuatro áreas:

General. Evaluación global de la autoestima.

Social. Autoestima en el contexto de relaciones sociales y aceptación por parte de los compañeros.

Académica. Autoestima en el contexto de logros y rendimiento escolar.

Familiar. Autoestima en el contexto de la vida familiar y las relaciones con los miembros de la familia. (studylib, 2024)

Las redes sociales y la autoestima

Vogel et al. (2014) comentaron que debido a que los usuarios tienden a comparar su vida con representaciones idealizadas de la vida de otros que ven en las plataformas sociales, en ese sentido suelen intensificar la comparación social. Por lo que esto puede reducir la autoestima, especialmente cuando los individuos consideran que ellos no están a la altura de esa figura idealizada. Por otro lado, Mehdizadeh (2010) argumentó que los individuos con baja autoestima suelen utilizar las redes sociales como un medio para impresionar a los demás y buscar la aprobación social. Esto puede llevarlos a la adicción, lo que puede afectar aún más su autoestima si no reciben el reconocimiento que esperan. Mientras que Gonzales y Hancock (2011) destacan que la incidencia de las redes sociales en la autoestima depende del tipo de interacción que se tenga. Muchas veces las interacciones reales que se realizan mediante este medio proporcionan cierto apoyo emocional y tienden a mejorar la autoestima, mientras que las interacciones superficiales tienen el efecto contrario es decir reducir la autoestima. También es necesario mencionar a los "likes" y comentarios en redes sociales los jóvenes están muy pendiente de estos aspectos y en muchos casos afectan la autoestima de los usuarios. Es así que investigaciones descubrieron que recibir "likes" puede proporcionar un refuerzo positivo que aumenta temporalmente la autoestima, pero esta dependencia puede llevar a problemas si los "likes" no son consistentes o se perciben como insuficientes (Burrow & Rainone, 2017).

De lo antes mencionado se puede decir que, el impacto de las redes sociales en la autoestima es complejo. Por un lado, las redes sociales pueden ofrecer oportunidades para la autoexpresión y el refuerzo positivo. y Por otro, pueden intensificar los procesos

de dependencia de la validación externa y comparación social, lo que puede resultar en la disminución de la autoestima.

A nivel internacional Soria y Villegas (2023) es su investigación sobre “Adicción a las Redes Sociales y su relación con la Autoestima en Adolescentes” argumentaron que la adicción a las redes sociales es un problema que afecta a los adolescentes, y les genera conductas desadaptativas acompañada de sentimientos de frustración, aislamiento, pérdida de control y dependencia, De acuerdo a los datos anteriores, la población con mayor vulnerabilidad para desarrollar una la adicción de las redes sociales, es el grupo de adolescentes debido a características que presentan de acuerdo a su nivel de desarrollo psicológico. Esta población en específico, se encuentra frente a múltiples estresores psicosociales, pero debido a su inmadurez emocional, biológica y neuropsicológica no posee las herramientas necesarias para afrontarla, lo que los vuelve especialmente vulnerables a la adicción. De los resultados el autor obtuvo un p de -0,114, -0.75 y -0.65 entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales como: Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales y la autoestima, respectivamente. Además, el 40,6% de la población con autoestima baja a población con mayor vulnerabilidad para desarrollar adicción a las redes sociales es el grupo de adolescentes que se encuentran en la etapa entre la niñez y la vida adulta por lo que Soria y Villegas concluyen correlación negativa entre sus variables de estudio según los parametros de la correlación de Pearson. Es así que consideraron que es necesario abordar talleres de autoevaluación de adicción a redes sociales y de mejora de autoestima dentro de las áreas educativas.

Por otro lado, Collantes (2023) en su investigación plantearon como objetivo “Establecer la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en

estudiantes universitarios”, y de los resultados mediante la correlación de Pearson obtuvo para la dimensión ocupación $-0,281$, de cambio de humor $p=-0,402$, de recaída $p=-0,310$ y de conflicto $p=-0,386$ con los niveles de autoestima, además concluye que efectivamente existe una relación negativa entre la adicción a las redes sociales y sus componentes con la autoestima y a pesar de que las redes sociales son de gran ayuda como herramienta de comunicación masiva, se debe tener en cuenta que su consumo excesivo trae consigo una serie de afectaciones en la salud mental del individuo.

Asimismo, Villegas et. al., (2022) comentaron que actualmente, las consecuencias de las redes sociales en la autoestima de los usuarios puede generar problemas en la salud tanto física como mental, además de su estudio identificó que el 57,4% de los estudiantes universitario tienen una adicción moderada a las redes sociales por otro lado el 50,6% se encuentran en un nivel de autoestima moderada, Finalmente concluye que Instagram se identifica como una red social en donde el número de seguidores es un factor que facilita la presencia de baja autoestima. Asimismo, los autores creen que es necesario legislar las redes sociales y que las universidades como parte de la atención integral al estudiante trabajen con ellos para mantener la salud mental y su inteligencia emocional.

Mientras que, Cassia (2019) en su trabajo de investigación titulado “Adicción a las redes sociales y autoestima: Un estudio comparativo entre adultos jóvenes y adultos mayores en Buenos Aires” comentó que la generación joven de hoy ha incorporado la interacción online como parte de sus vidas, compartiendo sus acciones, ideas, pensamientos, anhelos, deseos, sentimientos y emociones en un lugar virtual público. Sin embargo, esto ha generado ciertas inquietudes sobre las consecuencias, tanto positivas como negativas, de estas nuevas formas de relaciones sociales, por lo que planteo como objetivo “analizar la relación existente entre sus variables comparando

adultos jóvenes y adultos mayores en el Área Metropolitana de Buenos Aires”; sobre sus resultados obtuvo un p de $0,256$ y un sig. de 0.000 Por lo que concluyo que, una mayor autoestima está asociada a menores niveles de adicción a las redes sociales. Al comparar adultos jóvenes y adultos mayores se halló, que los adultos mayores poseen una mejor autoestima. De igual modo, sobre la adicción a las redes sociales, se halló que a medida que aumenta la edad, la falta de control y el uso excesivo a las redes es menor. Finalmente, los adultos jóvenes pueden considerarse más vulnerables a la adicción a las redes sociales y presentan niveles más bajos en la autoestima que los adultos mayores.

A nivel Nacional Moreno y Pérez (2023) en su estudio propusieron como objetivo determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. Alto Moche, Trujillo 2023, argumentan que abusar de las redes sociales durante la adolescencia puede tener consecuencias negativas, como la ansiedad, depresión, aislamiento social y baja autoestima debido a la distorsión que existe entre la realidad y el mundo virtual, y a causa de ello los adolescentes suele dejar de realizar otras actividades para participar en las redes sociales; En cuanto a los resultados los autores obtuvieron una Correlación de Pearson de 0.091 es decir una correlación positiva débil, asimismo un $65,2\%$ muestra que los encuestados se encuentran en un nivel alto en el uso de las redes sociales, mientras que el $53,3\%$ tienen una autoestima negativa. Concluyeron que existe una correlación positiva débil entre las variables de estudio y que la mayoría de estudiantes se encuentran en un nivel alto en el uso de redes sociales, pero a su vez presentan baja autoestima, por lo que es necesario que los profesionales de la salud deben de diseñar estrategias para fortalecer la autoestima mediante actividades que fomenten la confianza, la autoaceptación y el desarrollo de habilidades de los adolescentes.

Chapilliquen y Puemape (2023) en su estudio proponen como objetivo

“determinar la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en los adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión”, de los resultados los autores obtuvieron un Rho de Spearman de -0,560 y un sig. de 0,000, mientras que el nivel promedio en relación a la adicción de las redes sociales es del 51.3% de los encuestados, por otro lado el 41% se encuentran en un nivel bajo en relación al autoestima, Por lo que concluyeron que hay correlación negativa moderada entre las variables, asimismo si el nivel de adicción a redes sociales es elevado, la autoestima que presenten los adolescentes disminuirá. Además, consideran que se deben de desarrollar e implementar un plan de intervención para jóvenes II.EE en adicción a las redes sociales. Por que permitiría reducir los casos de adicción a las redes sociales y aumentaría la concienciación entre los jóvenes.

Catasi y Salas (2022) en su tesis propusieron como objetivo de investigación “determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana”, comentaron que el aumento del uso de redes sociales en pandemia ha alcanzado niveles muy altos en comparación a los últimos años, y ellos afectan directamente al día a millones de personas en todo el mundo, incluidos adolescentes y adultos jóvenes. Por otro lado, la internet en la realidad suele estar ligado a la baja autoestima, la depresión y la ansiedad, Además de las otras variables examinadas, también pueden dar lugar a situaciones de riesgo. De los resultados los autores identificaron que el 57.60% de los estudiantes muestran un nivel alto de adicción a las redes sociales, mientras que el 61,30% de los encuestados presentan niveles bajo de autoestima, y mediante un coeficiente de Spearman de -0.653 y un con un $p = .000$ ($p < .05$), concluyeron que existe una correlación negativa moderada.

