

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE
UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA SUR**

Addiction to social networks and self-estimate in students of a private university of
Lima Sur

Jessica Pillaca P.*

Universidad Autónoma del Perú

ABSTRACT

The main objective of this research was to find the relationship between social network addiction and self-esteem in university students. Therefore, 466 students of both sexes were evaluated, between the ages of 16 and 35. The instruments used were the Social Network Addiction Questionnaire (ARS) proposed by Ecurra and Salas (2014) and the Stantey Coopersmith Self-Esteem Inventory (SEI) - Adults. The research design was non-experimental and correlational. The results indicated that there is a moderate, inverse and highly significant correlation between social network addiction and self-esteem ($r_s = -.417 \wedge p = .000$), as in all dimensions. In addition, it was found that 33.9% of university students have a low level of addiction to social networks and 36.5% have a high level of self-esteem. Similarly, all sociodemographic variables, which include sex, age, cycle and employment status, established differences in social media addiction and self-esteem.

Keywords: self-esteem, addiction to social networks and university students.

*Correspondencia: Universidad Autónoma del Perú. Escuela de Psicología. Jessica Pillaca.
E-mail: jessicapillaca24@gmail.com
Fecha de recepción: 30 de octubre del 2019 Fecha de aceptación: 3 de diciembre del 2019

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal encontrar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en universitarios. Por ello se evaluó a 466 estudiantes de ambos sexos, entre edades de 16 a 35 años. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de autoestima de Stantey Coopersmith (SEI) – Adultos. El diseño de investigación fue no experimental y de tipo correlacional. Los resultados indicaron que existe una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre adicción a redes sociales y autoestima ($r_s = -.417 \wedge p = .000$), al igual que en todas las dimensiones. Además, se encontró que el 33,9% de los universitarios presentan un nivel de adicción a redes sociales bajo y 36,5% un nivel alto de autoestima. De igual forma, todas las variables sociodemográficas, que incluyen sexo, edad, ciclo y situación laboral, establecieron diferencias en adicción a redes sociales y autoestima.

Palabras clave: autoestima, adicción a redes sociales y jóvenes universitarios.

RESUMO

O principal objetivo desta pesquisa foi encontrar a relação entre dependência nas redes sociais e autoestima em estudantes universitários. Portanto, foram avaliados 466 estudantes de ambos os sexos, com idades entre 16 e 35 anos. Os instrumentos utilizados foram o Questionário de Dependência em Redes Sociais (ARS) proposto por Ecurra e Salas (2014) e o Inventário de Auto-Estima Stantey Coopersmith (SEI) - Adultos. O desenho da pesquisa foi não experimental e correlacional. Os resultados indicaram que existe uma correlação moderada, inversa e altamente significativa entre dependência de redes sociais e autoestima ($\rho = -.417 \wedge p = .000$), como em todas as dimensões. Além disso, verificou-se que 33,9% dos estudantes universitários apresentam baixo nível de dependência às redes sociais e 36,5%, alto nível de auto-estima. Da mesma forma, todas as variáveis sociodemográficas, que incluem sexo, idade, ciclo e status de emprego, estabeleceram diferenças no vício em mídia social e na auto-estima.

Palavras-chave: auto-estima, dependência de redes sociais e estudantes universitários.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en nuestra sociedad las redes sociales se usan como medio principal para expresar pensamientos, sentimientos y emociones. Hoy en día nos es difícil imaginar estar desconectados de las redes, porque facilitan muchas de nuestras actividades, pero cada vez nos volvemos más dependientes de ellas. Son los jóvenes quienes están más familiarizados con estas nuevas tecnologías; sin embargo, algunos llegan a obsesionarse con las redes y no logran controlar el uso que le dan. Es aquí donde la autoestima se relaciona a las redes sociales, debido a que la comunicación e interacción en las diferentes plataformas virtuales brinda una mayor facilidad para expresarse. Como mencionaba Sinek, citado por Moreno (2017) los jóvenes de la actualidad, son buenos haciendo creer a los demás que su vida es increíble, aunque estén tristes. Es muy fácil inventarse historias y aparentar ser felices todo el tiempo. El gran error que cometen muchos jóvenes que se sienten decaídos cuando tienen problemas, es el no buscar ayuda, lo que suelen hacer es entrar a sus redes sociales y distraerse, lo cual no soluciona el problema, solo hace que siga aumentando.

A nivel mundial We Are Social y Hootsuite (2019) señalaron que el mundo cuenta con 4.388 millones de internautas y 3.484 millones son usuarios activos de redes sociales. Así mismo, indicaron que en Perú existen 24 millones de usuarios activos en redes sociales, donde el mayor uso se da en edades de 18 a 34 años. Mientras que el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2016) indicó que el 88,9% de los universitarios hacen uso del internet. El 64,6% de las personas de 17 a 24 años y el 66,5% de 25 a más años se conectan por lo menos una vez al día y el 28,2% de la población que usa internet lo hace exclusivamente por teléfono móvil. (INEI, 2017). En el estudio realizado por Comscore (2019) se informó que el Perú tiene un mayor alcance en redes sociales a nivel de América Latina con un 93%, siendo Facebook la plataforma más utilizada por los peruanos con un 44.5%. Estos datos encontrados nos dan una idea sobre como el uso de las redes sociales se hace cada vez mayor.

Para Ortega (2012) los jóvenes universitarios manejan códigos y su propia forma de comunicación, que les hace más fácil crear comunidades virtuales con el fin de socializar, esto tiene un fin pragmático que es el de satisfacer sus necesidades de inclusión social.

Sin embargo, esto puede perjudicar directamente a los jóvenes en sus relaciones interpersonales y desencadenar una adicción por las redes sociales y como sabemos, una característica que determina a una adicción es la falta de control y la dependencia que produce en la persona, donde ésta emplea una considerable parte de su tiempo y esfuerzo.

Por otro lado, tenemos a la autoestima que, como menciona Bolívar (como se citó en Chilca, 2017) es reforzada y construida a lo largo de la vida de cada persona, pero esta formación de la autoestima puede haber sido constructiva o destructiva, ambas tienen un impacto directo con la formación del propio autoconcepto. Rosenberg (como se citó en Ruiz, Medina, Zayas y Gómez, 2018) conceptualiza a la autoestima como una actitud integral que tiene un individuo consigo mismo, esto puede ser positiva o negativa.

Olaechea (2012) menciona que los altos niveles de autoestima tienen una estrecha relación con la adaptación social, felicidad y una baja vulnerabilidad a desarrollar conductas de riesgo. Según el estudio encontrado por Niemi, Griffiths y Banyard (2005) se puede evidenciar que la baja autoestima está vinculada con conductas adictivas; las personas que se autoevalúan de forma negativa buscan sustancias adictivas como medio de escape, esto vendría a ser una conducta de riesgo. Armstrong, Phillips y Salin (2000) encontraron que la baja autoestima es un predictor para la adicción a las redes sociales y que aumenta el tiempo que se invierte al estar en línea. Para Navarro y Rueda (2007) si las personas tienen problemas para interactuar con otros, debido a su timidez, confianza o falta de autoestima y mantienen una mala opinión sobre sí mismas, pueden hacer uso de las redes sociales como una forma de socializar, debido a que en esas plataformas es más fácil expresarse y ganar confianza sin la necesidad de relacionarse cara a cara con otras personas.

Son los adolescentes y jóvenes universitarios quienes constituyen una comunidad de alto riesgo para que desarrollen una adicción a las redes sociales. Esto es debido a que son influenciados por su entorno, en donde el contar con un buen celular es sinónimo de grandeza; en cuanto a las personas que no tienen un gran equipo y modelo de celular, se llenan de sentimientos negativos, se sienten excluidos e incómodos. Según Sinek, citado por Moreno (2017), los jóvenes de esta nueva generación viven estresados, infelices y con problemas de autoestima, debido a la forma en la que han sido criados; tienen una baja autoestima y no saben manejar el estrés, por eso muchos se refugian en las redes

sociales, donde pueden hacer que sus vidas se vean increíbles, aunque estén tristes y con problemas; las redes sociales les brindan un alivio temporal.

MÉTODO

Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo descriptivo – correlacional para analizar las variables de estudio. Se trabajó con un diseño no experimental, debido a que no se tuvo control directo o se manipularon las variables.

Participantes

La población estuvo conformada por 1949 estudiantes de Administración de una universidad privada de Lima, del I al VIII ciclo académico, varones y mujeres con edades que fluctúan entre los 16 y 35 años.

La muestra fue calculada utilizando una fórmula de probabilidades con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 4%, estimada en 460 jóvenes universitarios.

Instrumentos

1) Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)

Elaborado por Ecurra y Salas (2014), este cuestionario consta de tres áreas de evaluación: Obsesión por las redes sociales, Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Uso excesivo de las redes sociales. Está formado por ítems politómicos de respuesta graduada. Contiene de 24 ítems, donde se encuentra un ítem inverso. La validez se realizó por Ecurra y Salas en el 2014, a través de un análisis factorial confirmatoria y hallaron la confiabilidad por medio del Alfa de Cronbach que se encontraban entre 0.88 en el factor 2 y 0.92 en el factor 3.

2) Inventario de autoestima de Stanley Coopersmith (SEI) versión Adultos

El inventario evalúa tres áreas: Sí mismo general, Social y Hogar. Utiliza un sistema de medición dicotómica y está formado por 25 ítems, donde se incluyen ítems que pertenecen a la escala de mentiras. Para hallar el coeficiente de validez se utilizó la Prueba Binomial, donde todos los valores de la prueba de Autoestima de Stanley Coopersmith

resultaron ser significativas con un valor $p < .001$, con lo cual se demuestra la conformidad entre los jueces y la prueba. La confiabilidad fue realizada por Albán (2018) donde los datos encontrados mostraron un coeficiente alfa de Cronbach de .688, lo que significa que este inventario tiene una confiabilidad admisible por consistencia interna.

Procedimiento

Para la recolección de datos en la muestra, se coordinó con la Escuela académica de administración de empresas, quien otorgo el permiso para la aplicación de las pruebas, de igual forma, se coordinaron los horarios con los docentes. Antes de la aplicación de los cuestionarios se obtuvo el consentimiento informado de cada participante.

Análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos se empleó el programa estadístico IBM SPSS Statistics 23; primero se aplicó la prueba de normalidad para determinar la curva de distribución, donde se utilizó la prueba de Kolmogorov – Smirnov, conociendo con ello los estadísticos inferenciales a emplear.

Consideraciones éticas

Cada estudiante firmó un consentimiento informado, donde se especificaba que los resultados obtenidos se manejarían bajo estándares éticos. Al realizar la aplicación de las pruebas y el análisis de las mismas, se mantuvo la confidencialidad y respeto a la privacidad de cada uno de los participantes.

RESULTADOS

En la variable Adicción a redes sociales y dimensiones, presentan una distribución diferente a lo normal ($p < .05$), por ese motivo se utilizaran estadísticos no paramétricos, debido a que no se ajustan a la curva normal, para la contrastación de hipótesis de diferencias (“U” de Mann-Whitney, Kruskal-Wallis y Rho de Spearman).

Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur

Tabla 1

Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según sexo

Dimensiones y total	Sexo	N	Rango promedio	U	Z	p
Obsesión por las redes sociales	Femenino	241	221.84	24301.5	-1.937	0.053
	Masculino	225	245.99			
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Femenino	241	219.96	23849	-2.251	0.024
	Masculino	225	248			
Uso excesivo de las redes sociales	Femenino	241	222.29	24410.5	-1.862	0.063
	Masculino	225	245.51			
Total de Adicción a redes sociales	Femenino	241	220.77	24045.5	-2.112	0.035
	Masculino	225	247.13			

Observamos que existen diferencias significativas en la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales y sexo ($p < .05$), siendo los varones que obtienen una puntuación más alta que el de las mujeres, mostrándose también en el total (Tabla 1).

Tabla 2

Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según edad

Dimensiones y total	Edad	N	Rango promedio	X ²	p
Obsesión por las redes sociales	16 a 20	244	244.38	4.109	0.128
	21 a 25	172	225.79		
	26 a 35	50	206.94		
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	16 a 20	244	256.04	16.943	0
	21 a 25	172	216.49		
	26 a 35	50	182.02		
Uso excesivo de redes sociales	16 a 20	244	247.95	10.359	0.006
	21 a 25	172	227.88		
	26 a 35	50	182.3		
Total Adicción a redes sociales	16 a 20	244	250.13	10.245	0.006
	21 a 25	172	222.82		
	26 a 35	50	189.09		

Se presenta en la tabla 2 diferencias significativas ($p < .001$) según la edad en la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales en los universitarios

entre 16 a 20 años. En la dimensión Uso excesivo de redes sociales, se muestran diferencias significativas ($p < .05$) en estudiantes de 16 a 20 años. También se encontraron diferencias significativas ($p < .05$) para la edad en el Total de Adicción a redes sociales en universitarios entre 16 a 20 años.

Tabla 3

Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según ciclo

Dimensiones y total	Ciclo	N	Rango promedio	χ^2	p
Obsesión por las redes sociales	1 al 2	175	257,18	8,998	0.029
	3 al 4	145	220,44		
	5 al 6	76	212,28		
	7 al 8	70	224,39		
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	1 al 2	175	267,65	18,138	0
	3 al 4	145	211,89		
	5 al 6	76	212,01		
	7 al 8	70	216,22		
Uso excesivo de redes sociales	1 al 2	175	252,6	6,532	0.088
	3 al 4	145	215,13		
	5 al 6	76	225,05		
	7 al 8	70	232,98		
Total Adicción a redes sociales	1 al 2	175	260,1	11,170	0.011
	3 al 4	145	216,16		
	5 al 6	76	214,01		
	7 al 8	70	224,09		

En la tabla 3, se evidencia que el ciclo mantiene diferencias significativas Obsesión por las redes sociales ($p < .05$), donde los estudiantes del primer y segundo ciclo alcanzaron mayores puntajes que los universitarios de los ciclos posteriores. También se encontraron diferencias altamente significativas en Falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p < .001$), donde los jóvenes del primer y segundo ciclo tuvieron un mayor puntaje que los jóvenes de los ciclo posteriores. También, se presentaron diferencias significativas en el Total de Adicción a redes sociales ($p < .05$), donde los universitarios del primer y segundo ciclo alcanzaron puntuaciones mayores a los estudiantes de los ciclos posteriores.

Tabla 4

Comparación de la variable adicción a redes sociales y dimensiones según situación laboral

Dimensiones y total	Situación laboral	N	Rango promedio	U	Z	p
Obsesión por las redes sociales	Solo estudia	190	242.51	24508.5	-1.199	0.23
	Trabaja y estudia	276	227.3			
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Solo estudia	190	258.3	21507.5	-3.305	0.001
	Trabaja y estudia	276	216.43			
Uso excesivo de redes sociales	Solo estudia	190	253.72	22378	-2.692	0.007
	Trabaja y estudia	276	219.58			
Total adicción a redes sociales	Solo estudia	190	251.9	22723.5	-2.448	0.014
	Trabaja y estudia	276	220.83			

La tabla 4, muestra que la situación laboral presenta diferencias significativas en la Falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p < .05$), siendo la situación laboral de solo estudia el que mantiene un puntaje más alto que la situación laboral de los que trabajan y estudian. De igual forma, se observaron diferencias significativas en la dimensión Uso excesivo de redes sociales ($p < .05$), donde los universitarios que solo estudian presentaron un mayor puntaje en comparación con los que trabajan y estudian a la vez. También, el Total de Adicción a redes sociales indico diferencias significativas ($p < .05$), en el cual los jóvenes que solo estudian puntuaron más alto que los que trabajan y estudian.

En cuanto a la variable Autoestima y sus dimensiones, presentan una distribución diferente a lo normal ($p < .05$), por lo cual se utilizaran estadísticos no paramétricos, debido a que no se ajustan a la curva normal, para la contrastación de hipótesis de diferencias (“U” de Mann-Whitney, Kruskal-Wallis y Rho de Spearman).

Tabla 5

Comparación de la variable autoestima y dimensiones según sexo

Dimensiones y total	Sexo	N	Rango promedio	U	p
Sí Mismo	Femenino	241	224.04	24831.5	0.114
	Masculino	225	243.64		
Social	Femenino	241	220.15	23896	0.024
	Masculino	225	247.8		
Hogar	Femenino	241	228.04	25796.5	0.354
	Masculino	225	239.35		
Total de Autoestima	Femenino	241	222.12	24370	0.059
	Masculino	225	245.69		

La tabla 5, señala que el sexo establece diferencias significativas en la dimensión Social ($p < .05$), siendo los varones los que presentan un puntaje más alto que las mujeres.

Tabla 6

Comparación de la variable autoestima y las dimensiones según edad

Dimensiones y total	Edad	N	Rango promedio	χ^2	p
Sí Mismo	16 a 20	244	205.21	23.806	0
	21 a 25	172	259.85		
	26 a 35	50	280.92		
Social	16 a 20	244	215.59	9.448	0.009
	21 a 25	172	252.58		
	26 a 35	50	255.28		
Hogar	16 a 20	244	222.45	5.653	0.059
	21 a 25	172	238.85		
	26 a 35	50	269.01		
Total Autoestima	16 a 20	244	208.66	18.604	0
	21 a 25	172	255.69		
	26 a 35	50	278.4		

En la tabla 6, se observa diferencia significativa ($p < .05$), donde los universitarios entre 26 a 35 años tienen una mayor puntuación que los de menor edad. En la Autoestima total se obtuvo ($p < .001$) lo que indica diferencias altamente significativas en las edades de 26 a 35 años, donde obtuvieron una puntuación más alta que los de edades menores.

Tabla 7

Comparación de la variable autoestima y sus dimensiones según ciclo

Dimensiones y total	Ciclo	N	Rango promedio	X ²	p
Sí Mismo	1 al 2	175	203,01	16,727	0.001
	3 al 4	145	240,22		
	5 al 6	76	261,43		
	7 al 8	70	265,49		
Social	1 al 2	175	216,71	10,147	0.017
	3 al 4	145	225,22		
	5 al 6	76	260,97		
	7 al 8	70	262,81		
Hogar	1 al 2	175	211,58	9,516	0.023
	3 al 4	145	236,8		
	5 al 6	76	253,2		
	7 al 8	70	260,06		
Total Autoestima	1 al 2	175	204,86	16,211	0.001
	3 al 4	145	236,11		
	5 al 6	76	262,33		
	7 al 8	70	268,39		

En la tabla 7, se observa que los estudiantes del 7mo y 8vo ciclo obtienen mayores puntajes que los estudiantes de ciclos menores.

Tabla 8

Comparación de la variable autoestima y dimensiones según situación laboral

Dimensiones y total	Situación Laboral	N	Rango promedio	U	Z	p
Sí Mismo	Solo estudia	190	206.97	21180	-3.547	0
	Trabaja y estudia	276	251.76			
Social	Solo estudia	190	212.16	22165	-2.896	0.004
	Trabaja y estudia	276	248.19			
Hogar	Solo estudia	190	226.8	24946.5	-0.913	0.361
	Trabaja y estudia	276	238.11			
Total Autoestima	Solo estudia	190	210.36	21824	-3.083	0.002
	Trabaja y estudia	276	249.43			

En la tabla 8, se observa que la dimensión Sí Mismo ($p < .001$) muestra diferencias altamente significativas, siendo los universitarios que trabajan y estudian los que presentan un mayor puntaje que los que solo estudian. En la dimensión Social y el Total de Autoestima ($p < .05$) se evidencian diferencias significativas vinculada a la situación laboral, donde los universitarios que trabajan y estudian tuvieron un alto puntaje a comparación de los que solo se dedican a estudiar.

Tabla 9

Correlación entre la variable adicción a redes sociales y la variable autoestima

		Adicción a redes sociales
Autoestima	r_s	-.417**
	p	0
	N	466

En cuanto a la hipótesis general, donde se asegura hay una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, en la tabla 9 se puede apreciar el nivel de significancia ($p < .05$), debido a eso se rechaza la hipótesis nula, entonces podemos decir que existe relación. También se comprueba que la correlación entre la puntuación total de la Adicción a redes sociales y la puntuación total de Autoestima fue altamente significativa, negativa ($r_s = -.417$); eso quiere decir, que a mayor Adicción a redes sociales, menor Autoestima y viceversa, comprobándose la hipótesis general.

Tabla 10

Correlación entre la variable adicción a redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima

		Sí mismo	Social	Hogar
Adicción a las redes sociales	r_s	-.428**	-.230**	-.353**
	p	0	0	0
	N	466	466	466

De igual forma, en la tabla 10 se observa que la puntuación total de Adicción a redes sociales mantiene una relación altamente significativa de tipo negativa con las dimensiones Autoestima y su puntuación total. Las dimensiones con una mayor correlación son Sí Mismo ($r_s = -.428$), Hogar ($r_s = -.353$) y Social ($r_s = -.230$).

Tabla 11

Correlación entre la variable autoestima y las dimensiones de la variable adicción a redes sociales

		Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales
Autoestima	r_s	-.388**	-.410**	-.385**
	p	0	0	0
	N	466	466	466

En la tabla 11, se observa que la variable Autoestima tiene una correlación inversa altamente significativa con las dimensiones de Adicción a redes sociales y su puntaje total. Las dimensiones que muestran una correlación más alta son Falta de control personal en el uso de las redes sociales ($r_s = -.410$), Obsesión por las redes sociales ($r_s = -.388$) y Uso excesivo de las redes sociales ($r_s = -.385$).

Tabla 12

Correlación entre la dimensión obsesión por las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima

		Sí Mismo	Social	Hogar
Obsesión por las redes sociales	r_s	-.397**	-.202**	-.344**
	p	0	0	0
	N	466	466	466

Teniendo en cuenta las dimensiones de Adicción a redes sociales, observamos la tabla 12, donde la dimensión Obsesión por las redes sociales tiene una correlación inversa altamente significativa con Sí Mismo ($r_s = -.397$), Hogar ($r_s = -.344$) y Social ($r_s = -.202$).

Tabla 13

Correlación entre la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.

		Sí Mismo	Social	Hogar
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	r_s	-.419**	-.243**	-.340**
	p	0	0	0
	N	466	466	466

De igual forma, en la tabla 13, podemos observar que existe una relación inversa altamente significativa entre la dimensión Falta de control personal en el uso de las redes sociales y Sí Mismo ($r_s = -.419$), Hogar ($r_s = -.340$) y Social ($r_s = -.243$).

Tabla 14

Correlación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales y las dimensiones de la variable autoestima.

		Sí Mismo	Social	Hogar
Uso excesivo de las redes sociales	r_s	-.401**	-.207**	-.315**
	p	0	0	0
	N	466	466	466

En la tabla 14 se encontró que la dimensión Uso excesivo de las redes sociales tiene una relación inversa altamente significativa con la dimensión Sí mismo ($r_s = -.401$), Hogar ($r_s = -.315$) y Social ($r_s = -.207$).

DISCUSIÓN

El actual estudio tenía como principal objetivo, encontrar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur.

En cuanto al objetivo general el cual era determinar la relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló una relación estadísticamente significativa negativa ($r_s = -.417$) entre la adicción a redes y autoestima, lo cual indica que a mayor adicción a redes sociales, menor autoestima y viceversa. Este resultado concuerda con lo encontrado por Salcedo (2016), quien halló una relación inversa entre adicción a redes sociales y autoestima. De igual forma se pudo encontrar que tanto el total de adicción a redes sociales como las dimensiones se vinculan de forma negativa y significativa con las dimensiones de sí mismo, social, hogar y el total de autoestima.

En cuanto al primer objetivo específico, el cual fue describir los niveles de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que el 33,9% de los jóvenes de la carrera profesional de Administración

presentó un nivel de adicción a redes sociales bajo y el 33,3% obtuvieron un nivel medio. Estos hallazgos fueron similares a los de Pérez (2019) en estudiantes de la Universidad de Huánuco, donde el 54,7% de los evaluados mostró una adicción a redes sociales baja y el 42% una adicción a redes sociales media. De igual forma, lo que se encontró en el presente estudio coincidió con la investigación elaborada por Cerdán (2017) con jóvenes de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, donde se encontró que el 27% de los universitarios presentaron una adicción a redes sociales medio. Por consiguiente podemos decir que los estudiantes mantienen un control moderado en cuanto al uso de las redes sociales.

Respecto a las dimensiones de adicción a redes sociales, se obtuvo un porcentaje mayor en el nivel bajo de la dimensión Obsesión por las redes sociales con un 35,8%, esto nos indica que los estudiantes no presentan ansiedad y preocupación causada por la falta de acceso a las redes sociales; de igual forma, se halló un porcentaje mayor en el nivel bajo de las dimensiones de falta de control personal en el uso de las redes sociales con un 42,5% y en el uso excesivo de redes sociales un 36,1%; esto concuerda con lo hallado por Pérez (2019) en los estudiantes de la Universidad de Huánuco, quienes tuvieron un 42,5% en el nivel bajo de falta de control personal en el uso de las redes sociales y un 57,5% en el nivel bajo del uso excesivo de las redes sociales. Según Ecurra y Salas (2014) esto significa que los universitarios no se descuidan de sus estudios y no exceden el tiempo de uso al conectarse en las redes sociales.

En cuanto al segundo objetivo específico, el cual fue identificar si existen diferencias en el total de adicción a redes sociales y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral, se encontró lo siguiente:

Primero, en relación al sexo, se hallaron diferencias significativas en el total de adicción a redes sociales entre los jóvenes; eso quiere decir, que la variable sexo si establece diferencias ($p= .035$), donde los varones evidenciaron un puntuación mayor al de las mujeres. Esta información es semejante a lo evidenciado por Ecurra y Salas (2014) quienes en su investigación llevado a cabo con universitarios encontraron diferencias significativas, se halló un mayor puntaje en los varones que en las mujeres. De la misma manera, Araujo y Pinguz (2017) que evaluaron a estudiantes universitarios de La Molina, encontraron diferencias entre varones y mujeres. Por el lado de las dimensiones de la

adicción a redes sociales, también se halló diferencias en relación al sexo en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p= .024$) en la cual los varones tuvieron una puntuación mayor que al de las mujeres. Este resultado contradice los datos encontrados en el estudio realizado por Salcedo (2016) que trabajo con jóvenes de una universidad privada, donde descubrió que las estudiantes mujeres tienen un mayor nivel de falta de control personal en el uso de las redes sociales que los varones. Podemos concluir que los varones presentan una puntuación mayor en adicción a redes sociales en comparación a las mujeres, este resultado se relaciona con lo encontrado por We Are Social y Hootsuite (2019) donde registraron un mayor uso de las redes sociales en hombres que en mujeres.

Segundo, en relación a la edad, tanto en el total de adicción a redes sociales ($p= .006$) como en la falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p= .000$) y la dimensión uso excesivo de redes sociales ($p= .006$), se encontraron diferencias significativas en universitarios con edades entre 16 a 20 años. Este hallazgo discrepa a lo encontrado por Salcedo (2016) que realizó la investigación con jóvenes universitarios de una universidad privada, donde los participantes de mayor edad (21 a 25 años) tuvieron la tendencia hacia una mayor puntuación en el total de la adicción a redes sociales y sus dimensiones. En aquel momento, Salcedo (2016) planteó que los estudiantes con edades de 21 a 25 posiblemente tenían mayor acceso a equipos tecnológicos y medios que les permitían permanecer conectados a las redes sociales por mayor tiempo. Sin embargo, en la actualidad, los estudiantes universitarios suelen tener equipos tecnológicos modernos desde temprana edad; por esa razón podría ser que se ha encontrado diferencias significativas en las edades que van de 16 a 20 años, como sostiene Balaguer (2012) los niños y jóvenes son parte las generaciones digitales que han nacido en la era del gran desarrollo de la tecnología informática. Además, las diferencias se han dado en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales y en el uso excesivo de redes sociales; eso quiere decir que son los adolescentes quienes pueden presentar un mayor descuido en sus estudios y tener problemas para mantener bajo control el tiempo que invierten en las redes sociales. Como se menciona en Papalia (2001) de los 11 a 20 años se busca la madurez emocional y social, por lo que los estudiantes de 16 a 20 años, buscan desenvolverse socialmente y les es más factible hacerlo a través de las redes.

Tercero, en relación al ciclo de estudio, se evidencian diferencias en el total de adicción a las redes sociales ($p= .011$), donde los estudiantes del primer y segundo ciclo lograron puntuaciones mayores que el de los ciclo posteriores. De igual manera, en las dimensiones obsesión por las redes sociales ($p= .029$) y la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p= .000$) ambos tuvieron puntuaciones altas en el primer y segundo ciclo. Este resultado se relaciona con lo anterior, debido a que son los más jóvenes de 16 a 20 años los que se encuentran cursando el primer y segundo ciclo.

Cuarto, en cuanto a la situación laboral, se encontró diferencias en el total de adicción a redes sociales ($p= .014$), siendo la situación laboral “solo estudia” la que presenta un puntaje más alto que la situación laboral de los que trabajan y estudian a la vez. Por otro lado, también se encontraron diferencias en la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales ($p= .001$) y la dimensión uso excesivo de redes sociales ($p= .007$), en la cual los jóvenes que solo estudian puntuaron más alto que los que trabajan y estudian. Esto puede deberse a que los estudiantes que trabajan tienen menos tiempo para conectarse a las redes.

En cuanto al tercer objetivo específico, el cual fue describir los niveles de auto estima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que en el total de autoestima, el mayor porcentaje 36,7% estaba en el nivel medio y el menor 29,8% el nivel alto; estos resultados coinciden con los encontrados por Barbachán y Paredes (2015) que realizaron una investigación en jóvenes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, donde tuvieron puntuaciones similares en el total de autoestima, 60,4% en el nivel medio y 17,5% en el nivel alto. De igual forma Albán (2018) también encontró un alto porcentaje 42,9% en el nivel medio de autoestima. Cabe mencionar que esto conlleva a aspectos favorables, debido a que una autoestima media en los universitarios les brinda, como lo señala Coopersmith (como se citó en Mescua, 2010) capacidades para aceptar las críticas de los demás, son personas expresivas y optimistas, todo esto los ayuda a desenvolverse en la vida universitaria; sin embargo, a pesar de que tienen confianza en sí mismos, existen momentos en los que llegan a perder la seguridad. En cuanto a las dimensiones de autoestima, se obtuvo un porcentaje mayor en el nivel medio de la dimensión sí mismo con un 43,3%, un nivel bajo con 42,5% en la dimensión social y en la dimensión hogar un 46,4% en un nivel bajo, como mencionaba Branden (2010) encontrarse en un término medio en autoestima es fluctuar entre sentirse apto e

inútil, esto refuerza la inseguridad. A pesar de que en las dimensiones se observa un alto porcentaje en el nivel bajo, el total de autoestima es alto, esto puede deberse a que en la vida universitaria se está constantemente cambiando y hay una evolución de la madurez, según Coopersmith (como se citó en Albán, 2018) los jóvenes universitarios tienen una alta actitud positiva de sí mismos. Esto permite concluir que los jóvenes universitarios presentan un alto control de la satisfacción y el aprecio de su imagen en el plano físico, sus aspiraciones, estabilidad y buenos atributos personales.

En cuanto al cuarto objetivo específico, el cual fue identificar si existen diferencias en el total de autoestima y sus dimensiones en estudiantes de una universidad de Lima Sur, según sexo, edad, ciclo y situación laboral se encontró lo siguiente:

Primero, en relación al sexo, no se hallaron diferencias significativas en el total de autoestima entre los estudiantes; entonces podemos asegurar, que la variable sexo no establece diferencias ($p = .059$), siendo la autoestima general similar en mujeres y varones. Este resultado es similar a lo que encontraron Padrón, Hernández, Nieto, Aradillas, Cossío y Palos (2015) quienes trabajaron con jóvenes de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México) y no mostraron diferencias ($p = .264$) según la variable sexo. Igualmente se dió en la investigación de Albán (2018) quien elaboró un estudio en una universidad privada de Lima Sur, donde no se hallaron diferencias significativas ($p = .379$) según la variable sexo. Es decir, que el sexo no es una variable que influya en los niveles de autoestima total de los estudiantes universitarios. En relación a las dimensiones de la autoestima, solo se mostraron diferencias significativas según sexo en la dimensión social ($p = .024$), siendo los varones los que presentan una puntuación mayor al de las mujeres; en relación a las dimensiones si mismo ($p = .114$) y Hogar ($p = .354$), no se establecieron diferencias; siendo semejante los puntajes en las mujeres y varones. Podemos decir que los varones al mostrar diferencias en la dimensión social, suelen aceptarse tal y como son, tienen mayor seguridad en comparación con las mujeres, esto puede deberse a factores culturales. Como mencionaba Sandberg (como se citó en Pérez, 2018) las mujeres son más exigentes y críticas consigo mismas, esto puede deberse también a que las mujeres a lo largo de la historia han sido educadas a cuidar y amar a otros antes de amarse a sí mismas (Pinto, 2019).

Segundo, en relación a la edad, tanto en el total de autoestima, así como en sus dimensiones se hallaron diferencias significativas. En la autoestima total se obtuvo ($p =$

.000), lo que indica diferencias significativas en las edades de 26 a 35 años. La dimensión sí mismo ($p= .000$) y la dimensión social ($p= .009$) tuvieron una mayor puntuación en los estudiantes entre 26 y 35 años. Esto contradice a lo señalado por Campos y Martínez (2009) que investigaron en la Universidad Simón Bolívar en Colombia, en la cual los jóvenes de 16 a 17 años tuvieron un desempeño mayor en las dimensiones de la autoestima. Podemos concluir que debido a la madurez que presentan los universitarios de 26 a 35 años, tienen un mejor desenvolvimiento en las relaciones sociales y una mejor percepción de sí mismos, en cuanto al ámbito familiar, podemos decir que se encuentran en una etapa donde pueden estar experimentando conflictos familiares.

Tercero, en relación al ciclo de estudio, se encontraron diferencias significativas en el total de autoestima ($p= .001$) y en las dimensiones sí mismo ($p= .001$), social ($p= .017$) y hogar ($p= .023$), donde los estudiantes del 7mo y 8vo ciclo tuvieron altos puntajes en comparación a los estudiantes de los ciclos menores. Al establecer diferencias altamente significativas en la autoestima en general, podemos decir, que se debe al factor madurez que presentan los estudiantes de los ciclos mayores, debido a que se encuentran más cerca de culminar la etapa universitaria.

Cuarto, en relación a la variable situación laboral, se encontraron diferencias significativas en el total de autoestima ($p= .002$) y las dimensiones sí mismo ($p= .000$) y social ($p= .004$), siendo los universitarios que trabajan y estudian a la vez los que presentan un mayor puntaje que los universitarios que solo se dedican a estudiar. Podemos decir, que la el trabajar y estudiar a la vez ha sido una forma de reforzar la autoestima de los participantes, han ganado más confianza en sí mismos y a desenvolverse mejor en el ambiente.

En cuanto al quinto objetivo específico, el cual fue analizar la relación entre las dimensiones de adicción a redes sociales con las dimensiones de la autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima Sur, se halló que la dimensión obsesión por las redes sociales tiene una correlación inversa altamente significativa en las dimensión sí mismo ($r_s= -.397^{**}$), hogar ($r_s= -.344^{**}$) y social ($r_s= -.202^{**}$); es decir, que a mayor obsesión por las redes sociales, menor son los niveles de sí mismo, hogar y social, y viceversa. También se encontró que la dimensión falta de control personal en el uso de las redes sociales presenta una correlación inversa altamente significativa en las

dimensiones sí mismo ($r_s = -.419^{**}$), social ($r_s = .243^{**}$) y hogar ($r_s = .340^{**}$), eso significa que a mayor falta de control personal en el uso de las redes sociales, menor serán los niveles de sí mismo, social y hogar, y viceversa. Por último, se halló que la dimensión uso excesivo de las redes sociales también presenta una correlación inversa altamente significativa en la dimensión sí mismo ($r_s = -.401^{**}$), social ($r_s = -.207^{**}$) y hogar ($r_s = -.315^{**}$), eso significa que a mayor uso excesivo de las redes sociales, menor será el nivel de sí mismo, social y hogar, y viceversa.

REFERENCIAS

- Albán, J. (2018). *Autoestima y estrés académico en estudiantes de una universidad de Lima sur* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú.
- Araujo, M. y Pinguz, A. (2017). *Estrés académico y adicción a redes sociales en universitarios de La Molina* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Armstrong, L., Phillips, J. G. y Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53(4), 537-550. doi:10.1006/ijhc.2000.0400
- Balaguer, R. (2012). *La nueva matriz cultural: Claves para entender cómo la tecnología moldea nuestras mentes*. Buenos Aires, Pearson Educación.
- Barbachán, Y. y Paredes, S. (2015). *Violencia en el enamoramiento y autoestima en estudiantes universitarios* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.
- Branden, N. (2010). *Cómo mejorar su autoestima*. Madrid, España: Paidós.
- Campos, L. A. y Martínez, Y. (2009). Autoestima en estudiantes de primer semestre del programa de psicología de una universidad privada de la costa caribe colombiana. *Psicogente*, 12(21), 124-141. Recuperado de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/psicogente/article/view/1191>

- Cerdán, R. (2017). *Adicción a las redes sociales en estudiantes del primer ciclo de psicología de la universidad Inca Garcilaso de la Vega* (Tesis de pregrado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.
- Chilca, M. L. (2017). Autoestima, hábitos de estudio y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Propósitos y Representaciones*, 5(1), 71-127. doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n1.145>
- Comscore. (2019). *Estado de Social Media en América Latina 2018*. Recuperado de <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2018/Estado-de-Social-Media-en-America-Latina-2018>
- Escurre, M y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *LIBERABIT*, 20(1), 73-91. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90. Recuperado de <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/57>
- Hootsuite y We Are Social (2019), “Digital 2019 Global Digital Overview”. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Población que accede a internet, 2016*. Lima, Perú. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-access-to-internet/>
- Mescua, G. (2010). *Relación entre el nivel de autoestima y el tipo de familia de procedencia de los estudiantes de enfermería de la universidad nacional mayor de San Marcos, 2009* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Moreno, M. (06 de junio de 2017). *Los millennials, la generación estresada, infeliz y con problemas de autoestima* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://noticias.universia.es/ciencia-tecnologia/noticia/2017/06/06/1152956/millennials-generacion-estresada-infeliz-problemas-autoestima.html>

- Niemz, K., Griffiths, M. y Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570. doi: 10.1089/cpb.2005.8.562
- Navarro, A. A. y Rueda, G. E. (2007). Adicción a internet, revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 36(4), 691-700. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80636409>
- Olaechea, M. S. (2012). Calidad de vida, autoestima y felicidad en mujeres durante el climaterio, de estrato socio-económico medio-alto y bajo, en la ciudad de Lima. *Consensus*, 17(1), 181-193. Recuperado de <http://revistas.unife.edu.pe/index.php/consensus/article/view/945>
- Ortega, F. (2012). El impacto de las nuevas tecnologías digitales en la cultura comunicativa de los jóvenes universitarios. *Comunifé*, 12(12), 72-87. Recuperado de <http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/compunicacion/comunife12/Flor%20Ortega.pdf>
- Padrón, A., Hernández, J. F., Nieto, A., Aradillas, C., Cossío, P. E. y Palos, A. G. (2015). Asociación entre autoestima y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios. *Acta Universitaria*, 25(1), 76-78. doi: 10.15174/au.2015.769
- Papalia, D. (2001). *Desarrollo Humano*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Pérez, A. (2019). *Adicción a redes sociales y habilidades sociales en jóvenes universitarios del primer al tercer ciclo del programa académico de psicología de la universidad de Huánuco, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
- Pérez, M. (06 de enero de 2018). *Sheryl Sandberg: Haz aquello que te da miedo*. Recuperado de <http://onthe50road.com/sheryl-sandberg/>
- Pinto, P. (25 de marzo de 2019). Cambiar el significado del cuerpo perfecto, una premisa para alcanzar el amor propio. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/cambiar-significado-cuerpo-perfecto->

premis-a-alcanzar-amor-propio-empoderamiento-femenino-nnda-nnrt-noticia-619329-noticia/?ref=ecr

Ruiz, P., Medina, Y., Zayas, A. y Gómez, R. (2018). Relación entre la autoestima y la satisfacción con la vida en una muestra de estudiantes universitarios. *INFAD*, 2(1), 67-76. doi: <http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v2.1170>

Salcedo, I. (2016). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima* (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima.