



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ESTUDIO DE PSICOLOGÍA

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PUCALLPA 2026**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
PREVENCIÓN Y CUIDADOS DE LA SALUD MENTAL

AUTOR
TORRES VARGAS, SAMANTA FIORELLA
ORCID:0000-0003-4467-355X

ASESOR
VELASQUEZ TEMOCHE, SUSANA CAROLINA
ORCID:0000-0003-3061-812X

CHIMBOTE-PERÚ
2026



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

PROGRAMA DE ESTUDIO DE PSICOLOGÍA

ACTA N° 0033-121-2026 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:15** horas del día **09** de **Junio** del **2026** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **PSICOLOGÍA**, conformado por:

GARCIA GARCIA TERESA DEL PILAR Presidente

MILLONES ALBA ERICA LUCY Miembro

ABAD NUÑEZ CELIA MARGARITA Miembro

Dr(a). VELASQUEZ TEMOCHE SUSANA CAROLINA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PUCALLPA 2026**

Presentada Por :

(1823132014) **TORRES VARGAS SAMANTA FIORELLA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **MAYORIA**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TÍTULO PROFESIONAL de **Licenciada en Psicología**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

GARCIA GARCIA TERESA DEL PILAR
Presidente

MILLONES ALBA ERICA LUCY
Miembro

ABAD NUÑEZ CELIA MARGARITA
Miembro

Dr(a). VELASQUEZ TEMOCHE SUSANA CAROLINA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PUCALLPA 2026 Del (de la) estudiante TORRES VARGAS SAMANTA FIORELLA, asesorado por VELASQUEZ TEMOCHE SUSANA CAROLINA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 12 de Agosto del 2026



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi mamá Sandra y a mi hijo Asher, pues sin ellos no lo habría logrado. Sus bendiciones a lo largo de mi vida me protegen y me lleva por el camino del bien. Por eso les doy mi trabajo en ofrenda por su paciencia y amor madre e hijo amado.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, ser divino por darme la vida y guiar mis pasos día a día.

A mi familia por educarme en la perseverancia, el esfuerzo y la pasión por lograr las cosas, por llenarme de amor todos los días y demostrar que todo es posible si estamos juntos.

A mi Docente Susana Velasquez, por guiarnos y apoyarnos en todo este proceso de tesis.

Índice General

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Resumen	IX
Abstract.....	X
I. Planteamiento del Problema de Investigación	1
II. Marco Teórico.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas.....	9
2.3. Hipótesis	16
III. Metodología.....	17
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	17
3.2. Población.....	18
3.3. Operacionalización de las variables/categorías	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos/información.....	20
3.5. Método de análisis de datos/información	21
3.6. Aspectos éticos.....	22
IV. Resultados	24
V. Discusión	31
VI. Conclusiones	38
VII. Recomendaciones.....	40
Referencias bibliográficas	41
ANEXOS	48
Anexo 01. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación (Ley N°29733)	48

Anexo 02. Carta de recojo de datos	49
Anexo 03. Matriz de consistencia y Operacionalización de variables.....	50
Anexo 04. Ficha técnica de los instrumentos.....	53
Anexo 05. Formato de consentimiento y asentimiento.....	55

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables.	19
Tabla 2. Prueba de normalidad de las variables en estudio.	24
Tabla 3. Relación global entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.	24
Tabla 4. Nivel de adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.	25
Tabla 5. Nivel de autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.	25
Tabla 6. Niveles de las dimensiones de la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	26
Tabla 7. Relación de la dimensión saliencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa, 2026.	27
Tabla 8. Relación de la dimensión modificación del estado de ánimo en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	27
Tabla 9. Relación de la dimensión tolerancia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	28
Tabla 10. Relación de la dimensión abstinencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	29
Tabla 11. Relación de la dimensión conflicto en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	29
Tabla 12. Relación de la dimensión recaída en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.	30

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa durante el año 2026. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 61 adolescentes de una institución educativa de Pucallpa. Para la recolección de datos se emplearon la Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados evidenciaron que el 65.57% de los participantes presentó un nivel bajo de adicción a redes sociales, el 27.87% un nivel moderado y el 6.56% un nivel alto. En cuanto a la autoestima, el 36.07% presentó autoestima baja, el 29.51% autoestima media y el 34.43% autoestima alta. Las dimensiones de la adicción a redes sociales, predominaron principalmente las respuestas “casi nunca” y “algunas veces”. En el análisis inferencial se encontró que la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima fue inversa y de magnitud baja ($Rho = -0.250$), pero no significativa ($p = 0.052$). Asimismo, las dimensiones tolerancia ($Rho = -0.294$; $p = 0.021$) y abstinencia ($Rho = -0.321$; $p = 0.012$) mostraron una relación inversa y significativa con la autoestima. Se concluye que la relación entre adicción a redes sociales y autoestima no fue estadísticamente significativa en la muestra total, aunque algunos componentes sí mostraron asociación.

Palabras clave: Redes sociales, adicción, autoestima, adolescente, comportamiento del estudiante.

Abstract

The research aimed to determine the relationship between social media addiction and self-esteem among adolescents from an educational institution in Pucallpa during 2026. The study followed a quantitative approach, basic type, descriptive-correlational level, and a non-experimental cross-sectional design. The sample consisted of 61 adolescents from an educational institution in Pucallpa. Data were collected using the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) and the Rosenberg Self-Esteem Scale. The results showed that 65.57% of the participants presented a low level of social media addiction, 27.87% a moderate level, and 6.56% a high level. Regarding self-esteem, 36.07% presented low self-esteem, 29.51% medium self-esteem, and 34.43% high self-esteem. In the dimensions of social media addiction, the responses “almost never” and “sometimes” predominated. Inferential analysis revealed that the relationship between social media addiction and self-esteem was inverse and of low magnitude ($Rho = -0.250$), but not statistically significant ($p = 0.052$). Likewise, the dimensions of tolerance ($Rho = -0.294$; $p = 0.021$) and withdrawal ($Rho = -0.321$; $p = 0.012$) showed an inverse and significant relationship with self-esteem. It is concluded that the relationship between social media addiction and self-esteem was not statistically significant in the total sample, although some components showed an association.

Keywords: Social media; addiction; self-esteem; adolescent; student behavior.

I.Planteamiento del Problema de Investigación

En años recientes y a escala global, el avance de las tecnologías digitales, junto con la expansión sostenida del acceso a internet, ha propiciado cambios importantes en la manera en que los adolescentes se relacionan y conviven. En este escenario, las redes sociales digitales se han vuelto parte de la vida diaria como espacios de comunicación e intercambio, y su presencia incide de forma directa en la construcción de la identidad personal y social del alumnado de educación secundaria (Boyd & Ellison, 2007). Si bien estas plataformas pueden aportar ventajas, por ejemplo, facilitar el contacto con otras personas y el acceso a información, distintos estudios señalan que un uso excesivo o problemático puede vincularse con conductas de tipo adictivo y con efectos desfavorables en la salud psicológica de los adolescentes, en particular en su autoestima (Kuss & Griffiths, 2017). La adolescencia, además, es una etapa clave para consolidar el autoconcepto y la valoración de uno mismo; por eso, la exposición constante a contenidos idealizados y la búsqueda continua de aprobación social pueden contribuir a la inseguridad y a una autopercepción más negativa.

Desde la teoría de la comparación social, Leon Festinger (1954) plantea que las personas suelen evaluarse a sí mismas tomando como punto de referencia a los demás. Llevado al contexto de las redes sociales, este proceso se presenta con mayor frecuencia a través de contenidos que exhiben estilos de vida, apariencia física o logros personales mostrados de manera idealizada; como resultado, puede incrementarse la insatisfacción personal y producirse una disminución de la autoestima en los adolescentes (Vogel et al., 2014). Asimismo, diversas investigaciones difundidas en revistas especializadas como *Journal of Adolescence* y *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* señalan que aquellos adolescentes que dedican más tiempo al uso de redes sociales tienden a presentar niveles más bajos de autoestima, junto con una mayor presencia de ansiedad y malestar emocional en general (Woods & Scott, 2016; Pantic, 2014). De forma complementaria, Morris Rosenberg (1965), considerado un referente central en el estudio de la autoestima, advierte que una baja autovaloración durante la adolescencia puede relacionarse con consecuencias negativas en el rendimiento académico, las relaciones interpersonales y la salud mental a largo plazo.

Por ello, distintos autores coinciden en señalar que la autoestima cumple un papel fundamental dentro del desarrollo psicológico durante la adolescencia, ya que influye directamente en la manera en que los jóvenes se perciben a sí mismos, se relacionan con los demás, afrontan las demandas escolares y mantienen su bienestar emocional en general (Morris Rosenberg, 1965; Ulrich Orth & Richard Robins, 2014). En esta etapa del ciclo vital, la autoestima suele verse especialmente influenciada por factores de tipo social, en gran parte debido al proceso de construcción de la identidad personal y a la necesidad de ser aceptados por el grupo de pares, algo muy presente en los adolescentes (Susan Harter, 2012). Bajo estas circunstancias, se ha detectado que las redes sociales virtuales se han ido consolidando como los principales espacios de interacción juvenil, en la cual, la mayoría de los adolescentes no solo comparten experiencias o contenidos, sino que también están expuestos de forma continua a comparaciones sociales y evaluaciones externas. Estudios han encontrado que el uso excesivo de estas redes se relaciona con una baja autoestima, la que se ha asociado con la exposición repetida a imágenes idealizadas y la búsqueda de aprobación social (Vogel et al., 2014; Woods & Scott, 2016).

Estudios recientes muestran que el uso intensivo, incluso problemático, de las redes sociales se asocia con baja autoestima académica y social en adolescentes de secundaria (Jacqueline Nesi & Mitchell Prinstein, 2015; Jean Twenge & W. Keith Campbell, 2018). En el Perú, el acceso a Smartphone e internet es cada vez mayor y ahora la mayoría de adolescentes escolarizados se conectan con regularidad. En ciudades como Pucallpa, capital de Ucayali, las redes sociales forman parte del día a día de los estudiantes de nivel secundario, quienes las utilizan para comunicarse, entretenerse y, en ocasiones, ambas cosas a la vez. Pero en el contexto de la escuela de proximidad existe preocupación por el tiempo que muchos escolares pasan en estas plataformas y por cómo esto puede estar influyendo en su desarrollo emocional, social y también en su rendimiento escolar.

Si bien es cierto que se han desarrollado estudios internacionales que relacionan la adicción a las redes sociales con la baja autoestima, estos aún son limitados, debido a que dichos estudios empíricos que abordan en adolescentes en instituciones educativas específica en la ciudad de Pucallpa aun es escasa. Esta falta de investigaciones no sólo restringe el conocimiento del

fenómeno en este contexto, sino que también retrasa y dificulta el desarrollo de nuevas estrategias y formas de control preventivas y educativas que se vean fundamentadas mediante la recopilación de evidencia científica. Es por ello, que se justifica que la investigación que establezca la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de la ciudad Pucallpa, pueda generar información que sirva para diseñar programas de orientación, intervención psicopedagógica y educación digital y así contribuir al bienestar emocional y desarrollo integral del estudiantado. En la institución educativa ubicada en la ciudad de Pucallpa, se puede observar en reiteradas ocasiones que los adolescentes utilizan con frecuencia y por periodos prolongados las redes sociales, principalmente mediante dispositivos móviles. Estas plataformas se han hecho parte de su rutina diaria como espacios de comunicación, entretenimiento e interacción social, hasta el punto de ocupar una porción importante de su tiempo libre, incluso en momentos destinados al estudio, el descanso o la convivencia familiar.