Correa y Diaz (2020) en su investigación plantearon como objetivo “Determinar

la relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes del nivel secundario”; de los resultados los autores obtuvieron a través del Rho de Spearman un -0.860 y un sig de 0.014 , es decir una correlación inversa entre las variables, en cuanto a los estudiantes de sexo femenino el 65% se encuentran en un nivel alto, mientras que el sexo masculino con un 91% se encuentra en un nivel alto en cuanto a la adicción a las redes sociales, también logro demostrar que el 90% de alumnas y el 67% de alumnos se encuentra en un nivel bajo en relación a la autoestima. Finalmente, concluyeron que la baja autoestima a veces puede causar la adicción a las redes sociales u otras drogas y que los jóvenes con baja autoestima suelen participar en comportamientos riesgosos con más frecuencia. Asimismo, consideran que la institución debe de realizar charlas hacia la colectividad sobre el uso, abuso y adicción a las redes sociales y las consecuencias que conlleva en la vida de las personas.

Carrasco y Vásquez (2019) en su estudio tuvieron el objetivo de “Determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019”, para lo cual después de haber aplicado el instrumento obtuvieron como resultado que la correlación entre las variables de estudio fue de $Rho = -0.27$, y el promedio de uso de redes sociales del sexo Femenino fue del 42.28%, en comparación al sexo Masculino que obtuvo un 41.28% es así que el sexo femenino muestra una tendencia a la adicción por las redes sociales. Por otro lado, en relación a la autoestima el sexo Femenino con un 62.21% muestra mejor nivel de autoestima que el sexo Masculino con 59.22%. Finalmente concluyeron que existe correlación inversa entre las variables. Es decir que a mayor adicción menor autoestima, también el autor logro verificar que, entre mujeres y hombres, las féminas muestra una mejor autopercepción de sí mismas.

A nivel local es preciso mencionar a Juli y López (2023) en su investigación

pretenden identificar la correlación que existe entre bienestar psicológico y adicción a redes sociales” por lo que argumentaron que los estudiantes son un grupo de personas que se ven afectados por la tecnología de la nueva era como las redes sociales, sin embargo, no tienen una estrategia marcada que les ayude a no volverse adictos a ellas. Por lo que después de haber enfrentado una época de confinamiento la tendencia a buscar refugio en las redes sociales ha aumentado; en cuanto a sus resultados el nivel de bienestar psicológico de los estudiantes en un 48.7% muestran en un nivel alto, mientras que la adicción a las redes sociales se encuentra en un nivel regular con un 79.50%, por otro lado, el resultado de correlación dio un $p = -0.200$, en cuanto a los resultados los autores concluyeron que existe relación negativa entre las variables, es decir que a mayor adicción a redes sociales, menor será el bienestar psicológico de los alumnos, es así que recomiendan a los colegios implementar programas para promover conductas relacionadas con el uso correcto de las redes sociales, como jornadas de discurso enfocadas en estas conductas y las consecuencias de su uso excesivo, y desarrollar campañas publicitarias dirigidas a la adicción a esta adicción.

Ayanque y Rodríguez (2024) de su investigación argumentan que la tecnología han traído varios beneficios debido a las oportunidades que se tiene para acceder a la información, así como mantener el contacto con personas que se encuentran lejos y facilitar las relaciones y vínculos, sin embargo, también puede ser perjudicial, ya que el uso excesivo podría provocar mala adaptación en los jóvenes, y por lo tanto afectaría su salud mental, lo que conlleva al deterioro en la parte biológica, psicológica y social, por lo que es necesario promover un espacio que permita a las personas desarrollar conciencia respecto a las redes sociales y fomentar un uso adecuado de ellas, es así que los autores plantearon como objetivo de investigación “determinar la relación entre el uso problemático de las redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes”, en

relación a los resultados a través de un Rho de Spearman obtuvo un $p= 0.000$ el cual quiere decir que existe una relación significativa entre las variables, y concluye que el uso problemático de las redes sociales está presente en un mayor nivel en el género masculino en comparación las femeninas, también evidencio que el uso social, la nomofobia y el comportamiento friki se manifiestan de manera más acentuada en los estudiantes del colegio público en comparación con el privado.

Perez (2024) en su estudio sobre el “Uso de Redes Sociales y Habilidades Sociales en los estudiantes del Nivel Secundario de la Institución Educativa Manuel Scorza Torres”, comentó que las redes sociales han ido cambiando poco a poco el ámbito social de las personas porque pueden escribir más fácilmente a través de medios virtuales e incluso pueden iniciar una amistad o una relación romántica. En vez de realizarlo estableciendo conexiones emocionales que implica el contacto cara a cara, en ese sentido Pérez propuso como objetivo “Determinar si existe relación entre las habilidades sociales y el uso de las redes sociales en los estudiantes del nivel secundario”, de los resultados el autor detecto que el 50% de los encuestados se encuentran en un nivel alto de adicción las redes sociales y con un 61% se encuentran en un nivel bajo de habilidades sociales, por otro lado mediante una correlación de Pearson de -0.620. Concluye que existe una correlación inversa y alta entre las variables de estudio. Es decir, entre mayor sea el uso de las redes sociales, menor será el desarrollo de las habilidades sociales.

La inteligencia artificial en la mediación de las experiencias en redes sociales

Las plataformas de redes sociales modernas funcionan mediante sistemas de inteligencia artificial (IA) que seleccionan, priorizan y recomiendan contenidos en función del comportamiento, las interacciones y las preferencias de los usuarios. Es así que gracias al uso de algoritmos las plataformas ya no muestran publicaciones en orden

cronológico, sino de acuerdo con predicciones sobre aquello que podría generar mayor atención del usuario, por lo que esta dinámica algorítmica influye directamente en los procesos de comparación social, ya que tiende a mostrar contenidos idealizados o altamente valorados, configurando estándares de éxito y belleza que pueden impactar la autoestima de los usuarios (Taylor, 2024; Chen, 2025). En este sentido, la IA no es un elemento meramente técnico, sino un factor mediador en las experiencias emocionales y cognitivas que se desarrollan dentro de los entornos digitales.

Por otro lado, desde una perspectiva psicosocial, la IA actúa como un mediador o moderador en la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en donde no sólo importa la frecuencia de uso, sino el tipo de contenidos que el usuario recibe y cómo se presenta la información. Estudios recientes muestran que la personalización algorítmica puede fortalecer el sentido de pertenencia cuando el usuario percibe que el contenido “se ajusta” a sus intereses, pero también puede intensificar la comparación negativa cuando el feed prioriza imágenes o narrativas idealizadas (Chen, 2025; Merino, 2024). Por ello, se propone que en investigaciones sobre autoestima y redes sociales se incluyan variables relacionadas con la experiencia algorítmica, como la percepción de personalización del feed, la frecuencia de exposición a contenido idealizado o la conciencia sobre el funcionamiento de los algoritmos.

En el contexto latinoamericano, y particularmente en el Perú, diversos estudios han evidenciado que el uso intensivo de redes sociales puede asociarse con efectos negativos en la salud mental, tales como ansiedad, insatisfacción corporal y autoestima disminuida. Estos hallazgos coinciden con la evidencia internacional sobre la influencia de los algoritmos en la amplificación de modelos de comparación social (Sánchez-Carlessi, 2024). Además, investigaciones recientes han advertido que los contenidos relacionados con bienestar, moda o éxito personal difundidos por influenciadores, al ser

potenciados por algoritmos de recomendación, pueden reforzar estereotipos poco realistas sobre la apariencia y el logro personal (Czubaj et al., 2025). En consecuencia, es fundamental que los estudios sobre redes sociales y autoestima en el contexto peruano integren el análisis de los mecanismos algorítmicos que configuran la exposición y la validación social digital.

Considerando todo lo anterior, resulta pertinente que la investigación contemple el papel de la inteligencia artificial como un componente estructural en la relación entre redes sociales y autoestima. Incorporar este enfoque permite comprender con mayor profundidad cómo los algoritmos modulan la interacción social, la autoimagen y la percepción del reconocimiento digital. Asimismo, en el plano práctico, se sugiere promover estrategias de alfabetización algorítmica, de modo que los usuarios — especialmente jóvenes y adolescentes desarrollen una comprensión crítica del funcionamiento de las plataformas y aprendan a gestionar su exposición a contenidos potencialmente dañinos para su autoestima.

Hipótesis

Las redes sociales se relacionan significativamente con la autoestima de los estudiantes Universitarios de la Escuela de Psicología de una universidad privada-Arequipa, 2024.

CAPÍTULO II. MÉTODO

La investigación es de diseño no experimental, porque las variables no sufren ningún tipo de manipulación. Asimismo, de tipo cuantitativo, descriptivo correlacional y de corte transversal. Es cuantitativa, porque se utiliza la recolección de datos para así comprobar la hipótesis, en base a la medición numérica y el análisis estadístico. Es descriptivo correlacional porque se tiene la intención de describir cada una de las variables como su teoría, características y sus propiedades y determinar si las variables se relacionan. Por otro lado, es transversal porque la investigación se realizó en un momento dado (Hernández et al., 2014)

Técnica

La técnica utilizada fue la encuesta para ambas variables.

Instrumentos

Instrumento 1. Cuestionario de adicción a las redes sociales de ARS

Para recolectar la información de la variable Redes sociales. Se aplicará el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales de ARS elaborado por Ecurra y Salas (2014) conformado por 3 factores o indicadores: Obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivos de las redes sociales. El cuestionario consta de 20 ítems, los cuales se califican desde 1 a 5 En donde los puntajes pueden oscilar entre 5 y 100.

Validez y confiabilidad

En Perú fue sometido a validación por Ecurra y Salas (2014) y fue aplicado a 380 alumnos de diferentes universidades de Lima, en relación con la confiabilidad, el alfa de Cronbach dio como resultado escalas de 0.88 hasta 0.92 en los factores que conforman el cuestionario, estos datos permiten señalar que el instrumento es válido y confiable. Asimismo, su validez y confiabilidad también fue desarrollado por Catasi y

Salas (2022) donde fue validado a través de análisis factorial confirmatoria y la confiabilidad por coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.91 siendo excelente la confiabilidad con un intervalo de confianza 0.90 – 0.92 entonces, se puede decir que si existe confiabilidad y validez de los instrumentos aplicados. Por otro lado, se realizó la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach, y dio como resultado 0.842 lo que indica un nivel alto de consistencia interna entre los ítems del instrumento. Por lo tanto, se considera que el cuestionario utilizado presenta una adecuada fiabilidad.

Instrumento 2. Test psicológico inventario de autoestima de Stanley Coopersmith (SEI).

Para la segunda variable se ha considerado el Inventario de autoestima de Coopersmith, forma escolar, el cual ha sido traducido y validado en nuestro medio, en primer lugar, por María Isabel Panizo (1985) mide las actitudes valorativas hacia el sí mismo, en las áreas: académica, familiar y social. El inventario de autoestima de Coopersmith se compone de 58 declaraciones con respuestas dicotómicas (Sí – No), de las cuales 8 declaraciones pertenecen a la escala de falsedad. El test evaluara cuatro áreas: si mismo general, social – pares, Hogar y escuela

Para la calificación se tomará en cuenta los términos de Verdadero o Falso y la escala de mentiras si esta supera el puntaje quiere decir que el sujeto ha dado respuestas de manera defensiva, por lo que es necesario invalidar el inventario. Siendo los niveles de autoestima los siguientes: De 0 a 24 baja autoestima, de 25 a 49 promedio bajo, de 50 a 74 promedio alto, y de 75 a 100 alta autoestima.

Validez y confiabilidad

Su confiabilidad y validez se evaluó en Lima, Perú. por Salcedo (2016) halló un coeficiente alfa de Cronbach igual a 0.79 es decir el instrumento se encuentra en la

calificación aceptable. Este instrumento ha sido analizado y estudiado en nuestro medio, lo que evidencia su validez y su confiabilidad, lo que hace de ello un instrumento adecuado para medir la autoestima. Asimismo, Catasi y Salas (2022) considerando las propiedades psicométricas del inventario el mismo que fue validado a través del juicio de expertos. Y la confiabilidad por consistencia interna obteniendo un coeficiente del alfa de Cronbach de 0.89 siendo buena la confiabilidad. Es decir, demostraron que el instrumento es confiable. Asimismo, el análisis de fiabilidad del Test de Autoestima de Coopersmith para la presente investigación arrojó un coeficiente alfa de Cronbach de 0.874, lo que evidencia una alta consistencia interna entre los ítems del test, por lo que se concluye que es fiable.

Participantes

La población está conformada por alumnos de la carrera Profesional de Psicología de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, cuyo número de alumnos en el presente año 2024 es de 1000 estudiantes aproximadamente.

La muestra será probabilística, aleatoria estratificada. Estará conformada por los estudiantes universitarios varones y mujeres de una edad promedio entre 18 a 38 años a los cuales se les aplicará el cuestionario ARS y posteriormente el Test de escala de Coopersmith para evaluar el nivel de autoestima.

Para determinar la cantidad de encuestados se aplicará la siguiente formula, el cual obedece a una población considerada como finita:

DONDE:

$Z = 95\% = (z=1,96)$ (margen de confiabilidad)

N = Tamaño de población = 1000

P = Éxito de la varianza poblacional (0.50)

Q = Fracaso de varianza poblacional (0.50)

$$E = 5\% = 0,05$$

N = Tamaño necesario de la muestra.

$$n = \frac{(Z)^2 * N * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 1000 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (1000 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{(3.8416) * 1000 * 0.50 * 0.50}{0.0025 * (999) + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{960.40}{2.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{960.40}{3.4579}$$

$$n = 277.74 = 278$$

La muestra es de 278 estudiantes.

Criterios de inclusión

Estudiantes de primer a decimo ciclo debidamente matriculados y que brindaron su consentimiento.

Criterios de exclusión.

Estudiantes que padezcan algún trastorno psicológico diagnosticado o que tengan problemas significativos de atención.

Descripción de los participantes del estudio

Tabla 1

Descripción de los participantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	110	39,6	39,6
	Femenino	168	60,4	100,0
	Total	278	100,0	

Nota. Elaboración propia

Procedimiento

Primero se procederá a pedir permiso a las autoridades respectivas para la autorización de la aplicación de los instrumentos. Seguidamente se ingresará a las aulas para la aplicación del instrumento y se mencionará los fines del proyecto. Asimismo, se pasará a dar a conocer el consentimiento informado a los participantes, aclarando el motivo del estudio y la importancia que tiene su participación voluntaria, de igual forma aclarar que los resultados son totalmente confidenciales y que tienen la posibilidad de retirarse de la investigación en cualquier momento. Finalmente, habrá dos opciones para el llenado de los instrumentos el formulario de Google forms o los instrumentos impresos.

Consideraciones éticas

Se realizó un consentimiento informado con el fin de enfatizar en el derecho a la información del evaluado.

Se garantizará el anonimato y la confidencialidad de la información suministrada. Asimismo, se les brindará a los participantes un trato digno y respetuoso desde el primer contacto y durante todo el procedimiento, se evitará cualquier tipo de discriminación y se agradecerá a cada participante por su tiempo y disponibilidad. Los riesgos que le podría traer el presente estudio son mínimos (similares a los que ocurren en la vida cotidiana), pudiendo ser sentirse ofendido por alguna pregunta que se encuentre en alguno de los test. Finalmente, la información será procesada considerando los aspectos éticos de veracidad.

Análisis de datos

Los datos serán procesados en una hoja Excel y para el análisis de resultados se utilizará el software estadístico SSPS versión 27. Se empleará la estadística descriptiva e inferencial. Para así poder determinar los objetivos e hipótesis planteada.

CAPITULO III. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados en el siguiente orden: primero la frecuencia de uso de las redes sociales en relación al género, en segundo lugar, el nivel de autoestima en relación al género, en tercer lugar, la prueba de normalidad para ambas variables, en cuarto lugar, la correlación de variables y finalmente la correlación entre las dimensiones de las redes sociales y la autoestima de los alumnos de psicología de una universidad privada en Arequipa 2024.

Tabla 2

Frecuencia de uso de las redes sociales en relación al género.

			Genero		
			Masculino	Femenino	Total
Redes sociales (agrupada)	Moderado	Recuento	50	72	122
		% del total	17,99%	25,90%	43,88%
	Alto	Recuento	58	88	146
		% del total	20,86%	31,65%	52,52%
	Severo	Recuento	2	8	10
		% del total	0,72%	2,88%	3,60%
Total	Recuento	110	168	278	
	% del total	39,57%	60,43%	100,0%	

Nota: Extraído de SPSS V.27

Según la tabla 2, el 31,65% de estudiantes féminas y el 20,86% de estudiantes de género masculino se encuentra en un nivel alto en el uso de las redes sociales, asimismo, el 25,90% de mujeres y el 17,99% de varones se encuentran en un nivel moderado, Finalmente, el 2,88% y el 0,72% de mujeres y varones respectivamente se encuentra en un nivel severo en el uso de redes sociales.

Tabla 3
Niveles de autoestima en relación al genero

			Genero		Total
			Masculino	Femenino	
Autoestima	Baja	Recuento	1	1	2
		% del total	0,36%	0,36%	0,72%
	Promedio Bajo	Recuento	22	40	62
		% del total	7,91%	14,39%	22,30%
	Promedio Alto	Recuento	47	73	120
		% del total	16,91%	26,26%	43,17%
	Alta	Recuento	40	54	94
		% del total	14,39%	19,42%	33,81%
	Total	Recuento	110	168	278
		% del total	39,57%	60,43%	100,0%

Según la tabla 3, la mayoría de los encuestados con un 43,17% se concentra en niveles de autoestima promedio alto y con un 33,81% en autoestima alta, un porcentaje muy pequeño de 22,30% promedio bajo, y con un 0,72% muestra autoestima baja. Las mujeres tienden a tener una distribución más alta en autoestima promedio alto y alto con un total de 45,68% en comparación con los hombres con un total de 31,30%. Sin embargo, también se observa que hay más mujeres que hombres en el grupo de autoestima promedio bajo.

Tabla 4
Prueba de normalidad de variables

Kolmogorov-Smirnov(a)			
	Estadístico	gl	Sig.
Adicción a las Redes Sociales	0.067	278	0.004
Autoestima	0.105	278	0.000

Nota. Extraído de SPSS V. 27

La tabla 4 muestra que la variable adicción a las redes sociales muestra un sig. de 0.004 y autoestima un sig de 0.00 ambas son menores a 0.05, es decir, ambas variables no siguen una distribución normal, en ese sentido y en base a este resultado se debe aplicar una prueba no paramétricas.

Tabla 5

Correlación de variables redes sociales y autoestima

		Autoestima	
Rho de Spearman	Redes sociales	Coeficiente de correlación	-0.121(*)
		Sig. (bilateral)	0.044
		N	278

Nota. Datos de SPSS V.27

La tabla 5 muestra un coeficiente de correlación de -0.121, con un valor de significancia de 0.044 ($p < 0.05$), ello significa que existe una correlación negativa muy débil y estadísticamente significativa entre las redes sociales y la autoestima. Por lo que se puede decir que, a mayor adicción a las redes sociales, tiende a haber una disminución en la autoestima.

Tabla 6

Correlación entre Obsesión por las redes y la autoestima.

			Obsesión por las redes
Rho de Spearman	Autoestima	Coeficiente de correlación	-0.139(*)
		Sig. (bilateral)	0.020
		N	278

Nota. Extraído de SPSS V. 27

La tabla 6 muestra una correlación de Spearman de -0.139 y un sig. de 0.020, por lo que se afirma que existe una relación negativa muy débil pero significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima esto sugiere que, a medida que aumenta la obsesión por las redes sociales, la autoestima tiende a disminuir ligeramente.

Tabla 7

Correlación entre la Falta de control personal en el uso de las redes sociales y la autoestima.

			Falta de control personal en el uso de las redes sociales
Rho de	Autoestima	Coeficiente de	-0.002
Spearman		correlación	
		Sig. (bilateral)	0.971
		N	278

Nota. Extraído de SPSS V. 27

La tabla 7 muestra un de rho de -0.002 y un sig. de 0,971 (>0.05) es decir no se encontró una relación significativa entre la falta de control personal en el uso de redes sociales y la autoestima. El coeficiente de correlación es prácticamente cero, lo que

sugiere que estas dos variables no están relacionadas de forma directa en esta población.

Tabla 8

Correlación entre el uso excesivo de las redes sociales y la autoestima.

		Uso excesivo de las redes sociales
de	Autoestima	
Spearman	Coeficiente de correlación	-0.165(**)
	Sig. (bilateral)	0.006
	N	278

Nota. Extraído de SPSS V. 27

La tabla 8, muestra un Coeficiente de correlación de -0,165 y un sig de 0,006 para uso excesivo de las redes sociales y autoestima, ello significa que existe una correlación negativa muy débil y significativa. Por lo que, a mayor nivel de uso excesivo de las redes sociales, los niveles de autoestima tienden a disminuir.

DISCUSIÓN

Los resultados permiten profundizar en la comprensión de cómo las distintas dimensiones de la variable redes sociales se relacionan con la autoestima en estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología. A través del análisis de correlación de Spearman, se identificaron relaciones significativas entre las variables y en dos de las tres dimensiones de las redes sociales. En primer lugar, los resultados obtenidos en este estudio revelan una correlación negativa muy débil pero estadísticamente significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima de los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología - Arequipa, 2024 con un $\rho = -0.121$ y un $\text{sig.} = 0.044$.

Sin embargo, al analizar los datos descriptivos, se observa que el grupo femenino reporta tanto un mayor uso de redes sociales como niveles de autoestima promedio altos. Esta aparente contradicción se explica porque los análisis descriptivos reflejan tendencias grupales generales, mientras que la correlación examina la asociación individual entre ambas variables en toda la muestra. En este sentido, el resultado correlacional indica que, aunque en promedio ciertos grupos mantengan una autoestima elevada, la tendencia general muestra que un incremento en el uso de redes sociales se asocia con una ligera reducción en la autoestima, aunque la correlación es muy débil, estudios indican que la adicción a las redes sociales no es el único factor que influye en la autoestima de los estudiantes, ya que existen otros elementos importantes como el entorno familiar, la salud mental, la personalidad, el rendimiento académico y las relaciones interpersonales presenciales que también pueden incidir significativamente en la formación del autoconcepto (Branden, 1994; Rosenberg, 1965).

Los resultados coinciden con estudios previos que señalan que el uso excesivo de redes sociales puede impactar negativamente en la autoestima, debido a factores como las comparaciones sociales constantes, la búsqueda de aprobación externa y la

distorsión de la autoimagen (Vogel et al., 2014). Las redes sociales, al mostrar versiones idealizadas de la vida de otros, pueden generar sentimientos de inferioridad o insatisfacción personal, lo que deteriora el autoconcepto. El resultado también guarda similitud con el estudio de Cassia (2019) el cual obtuvo un p de -0.256 y un sig. de 0.000. Por lo que concluyo que, una mayor autoestima está asociada a menores niveles de adicción a las redes sociales, además logró comprobar que a medida que aumenta la edad, la falta de control y el uso excesivo a las redes es menor en comparación con la de los jóvenes.

Asimismo, el resultado también guarda similitud con el trabajo de Chapilliquen y Puemape (2023) los autores obtuvieron como resultado un Rho de Spearman de -0,560 y un sig. de 0,000 es decir una relación negativa o inversa, es decir, en ambas investigaciones se afirma que mientras que la adicción a las redes sociales sea mayor en nivel de autoestima será menor. Por lo que los autores consideran que se deben de desarrollar e implementar un plan de intervención para jóvenes de las instituciones educativas en adicción a las redes sociales. Ya que permitiría reducir los casos de adicción a las redes sociales y aumentaría la concienciación entre los jóvenes.

También, es preciso tener en cuenta el estudio de Catasi y Salas (2022) en donde mediante un coeficiente de Spearman de -0.653 y un con un $p = .000$ $p < .05$, concluyeron que existe una correlación negativa moderada entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana, también argumentan que el internet en la realidad suele estar ligado a la baja autoestima, la depresión y la ansiedad y que millones de personas en todo el mundo, incluidos adolescentes y adultos jóvenes podrían estar en riesgo. Sin embargo, algunos autores como Ellison et al. (2007) consideran que, si bien el uso problemático de redes sociales puede asociarse con efectos negativos, su uso moderado y con fines de socialización o

apoyo emocional también puede contribuir positivamente a la autoestima.

Por otro lado, el trabajo de Correa y Diaz (2020) también guarda similitud con el presente estudio, ambos lograron comprobar a través del Rho de Spearman un -0.860 y un sig de 0.014 , la correlación inversa entre las variables de estudio redes sociales y autoestima en adolescentes concluyeron que La baja autoestima a veces puede causar la adicción a las redes sociales u otras drogas y que los jóvenes con baja autoestima suelen participar en comportamientos riesgosos con más frecuencia. Asimismo, considera que se deberían realizar charlas dirigidas hacia la colectividad sobre el uso, abuso y adicción a las redes sociales y las consecuencias que conlleva en la vida de las personas.

Asimismo, el estudio de Carrasco y Vásquez (2019) tuvo como resultado que la correlación entre las variables adicción a redes sociales y autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte de estudio fue de $Rho = -0.27$, correlación inversa entre las variables. Esto quiere decir que a mayor adicción menor autoestima, también los autores lograron verificar que, entre mujeres y hombres, el sexo femenino muestra una mejor autoestima, lo que señala que mantienen una buena autopercepción de sí mismas.

El estudio de Juli y López (2023) muestran resultados de correlación de $p = -0.200$. es decir, que existe relación negativa entre las variables pues a mayor adicción a redes sociales, menor será el bienestar psicológico de los estudiantes, es así que recomiendan a los colegios implementar programas para promover conductas relacionadas con el uso correcto de las redes sociales.

Por otro lado, si comparamos la frecuencia o nivel de adicción a las redes sociales con el estudio de Ayanque y Rodríguez (2024) podemos observar que la diferencia está presente en un mayor nivel en el género masculino en comparación las femeninas.

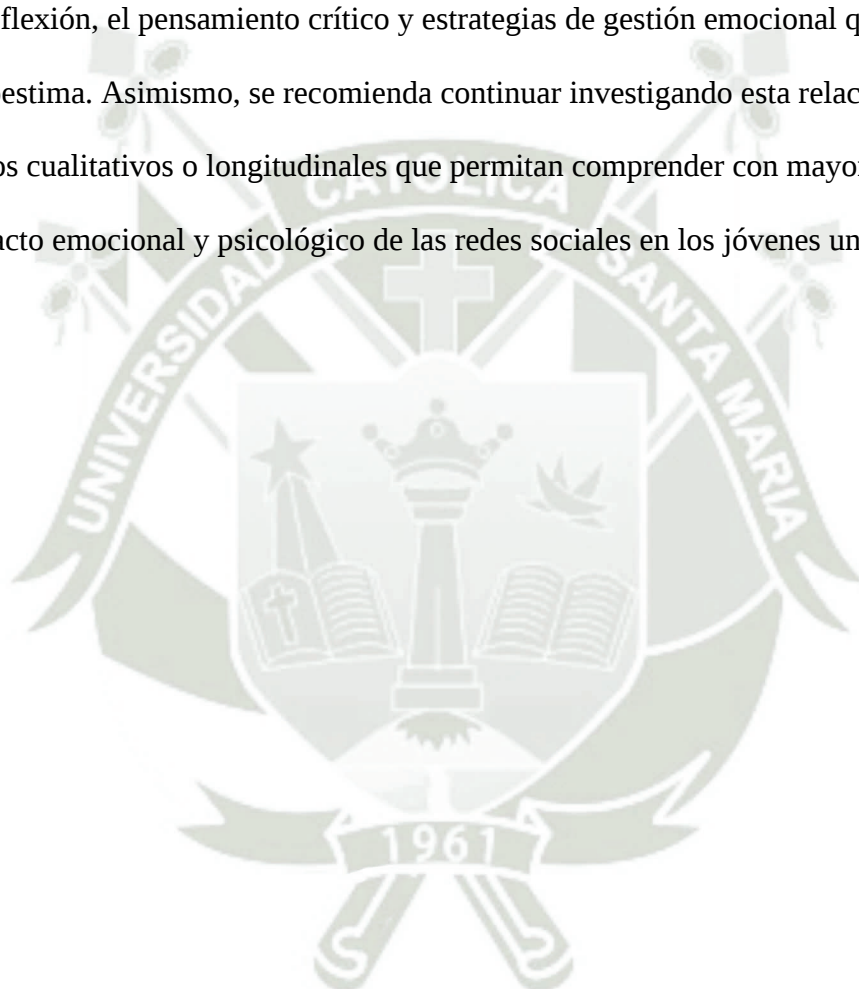
Respecto a los resultados de correlación entre las dimensiones de la variable redes sociales y la autoestima se encontró una correlación negativa débil pero significativa entre la obsesión por las redes sociales y la autoestima ($\rho = -0.139$, $p = .020$). Este hallazgo sugiere que los estudiantes que presentan pensamientos persistentes o preocupación constante por las redes sociales tienden a experimentar una disminución en su autoestima. Este resultado es consistente con estudios previos como el de Vogel et al. (2014) que señalan que la sobrevaloración de la vida digital y la constante comparación social pueden afectar negativamente la autoimagen.

Asimismo, la dimensión de uso excesivo de las redes sociales mostró una correlación negativa débil pero significativa con la autoestima ($\rho = -0.165$, $p = .006$). Este resultado indica que pasar demasiado tiempo en redes sociales también se asocia con niveles más bajos de autoestima. La dimensión de falta de control personal no presentó una relación significativa con la autoestima ($\rho = -0.002$, $p = .971$). Esto sugiere que el hecho de que los estudiantes sientan que no pueden controlar el tiempo que pasan en redes no necesariamente se traduce en una menor autoestima. Una posible explicación es que muchos estudiantes pueden percibir esta conducta como común o incluso normalizada en su entorno, lo cual amortigua su impacto en la autovaloración.

Los resultados guardan similitud con el trabajo de Soria y Villegas (2023), donde el p valor es de -0,114, -0.75 y -0.65 entre las dimensiones de la adicción a las redes sociales como: Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales y la autoestima concluyen que existe relación negativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima según los parámetros de la correlación de Pearson. Es así que sugirieron la necesidad de los talleres de autoevaluación de adicción a redes sociales y de mejora de autoestima dentro de las áreas educativas. Estos hallazgos refuerzan la importancia de considerar las

dimensiones de la variable redes sociales. Algunas pueden tener un mayor impacto en el bienestar psicológico que otras, particularmente aquellas asociadas con la obsesión y el tiempo excesivo de exposición.

Por lo tanto, estos resultados destacan la necesidad de promover un uso consciente y equilibrado de las redes sociales entre los estudiantes, fomentando la autorreflexión, el pensamiento crítico y estrategias de gestión emocional que fortalezcan su autoestima. Asimismo, se recomienda continuar investigando esta relación con métodos cualitativos o longitudinales que permitan comprender con mayor profundidad el impacto emocional y psicológico de las redes sociales en los jóvenes universitarios.



CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de esta investigación y en concordancia con la hipótesis y el objetivo general planteado, pude comprobar que existe una relación negativa muy débil y estadísticamente significativa entre el uso de redes sociales y la autoestima en los estudiantes universitarios de la Escuela de Psicología de una universidad privada en Arequipa durante el año 2024 ($\rho = -0.121$; $p = 0.044$). Este hallazgo sugiere que, a medida que aumenta el uso de redes sociales, la autoestima tiende a disminuir ligeramente.

Asimismo, se logró determinar la frecuencia del uso de las redes sociales en relación al género, donde se observa que la mayoría de los estudiantes encuestados presentan un nivel de uso alto y/o moderado. En particular, el género femenino utiliza con mayor frecuencia las redes sociales en comparación al género masculino.

Por otro lado, el nivel de autoestima en relación al género, se identificó que la mayoría de los estudiantes presentan niveles adecuados o altos de autoestima, especialmente las mujeres quienes destacan con puntajes mayores en comparación a los varones. Los casos de autoestima baja fueron mínimos.

Respecto a la relación entre la obsesión por las redes y la autoestima, se logró determinar que existe una relación negativa muy débil y significativa ($\rho = -0.139$; sig. de 0.020) lo que indica que un mayor nivel de obsesión se asocia con una menor autoestima.

En cuanto a la falta de control personal en el uso de redes sociales, los resultados mostraron una correlación prácticamente nula con la autoestima ($\rho = -0.002$; sig. = 0.971) lo que sugiere que esta dimensión del uso de redes no presenta un impacto relevante en la autoestima de los estudiantes.

Finalmente, se logró conocer que, existe relación negativa muy débil y

estadísticamente significativa entre el uso excesivos de las redes sociales y la autoestima (Rho de -0.165; sig. = 0.006), lo que significa que el uso excesivo de las redes podrías tener un efecto negativo en la autoestima de los estudiantes universitarios de la escuela de psicología.



RECOMENDACIONES

A partir de los hallazgos obtenidos, se sugiere implementar talleres psicoeducativos a los estudiantes, enfocados en el desarrollo de una relación saludable con las redes sociales, con el propósito de promover el uso crítico y consciente para prevenir la obsesión y el uso excesivo de ellas, mediante la autorregulación y estableciendo límites en el tiempo de conexión con el fin de proteger su bienestar emocional. Asimismo, se sugiere realizar campañas educativas que orienten a los estudiantes a identificar patrones de uso adictivo y fomentar una relación equilibrada con la tecnología.

Dado que los resultados evidencian que las mujeres presentan un mayor nivel de uso excesivo de las redes sociales, se recomienda diseñar estrategias de prevención y de acompañamiento emocional dirigidas especialmente a ellas, tocando temas como: presión social en redes y habilidades de afrontamiento. Además, sería recomendable también incluir en las políticas universitarias campañas de concientización sobre los efectos del uso excesivo de redes sociales, promoviendo alternativas de socialización y recreación fuera del entorno digital.

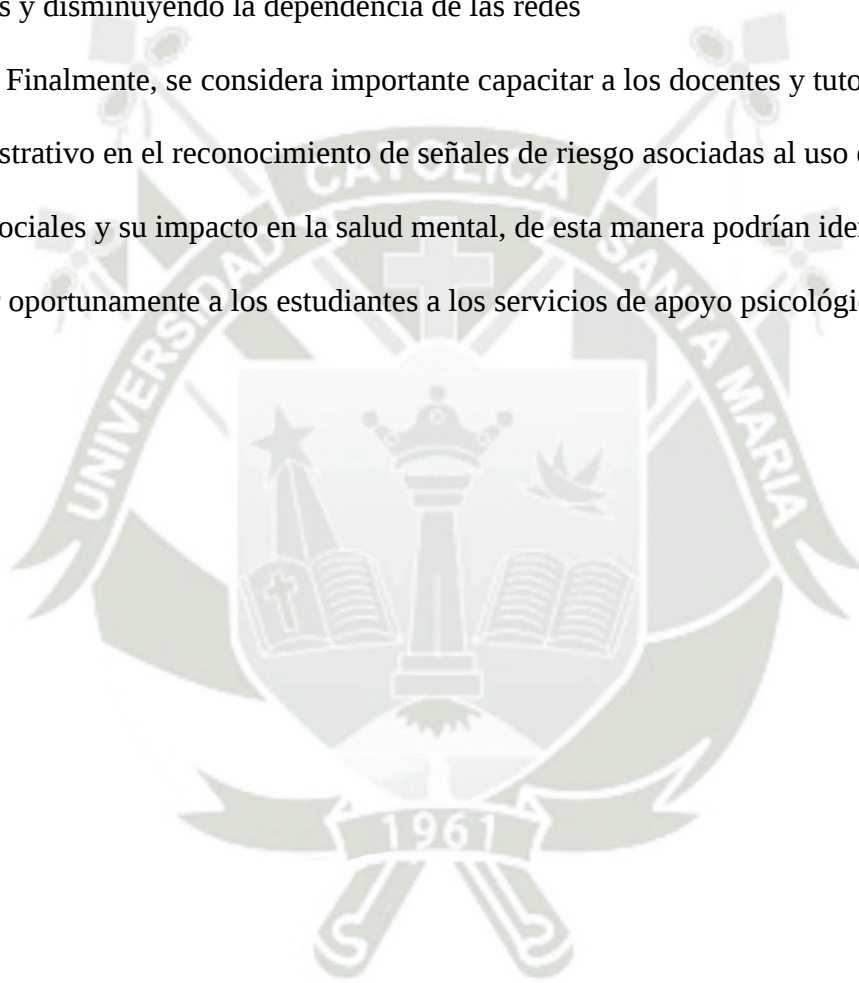
Por otro lado, sería recomendable desarrollar programas de acompañamiento psicológico enfocados en el fortalecimiento de la autoestima, que incluyan el desarrollo de habilidades sociales, y el manejo de la inteligencia emocional, ya que estos permiten el fortalecimiento de la autoestima y el autoconcepto positivo, estos programas estarían dirigidos especialmente a estudiantes con altos niveles de exposición a las redes sociales.

Asimismo, se sugiere, monitorear de manera periódica el nivel de obsesión por las redes sociales, mediante encuestas identificando la frecuencia y su evolución en cuanto a tiempo según género y edad, con el fin de que las autoridades puedan

intervenir o implementar acciones preventivas para así evitar un impacto negativo en la autoestima sociales de los estudiantes.

En cuanto a la falta de control en el uso de las redes sociales se sugiere promover actividades recreativas, deportivas, culturales y sociales dentro del campus universitario que incentiven la interacción presencial, fortaleciendo las habilidades sociales y disminuyendo la dependencia de las redes

Finalmente, se considera importante capacitar a los docentes y tutores y personal administrativo en el reconocimiento de señales de riesgo asociadas al uso excesivo de redes sociales y su impacto en la salud mental, de esta manera podrían identificar y derivar oportunamente a los estudiantes a los servicios de apoyo psicológico.



LIMITACIONES

A lo largo del desarrollo de la presente investigación, se identificó como limitación de que considerando que los estudiantes pertenecen a la carrera de psicología y que posiblemente conocen el instrumento de recolección de datos, los resultados podrían estar sujeto a sesgos o respuestas poco precisas por parte de los participantes. Es decir, es posible que algunos estudiantes no hayan dado respuestas veraces en cuanto su uso a las redes y su percepción sobre su autoestima.



REFERENCIAS

- Ayaque Segovia, Z., & Rodríguez Márquez, A. (2024). *Uso Problemático de las Redes Sociales e Insatisfacción corporal en Adolescentes de un Colegio Privado y Público*. [Tesis de Grado, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/9e62b7ae-6017-4f3f-8d3b-febc4c7b8a65/content>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. . Freeman and Company.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), 210-230.
[doi:https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x)
- Branden , N. (1994). *Los seis Pilares de la Autoestima* . Editorial Paidós.
<https://archive.org/details/BRANDEN1995LosSeisPilaresDeLaAutoestima/page/n9/mode/2up>
- Carrasco La Rosa, G., & Vasquez Tafur, Y. (2019). *Adicción a las Redes Sociales y Autoestima en universitarios de una institución privada de Lima Norte, 2019*. [tesis de grado, Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25031/Carrasco%20La%20Rosa%2c%20Gianella%20Milagros-%20Vasquez%20Tafur%2c%20Yudit%20Pilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cassia Alfano, F. (2019). *Adicción a las redes sociales y autoestima: Un estudio comparativo entre adultos jóvenes y adultos mayores en Buenos Aires*. [Tesis de Grado, Universidad Argentina de la Empresa., Buenos Aires, Argentina].
<https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8379/CASSIA-TIF.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Catasi Diaz, L., & Salas Navarro, D. (2022). *determinar la relación entre autoestima y adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte, Lima, Perú].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30980/Catasi%20Diaz%20c%20Laly%20Andrea-Salas%20Navarro%20c%20Diana%20Karolina.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Chapilliquen Lopez, K., & Puemape Rojas, L. (2023). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de instituciones educativas del distrito de La Unión*, 2023. [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/128054/Chapilliquen_LKL-Puemape_RLMM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chen, Y. (2025). *A comparative study of state self-esteem responses to feedback valence, social comparison, and perceived authenticity across developmental groups*. *Frontiers in Psychology*.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2025.1625771/full>
- Chóliz, Mariano, M. (2019). *Patrón de Uso y Dependencia de Videojuegos en Infancia y Adolescencia*. *Nexus Médica Editores* 1, 80-96.
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16720051019.pdf>
- Chuquitoma Cruz, L. (2017). *Las redes sociales en el autoestima de adolescentes del nivel secundaria en la Institución Educativa Manuel Muñoz Najar, Arequipa – 2016*. [Tesis de Grado, Universidad Alas Peruanas, Arequipa, Perú].
- Collates, K, D. (2023). *Social Media Addiction and its relationship with Self-esteem in University Students*. <https://www.opastpublishers.com/open-access-articles/social-media-addiction-and-its-relationship-with-selfesteem-in->

university-students.pdf

- Correa, K., & Díaz, E. (2020). *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes de nivel secundario de dos instituciones estatales de Cajamarca*. [Tesis de Grado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca, Perú]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1212>
- Czubaj, N. (2025). *The impact of social media on body image perception in adolescents*. *Nutrients*, 17(9), 1455. <https://doi.org/10.3390/nu17091455>
- Daniel, J., & Colonio Caro, J. (2023). *Revisión sistemática sobre la adicción a las redes sociales en adolescentes latinoamericanos entre el 2020-2022*. *Propósitos y representaciones*, vol.11 no.2 .
[doi:http://dx.doi.org/10.20511/pyr2023.v11n2.1759](http://dx.doi.org/10.20511/pyr2023.v11n2.1759)
- Elías, A., & Diaz, A. (2015). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. *Revista Médica Clínica Las Condes*, Vol. 26. Núm. 1. doi:10.1016/j.rmclc.2014.12.001
- Escurre, M., & Salas, E. (2014). *Construcción y validación del cuestionario de adicción*. *Revista de Psicología Liberabit* , vol. 20, núm. 1, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- García, A., & Puerta, D. (2020). *Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto*. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (59) 27-44. doi:<https://doi.org/10.35575/rvucn.n59a3>
- Hernandez Bataller, B. (2012). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Uso responsable de las redes sociales y prevención de trastornos asociados»*. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:351:0031:0035:ES:PD>

F

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.^a ed.). McGraw Hill.

Huertas del solar, M. (2015). *Las redes sociales virtuales en los adolescentes de la I.E.P. "La Victoria" de Pichari, provincia la convención, Cusco-2015*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Cusco, Perú].
<https://repositorio.unsch.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5c53ce29-8d15-40d4-a327-280362bea946/content>

Itae Psicología. (2024). <https://itaepsicologia.com/redes-sociales-autoestima-y-bienestar/>

James, W. (1890). *The Principles of Psychology* (Vol. 1). Henry Holt and Company.
<https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.210224/page/n307/mode/2up?view=thheater>

Jan, M. A. (2017). *Impact of Social Media on Self-Esteem. European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329. doi: <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>

Jiménez Acosta, G., & Lagos Machaca, V. (2020). *La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020*. [Tesis de Grado, Universidad Peruana Unión, Juliaca].
<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4692>

Juli Otazú, E., & López Bobbio, B. (2023). *Bienestar psicológico y adicción a redes sociales en estudiantes de un colegio nacional de la ciudad de Arequipa*. [Tesis de grado, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú].
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1b5e34c3-64ed-4f4d-8358-19a35ca2f5a3/content>

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and*

opportunities of Social Media. Business Horizons*, 53(1), 59-68.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Lozano, M. B. (2021). *Impact of social network use on anorexia and bulimia in female adolescents: a systematic review*. Anales del sistema sanitario de Navarra, .

<https://recyt.fecyt.es/index.php/ASSN/article/view/92072/69618>

Martinez, P. &. (2018). *Me gusta y uso problemático de Instagram: El papel moderador de la autoestima*. . Ciberpsicología, Comportamiento y Redes Sociales, 22(6), 412-416. doi:<https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0701>

Merino, M. (2024). *Body perceptions and psychological well-being: A narrative review*. PubMed Central (PMC).

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC11276240/>

Moreno Palacios, K., & Perez Lopez, J. (2023). *Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes*. Alto Moche, Trujillo 2023. [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/133048>

Patchin, J. W. (2010). *Cyberbullying and self-esteem*. Journal of School Health, 80(12), 614-621.

Pérez Machado, D. (2024). *Uso de Redes Sociales y Habilidades Sociales en los estudiantes del Nivel Secundario de la Institución Educativa Manuel Scorza Torres*. [Tesis de Grado, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1530d97b-3175-4906-9d8e-c3bc92d11080/content>

Peris, M. M. (2013). *Autoestima Corporal, Imagen Virtual en Redes Sociales y Sexualidad en Adolescentes*. Revista Europea de Investigación en Salud, Psicología y Educación, 3(2), 171–180.
doi:<https://doi.org/10.3390/ejihpe3020015>

Rogers, C. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press. doi:10.1126/science.148.3671.80

Salcedo, I. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes Universitarios de una universidad particular de Lima. [Tesis para optar el grado académico de maestro en psicología clínica]. Repositorio de la USMP.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2026/salcedo_CI.pdf?sequence=1&isAllowed=yR

Sánchez-Carlessi, H. H. (2024). *El impacto de los medios y redes sociales en la salud*. Revista Pluriversidad, Universidad Ricardo Palma.
<https://revistas.urp.edu.pe/index.php/pluriversidad/article/download/7207/11402/35741>

Sarmiento, I., Olson, C., Yeo, G., Chen, Y., Toma, C., Brown, B., & Bellmore, A. &. (2020). *How does social media use relate to adolescents internalizing symptoms? Conclusions from a systematic narrative review*. Adolescent Research Review, 5(4), 381–404.
doi:<https://link.springer.com/article/10.1007/s40894-018-0095-2>

Soria Pincha, P., & Villegas Villacres, N. (2023). *Adicción a las Redes Sociales y su Relación con la Autoestima en Adolescentes*. Revista Psicología UNEM, Volumen 8, N° 014. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>

Taylor, S. H. (2024). *The lonely algorithm problem: The relationship between algorithmic personalization and social connectedness on TikTok*. Journal of Computer-Mediated Communication, 29(5), zmae017.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmae017>

Torre, L. (2012). *“Las redes sociales : conceptos y teorías*. Consonancias, 11,39.
<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7067/1/redes-sociales-conceptos-teorias.pdf>

- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*.
- Twenge, J., & Campbell, W. (2018). *Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study*. Preventive Medicine Reports, 12, 271-283.
- Van, D. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Vidal, M., Vialart, M., & Hernández, L. (2013). *Redes sociales*. Educación Médica Superior, vol.27 no.1, Habana, Cuba.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412013000100017&lng=es&tlng=es
- Villegas, J., Muñoz, B., González, E., Vázquez, R., Uscanga, S., Paván, R., . . . Márquez, F. (2022). *Self-esteem associated with the use of social networks in university students*. European Journal of Public Health, 32. Universidad el Valle de Mexico. doi:[dhttps://doi.org/10.1093/eurpub/ckac131.255](https://doi.org/10.1093/eurpub/ckac131.255)
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). *Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem*. Psychology of Popular Media Culture, 3(4), 206-222. Holder: American Psychological Association.
doi:<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wardle, C. &. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- ZAFRA, R. (s.f.). *n(h)acer mujer en internet*.
<https://www.lenguadetrapo.com/libro/netianas-nh-acer-mujer-en-internet/>
- Zavalaga Orozco, M., & Valencia Torres, A. (2022). *Ansiedad y Autoestima En Estudiantes Universitarios Que Aprenden El Idioma Inglés En Un Centro De Idiomas De La Ciudad De Arequipa*. [Tesis de grado, Universidad Católica

Santa Maria, Arequipa, Perú].

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d7b95c66-1638-4ce4-98fc-fe202c0257f4/content>

Zenteno, D. M. (2017). *La Autoestima y como mejorarla*. Revista Ventana Científica, v.8 n.13 supl.13, Tarija.

http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2305-60102017000100007&lng=es&nrm=iso



ANEXOS



Anexo 1

Test de ARS

TEST DE ARS (ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES)

Escurra, M. y Salas, E. (2014.)

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.

Femenino () Masculino ()

Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre S	Casi siempre CS	Algunas veces A	Rara vez RV	Nunca N
5	4	3	2	1

Ítem	Descripción	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	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
9	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
10	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales					
11	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
12	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
13	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
14	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					

15	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
16	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
17	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
18	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
19	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.					
20	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					



Anexo 2

Test de Autoestima

Test de Autoestima (S.E.I Stanley Coopersmith)

INSTRUCCIONES

Para responder a cada pregunta del inventario, haz lo que sigue: Si la afirmación describe cómo te sientes habitualmente, pon una “X” en el paréntesis en la columna, debajo de la frase “DE ACUERDO”. Si la afirmación no describe cómo te sientes habitualmente, pon una “X” en la columna, debajo de la frase “DESACUERDO”. PROSIGUE ENSEGUIDA CON LAS RESTANTES DECLARACIONES:

Item	Pregunta	De acuerdo (Si)	Desacuerdo (No)
1	Generalmente los problemas me afectan muy poco		
2	Me cuesta mucho trabajo hablar en público		
3	Si pudiera cambiaría muchas cosas de mí		
4	Puedo tomar una decisión fácilmente		
5	Soy una persona simpática		
6	En mi casa me enoja fácilmente		
7	Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo		
8	Soy popular entre las personas de mi edad		
9	Mis padres generalmente toman en cuenta mis sentimientos		
10	Me doy por vencido fácilmente		
11	Mis padres esperan demasiado de mí		
12	Me cuesta mucho trabajo aceptarme como soy		
13	Mi vida es muy complicada		
14	Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas		
15	Tengo mala opinión de mí mismo (a)		
16	Muchas veces me gustaría irme de mi casa		
17	Con frecuencia me siento a disgusto en mi grupo		
18	Soy menos guapo o bonita que la mayoría de la gente		
19	Si tengo algo que decir, generalmente lo digo		
20	Mi familia me comprende		
21	Los demás son mejor aceptados que yo		
22	Generalmente siento como si mi familia me estuviera presionando		
23	Generalmente me siento desmoralizado en mi grupo		

24	Muchas veces me gustaría ser otra persona		
25	Se puede confiar muy poco en mí		
26	Nunca me preocupo por nada		
27	Estoy seguro de mí mismo		
28	Me aceptan bien fácilmente		
29	Mi familia y yo la pasamos bien juntos		
30	Paso bastante tiempo soñando despierto (a)		
31	Desearía tener menos edad		
32	Siempre hago lo correcto		
33	Estoy orgulloso de mi rendimiento como estudiante		
34	Alguien siempre tiene que decirme lo que debo hacer		
35	Generalmente me arrepiento de las cosas que hago		
36	Nunca estoy contento (a)		
37	Estoy haciendo lo mejor que puedo		
38	Generalmente puedo cuidarme solo (a)		
39	Soy bastante feliz		
40	Preferiría estar con personas menores que yo		
41	Me gustan todas las personas que conozco		
42	Me gusta cuando me invitan a salir a la pizarra		
43	Me entiendo a mí mismo (a)		
44	Nadie me presta mucha atención en casa		
45	Nunca me reprenden		
46	No me está yendo tan bien en los estudios como quisiera		
47	Puedo tomar una decisión y mantenerla		
48	Realmente no me gusta ser adolescente		
49	No me gusta estar con otras personas		
50	Nunca soy tímido		
51	Generalmente me avergüenzo de mí mismo (a)		
52	Los chicos generalmente se las agarran conmigo		
53	Siempre digo la verdad		
54	Mis profesores me hacen sentir que no soy lo suficientemente capaz		
55	No me importa lo que pase		
56	Soy un fracaso		
57	Me fastidio fácilmente cuando me reprenden		
58	Siempre se lo que debo decir a las personas		

Anexo 3

Consentimiento informado

Consentimiento informado para evaluación psicológica: Participante adulto

Yo, _____, de _____ años de edad, acepto de manera voluntaria participar en el proceso de evaluación psicológica que será realizada por el estudiante NOMBRE Y APELLIDOS con código COLOCAR CÓDIGO de la Facultad de Psicología de la Universidad de Lima. La evaluación se realizará como parte del curso NOMBRE COMPLETO DEL CURSO y tiene como finalidad DESCRIBIR BREVEMENTE LA FINALIDAD. El alumno(a) se encuentra bajo la supervisión del profesor NOMBRE Y APELLIDOS.

Me han informado que las condiciones del proceso de evaluación son las siguientes:

- Se considerarán, de acuerdo a las necesidades del caso, NUMERO sesiones de evaluación.
- El proceso de evaluación no perjudicará la integridad del evaluado(a).
- El estudiante responsable del proceso de evaluación se compromete a no revelar la identidad del evaluado en ningún momento del proceso, ni después de finalizado el mismo.
- Los resultados de la evaluación serán discutidos en las clases correspondientes con fines de aprendizaje, manteniendo siempre el anonimato del evaluado(a).
- Al dar su consentimiento, el participante se compromete a culminar el proceso de evaluación, dada su importancia para la formación profesional del estudiante a cargo. Sin embargo, podrá solicitar no continuar con el proceso, previa comunicación con el alumno(a), para que éste no se perjudique.
- El estudiante responsable del proceso de evaluación podrá realizar una devolución oral de resultados, una vez terminado el proceso de evaluación, siempre y cuando cuenta con la autorización y asesoría del profesor del curso.
- Para cualquier información adicional y/o dificultad, el (la) evaluado(a) puede contactarse con el profesor(a) _____ al correo electrónico xxxxxxxx@ulima.edu.pe.

Lima, _____ de _____ del 20XX

Firma del evaluado(a)

Firma del estudiante responsable

NOTA: DEBEN HACERSE DOS COPIAS DE ESTE DOCUMENTO. UNA QUEDARÁ EN PODER DE LA PERSONA EVALUADA Y OTRA EN PODER DEL ESTUDIANTE RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN.

**Documento de presentación de evaluador para evaluación
psicológica:
Participante adulto**

Soy _____, estudiante de la Facultad de Psicología de la Universidad de católica de santa maría, identificado con _____. Actualmente estoy realizando un trabajo de investigación para poder presentar mi tesis, bajo la supervisión del Dr. Andree Luque. La investigación tiene como finalidad medir las redes sociales y autoestima en estudiantes universitarios de Arequipa.

Considerando sus características sociodemográficas, usted ha sido seleccionado como posible participante en este proceso de investigación.

La información recolectada durante esta investigación será INDICAR SI ES ANÓNIMA O CONFIDENCIAL Y EXPLICAR EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN y se usará solo con fines académicos.

Yo, _____, luego de haber leído y entendido el contenido de este documento, acepto de manera voluntaria participar en la investigación.

Lima, ____ de _____ del 2024

Firma del participante

NOTA: DEBEN HACERSE DOS COPIAS DE ESTE DOCUMENTO. UNA QUEDARÁ EN PODER DE LA PERSONA EVALUADA Y OTRA EN PODER DEL ESTUDIANTE RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN.

Consentimiento informado para evaluación psicológica: Padres de los participantes

Yo, _____, padre, madre o apoderado del menor _____ de _____ años de edad, acepto de manera voluntaria que mi hijo(a) participe en el proceso de evaluación psicológica que será realizada por el estudiante NOMBRE Y APELLIDOS con código COLOCAR CÓDIGO de la Facultad de Psicología de la Universidad de Lima. La evaluación se realizará como parte del curso NOMBRE COMPLETO DEL CURSO y tiene como finalidad DESCRIBIR BREVEMENTE LA FINALIDAD. El alumno(a) se encuentra bajo la supervisión del profesor NOMBRE Y APELLIDOS.

Me han informado que las condiciones del proceso de evaluación son las siguientes:

- La evaluación implicará NUMERO sesiones de entrevista con el padre y/o madre para consignar los datos de la historia.
- Se considerarán, de acuerdo a las necesidades del caso, NUMERO sesiones de evaluación con el menor.
- El proceso de evaluación no perjudicará la integridad del evaluado(a).
- El estudiante responsable del proceso de evaluación se compromete a no revelar la identidad del evaluado en ningún momento del proceso, ni después de finalizado el mismo.
- Los resultados de la evaluación serán discutidos en las clases correspondientes con fines de aprendizaje, manteniendo siempre el anonimato del evaluado(a).
- El padre, madre o apoderado, al autorizar la participación del menor, se compromete a que el evaluado culmine el proceso de evaluación, dada su importancia para la formación profesional del estudiante a cargo. Sin embargo, el padre, madre o apoderado del evaluado(a) podrán solicitar que el menor no continúe con el proceso, previa comunicación con el alumno(a), para que éste no se perjudique.
- El estudiante responsable del proceso de evaluación podrá a dar información oral al padre y/o madre del evaluado(a), una vez terminado el proceso de evaluación, siempre y cuando cuenta con la autorización y asesoría del profesor del curso.
- Para cualquier información adicional y/o dificultad, el padre, madre o apoderado puede contactarse con el profesor(a) _____ al correo electrónico xxxxxxxx@ulima.edu.pe.

Lima, _____ de _____ del 20XX

Firma del padre, madre o apoderado

Firma del estudiante responsable de la evaluación

NOTA: DEBEN HACERSE DOS COPIAS DE ESTE DOCUMENTO. UNA QUEDARÁ EN PODER DEL PADRE, MADRE O APODERADO Y OTRA EN PODER DEL ESTUDIANTE RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN.

Consentimiento informado para investigación: Directivo de institución

El propósito de esta **ficha de consentimiento** es proveer al directivo(a) de la institución educativa _____, una clara explicación de la naturaleza de esta investigación, así como de su rol en ella como autoridad de la institución.

La presente investigación es conducida por la _____, de la Universidad de Lima. La meta de este estudio es estandarizar el _____

Si usted accede a autorizar la realización de este estudio, se le pedirá poderse aplicar tests en su institución. Esto tomará aproximadamente 40 minutos de su tiempo en cada uno de los salones.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas dadas en el cuestionario serán codificadas usando un número de identificación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante la toma de pruebas y comunicarse al correo rchoy@ulima.edu.pe
Desde ya le agradecemos su participación.

Yo, _____, autorizo la realización de la investigación en la institución educativa _____ del distrito de _____, conducida por _____. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es estandarizar _____ el _____.

Me han indicado también que se realizará la aplicación de los tests será de _____ minutos por salón.

Se reconoce que la participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas dadas en el cuestionario serán codificadas usando un número de identificación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactarme al correo _____

Nombre y Firma de Directivo(a)
de institución educativa

Fecha

NOTA: DEBEN HACERSE DOS COPIAS DE ESTE DOCUMENTO. UNA QUEDARÁ EN PODER DEL PADRE, MADRE O APODERADO Y OTRA EN PODER DEL ESTUDIANTE RESPONSABLE DE LA EVALUACIÓN.

Anexo 4

Valores de correlación

Intervalo	Interpretación
-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,99 a -0,88	Correlación negativa muy fuerte
-0,87 a -0,63	Correlación negativa considerable
-0,62 a -0,38	Correlación negativa media
-0,37 a -0,13	Correlación negativa débil
-0,12 a -0,01	Correlación negativa muy débil
0,00	No existe correlación entre la variables
0,01 a 0,12	Correlación positiva muy débil
0,13 a 0,37	Correlación positiva débil
0,38 a 0,62	Correlación positiva media
0,63 a 0,87	Correlación positiva considerable
0,88 a 0,99	Correlación positiva muy fuerte
1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Adaptación de Hernández, R y otros (2014).