En el campo escolar se ha hallado que algunos estudiantes presentan dificultades en la manera de valorarse a sí mismos: inseguridad personal, desconfianza en sí mismos, dependencia de la aprobación de los demás, pendientes de lo que opinen sus compañeros. Estos comportamientos por lo general están asociadas al uso excesivo de las redes sociales, debido a que es ahí donde los adolescentes se ven expuestos permanentemente a procesos de comparación social, imágenes idealizadas y modelos poco realistas de éxito, imagen corporal y popularidad. También maestros y otros profesionales de la educación están preocupados por lo que la adicción a redes sociales pueda estar haciendo con la autoestima de los estudiantes, cómo los hace participar en clase, cómo interactúan con los demás y cómo se desempeñan en la escuela. Pero estas apreciaciones quedan en un plano empírico, sin que existan investigaciones científicas que expliquen mejor la relación entre estas variables en el contexto.

En este sentido, a pesar de encontrar estudios nacionales e internacionales de adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes, estas aún son limitadas y las investigaciones enfocadas en estudiantes de educación secundaria en instituciones educativas en la ciudad de Pucallpa son escasas, esto hace que el conocimiento sobre dichos temas sea mínimo y como resultado, se tiende a desconocer la magnitud y características de este problema en el contexto educativo

local. Es por ello que se realiza la investigación que determine la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026, para generar información que sirva para la toma de decisiones educativas, estrategias de orientación y mejorar el bienestar emocional de los estudiantes. En ese sentido, esta investigación busca dar respuesta a la pregunta: ¿Cuál es la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa de Pucallpa, 2026?; de igual manera, el presente proyecto tendrá como objetivo general determinar la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026. De igual manera, como como objetivos descriptivos se plantea describir el nivel de adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026, describir el nivel de autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026 y describir los niveles de las dimensiones de la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026; por otro lado, como objetivos específicos se plantea conocer la relación de la dimensión saliencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa, 2026; conocer la relación de la dimensión modificación del estado de ánimo en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026; conocer la relación de la dimensión tolerancia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026; conocer la relación de la dimensión abstinencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026; conocer la relación de la dimensión conflicto en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026; conocer la relación de la dimensión recaída en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026 y conocer la relación en la adicción a redes sociales y la dimensión autoestima global en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

La presente investigación nace por la necesidad de determinar la relación que existe entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de educación secundaria de una institución educativa de la ciudad de Pucallpa 2026. Esta importancia se debe a que cada vez es más frecuente el uso de las redes sociales en el día a día de los adolescentes y cómo el uso excesivo de éstas puede influir en su desarrollo psicológico, específicamente en el

fortalecimiento o, por el contrario, en el deterioro de la autoestima. Y esto es importante, porque afecta el bienestar emocional y la adaptación social en la adolescencia. Investigaciones indican que es una etapa crucial para el desarrollo del autoconcepto y la autoestima, por lo que las interacciones sociales físicas y virtuales influyen en la forma en que los estudiantes se perciben a sí mismos (Morris Rosenberg, 1965; Laurence Steinberg, 2014).

Por otro lado, diversos autores mencionan que la investigación científica ha revelado que el uso excesivo de las redes sociales crea comportamientos adictivos, asociándose a procesos como la comparación social permanente, la búsqueda de aprobación externa o la exposición repetida a modelos idealizados, los cuales influyen en la autoestima durante la adolescencia (Leon Festinger, 1954; Vogel et al., 2014; Woods & Scott, 2016). Además, algunas evidencias empíricas en el contexto educativo latinoamericano, como el peruano, hallaron asociaciones significativas entre el uso problemático de estas plataformas y la baja autoestima en estudiantes de educación secundaria, situación que debe ser abordada desde la psicología y la educación (García, 2021; Ramos, 2020).

En el caso específico de la institución educativa ubicada en la ciudad de Pucallpa, se viene visualizando con preocupación que los adolescentes pasan más tiempo en las redes sociales y lo que ello podría ocasionar en su desarrollo emocional, social y académico. Pero estas ideas aún carecen de evidencia empírica sistemática que aclare mejor la naturaleza de la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en esta población. En tal virtud, el desarrollo de la presente investigación generará evidencia científica contextualizada que contribuya a llenar la brecha existente en la literatura local y fortalecer el conocimiento sobre esta problemática en el contexto educativo amazónico.

Estos resultados pueden orientar a maestros, tutores, psicólogos escolares y equipos directivos en el diseño de estrategias de apoyo, prevención e intervención psicopedagógica para fomentar el uso responsable de las redes sociales y mejorar la autoestima en adolescentes. Además, la investigación puede servir de base para futuras investigaciones y para el diseño de políticas y programas de educación digital dirigidos al bienestar emocional y al desarrollo integral de los estudiantes de educación media.

II.Marco Teórico

2.1. Antecedentes

Paul C. (2025) desarrolló el estudio *Exploring the Relationship Between Social Media Usage and Self-Esteem in Adolescents*, con el objetivo de analizar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, considerando la comparación social y la búsqueda de validación. Aplicó un enfoque mixto, nivel correlacional y diseño no experimental transversal, con una muestra de 500 adolescentes (13-18 años) reclutados mediante muestreo aleatorio estratificado y una submuestra de 50 para entrevistas semiestructuradas. Utilizó una encuesta sobre uso de redes (frecuencia, duración, plataformas), la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES) y entrevistas grabadas con consentimiento. Los resultados mostraron una correlación negativa fuerte entre mayor tiempo de uso y menor autoestima ($r = -0.72$; $p < 0.001$), siendo los adolescentes con mayor tiempo de uso (4+ horas/día) los que reportaron menores puntajes de autoestima. Las entrevistas reforzaron que la comparación constante, la presión por la imagen y la dependencia de "likes" actúan como mecanismos explicativos. Concluyó que el uso excesivo deteriora la autoestima, mientras que el uso moderado puede favorecer el apoyo social y la expresión personal.

Fatima Youssef (2025) publicó el artículo *The Effects of Social Media on Adolescent Self-Esteem: A Meta-Analytical Approach*, cuyo objetivo fue sistematizar y estimar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, identificando factores como patrones de uso, género y tipo de plataforma. Aplicó una revisión sistemática con meta-análisis siguiendo PRISMA, bajo un enfoque cuantitativo y modelo de efectos aleatorios, integrando 38 estudios publicados entre 2010 y 2023, con más de 84,000 adolescentes (10–19 años), evaluando calidad mediante la escala Newcastle–Ottawa y utilizando la RSES. Los resultados mostraron que el vínculo entre redes y autoestima es complejo, con patrones consistentes: el uso pasivo se asocia con menor autoestima ($r = -0.29$), especialmente por comparación social, mientras que el uso activo tiene efectos mixtos. Además, las plataformas centradas en imagen (p. ej., Instagram/TikTok) tienden a tener impactos negativos, con mayor vulnerabilidad en mujeres y factores protectores como alfabetización digital y apoyo social. Concluyó que las redes no son inherentemente dañinas, pero su impacto depende del modo de uso y el entorno social.

Barrera Soto y Ramírez Vargas (2024) desarrollaron la tesis Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4.º año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo, con el objetivo de establecer la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de 4.º año de secundaria de una institución educativa privada de Huancayo. Aplicaron un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel correlacional y un diseño no experimental descriptivo–correlacional de corte transversal, con una muestra de 109 adolescentes seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, utilizando el cuestionario ARS y el Inventario de Autoestima de Coopersmith. Los resultados mostraron que el 36.7% presentó un nivel alto de adicción a redes sociales y el 25.7% una autoestima promedio baja, hallando una correlación negativa baja pero significativa entre adicción y autoestima ($Rho = -0.246$; $p = 0.025$) y entre autoestima y falta de control personal ($Rho = -0.296$; $p = 0.007$), sin relaciones significativas con obsesión ni uso excesivo. Concluyeron que existe una relación inversa de baja magnitud entre adicción a redes sociales y autoestima.

Landeo Huaman (2025) desarrolló la tesis Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de secundaria de una institución educativa de Lima Este, 2024, con el objetivo de determinar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes de una institución educativa pública de Lima Este. Aplicó un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo–correlacional y diseño no experimental de corte transversal, trabajando con 350 adolescentes de 1.º a 5.º de secundaria, utilizando el Inventario de Autoestima para adolescentes de Coopersmith (1990) y el cuestionario ARS de Ecurra y Salas (2014), ambos adaptados y aplicados colectivamente en aula. Los resultados mostraron una relación inversa débil pero significativa entre autoestima y adicción a redes sociales ($Rho = -0.291$; $p < 0.001$), evidenciando que a mayor autoestima disminuye la probabilidad de conductas adictivas, sin encontrar diferencias significativas según sexo. Concluyó que existe una relación significativa entre ambas variables y recomendó fortalecer la autoestima como factor protector frente al uso problemático de redes sociales en el contexto escolar.

Ponce Mozombite (2025) desarrolló la tesis Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de educación secundaria, Pucallpa, 2025, con el objetivo de determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en estudiantes de

secundaria de Pucallpa. Aplicó un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo–correlacional y diseño no experimental de corte transversal, trabajando con una población de 320 estudiantes de la I.E. “Reverendo Padre Isidro Salvador Gutiérrez” N.º 64053, de los cuales se seleccionó una muestra de 89 estudiantes de 4.º y 5.º grado mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, utilizando el ARS de Ecurra y Salas (2014) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965). Los resultados evidenciaron una correlación negativa significativa entre adicción a redes sociales y autoestima ($r = -0.324$; $p = 0.002 < 0.05$), indicando que, a mayor adicción, menor autoestima, y reportando predominio de niveles altos de adicción y bajos de autoestima. Concluyó que existe una relación significativa e inversa entre ambas variables y recomendó promover el uso responsable de redes sociales e implementar estrategias educativas para fortalecer la autoestima en el contexto escolar.

Chirinos Vargas y Mozombite Pisco (2024) desarrollaron la tesis Adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa N° 64054 ‘Santa Elvita’, Campo Verde: 2023, con el objetivo de determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de dicha institución. Realizaron un estudio básico, correlacional, con diseño no experimental de corte transversal, trabajando con una población de 84 estudiantes, de los cuales se calculó una muestra probabilística de 69, seleccionados con un 95% de confianza y 5% de error, utilizando la encuesta como técnica de recolección de datos. Aplicaron el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de Autoestima en el Medio Escolar de García (1998, revisado por Medina en 2010). Los resultados mostraron que el 46.38% presentó un nivel medio de adicción a redes sociales y el 34.78% un nivel alto, mientras que el 50.72% mostró un nivel medio de autoestima y el 33.33% un nivel alto; además, hallaron una correlación extremadamente fuerte y significativa entre adicción y autoestima ($Rho = 0.921$; $p < 0.001$). Concluyeron que un mayor uso de redes sociales se asocia con niveles más altos de autoestima, sugiriendo que, en este contexto, las redes sociales actúan como plataformas de apoyo y validación social que fortalecen la autovaloración de los adolescentes.

2.2. Bases teóricas

Redes sociales

Las redes sociales han transformado de manera profunda la comunicación humana, al posibilitar una conexión global sin precedentes y al reconfigurar las dinámicas de las relaciones interpersonales. Con la expansión de la Web 2.0, los espacios virtuales han modificado de forma relevante la manera en que las personas se comunican, construyen vínculos y comparten información en su vida cotidiana (Lourdes & Estrella, 2015). Del mismo modo, la interactividad característica de estas plataformas, junto con la rapidez con la que circulan los contenidos, ha impulsado formas de participación social más ágiles tanto en el plano individual como en el colectivo, desplazando el modelo tradicional de comunicación unidireccional (Rosa A., 2016).

En este contexto, no solo se incrementa la viralización de mensajes, sino que también se consolida la figura del prosumer, entendido como el usuario que, además de consumir, produce contenidos, lo cual altera la relación clásica entre emisor y receptor. Así, se configura un esquema comunicativo participativo, dinámico y en permanente cambio, que sostiene un entramado social basado en vínculos de tipo reticular (Pérez-Escoda & Pulido, 2018). Como resultado, los medios masivos han debido adaptarse a estos entornos reticulares, en los que los usuarios se posicionan como actores activos: no únicamente receptores, sino también creadores y difusores de información y contenidos (Freire & Araújo, 2015).

Tipos de redes sociales

Las redes sociales han mostrado un desarrollo amplio y sostenido a lo largo del tiempo, lo cual ha hecho más compleja la identificación de un propósito único y, en consecuencia, su clasificación de manera precisa (Koukaras et al., 2019). Aun así, diversos autores han planteado tipologías para organizar estas plataformas según sus características de funcionamiento y los tipos de interacción que permiten, abarcando desde redes orientadas al ámbito profesional hasta aquellas vinculadas con el entretenimiento y el ocio (Camblor & Jiménez, 2024). Es por ello, que es posible distinguir cuatro categorías principales: redes profesionales, como LinkedIn o ResearchGate; redes personales, como Pinterest o WhatsApp; y redes sociales, entre las que se ubican Instagram o Facebook (Lardies & Potes, 2022).

Características del uso de redes sociales en adolescentes

El comienzo del siglo XXI se ha caracterizado por un avance tecnológico acelerado, dentro del cual las redes sociales destacan como una de las innovaciones con mayor impacto, pues han modificado de forma significativa las dinámicas de interacción social, particularmente entre la población adolescente (Prantner et al., 2023). La inmediatez y el acceso sencillo que ofrecen las plataformas digitales han incidido directamente en la configuración de la cibercultura juvenil. En este marco, el intercambio de experiencias personales y los procesos de reflexión tienden a desplazarse hacia espacios virtuales, lo que favorece una conexión casi constante con el entorno y una presencia continua en diversos ámbitos de la vida cotidiana de los jóvenes (Pérez et al., 2018). Desde esta perspectiva, las redes sociales se han consolidado como un componente relevante del ecosistema digital juvenil, al proporcionar entornos dinámicos que facilitan la interacción social y aportan a la construcción de la identidad personal (Jiménez et al., 2020).

Asimismo, el acceso sencillo y la naturaleza interactiva de estas plataformas propician experiencias digitales más inmersivas que, a diferencia de los medios tradicionales, tienden a ajustarse a los intereses y preferencias de cada usuario, lo que amplía su capacidad de influencia (Lardies & Potes, 2022; Sádaba, 2024). Esta inclinación hacia la comunicación digital suele intensificarse en la adolescencia, etapa marcada por la búsqueda de identidad y autonomía, en la que los grupos de pares tienen un papel central en la construcción del yo (López et al., 2017). En este marco, las redes sociales funcionan como espacios virtuales donde los adolescentes pueden explorar, expresar y resignificar su identidad, dando lugar a dinámicas de sociabilidad que van más allá de la interacción cara a cara (Lardies & Potes, 2022).

Por otra parte, estas plataformas van más allá de una función estrictamente comunicativa y se han consolidado como canales relevantes para acceder a información y seguir tendencias, lo que incide de manera importante en distintos ámbitos de la vida adolescente (Freitas et al., 2021). Esta presencia sostenida en el entorno digital, además, se refuerza por el uso habitual de dispositivos móviles en especial, los teléfonos inteligentes, ya que facilitan la conexión permanente a las redes sociales sin limitaciones claras de tiempo o espacio (Jiménez et al., 2020).

Funciones y motivaciones de uso en adolescentes

La búsqueda de interacción social constituye uno de los factores que más impulsa la participación activa de los adolescentes en plataformas digitales, en la medida en que estas aportan tanto a la construcción de la identidad personal como al fortalecimiento de los vínculos con sus grupos de pares (Rodríguez, 2023; Torres & Marcos-Santos, 2017). En estos entornos virtuales, los jóvenes encuentran espacios para explorar su individualidad, consolidar relaciones sociales y proyectar una imagen congruente con la forma en que se conciben, de modo semejante a lo que ocurre en las interacciones presenciales (Fernández et al., 2018). En este proceso, la autopresentación junto con la búsqueda de popularidad y reconocimiento adquiere un lugar central en el uso que los adolescentes hacen de las redes sociales (Jiménez et al., 2021).

Esta dinámica se intensifica por el tiempo considerable que los adolescentes dedican al uso de pantallas, lo que ha contribuido a que las redes sociales se consoliden como uno de los principales espacios de socialización y, también, de búsqueda de validación (Lardies & Potes, 2022). En particular, plataformas como TikTok resultan especialmente relevantes, ya que no solo permiten dar continuidad a relaciones establecidas fuera de línea, sino que también facilitan la creación de nuevos vínculos dentro del entorno digital, ofreciendo un espacio propicio para la expresión del “yo” y el fortalecimiento de la identidad personal (Rodríguez, 2023). Asimismo, estas plataformas contribuyen a satisfacer necesidades vinculadas con la estima, el afecto y la pertenencia, en línea con la teoría motivacional de Abraham Maslow, al favorecer la reafirmación identitaria y la visibilidad social durante la adolescencia (Rubio et al., 2021).

Adicción a las redes sociales en adolescentes

La dependencia patológica de las redes sociales en la adolescencia se ha convertido en una preocupación cada vez más visible, al punto de compararse con las adicciones a sustancias por su impacto en la conducta y en la salud mental (Ortega & Rumayor, 2021). Este fenómeno suele manifestarse como una necesidad compulsiva de mantenerse conectado y una atención persistente a la actualización de contenidos; algunos autores lo describen como una forma particular de adicción, aunque todavía no exista un acuerdo clínico definitivo al respecto (Brand & García, 2023). A su vez, esta dependencia puede verse reforzada por la búsqueda continua de gratificación social y reconocimiento, lo que tiende a prolongar el tiempo de uso y la exposición

a las plataformas, con posibles efectos adversos en el bienestar psicológico adolescente, como mayor predisposición a síntomas depresivos y puntajes elevados en medidas de uso problemático (Brand & García, 2023).

De manera adicional, este patrón se caracteriza por la dificultad para regular el impulso de interactuar con las redes sociales, lo que puede derivar en una dependencia emocional marcada y, en ciertos casos, en manifestaciones de tipo físico (Jácome & Yacelga, 2024). Esta vulnerabilidad puede intensificarse por factores como la comparación social sostenida, la presión por obtener validación mediante reacciones y la exposición al ciberacoso; dichos elementos afectan de forma particular a las adolescentes, quienes suelen mostrar mayor susceptibilidad ante exigencias relacionadas con la imagen corporal y la aceptación social (Cruz et al., 2025). Finalmente, las condiciones propias de la adolescencia una etapa atravesada por cambios personales y sociales profundos incrementan el riesgo de desarrollar conductas adictivas, al converger la búsqueda de autonomía, la construcción de la autoestima y la necesidad de pertenencia dentro de entornos digitales (Chamorro et al., 2022).

Dimensiones de la adicción a las redes sociales

La Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (Bergen Social Media Addiction Scale, BSMAS) se considera uno de los instrumentos más empleados para evaluar la adicción a las redes sociales, en tanto incorpora seis criterios centrales que sintetizan los componentes básicos de la conducta adictiva (Varchetta et al., 2020). Dichos criterios se sustentan en el modelo biopsicosocial planteado por Griffiths e incluyen la saliencia, la modificación del estado de ánimo, la tolerancia, la abstinencia, el conflicto y la recaída; estas dimensiones suelen asumirse como claves para comprender este tipo de adicción (Copez-Lonzoy et al., 2023; Gomez et al., 2024; Luo et al., 2021).

La BSMAS se estructura como un cuestionario de autoinforme integrado por seis ítems. Su brevedad la vuelve especialmente útil en estudios de amplio alcance y, además, cuenta con reconocimiento internacional debido a que ha mostrado propiedades psicométricas consistentes en diversas versiones lingüísticas (Sánchez-Fernández et al., 2024; Shin, 2022). Cada ítem se

responde mediante una escala Likert de cinco puntos, que va de “muy raramente” a “muy a menudo”, y produce una puntuación total con un rango posible entre 6 y 30 (Díaz-Moreno et al., 2023).

Este esquema de puntuación permite caracterizar con mayor detalle el uso problemático de las redes sociales y facilita la identificación de distintos niveles de severidad asociados con la adicción (Zarate et al., 2022). Asimismo, la consistencia interna reportada para la escala con un alfa de Cronbach de 0.88 en el estudio original respalda su fiabilidad y su potencial de aplicación en diferentes contextos de investigación (Caratiquit & CARATIQUIT, 2023).

Instrumento para medir adicción a redes sociales

El instrumento con mayor uso internacional para evaluar la adicción a redes sociales es el Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS). Se trata de una escala breve de autorreporte, integrada por seis ítems, que indaga experiencias del último año asociadas con los principales componentes de la adicción conductual: saliencia, tolerancia, abstinencia, modificación del estado de ánimo, conflicto y recaída (Griffiths, 2005). La BSMAS emplea un formato Likert de cinco opciones (de “casi nunca” a “casi siempre”) y permite calcular un puntaje total, donde valores más altos reflejan un mayor nivel de adicción o uso problemático de redes sociales (Arrivillaga et al., 2024; Andreassen et al., 2016). Su aplicación es ágil (aprox. 2–3 minutos) y puede administrarse de manera individual o grupal.

Respecto a sus propiedades psicométricas, la versión original reporta una consistencia interna elevada ($\alpha = .88$) (Andreassen et al., 2016). En población hispanohablante también se han descrito índices de confiabilidad adecuados (α y $\omega \approx .75$), además de una estructura esencialmente unidimensional (Arrivillaga et al., 2024). En el contexto peruano, se han documentado evidencias preliminares favorables, con buenos índices de ajuste factorial y niveles de confiabilidad de $\alpha = .843$ y $\omega = .845$ (Arias & Arcata, 2024), lo cual respalda su utilización en el presente estudio.

Autoestima

La autoestima es un constructo psicológico clave que alude a la valoración subjetiva que una persona hace de sí misma y de su propio valor. Rosenberg (1965) la conceptualiza como una actitud, ya sea positiva o negativa, hacia el propio yo, la cual incide de manera directa en la conducta, la regulación emocional y la forma en que se establecen relaciones con los demás. En la adolescencia, la autoestima adquiere una relevancia particular, pues se vincula con el desarrollo de la identidad, el ajuste emocional y la adaptación social; además, suele ser especialmente susceptible a la influencia del entorno, incluidos los intercambios y dinámicas que se generan en las redes sociales.

Dimensiones de la autoestima

Autoestima global (Rosenberg). Se entiende como la valoración general que la persona mantiene acerca de sí misma, al integrar creencias y sentimientos vinculados con su propio valor personal (Rosenberg, 1965).

Autoeficacia y autovaloración (Branden). Branden (1994) señala que la autoestima se apoya, por un lado, en la confianza en la capacidad personal para enfrentar los desafíos de la vida y, por otro, en el sentimiento de merecer bienestar; ambos componentes influyen en la motivación y en la manifestación de conductas adaptativas.

Por su parte, dimensiones como la autoimagen, la autoaceptación y la autoconfianza se relacionan con la forma en que el adolescente percibe su cuerpo, se acepta a sí mismo y confía en sus capacidades. Estos aspectos suelen ser especialmente sensibles en la adolescencia, etapa caracterizada por transformaciones físicas y sociales relevantes que inciden en la construcción del autoconcepto (Susan Harter, 2012).

Factores que influyen en la autoestima adolescente

La autoestima en la adolescencia está modulada por distintos factores, entre ellos los familiares, escolares, sociales y personales. En general, el apoyo emocional proveniente de la familia y de la escuela suele funcionar como un elemento protector y favorece el fortalecimiento de la autoestima. En contraste, la presión social, la comparación frecuente con otros y la exposición a estándares poco realistas —en especial dentro de las redes sociales— pueden

propiciar inseguridad y valoraciones negativas sobre sí mismos (Twenge & Campbell, 2018).

Importancia de la autoestima en el desarrollo adolescente

Impacto en el rendimiento académico. Una autoestima saludable suele vincularse con mayor motivación, más persistencia frente a las dificultades y, en consecuencia, con un mejor desempeño académico (Orth & Robins, 2014).

Conductas de riesgo. La baja autoestima se ha relacionado con conductas desadaptativas, como el consumo de sustancias, el aislamiento social y diversos problemas de conducta, en parte por dificultades en la autorregulación emocional (Mann et al., 2004).

Bienestar psicológico y adaptación social. La autoestima también funciona como un factor protector del bienestar psicológico, ya que favorece la resiliencia, la estabilidad emocional y una mejor adaptación social (Harter, 2012).

Instrumento para medir la autoestima

La Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSES) fue desarrollada por Rosenberg (1965) para medir la autoestima global, entendida como la percepción valorativa —positiva o negativa— que una persona mantiene sobre sí misma. Con el tiempo, este instrumento se ha posicionado como uno de los más utilizados a nivel internacional en investigaciones psicológicas y educativas, en especial cuando se trabaja con población adolescente. La escala incluye diez ítems, formulados en sentido positivo y negativo, y se contesta mediante un formato Likert de cuatro alternativas, que va de “totalmente en desacuerdo” a “totalmente de acuerdo”; en este marco, puntajes más altos se interpretan como mayores niveles de autoestima (Rosenberg, 1965).

En cuanto a sus propiedades psicométricas, la RSES ha mostrado evidencias consistentes de validez de constructo y validez concurrente en distintos estudios. En contextos latinoamericanos, por ejemplo, se ha confirmado su estructura factorial y se han observado asociaciones positivas con variables vinculadas con el bienestar psicológico y la salud mental, lo que respalda su solidez tanto en el plano teórico como en el empírico (Ceballos-Ospín et al.,

2017). Del mismo modo, la confiabilidad interna del instrumento ha sido ampliamente reportada: investigaciones aplicadas en adolescentes de educación secundaria informan coeficientes alfa de Cronbach superiores a .80, lo que sugiere una consistencia interna adecuada (Alaniz et al., 2023). Incluso, algunos trabajos han encontrado valores por encima de .90, lo que se interpreta como una confiabilidad excelente (Ceballos-Ospín et al., 2017). En conjunto, estos resultados sostienen que la escala propuesta por Morris Rosenberg es un instrumento válido, confiable y pertinente para evaluar la autoestima en población adolescente.

Relación entre adicción a redes sociales (BSMAS) y la autoestima (Rosenberg)

La evidencia científica disponible sugiere una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y los niveles de autoestima en población adolescente. Distintas investigaciones señalan que el uso problemático de estas plataformas suele asociarse con una menor valoración personal, en parte por dinámicas psicológicas como la comparación social constante, la búsqueda de validación externa y la dependencia emocional que puede desarrollarse dentro de estos entornos digitales (Vogel et al., 2014; Woods & Scott, 2016).

2.3. Hipótesis

Hipótesis nula (H_0)

No existe relación significativa entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026.

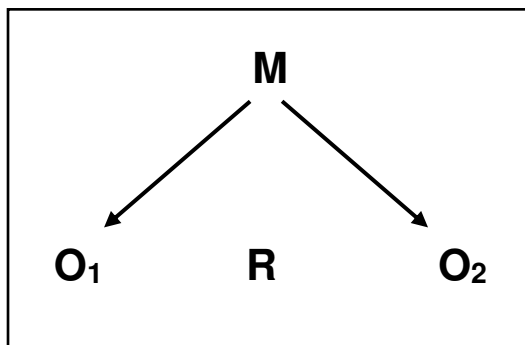
Hipótesis alternante (H_1)

Existe relación significativa entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026.

III. Metodología

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

La investigación que se desarrolló fue de tipo básico, ya que buscó reforzar el conocimiento teórico mediante la obtención de evidencia empírica, sin tener como finalidad la aplicación inmediata de soluciones al problema estudiado. Desde esta perspectiva, se centró en la comprensión de las variables dentro de un marco conceptual que permitió, la elaboración de propuestas de intervención. Asimismo, se empleó un enfoque cuantitativo, debido al uso de instrumentos de medición estandarizados que facilitarán la descripción, el análisis y la identificación de relaciones entre las variables, apoyándose en métodos estadísticos para la verificación de los objetivos e hipótesis formuladas (Hernández Sampieri et al., 2014). El estudio correspondió a un nivel correlacional, dado que se buscó determinar el grado de relación entre el uso de redes sociales y la autoestima, sin establecer relaciones de causa y efecto (Hernández Sampieri et al., 2014). En cuanto al diseño, fue no experimental y de corte transversal, puesto que las variables no serán manipuladas, sino observadas en un único momento y contexto específico, con el propósito de describir y asociar las características de la muestra seleccionada (Hernández Sampieri et al., 2014).



donde:

M: muestra; estudiantes de secundaria

O1: variable 1; adicción a redes sociales

O2: variable 2; autoestima

R: relación entre variables

3.2. Población

La población fue conformada por todos los adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026.

Muestra

Las unidades de análisis fueron la muestra de los estudiantes del 4 y 5 grado de educación secundaria del Colegio Nacional de Yarinacocha (CNY) durante el año 2026. Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a los estudiantes que cumplan con los criterios de inclusión y que acepten participar en el estudio. El tamaño de muestra fue determinado mediante la fórmula para poblaciones finitas.

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

donde:

n = tamaño de la muestra que queremos calcular

N = tamaño de la población

Z = valor de la z correspondiente al nivel de confianza deseado (1.96 para 95%)

p = proporción esperada de la característica de interés (0.5)

q = 1-p (0.5)

e = margen de error tolerable (0.05 para 5%)

De la misma manera, se tomará en cuenta los siguientes criterios para la selección de las muestras

Criterios de inclusión

- Estudiantes debidamente inscritos en los grados previamente establecidos.
- Estudiantes con la capacidad de comprender los instrumentos de evaluación y que respondan ambas escalas de manera completa, veraz y responsable.
- Estudiantes que hayan presentado el asentimiento y consentimiento informado debidamente diligenciado y firmado por sus padres o representantes legales.

- Estudiantes que manifiesten su conformidad para participar en la evaluación y suscriban el consentimiento correspondiente

Criterios de exclusión

- Estudiantes que presenten alguna condición física, cognitiva o sensorial que limite o impida la adecuada aplicación de los instrumentos de evaluación.
- Estudiantes que no hayan entregado el asentimiento y consentimiento informado debidamente completado y firmado por sus padres o representantes legales.
- Estudiantes que no expresen su aceptación o autorización para participar en el estudio.
- Estudiantes que no completen en su totalidad las respuestas de los cuestionarios aplicados.

3.3. Operacionalización de las variables/categorías

Tabla 1.

Matriz de Operacionalización de las variables.

Variable	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Categoría o valoración
Adicción a redes sociales	Nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes, medido mediante la Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (BSMAS), según el puntaje total obtenido.	- Saliencia - Modificación del estado de ánimo - Tolerancia - Abstinencia - Conflicto - Recaída	- Pensamiento constante sobre el uso de redes sociales - Necesidad de incrementar el tiempo de uso - Uso de redes sociales para mejorar el estado emocional - Malestar al no poder acceder a redes sociales - Interferencia del uso de redes sociales en actividades	Ordinal (escala tipo Likert de 5 puntos)	- Bajo nivel de adicción a redes sociales - Nivel moderado de adicción a redes sociales - Alto nivel de adicción a redes sociales

			académicas y sociales		
Autoestima	Nivel de autoestima de los estudiantes, medido mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES), a partir del puntaje total obtenido.	- Autoestima Global	- Satisfacción con uno mismo - Sentimiento de valía personal - Percepción positiva de las propias capacidades - Sentimientos de fracaso o inutilidad - Autovaloración personal	Ordinal (escala tipo Likert de 4 puntos)	- Baja autoestima - Autoestima media - Alta autoestima

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos/información

La técnica que se utilizó para la evaluación y recopilación de la información de ambas variables será la encuesta. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), esta herramienta resulta fundamental en las investigaciones de enfoque cuantitativo, ya que permitió la obtención de datos a través de cuestionarios previamente validados, en los cuales los participantes expresaron sus opiniones y percepciones respecto al fenómeno de estudio. Este procedimiento facilitó el posterior tratamiento estadístico de la información, así como la interpretación y posible generalización de los resultados que se obtuvieron.

Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (BSMAS)

La BSMAS se aplicó con el propósito de evaluar el uso problemático de las redes sociales entre los participantes. Este instrumento de autoinforme estuvo compuesto por seis ítems, los cuales se valoraron mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, que iba desde “muy raramente” hasta “muy a menudo”. Cada ítem permitió analizar dimensiones específicas de la adicción, las cuales son; saliencia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída. Los puntajes de cada dimensión se sumaron para obtener una puntuación

total, la cual reflejó los distintos niveles de adicción a las redes sociales. La administración se llevó a cabo de forma individual y estandarizada, asegurando la confidencialidad y el anonimato de todos los participantes.

Escala de Autoestima de Rosenberg

La Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES) se utilizó para medir la autoestima global de los participantes. La encuesta estuvo conformada por 10 ítems, los cuales se evaluaron mediante una escala tipo Likert de cuatro puntos, que iba desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”. Los participantes indicaron su grado de acuerdo mediante las respuestas en el cuestionario, para así, los resultados obtenidos se sumaron para obtener un puntaje total de autoestima, de los cuales, los valores más altos representaron niveles más elevados de autoestima. La aplicación del instrumento se realizó bajo condiciones controladas, garantizando la confidencialidad y el anonimato de los participantes, para su posterior análisis estadístico.

3.5. Método de análisis de datos/información

Se tramitaron los permisos institucionales pertinentes y se informó a los padres de familia sobre los objetivos y alcances del estudio mediante el consentimiento informado. Luego, se definió la fecha de aplicación de los instrumentos, asegurando en todo momento la confidencialidad de la información y el uso de los datos exclusivamente con fines de investigación. Los cuestionarios recolectados se revisaron de manera cuidadosa, se codificaron y se sistematizaron en Microsoft Excel 2016 para su posterior procesamiento.

De acuerdo con el enfoque cuantitativo de la investigación, se realizaron análisis descriptivos a través de tablas de frecuencia y porcentajes. Para los análisis inferenciales se empleó el software estadístico IBM SPSS versión 22, aplicando previamente la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. En caso de que los datos no se ajustaran a una distribución normal, se utilizó la correlación de Spearman para contrastar las hipótesis planteadas. Adicionalmente, se estimó el coeficiente alfa de Cronbach para cada instrumento, con el

propósito de evaluar la consistencia interna y, por ende, la fiabilidad de las escalas utilizadas en el estudio.

3.6. Aspectos éticos

La presente investigación se apoyó en los principios éticos y las normas de buenas prácticas contempladas en la Versión 002.1 (2025) del Reglamento de Integridad Científica en la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Respeto y protección de los derechos de los participantes. A lo largo del estudio se garantizaron la privacidad y la confidencialidad de la información, así como un trato respetuoso hacia los participantes, considerando su diversidad social, económica, religiosa, cultural y personal. Del mismo modo, se resguardó su dignidad y se procurará prevenir cualquier forma de daño o malestar, tanto físico como psicológico, en la muestra que se evaluó.

Cuidado del medio ambiente. Esta investigación se enmarca en el principio de responsabilidad social; por ello, durante su ejecución se mantuvo el respeto por la biodiversidad. Aunque la muestra estuvo conformada únicamente por personas, se promoverán prácticas orientadas al cuidado del medio ambiente y a la conservación del ecosistema en las actividades que se desarrollaron.

Libre participación por propia voluntad. Antes de la recolección de datos, se presentó y explico el consentimiento informado dirigido a padres de familia o apoderados de los menores de edad, en el que se especificaron fines, objetivos, alcances y beneficios científicos del estudio. Dicho consentimiento fue otorgado de manera libre y voluntaria, en ejercicio de las responsabilidades parentales. Asimismo, se solicitó el asentimiento informado a los adolescentes, asegurando su derecho a decidir de forma autónoma y sin presiones si desean participar.

Beneficencia y no maleficencia. Durante todo el proceso se actuó con responsabilidad, honestidad y respeto ético, evitando generar perjuicios a los participantes. En ese sentido, se buscó maximizar los beneficios potenciales del estudio y minimizar cualquier riesgo, garantizando que no exista afectación física ni psicológica en la población participante.

Justicia. Este principio orientó un trato equitativo para todas las personas participantes, sin discriminación por sexo, edad, condición socioeconómica, lugar de procedencia o contexto cultural. Además, se garantizó el acceso a los resultados de manera confidencial, resguardando en todo momento la privacidad de la información proporcionada.

Integridad y honestidad. La investigación se condujo bajo criterios de rigor metodológico, ético y científico. Para la recolección de datos se utilizó instrumentos validados y reconocidos en el ámbito académico, con propiedades métricas adecuadas. Asimismo, se respetaron los principios éticos correspondientes y el informe final se elaboró conforme a los lineamientos del Manual de Publicación de la APA (7.^a edición).

IV.Resultados

Tabla 2.

Prueba de normalidad de las variables en estudio.

Variable	n	Estadístico K-S	p valor	Decisión
Adicción a redes sociales (puntaje total BSMAS)	61	0.171	0.050	No presenta distribución normal
Autoestima (puntaje total Rosenberg)	61	0.088	0.694	Presenta distribución normal

Interpretación: en la tabla 2 la adicción a redes sociales, medida por el puntaje total de la BSMAS, no mostró distribución normal. Por otro lado, la autoestima, medida con la Escala de Rosenberg, mostró una distribución más normal. Es por ello, que debido a que una variable no cumple con el supuesto de normalidad y ambas escalas son ordinales tipo Likert, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman para el análisis inferencial. Además, el uso de una prueba no paramétrica es apropiado para analizar la relación entre variables y contrastar la hipótesis del estudio.

Tabla 3.

Relación global entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Rho de Spearman	Adicción a redes sociales	Coefficiente de correlación	-0.250
		Sig. (bilateral)	0.052
		N	61

Interpretación: en la tabla 3 muestra que la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima fue inversa y baja (Rho = -0.250), lo que sugiere que, a mayor nivel de adicción a

redes sociales, la autoestima tiende a disminuir. No obstante, esta relación no fue estadísticamente significativa ($p = 0.052$), por lo que no se cuenta con evidencia suficiente para afirmar una asociación concluyente entre ambas variables en la muestra estudiada.

Tabla 4.

Nivel de adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.

Nivel de adicción a redes sociales	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bajo	40	65.57
Moderado	17	27.87
Alto	4	6.56
Total	61	100.00

Nota. Puntaje total BSMAS: bajo (6–13), moderado (14–21), alto (22–30).

Interpretación: en la tabla 4 se identificó que el 65.57 % de los adolescentes se ubicó en el nivel bajo, el 27.87 % en el nivel moderado y el 6.56 % en el nivel alto, aunque también hay un grupo menor con indicadores de uso problemático moderada y alta. Adicionalmente, el puntaje total de adicción a redes sociales tuvo una media de 11.82 puntos y una mediana de 10 puntos, dentro de un rango observado entre 7 y 23 puntos, lo que refuerza la tendencia general hacia valores bajos de adicción a redes sociales.

Tabla 5.

Nivel de autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026.

Nivel de autoestima	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bajo	22	36.07
Moderado	18	29.51
Alto	21	34.43
Total	61	100.00

Nota. Puntaje total Rosenberg: baja (≤ 25), media (26–29), alta (30–40).

Interpretación: en la tabla 5 se identificó que el 36.07 % de los adolescentes presentó baja autoestima, el 29.51 % se ubicó en un nivel medio y el 34.43 % alcanzó un nivel alto; la categoría con mayor frecuencia fue la baja autoestima, aunque con una diferencia reducida respecto al nivel alto lo que sugiere una tendencia general hacia niveles intermedios de autoestima en la muestra evaluada. Asimismo, el puntaje total de autoestima registró una media de 27.43 puntos y una mediana de 27 puntos, con valores observados entre 20 y 36 puntos,

Tabla 6.

Niveles de las dimensiones de la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Componente	Casi nunca f(%)	Algunas veces f(%)	La mitad de las veces f(%)	La mayoría de las veces f(%)	Casi siempre f(%)
Saliencia	8 (13.11)	35 (57.38)	7 (11.48)	8 (13.11)	3 (4.92)
Tolerancia	29 (47.54)	16 (26.23)	9 (14.75)	3 (4.92)	4 (6.56)
Modificación del estado de ánimo	20 (32.79)	25 (40.98)	6 (9.84)	4 (6.56)	6 (9.84)
Recaída	33 (54.10)	19 (31.15)	5 (8.20)	2 (3.28)	2 (3.28)
Abstinencia	40 (65.57)	13 (21.31)	2 (3.28)	3 (4.92)	3 (4.92)
Conflicto	29 (47.54)	20 (32.79)	4 (6.56)	3 (4.92)	5 (8.20)

La tabla presenta la distribución de frecuencias y porcentajes de los componentes de la adicción a redes sociales según las categorías de respuesta de la escala BSMAS.

Interpretación: en tabla 6 muestran que, en los resultados sugieren una presencia baja o moderada de comportamientos asociados al uso problemático de redes sociales en la muestra evaluada, debido a que, en los componentes de la adicción a redes sociales, predominan principalmente las respuestas “casi nunca” y “algunas veces”. En saliencia y modificación del estado de ánimo destacó la categoría “algunas veces”, mientras que en tolerancia, recaída, abstinencia y conflicto predominó “casi nunca”.

Tabla 7.

Relación de la dimensión saliencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa, 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Rho de Spearman	Saliencia	Coefficiente de correlación	-0.071
		Sig. (bilateral)	0.584
		N	61

Interpretación: en la tabla 7 se aprecia que la relación entre la dimensión saliencia y la autoestima es inversa y muy débil ($Rho = -0.071$), con un nivel de significancia de 0.584. Aunque el signo negativo sugiere que, al incrementarse la preocupación o el pensamiento constante sobre las redes sociales, la autoestima tendería a disminuir, dicha asociación no alcanza significancia estadística. Por ello, en la muestra estudiada no se cuenta con evidencia suficiente para sostener que esta dimensión se vincule de manera significativa con la autoestima de los adolescentes.

Tabla 8.

Relación de la dimensión modificación del estado de ánimo en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Rho de Spearman	Modificación del estado de ánimo	Coefficiente de correlación	-0.230
		Sig. (bilateral)	0.075
		N	61

Interpretación: en la tabla 8 respecto a la dimensión modificación del estado de ánimo, se encontró una correlación inversa y baja con la autoestima ($Rho = -0.230$), acompañada de una significancia de 0.075. Si bien la dirección de la relación sugiere que el uso de redes sociales

como medio para distraerse o aliviar problemas personales podría asociarse con una menor autoestima, el resultado no alcanza el nivel requerido para considerarse estadísticamente significativo. En consecuencia, esta tendencia no permite establecer una relación concluyente dentro de la muestra analizada.

Tabla 9.

Relación de la dimensión tolerancia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Coeficiente de correlación			-0.294
Rho de Spearman	Tolerancia	Sig. (bilateral)	0.021
N			61

Interpretación: los resultados de la tabla 9 muestran que la dimensión tolerancia mantiene una relación inversa y de baja magnitud con la autoestima ($Rho = -0.294$), alcanzando además un valor de significancia de 0.021. Esto permite afirmar que existe una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables. En términos interpretativos, los adolescentes que presentan una mayor necesidad de aumentar progresivamente el tiempo de uso de las redes sociales tienden también a mostrar niveles más bajos de autoestima.

Tabla 10.

Relación de la dimensión abstinencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Rho de Spearman	Abstinencia	Coeficiente de correlación	-0.321
		Sig. (bilateral)	0.012
		N	61

Interpretación: en la tabla 10 en cuanto a la dimensión abstinencia, los resultados evidencian una correlación inversa, baja y estadísticamente significativa con la autoestima ($Rho = -0.321$; $p = 0.012$). Este hallazgo indica que, a mayor malestar, incomodidad o nerviosismo ante la imposibilidad de acceder a las redes sociales, menor tiende a ser la autoestima en los participantes del estudio. De las dimensiones analizadas, esta es una de las que muestra una asociación más consistente con la variable autoestima.

Tabla 11.

Relación de la dimensión conflicto en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Nivel de relación			Autoestima
Rho de Spearman	Conflicto	Coeficiente de correlación	-0.230
		Sig. (bilateral)	0.075
		N	61

Interpretación: en la tabla 11 la relación entre la dimensión conflicto y la autoestima presentó un coeficiente de $Rho = -0.230$, con una significancia de 0.075. Aunque la dirección inversa del resultado sugiere que un mayor impacto negativo del uso de redes sociales sobre las actividades académicas o cotidianas podría acompañarse de una disminución de la autoestima,

dicha relación no resultó estadísticamente significativa. Por tanto, no es posible establecer una asociación concluyente entre ambas variables dentro de esta investigación.

Tabla 12.

Relación de la dimensión recaída en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026.

Nivel de relación		Autoestima
Rho de Spearman	Recaída	Coefficiente de correlación
		0.063
		Sig. (bilateral)
		0.628
		N
		61

Interpretación: en la tabla 12 la dimensión recaída, el coeficiente obtenido fue $Rho = 0.063$, con una significancia bilateral de 0.628. Este hallazgo refleja una relación directa, muy débil y no significativa entre la dificultad para controlar o reducir el uso de redes sociales y la autoestima. En ese sentido, los datos no permiten afirmar que exista una asociación estadísticamente relevante entre ambas variables en los adolescentes evaluados.

V. Discusión

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026. Los resultados obtenidos en la Tabla 3 evidenciaron una correlación inversa y baja entre ambas variables ($Rho = -0.250$), aunque sin significancia estadística ($p = 0.052$), lo que indica que, si bien existe una tendencia a que la autoestima disminuya cuando aumenta la adicción a redes sociales, dicha relación no pudo confirmarse de manera concluyente en la muestra estudiada. Este resultado se aproxima a lo reportado por Landeo Huaman (2025), quien encontró una relación inversa débil pero significativa entre autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes de secundaria ($Rho = -0.291$; $p < 0.001$). En ambos estudios la relación conserva una dirección negativa y una magnitud baja; sin embargo, en la presente investigación no alcanzó significancia estadística. Esto permite interpretar que la asociación entre ambas variables presenta una tendencia inversa, pero su intensidad puede variar según el contexto escolar, el tamaño de la muestra y las características emocionales y sociales de los adolescentes evaluados. Acorde con la teoría de la comparación social de Festinger y con la concepción de autoestima global de Rosenberg, la exposición constante a referentes idealizados en redes sociales puede llevar al adolescente a evaluarse negativamente frente a otros, debilitando progresivamente la valoración que tiene de sí mismo. En síntesis, los resultados evidencian una relación inversa entre la adicción a redes sociales y la autoestima, aunque sin fuerza estadística suficiente para confirmarla en esta muestra. Esto sugiere que dicha asociación existe como tendencia, pero podría estar mediada por factores personales y contextuales. Por tanto, su comprensión requiere una mirada integral del entorno emocional y social del adolescente.

Respecto al objetivo de describir el nivel de adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 4 mostraron que el 65.57% se ubicó en nivel bajo, el 27.87% en nivel moderado y solo el 6.56% en nivel alto, evidenciando un predominio de baja adicción en la muestra evaluada. Este hallazgo difiere de lo encontrado por Chirinos Vargas y Mozombite Pisco (2024), quienes reportaron que el 46.38% de los estudiantes presentó un nivel medio de adicción a redes sociales y el 34.78% un nivel alto. Mientras en el presente estudio predominó claramente el nivel bajo, en el antecedente referido se observó una mayor concentración en niveles medio y alto. Esta diferencia permite interpretar

que, en la población evaluada en Pucallpa, el uso de redes sociales parece menos problemático que en otros contextos escolares, lo que podría explicarse por diferencias en supervisión familiar, hábitos digitales o dinámicas institucionales. Desde el modelo biopsicosocial de Griffiths, la adicción a redes sociales se manifiesta mediante componentes progresivos de implicación conductual; por ello, el predominio del nivel bajo sugiere que la mayoría de los adolescentes aún no presenta un patrón consolidado de dependencia. En síntesis, el nivel bajo de adicción fue el predominante en la población estudiada, lo que refleja una implicación digital todavía moderada. Esto indica que, aunque las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de los adolescentes, su uso no alcanza en la mayoría de casos características severas de dependencia. Por tanto, este hallazgo representa una oportunidad para fortalecer acciones preventivas antes de que el problema se intensifique.

En cuanto al objetivo de describir el nivel de autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 5 evidenciaron que el 36.07% presentó autoestima baja, el 29.51% autoestima media y el 34.43% autoestima alta, siendo la categoría más frecuente la autoestima baja. Este hallazgo difiere de lo reportado por Chirinos Vargas y Mozombite Pisco (2024), quienes encontraron predominio de autoestima media (50.72%) y alta (33.33%) en su muestra estudiada. En el presente estudio, la autoestima baja ocupa el primer lugar, mientras que en dicho antecedente predominó una percepción personal más estable. Esto permite interpretar que los adolescentes evaluados en esta investigación presentan una mayor vulnerabilidad emocional, situación que podría influir en la manera como afrontan sus relaciones interpersonales, sus exigencias escolares y la necesidad de aceptación social. Acorde con Rosenberg, la autoestima constituye una actitud global hacia uno mismo; además, Harter sostiene que durante la adolescencia esta valoración se vuelve especialmente sensible a la aceptación social, por lo que la presencia predominante de autoestima baja refleja una fragilidad emocional relevante en esta etapa del desarrollo. En síntesis, la autoestima baja se presentó como la categoría más frecuente, evidenciando una situación emocional que merece atención. Esto sugiere que una parte importante de los adolescentes no estaría construyendo una valoración personal suficientemente sólida. Por tanto, resulta necesario promover entornos familiares y escolares que fortalezcan la seguridad personal y el autoconcepto positivo.

Respecto al objetivo de describir los niveles de las dimensiones de la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 6 mostraron que en saliencia predominó la respuesta “algunas veces” (57.38%), al igual que en modificación del estado de ánimo (40.98%), mientras que en tolerancia (47.54%), recaída (54.10%), abstinencia (65.57%) y conflicto (47.54%) predominó la respuesta “casi nunca”. Estos hallazgos sugieren una presencia baja o moderada de comportamientos asociados al uso problemático de redes sociales, con mayor frecuencia de manifestaciones iniciales que de indicadores severos de dependencia. Este comportamiento guarda relación con lo señalado por Fatima Youssef (2025), quien encontró en su metaanálisis que el vínculo entre redes y autoestima es complejo, y que el uso pasivo se asocia con menor autoestima ($r = -0.29$), mientras que el uso activo presenta efectos mixtos. En tal sentido, puede interpretarse que el patrón observado en la muestra no refleja una dependencia plenamente consolidada, sino formas de uso que aún se ubican en niveles moderados y que podrían intensificarse si no se promueve un manejo equilibrado de las redes sociales. Desde la propuesta de Griffiths, las dimensiones de saliencia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída representan componentes nucleares de la conducta adictiva; por ello, el predominio de respuestas como “casi nunca” y “algunas veces” sugiere una implicación todavía moderada y no una adicción estructurada. En síntesis, las dimensiones evaluadas muestran que el uso problemático de redes sociales se presenta de forma parcial y no homogénea en los adolescentes estudiados. Esto permite entender que predominan manifestaciones iniciales antes que signos severos de dependencia. Por tanto, el fenómeno debe analizarse como un proceso gradual y multidimensional, más que como una condición uniforme en toda la muestra.

En relación con el objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión saliencia y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 7 evidenciaron una correlación inversa muy débil y no significativa ($Rho = -0.071$; $p = 0.584$). Esto significa que pensar con frecuencia en las redes sociales o sentir preocupación por conectarse no se vinculó de manera relevante con la autoestima en la muestra estudiada. Este resultado contrasta con el estudio de Paul C. (2025), quien halló una correlación negativa fuerte entre mayor tiempo de uso de redes sociales y menor autoestima ($r = -0.72$; $p < 0.001$), señalando además que los adolescentes con más de cuatro horas diarias presentaban menores

puntajes de autoestima. La diferencia observada permite interpretar que la sola presencia mental de las redes sociales no necesariamente afecta la autovaloración del adolescente, a menos que dicha implicación se traduzca en un uso intenso, prolongado y acompañado de comparación social o búsqueda de validación externa. Acorde con Griffiths, la saliencia expresa el grado en que una actividad ocupa un lugar central en el pensamiento del individuo; sin embargo, desde la perspectiva de Rosenberg, dicha centralidad cognitiva no necesariamente deteriora la autoestima si no compromete de forma más profunda la valoración personal. En síntesis, la dimensión saliencia no mostró una relación significativa con la autoestima en la muestra evaluada. Esto sugiere que pensar frecuentemente en las redes sociales no basta, por sí solo, para afectar la autovaloración del adolescente. Por tanto, su influencia parece depender de otros factores asociados al uso excesivo o emocionalmente dependiente.

Respecto al objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión modificación del estado de ánimo y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 8 mostraron una correlación inversa y baja ($Rho = -0.230$), aunque sin significancia estadística ($p = 0.075$). Esto sugiere que usar redes sociales para distraerse, aliviar tensiones o evadir problemas personales podría asociarse con menor autoestima, aunque en esta investigación dicha relación no fue concluyente. Este hallazgo se vincula con lo encontrado por Fatima Youssef (2025), quien reportó que el uso pasivo de redes sociales se relaciona con menor autoestima ($r = -0.29$), especialmente cuando intervienen procesos de comparación social. En consecuencia, puede interpretarse que el uso emocional de las redes constituye un posible indicador de riesgo para la autoestima, aunque en la muestra analizada su efecto aún no alcanza suficiente fuerza estadística para afirmarlo de manera definitiva. Desde el marco teórico, el uso de redes sociales para aliviar tensiones o evadir problemas personales puede vincularse con procesos de dependencia emocional y búsqueda de validación externa, aspectos que, en términos de Rosenberg, podrían debilitar progresivamente la valoración del yo. En síntesis, la modificación del estado de ánimo mostró una tendencia inversa con la autoestima, aunque sin evidencia estadística concluyente. Esto sugiere que el uso de redes como vía de escape emocional podría afectar la valoración personal cuando se vuelve frecuente. Por tanto, esta dimensión debe considerarse como una posible señal preventiva dentro del uso problemático de redes sociales.

En cuanto al objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión tolerancia y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 9 evidenciaron una correlación inversa, baja y significativa ($Rho = -0.294$; $p = 0.021$). Esto indica que, a medida que los adolescentes necesitan pasar más tiempo en redes sociales para sentirse satisfechos, su autoestima tiende a disminuir. Este hallazgo coincide con lo reportado por Barrera Soto y Ramírez Vargas (2024), quienes encontraron una relación negativa significativa entre autoestima y falta de control personal ($Rho = -0.296$; $p = 0.007$), además de una correlación negativa baja entre adicción y autoestima ($Rho = -0.246$; $p = 0.025$). La cercanía entre ambos resultados permite interpretar que la necesidad progresiva de mayor exposición a redes sociales puede convertirse en una señal de deterioro en la valoración personal, especialmente cuando el uso deja de ser recreativo y comienza a funcionar como una necesidad creciente. Acorde con Griffiths, la tolerancia se manifiesta cuando la persona necesita incrementar progresivamente el tiempo de uso para obtener el mismo nivel de satisfacción; por ello, su asociación inversa con la autoestima sugiere que el aumento de esta necesidad puede acompañarse de un debilitamiento en la valoración personal del adolescente. En síntesis, la tolerancia fue una de las dimensiones que mostró una relación significativa con la autoestima. Esto evidencia que la necesidad creciente de permanecer más tiempo en redes sociales puede estar asociada con una menor valoración personal. Por tanto, esta dimensión constituye un indicador relevante del uso problemático y de su posible repercusión emocional en los adolescentes.

Respecto al objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión abstinencia y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 10 mostraron una correlación inversa, baja y estadísticamente significativa ($Rho = -0.321$; $p = 0.012$). Esto evidencia que los adolescentes que experimentan mayor malestar, incomodidad o nerviosismo cuando no pueden acceder a las redes sociales tienden a presentar niveles más bajos de autoestima. Este resultado se aproxima a lo encontrado por Ponce Mozombite (2025), quien reportó una correlación negativa significativa entre adicción a redes sociales y autoestima ($r = -0.324$; $p = 0.002$), además de predominio de niveles altos de adicción y bajos de autoestima. En ambos casos, los resultados sugieren que el malestar ante la desconexión no solo expresa

una mayor dependencia digital, sino también una fragilidad emocional que repercute en la valoración que el adolescente tiene de sí mismo. Desde el modelo de Griffiths, la abstinencia alude al malestar que surge cuando no se puede acceder a la actividad adictiva; en adolescentes, este malestar puede alterar la estabilidad emocional y, desde la perspectiva de Rosenberg, reflejar una autovaloración más frágil. En síntesis, la abstinencia mostró una relación significativa e inversa con la autoestima, convirtiéndose en uno de los hallazgos más consistentes del estudio. Esto sugiere que el malestar frente a la desconexión puede reflejar tanto dependencia digital como vulnerabilidad emocional. Por tanto, esta dimensión merece especial atención en la comprensión del vínculo entre redes sociales y bienestar psicológico.

En relación con el objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión conflicto y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 11 evidenciaron una correlación inversa y baja, aunque no significativa ($Rho = -0.230$; $p = 0.075$). Este hallazgo indica que las interferencias del uso de redes sociales en actividades cotidianas, académicas o familiares podrían asociarse con una menor autoestima, pero en la muestra analizada dicha relación no fue concluyente. Este resultado puede contrastarse con lo hallado por Landeo Huaman (2025), quien encontró una relación inversa débil pero significativa entre autoestima y adicción a redes sociales ($Rho = -0.291$; $p < 0.001$). Aunque el antecedente confirma una asociación negativa global y el presente estudio no alcanza significancia en esta dimensión específica, ambos coinciden en señalar una dirección inversa. Por ello, se interpreta que el conflicto derivado del uso de redes podría afectar la autoestima cuando se vuelve más frecuente o interfiere de forma sostenida en otras áreas de la vida del adolescente. Acorde con el marco teórico, cuando el uso de redes interfiere con actividades académicas, familiares o sociales, se configura el componente de conflicto descrito por Griffiths; ello puede repercutir en el ajuste emocional y social del adolescente, dimensiones estrechamente vinculadas con la autoestima según Orth, Robins y Harter. En síntesis, el conflicto mostró una tendencia inversa con la autoestima, aunque sin significancia estadística en la muestra estudiada. Esto indica que las interferencias provocadas por el uso de redes podrían afectar la valoración personal cuando se vuelven persistentes. Por tanto, su impacto parece depender de la intensidad y de la forma en que altera otras áreas importantes de la vida del adolescente.

Finalmente, respecto al objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión recaída y la autoestima en adolescentes de una institución educativa de Pucallpa, 2026, los resultados de la Tabla 12 evidenciaron una correlación directa muy débil y no significativa ($Rho = 0.063$; $p = 0.628$). Esto indica que la dificultad para controlar o reducir el uso de redes sociales no mostró una asociación relevante con la autoestima en los adolescentes evaluados. Este hallazgo difiere de lo encontrado por Paul C. (2025), quien reportó una correlación negativa fuerte entre mayor uso de redes sociales y menor autoestima ($r = -0.72$; $p < 0.001$), señalando además que la comparación constante y la presión por la imagen actuaban como mecanismos explicativos. La diferencia permite interpretar que la recaída, entendida de manera aislada, no necesariamente repercute en la autovaloración del adolescente, y que su efecto podría depender de otros factores como la intensidad del uso, la validación social buscada o la exposición continua a contenidos idealizados. Desde la propuesta de Griffiths, la recaída implica la dificultad para reducir o controlar la conducta tras haber intentado disminuirla; no obstante, en este estudio dicho componente no mostró una afectación clara sobre la autoestima, lo que sugiere que, de manera aislada, no basta para deteriorar la autovaloración del adolescente. En síntesis, la recaída no presentó una relación significativa con la autoestima en la población estudiada. Esto sugiere que la dificultad para reducir el uso de redes sociales no siempre repercute directamente en la valoración personal. Por tanto, su influencia parece estar sujeta a la interacción con otros componentes del uso problemático y con condiciones emocionales propias de cada adolescente.

VI.Conclusiones

Se determinó que la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima fue inversa y de baja magnitud, pero no estadísticamente significativa, por lo que no se obtuvo evidencia suficiente para afirmar una asociación concluyente entre ambas variables en los adolescentes evaluados. No obstante, esta tendencia inversa se manifestó con mayor claridad en las dimensiones tolerancia y abstinencia.

Se describió que predominó el nivel bajo de adicción a redes sociales, con 40 adolescentes (65.57%), seguido del nivel moderado con 17 (27.87%) y del nivel alto con 4 (6.56%), lo que indica que la mayoría presenta un uso de redes sociales sin rasgos severos de dependencia.

Se describió que la autoestima presentó una distribución heterogénea, con ligero predominio del nivel bajo en 22 adolescentes (36.07%), seguido del nivel alto en 21 (34.43%) y del nivel medio en 18 (29.51%), evidenciando la presencia de un grupo importante con vulnerabilidad en su autovaloración personal.

Se describió que, en las dimensiones de la adicción a redes sociales, predominaron principalmente las respuestas “algunas veces” en saliencia y modificación del estado de ánimo, y “casi nunca” en tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída, lo que refleja una presencia mayormente baja o moderada de comportamientos asociados al uso problemático de redes sociales.

Se concluyó que no existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión saliencia y la autoestima, por lo que pensar frecuentemente en las redes sociales o planificar su uso no se asoció de manera concluyente con una menor autovaloración en los adolescentes estudiados.

Se concluyó que no existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión modificación del estado de ánimo y la autoestima; sin embargo, se observó una tendencia inversa que sugiere que el uso de redes sociales para distraerse o aliviar tensiones podría vincularse con una menor autoestima.

Se concluyó que existe una relación inversa, baja y significativa entre la dimensión tolerancia y la autoestima, lo que indica que, a mayor necesidad de incrementar el tiempo de uso de redes sociales, menor tiende a ser la autoestima en los adolescentes evaluados.

Se concluyó que existe una relación inversa, baja y significativa entre la dimensión abstinencia y la autoestima, evidenciando que el malestar, la irritabilidad o la incomodidad ante la imposibilidad de acceder a las redes sociales se asocia con menores niveles de autoestima.

Se concluyó que no existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión conflicto y la autoestima, por lo que la interferencia del uso de redes sociales en las actividades académicas o cotidianas no mostró una asociación concluyente con la autovaloración de los adolescentes de la muestra.

Se concluyó que no existe relación estadísticamente significativa entre la dimensión recaída y la autoestima, de modo que la dificultad para reducir el uso de redes sociales no se vinculó de forma consistente con cambios en la autovaloración personal de los adolescentes evaluados.

Se concluyó que, a nivel global, la relación entre adicción a redes sociales y autoestima fue inversa y de baja magnitud, aunque no significativa, por lo que no se puede afirmar una asociación concluyente entre ambas variables en la población estudiada.

VII.Recomendaciones

Se sugiere que futuras investigaciones amplíen el tamaño de la muestra e incluyan adolescentes de diversas instituciones educativas, tanto públicas como privadas, así como de diferentes ciudades y regiones del país, con el propósito de mejorar la representatividad de los resultados y facilitar comparaciones entre distintos contextos socioculturales.

Se propone desarrollar estudios con diseños longitudinales y enfoques explicativos o multivariados, incorporando variables intervinientes como ansiedad, depresión, apoyo familiar, comparación social, regulación emocional o rendimiento académico, a fin de comprender con mayor profundidad los factores que influyen en la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima.

Se recomienda profundizar en el análisis de las dimensiones tolerancia y abstinencia, debido a que fueron los componentes que mostraron una relación inversa y estadísticamente significativa con la autoestima, así como examinar con mayor detalle las funciones del uso de redes sociales vinculadas a la distracción emocional, la búsqueda de aprobación y la necesidad de conexión.

Se plantea realizar investigaciones comparativas que consideren diferencias según sexo, edad, grado de estudios o acceso digital, además de emplear distintos instrumentos de medición y metodologías mixtas o cualitativas que permitan comprender de manera más integral el significado que los adolescentes atribuyen al uso de redes sociales y a su autovaloración personal.

Referencias bibliográficas

- Alaniz, G., García Meda, M., Moreno, C., Ortega, J., Morales, M., & Romo, L. (2023). Validación de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes de educación secundaria. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(6), 255–264. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1437>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Arias, J. A. V. & Arcata Maquera, E. J. (2024). Evidencias psicométricas preliminares de la Escala de Adicción a Redes Sociales de Bergen en jóvenes y adultos. *Investigación e Innovación: Revista Científica de Enfermería*, 4(1), 57-68. <https://doi.org/10.33326/27905543.2024.1.1908>
- Arrivillaga, C., Griffiths, M. D., Rey-Peña, L., & Extremera, N. (2024). Validation of the Spanish version of the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) among Spanish adolescents. *Current Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06728-5>
- Barrera Soto, K., & Ramirez Vargas, C. O. (2024). Adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes del 4.º año de secundaria de una institución educativa privada en Huancayo [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Psicología, Universidad Continental]. Huancayo, Perú.
- Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., & Potenza, M. N. (2019). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 104, 1–10. <http://dx.doi.org/doi:10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>

- Brand, V. A. G., & García, L. E. G. (2023). Adicción o uso problemático de las redes sociales online en la población adolescente. Una revisión sistemática. *Psicoespacios*, 17(31), 1. <https://doi.org/10.25057/21452776.1511>
- Branden, N. (1994). Los seis pilares de la autoestima. Paidós.
- Camblor, C. H., & Jiménez, M. de la V. M. (2024). Uso de las redes sociales virtuales, percepción de soledad y habilidades sociales en jóvenes adultos españoles de la generación Z y la generación Y. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 229. <https://doi.org/10.14718/acp.2024.27.1.13>
- Caratiquit, K., & CARATIQUIT, L. J. (2023). INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON ACADEMIC ACHIEVEMENT IN DISTANCE LEARNING: INTERVENING ROLE OF ACADEMIC PROCRASTINATION. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 24(1), 1. <https://doi.org/10.17718/tojde.1060563>
- Ceballos-Ospín, G. A., Paba-Barbosa, C., Suescún, J., Oviedo, H. C., & Herazo, E. (2017). Validez y dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en estudiantes universitarios. *Pensamiento Psicológico*, 15(2), 29–39.
- Chamorro, M. R., Gamero, A. M., & Cabello, R. T. (2022, October 17). La salud mental en adolescentes: Internet, redes sociales y psicopatología. In *Atención Primaria* (Vol. 54, Issue 12, p. 102487). Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2022.102487>
- Chirinos Vargas, C., & Mozombite Pisco, J. (2024). Adicción a las redes sociales y la autoestima en los estudiantes de la Institución Educativa N° 64054 “Santa Elvita”, Campo Verde: 2023 [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Psicología, Universidad Nacional de Ucayali]. Pucallpa, Perú.
- Copez-Lonzoy, A., Vallejos-Flores, M., Capa-Luque, W., Salas-Blas, E., Doig, A. M. M., Dias, P. C., & Bazo-Alvarez, J. C. (2023). Adaptation of the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) in Spanish. *Acta Psychologica*, 241, 104072. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104072>
- Cruz, M. I. B., García, J. F. J., García, M., & Arguello, D. M. M. (2025). Ansiedad y depresión en adolescentes: el impacto de las redes sociales según la evidencia científica. *Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.63688/1fzf6345>

- Díaz-Moreno, A., Bonilla, I., & Luser, A. C. (2023). Comparación Social negativa: La influencia de la Ansiedad, la Regulación Emocional y el Uso Problemático de Redes Sociales. *Ansiedad y Estrés*, 29(3), 181. <https://doi.org/10.5093/anyes2023a22>
- Fernández, M. À. P. i, Torres-Rodríguez, A., Oberst, Ú., & Carbonell, X. (2018). Diseño y aplicación de talleres educativos para el uso saludable de internet y redes sociales en la adolescencia: descripción de un estudio piloto. *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, 52, 111. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i52.08>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Freire, F. C., & Araújo, J. R. (2015). Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático. <https://doi.org/10.4185/cac92>
- Freitas, R. J. M. de, Oliveira, T. N. C., Melo, J. A. L. de, Silva, J. do V. e, Melo, K. C. D. O. e, & Fernandes, S. F. (2021). Percepções dos adolescentes sobre o uso das redes sociais e sua influência na saúde mental. *Enfermería Global*, 20(4), 324. <https://doi.org/10.6018/eglobal.462631>
- García, M. A. (2021). Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa de Alto Moche [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
- Gomez, R., Zarate, D., Brown, T., Hein, K., & Stavropoulos, V. (2024). The Bergen–Social Media Addiction Scale (BSMAS): longitudinal measurement invariance across a two-year interval. *Clinical Psychologist*, 28(2), 185. <https://doi.org/10.1080/13284207.2024.2341816>
- Griffiths, M. D. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Harter, S. (2012). *The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations* (2nd ed.). Guilford Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

- Jácome, J. E. T., & Yacelga, A. del R. M. (2024). Adolescentes de Pujilí: Adicción al internet y su impacto en la adaptación conductual escolar. *Revista Scientific*, 9(31), 296. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2024.9.31.14.296-317>
- Jiménez, A. G., Catalina-García, B., & Tur-Viñes, V. (2021). Diferencias de edad y género en el uso y consumo de medios sociales entre los adolescentes. *adComunica Revista Científica de Estrategias Tendencias e Innovación En Comunicación*, 211. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.12>
- Jiménez, A. G., López, M. C. L. de A., & Vozmediano, M. M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 269. <https://doi.org/10.1387/zer.21556>
- Koukaras, P., Tjortjis, C., & Rousidis, D. (2019). Social Media Types: introducing a data driven taxonomy. *Computing*, 102(1), 295. <https://doi.org/10.1007/s00607-019-00739-y>
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 8(8), e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Landeo Huaman, R. E. (2025). Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes de secundaria de una institución educativa de Lima Este, 2024 [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Psicología con mención en Psicología Clínica, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Lima, Perú.
- Lardies, F., & Potes, M. V. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances En Psicología*, 30(1), 1. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>
- Lin, C.-Y., Broström, A., Nilsen, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale using classic test theory and Rasch models. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 620–629. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.071>

- López, N. M. M., Robles, A. C. G., Gómez, A. C. T., & Hernández, J. A. (2017). Alfabetización digital a padres de familia en el uso de las redes sociales. *Alteridad*, 12(1), 8. <https://doi.org/10.17163/alt.v12n1.2017.01>
- Lourdes, S.-M., & Estrella, M. R., María. (2015). Comunicación y Redes Sociales Presentación. *Revista ICONO14*, 13(2), 1. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.887>
- Luo, T., Qin, L., Cheng, L., Wang, S., Zhu, Z., Xu, J., Chen, H., Liu, Q., Hu, M., Tong, J., Hao, W., Bo, W., & Liao, Y. (2021). Determination the cut-off point for the Bergen social media addiction (BSMAS): Diagnostic contribution of the six criteria of the components model of addiction for social media disorder. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(2), 281. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00025>
- Mann, M. M., Hosman, C. M. H., Schaalma, H. P., & de Vries, N. K. (2004). Self-esteem in a broad-spectrum approach for mental health promotion. *Health Education Research*, 19(4), 357–372. <https://doi.org/10.1093/her/cyg041>
- Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and positive psychology: Research, theory, and practice* (4th ed.). Springer Publishing Company.
- Ortega, J. H., & Rumayor, L. R. (2021). Teléfonos móviles, redes sociales y praxis en adolescentes. *Educatio Siglo XXI*, 39(3), 135. <https://doi.org/10.6018/educatio.427011>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387. <https://doi.org/10.1177/0963721414547414>
- Pantic, I. (2014). Online social networking and mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(10), 652–657. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0070>
- Paul, M. A. C. (2025). Exploring the relationship between social media usage and self-esteem in adolescents. *International Journal of Education Insights*, 1(1). <https://doi.org/10.63090/>
- Pérez, J. J. N., Carbonell, Á., & Oliver, A. (2018). Eficacia de una app psicoeducativa para reducir el sexismo en adolescentes. *Revista de Psicodidáctica*, 24(1), 9. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2018.07.002>
- Pérez-Escoda, A., & Pulido, P. C. (2018). Smartphone y redes sociales para el desarrollo de competencias mediáticas y digitales en niños y adolescentes: Musical.ly. *Aula Abierta*, 47(3), 281. https://doi.org/10.17811/aula_abierta.47.3.2018.281-290

- Ponce Mozombite, K. X. (2025). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de educación secundaria, Pucallpa, 2025 [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Psicología, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Chimbote, Perú
- Prantner, S., Barajas, F., Cervigón-Carrasco, V., Giménez-García, C., & Ballester-Arnal, R. (2023). Uso de redes sociales y aplicaciones para ligar en la adolescencia temprana. *International Journal of Developmental and Educational Psychology Revista INFAD de Psicología*, 1(1), 381. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2023.n1.v1.2539>
- Ramos, L. J. (2020). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes del quinto año de secundaria [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP.
- Rodríguez, H. J. M. (2023). Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok. *RICSH Revista Iberoamericana de Las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 12(23), 71. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v12i23.307>
- Rosa, A. L. (2016). Movimientos sociales e identidad colectiva en redes sociales. *Temática Psicológica*, 12, 19. <https://doi.org/10.33539/tematpsicol.2016.n12.1069>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rubio, G. A. E., Suárez, C. A. H., & Nuñez, R. P. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. 19(1), 137. <https://doi.org/10.15665/encuen.v19i01.2552>
- Sádaba, C. (2024). Social media, adolescence and eating disorders: the need for a comprehensive perspective. *Anales Del Sistema Sanitario de Navarra*, 47(1). <https://doi.org/10.23938/assn.1075>
- Sánchez-Fernández, M., Mas, M. de las M. B., Rivera, F., & Griffiths, M. D. (2024). Problematic Online Behaviours among University Students and Associations with Psychological Distress Symptoms and Emotional Role Limitations: A Network Analysis Approach. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-024-01296-y>
- Schmitt, D. P., & Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(4), 623–642. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.4.623>

- Shin, N. Y. (2022). Psychometric Properties of the Bergen Social Media Addiction Scale in Korean Young Adults. *Psychiatry Investigation*, 19(5), 356. <https://doi.org/10.30773/pi.2021.0294>
- Steinberg, L. (2014). *Age of opportunity: Lessons from the new science of adolescence*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Torres, B. de F., & Marcos-Santos, M. (2017). Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes. *El Profesional de La Informacion*, 26(1), 88. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.09>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2017). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 296–302. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E., & Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 14(1). <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>
- 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. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Youssef, F. (2025). The effects of social media on adolescent self-esteem: A meta-analytical approach. *OTS Canadian Journal*, 4(7), 56–64. <https://doi.org/10.58840/xqh0j212>
- Zarate, D., Hobson, B. A., March, E., Griffiths, M. D., & Stavropoulos, V. (2022). Psychometric properties of the Bergen Social Media Addiction Scale: An analysis using item response theory. *Addictive Behaviors Reports*, 17, 100473. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2022.100473>

ANEXOS

Anexo 01. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación (Ley N°29733)



"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

Fecha: 13/ 02/ 2026

Señor:

Nilo Alver Velásquez Castillo
Director de Investigación y Posgrado
ULADECH Católica

Asunto: Autorización para el desarrollo de la investigación

Referencia: Carta N° 0000000224-2026-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

De nuestra consideración:

Reciba un cordial saludo de parte de la Institución Educativa Colegio Nacional Yarinacocha en respuesta a su comunicado N° 0000000224-2026-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA, el día 13 de febrero del 2026, nos dirigimos a usted para informarle lo siguiente.

Se aprueba su solicitud para:

- Que la estudiante Samanta Fiorella Torres Vargas realice actividades de recolección de datos en nuestras instalaciones, en el periodo comprendido del 11 de febrero al 13 de marzo de 2026

Con la condición de que los datos recolectados deberán utilizarse exclusivamente con fines académicos, conforme a lo establecido en la Ley N° 29733 (Ley de Protección de Datos Personales)

Agradecemos su compromiso con la investigación formativa y quedamos a disposición para cualquier consulta adicional

Atentamente,



Firma, Nombre y Apellidos, Cargo del cargo

Anexo 02. Carta de recojo de datos



Chimbote, 13 de febrero del 2026

CARTA N° 0000000224- 2026-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

PROF. CLAUDIA LUZ SÁNCHEZ ROJAS
COLEGIO NACIONAL YARINACocha

Presente.-



A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PUCALLPA 2026, con la LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PREVENCIÓN Y CUIDADOS DE LA SALUD MENTAL, que involucra la recolección de información/datos en ESTUDIANTE DE SECUNDARIA, a cargo de SAMANTA FIORELLA TORRES VARGAS, perteneciente al PROGRAMA DE ESTUDIO DE PSICOLOGÍA, con DNI N° 48126613, durante el periodo de 11-02-2026 al 13-02-2026.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.

Dr. Nilo Albert Velásquez Castillo
Director de Investigación y Postgrado
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.



www.uladech.edu.pe/

email: cooperacion@uladech.edu.pe
Telf.: (043) 343444 Cel: 948560463

Jr. Tumbes N° 247 - Centro Comercial y Financiera - Chimbote, Perú

Anexo 03. Matriz de consistencia y Operacionalización de variables

Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa de Pucallpa, 2026?	Objetivo general - Determinar la relación entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa de Pucallpa, 2026. objetivos descriptivos - Describir el nivel de adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026 - Describir el nivel de autoestima en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026 - Describir los niveles de las dimensiones de la adicción a redes sociales en adolescentes de una institución educativa, Pucallpa 2026 Objetivos específicos - Conocer la relación de la dimensión saliencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa, 2026.	Hipótesis nula (H₀) No existirá relación significativa entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. Hipótesis alternante (H₁) Existirá relación significativa entre la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026.	Adicción a redes sociales - Saliencia - Modificación del estado de ánimo - Tolerancia - Abstinencia - Conflicto - Recaída Autoestima - Autoestima Global	Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo correlacional Diseño: no experimental Población: Adolescentes de una Institución Educativa de Pucallpa durante el año 2026. Muestreo: Probabilístico Técnica: Encuesta Instrumentos: Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (BSMAS) y Escala de Autoestima de Rosenberg

	- Conocer la relación de la dimensión modificación del estado de ánimo en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. - Conocer la relación de la dimensión tolerancia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. - Conocer la relación de la dimensión abstinencia en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. - Conocer la relación de la dimensión conflicto en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. - Conocer la relación de la dimensión recaída en la adicción a redes sociales y autoestima en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026. - Conocer la relación en la adicción a redes sociales y la dimensión autoestima global en adolescentes de una Institución Educativa, Pucallpa 2026.			
--	--	--	--	--

Operacionalización de variables

Variable	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Categoría o valoración
Adicción a redes sociales	Nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes, medido mediante la Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (BSMAS), según el puntaje total obtenido.	- Saliencia - Tolerancia - Modificación del estado de ánimo - Abstinencia - Conflicto - Recaída	- Pensamiento constante sobre el uso de redes sociales - Necesidad de incrementar el tiempo de uso - Uso de redes sociales para mejorar el estado emocional - Malestar al no poder acceder a redes sociales - Interferencia del uso de redes sociales en actividades académicas y sociales	Ordinal (escala tipo Likert de 5 puntos)	- Bajo nivel de adicción a redes sociales - Nivel moderado de adicción a redes sociales - Alto nivel de adicción a redes sociales
Autoestima	Nivel de autoestima de los estudiantes, medido mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES), a partir del puntaje total obtenido.	- Autoestima Global	- Satisfacción con uno mismo - Sentimiento de valía personal - Percepción positiva de las propias capacidades - Sentimientos de fracaso o inutilidad - Autovaloración personal	Ordinal (escala tipo Likert de 4 puntos)	- Baja autoestima - Autoestima media - Alta autoestima

Anexo 04. Ficha técnica de los instrumentos

Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

Aspecto	Descripción
Nombre del instrumento	Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen (BSMAS)
Autor(es)	Cecilie Schou Andreassen et al.
Año de elaboración	2016
Origen	Noruega
Objetivo	Medir el nivel de adicción a las redes sociales basado en los componentes centrales del modelo de adicción conductual.
Número de ítems	6
Dimensiones	Unidimensional (saliencia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída).
Tipo de escala	Likert de 5 puntos (1 = Muy raramente a 5 = Muy a menudo).
Población	Adolescentes y adultos.
Tiempo de aplicación	Aproximadamente 5 a 10 minutos.
Validez de contenido	Los ítems se elaboraron considerando el modelo de adicción conductual propuesto por Mark D. Griffiths, asegurando que cubran adecuadamente el constructo.
Validez de constructo	Confirmada mediante análisis factorial confirmatorio, mostrando estructura unidimensional.
Validez de criterio	Presenta correlaciones significativas con otras medidas de uso problemático de internet y redes sociales.
Evaluación de la validez en el estudio	Se realizó mediante juicio de expertos que evaluaron la claridad, coherencia y pertinencia de los ítems.
Tipo de confiabilidad	Consistencia interna.
Método de confiabilidad	Coeficiente Alfa de Cronbach.
Valores reportados	Entre 0.80 y 0.88 en estudios previos.
Evaluación en el estudio	Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad en la muestra de estudiantes.

Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)

Aspecto	Descripción
Nombre del instrumento	Escala de Autoestima de Rosenberg
Autor	Morris Rosenberg
Año de elaboración	1965
Origen	Estados Unidos
Objetivo	Evaluar la autoestima global entendida como la valoración positiva o negativa que una persona tiene de sí misma.
Número de ítems	10
Dimensión	Autoestima global (unidimensional).
Tipo de escala	Likert de 4 puntos (1 = Muy en desacuerdo a 4 = Muy de acuerdo).
Características	5 ítems positivos y 5 ítems negativos (requieren inversión de puntuación).
Población	Adolescentes y adultos.
Tiempo de aplicación	Aproximadamente 5 a 10 minutos.
Validez de contenido	Los ítems fueron diseñados para evaluar sentimientos de autovaloración y autoaceptación.
Validez de constructo	Confirmada mediante análisis factorial en múltiples estudios.
Validez de criterio	Correlaciona con variables psicológicas como bienestar, depresión y ansiedad.
Evaluación de la validez en el estudio	Se realizó mediante juicio de expertos que evaluaron la pertinencia y claridad de los ítems.
Tipo de confiabilidad	Consistencia interna.
Método de confiabilidad	Coeficiente Alfa de Cronbach.
Valores reportados	Entre 0.77 y 0.88 en diversos estudios.
Evaluación en el estudio	Alfa de Cronbach en la muestra de estudiantes para determinar la confiabilidad.

Anexo 05. Formato de consentimiento y asentimiento



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (CIENCIAS MÉDICAS Y DE LA SALUD)

La finalidad de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación en Salud se titula: _____

_____ y es dirigido por _____,

investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará _____ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____.

Si desea, también podrá escribir al correo _____ para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



PROTOCOLO DE ASENTIMIENTO INFORMADO (Ciencias Médicas y de la Salud)

Mi nombre es _____ y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria.

A continuación, te presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decírmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de ____ minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.
- Tus padres ya han sido informados sobre mi investigación y están de acuerdo con que participes si tú también lo deseas.

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de _____?	Sí	No
--	----	----

Fecha: _____

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA