

Proyecto de Grado para optar al título de Psicóloga

**Relación entre Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de una Institución
Educativa Pública de la ciudad de Valledupar**

Wendy Vanessa Martínez Robles

Universidad Popular del Cesar

Programa de Psicología

Valledupar Cesar

2025

**Relación entre Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de una Institución
Educativa Pública de la ciudad de Valledupar**

Wendy Vanessa Martínez Robles

(Autor)

Psi. Leonardo Linero Montaña Msc en clínica, jurídica y forense.

(Director de proyecto)

Universidad Popular del Cesar

Programa de Psicología

Valledupar Cesar

2025

Tabla de Contenido

Agradecimientos	6
Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
Planteamiento del Problema	12
Objetivos de la Investigación	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Justificación	15
Marco Referencial	16
Investigaciones Anterior acerca de la Influencia de Redes Sociales en la	
Autoestima	16
<i>Impacto Negativo</i>	16
<i>Aspectos Positivos</i>	17
Intervenciones y Estrategias	18
Antecedentes	19
Bases Teóricas	29
Autonomía y Dependencia Digital	34
Marco Metodológico	38

Operacionalización de la variable	44
Técnica Utilizada y Proceso de Análisis	44
Análisis de los Resultados Obtenidos	46
<i>2. Evaluación de Cada Variable Predictora</i>	50
Conclusiones Generales	51
Gráficos	52
Discusión de resultados obtenidos	55
Conclusiones	58
Recomendaciones Generales	60
Referencias bibliográficas	62
Anexos	68
.....	68

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Gráfico Histograma de Normalidad	47
Ilustración 2. Gráfico Diagrama de Dispersión de Normalidad	48
Ilustración 3. Regresión: Autoestima Vs Redes Sociales.....	52
Ilustración 4. Regresión: Autoestima Vs Interacciones positivas.	53
Ilustración 5. Regresión: Autoestima Vs Interacciones Negativas.	53

Agradecimientos

Quiero expresar mi agradecimiento, en primer lugar, a Dios y a mi madre del cielo, la Virgen María, quienes han sido mi guía y fortaleza en cada paso de este proceso. Para mi mamá, que ha sido mi ejemplo más grande de lucha y esfuerzo, ella ha sido mi inspiración para lograr cada una de mis metas, gracias mami por tu motivación constante y por ser mi más grande apoyo en todos los momentos de mi vida. A mis hermanos Águedo y Yaneth y a mi pareja, también gracias por su paciencia, su comprensión y el ánimo que siempre me ha brindado.

Agradezco mucho a todas las personas que, de alguna forma, han contribuido en mi proceso de alcanzar este logro que más que profesional, es un logro personal. A todos los que me apoyaron y acompañaron, mi más sinceras gracias. Finalmente, es un placer para mí a provechar este espacio y agradecer especialmente a mi querido tutor, el profesor Leonardo Fabio Linero Montaña, quién me acompañó durante mis prácticas profesionales y todo el proceso de mi proyecto de grado, Gracias profe por confiar en mis capacidades y brindarme una orientación valiosa en la etapa más significativa de mi formación como psicóloga.

Resumen

La finalidad de esta investigación de campo se centró en analizar e identificar la relación existente entre el uso de redes sociales y la autoestima en una población de 120 adolescentes pertenecientes a una institución educativa pública de la ciudad de Valledupar. Durante la investigación fueron identificadas las plataformas más utilizadas, los tipos de contenido que consumen, la frecuencia de uso o cuánto tiempo dedican al día, el nivel de interacción y el género de los participantes. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo-correlacional, ya que fue necesario implementar instrumentos como la Escala de Autoestima de Rosenberg y el cuestionario ARS-6 enfocado al uso de redes sociales, ambos previamente validados en la población colombiana. Los datos se organizaron en Excel y luego fueron procesados en RStudio, aplicando la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, el coeficiente de Spearman y un modelo de regresión múltiple. Los resultados presentaron normalidad nula en las variables ($W = 0.89135$, $p < 0.001$), por tal razón se decidió optar por pruebas no paramétricas. Se encontró una correlación negativa significativa entre las interacciones negativas y la autoestima ($\rho = -0.1833$, $p = 0.045$), lo que indica que las experiencias desfavorables en línea se asocian con una menor valoración personal. Se concluyó que la calidad y el tipo de experiencias digitales impacta más en la autoestima que el tiempo de conexión. Las interacciones negativas son un factor de riesgo para el bienestar emocional, social y psicológico, mientras que las positivas no reflejaron un efecto relevante. Por tal razón se formulan recomendaciones orientadas a promover el uso crítico y responsable de las redes sociales.

Palabras clave: redes sociales, autoestima, adolescentes, interacciones en línea, bienestar psicológico.

Abstract

The purpose of this field research was to analyze and identify the relationship between the use of social networks and self-esteem in a population of 120 adolescents from a public educational institution in the city of Valledupar. The study identified the most commonly used platforms, the types of content they consume, the frequency of use or how much time they spend per day, their level of interaction, and the gender of the participants. The research had a quantitative-correlational approach, as it was necessary to implement instruments such as the Rosenberg Self-Esteem Scale and the ARS-6 questionnaire focused on social media use, both previously validated in the Colombian population. The data were organized in Excel and then processed in RStudio, applying the Shapiro-Wilk normality test, Spearman's coefficient, and a multiple regression model. The results showed no normality in the variables ($W = 0.89135$, $p < 0.001$), which led to the decision to use non-parametric tests. A significant negative correlation was found between negative interactions and self-esteem ($\rho = -0.1833$, $p = 0.045$), indicating that unfavorable online experiences are associated with lower personal valuation. It was concluded that the quality and type of digital experiences have a greater impact on self-esteem than the amount of time spent on social media. Negative interactions represent a risk factor for emotional, social, and psychological well-being, while positive interactions did not show a relevant effect. For this reason, recommendations are proposed to promote critical and responsible use of social networks.

Keywords: social media, self-esteem, adolescents, online interactions, psychological well-being

Introducción

El uso de las redes sociales ha transformado de manera significativa la forma en que los adolescentes se relacionan y construyen su autoimagen. Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook se han convertido en parte esencial de su vida cotidiana, ya que les permiten explorar, interactuar y definir tanto su identidad individual como su integración en la sociedad. Tal como lo afirma Valkenburg y Peter (2011), *“las redes sociales les permiten a los adolescentes poder explorar su identidad, así como interactuar con otros adolescentes y fortalecer su sentido de pertenencia”*.

Sin embargo, es importante resaltar que el uso excesivo de las redes sociales ha generado algunas preocupaciones, ya que según investigaciones previas como la de Twenge et al. (2017) en donde afirman que *“las redes sociales podrían influir negativamente en la autoestima ya que especialmente la adolescencia, es una etapa fundamental en el desarrollo de la autoestima”*. Estas afirmaciones permiten entender que, aunque las redes sociales pueden llegar a ofrecer espacios valiosos para el desarrollo personal y social de los jóvenes, también pueden llegar a convertirse en un entorno donde los adolescentes pueden ser expuestos tanto a la comparación constante como a las críticas, afectando de alguna manera su bienestar emocional.

La etapa de la adolescencia se caracteriza principalmente por el desarrollo personal y la búsqueda de identidad de los jóvenes, durante este periodo se fortalece el autoconcepto y la percepción de sí mismos. Por otra parte, los jóvenes suelen ser más sensibles a influencias externas bien sea positivas o negativas, entre ellas las que surgen a partir de sus relaciones sociales, las cuales actualmente se dan mucho a través de la virtualidad. Según la teoría de la comparación social de Festinger (1954), *“los adolescentes tienen una tendencia a*

compararse con los demás, lo cual influye considerablemente en el desarrollo de su autoestima”.

Por ello, es posible entender que los "me gusta" y los comentarios que los adolescentes reciben por medio de sus redes sociales pueden ser interpretados por ellos, como indicadores de valor o una forma de medir la percepción que tienen los demás sobre ellos, esto es importante tenerlo en cuenta, ya que influye en la manera en que los adolescentes se perciben a sí mismos bien sea positiva o negativamente (Gonzales & Hancock, 2011).

El impacto que generan las redes sociales en la autoestima de los adolescentes ha sido ampliamente investigado en los últimos años. Una investigación realizada por Nesi et al. (2017) encontró que *“las experiencias negativas que los adolescentes obtienen en línea, como las críticas o los comentarios despectivos, afectan la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos”*. De forma parecida, la exposición constante a imágenes o vidas idealizadas puede generar sentimientos de insuficiencia e inseguridad según lo indica Fardouly en su investigación. (Fardouly et al., 2015).

Por otro lado, algunos estudios recalcan que las interacciones positivas, como los mensajes de apoyo, los halagos o las amistades virtuales, pueden contribuir al bienestar emocional de los adolescentes (Tiggemann & Slater, 2014). La finalidad de esta investigación es analizar e identificar cómo el uso de redes sociales se relaciona con la autoestima en adolescentes, especialmente en cómo influyen las interacciones virtuales y la retroalimentación que reciben sobre su percepción personal.

Para poder comprender esta problemática, es importante estudiar el concepto de autoesquemas, los cuales son entendidos como estructuras cognitivas que organizan y dan sentido a toda la información relacionada con la identidad en el desarrollo personal. Los

autoesquemas determinan cómo los adolescentes interpretan la retroalimentación social, especialmente en entornos digitales, donde suele ser común la validación externa mediante los "me gusta", los comentarios o los seguidores que se tienen, esto puede reforzar o debilitar su autoestima (Petersen et al., 2021).

La exposición constante a contenidos y vidas perfectas idealizadas suele desencadenar comparaciones que pueden desarrollar autoesquemas negativos, esto condiciona completamente la manera en que los jóvenes perciben su identidad en función de estándares sociales externos (Tiggemann & Slater, 2020). Por ello, esta investigación busca identificar si existe realmente una correlación directa entre el uso de redes sociales y la autoestima en la adolescencia, en donde no solo se va a considerar la frecuencia o tiempo de uso, sino que también se tendrá en cuenta la calidad de las experiencias a través de las redes sociales.

De este modo, se busca evidenciar cómo el uso de redes sociales impacta diferentes aspectos del funcionamiento psicológico en los adolescentes, como la autopercepción, la autoestima, la regulación emocional, la calidad de sus vínculos interpersonales y todo lo que hace parte de los autoesquemas. A partir de un análisis que tenga en cuenta no solo los beneficios, sino también los riesgos de estas plataformas, este trabajo busca generar una visión más amplia sobre cómo dichas experiencias en las redes sociales influyen en el desarrollo psicosocial de los jóvenes adolescentes.

Finalmente, más que intentar ofrecer soluciones inmediatas, el objetivo principal es brindar una información clara y fundamentada que permita a docentes, familias, adolescentes y a futuros investigadores en el área, reconocer la magnitud de esta problemática y sus implicaciones. De esta forma, también se espera que cada actor social pueda reflexionar críticamente, tomar conciencia del verdadero impacto de las redes sociales en la vida de los adolescentes y, a partir de esto, identificar estrategias, generar conclusiones, desarrollar

propuestas de promoción y prevención orientadas a fomentar entornos digitales seguros, responsables y principalmente saludables en los adolescentes.

Planteamiento del Problema

Actualmente, las redes sociales se han convertido en parte fundamental de la vida cotidiana, sin quererlo son hoy por hoy, un medio indispensable en el ejercicio de las relaciones y actividades diarias, especialmente en los adolescentes. Desde la perspectiva de la teoría de la autodefinición de Mead (1934), se entiende que *“la identidad es construida por medio de la interacción social”*, esto es particularmente evidente en el contexto digital, ya que los adolescentes encuentran oportunidades constantes para ser validados y aceptados y de alguna manera, ganar un reconocimiento por parte de los demás.

En cuanto a la adolescencia, sin lugar a dudas es una etapa fundamental en el desarrollo emocional y social de los jóvenes, la cual se encuentra marcada por la búsqueda constante de identidad y la construcción del autoconcepto. Durante este proceso, los jóvenes son demasiado sensibles ante influencias externas. Tal como lo señala Erikson (1968), *“la adolescencia es una etapa marcada por la búsqueda de la identidad y la necesidad de aceptación”*. Desde esta perspectiva, puede entenderse que los jóvenes sean más vulnerables a los efectos de las interacciones virtuales, ya que estas dinámicas influyen considerablemente en cómo construyen su sentido del yo y su pertenencia social.

El contacto constante con los contenidos *“de vidas perfectas”* que circulan en redes sociales puede influir de manera significativa en la autoestima. Esto ocurre porque las imágenes de éxito y belleza que más se muestran en estas plataformas refuerzan la mala costumbre de compararse con los demás (Fardouly et al., 2015). En ese escenario digital, los adolescentes se ven inmersos en una dinámica de contraste permanente, no solo con sus

pares, sino también con celebridades y los actualmente reconocidos como “*influencers*”, lo que afecta la manera en que se perciben y valoran.

Festinger (1954), creador de la teoría de la comparación social, afirma que las personas suelen compararse con los demás como una manera de evaluar su propia valía. Cuando esas comparaciones se centran en aspectos externos como la apariencia física o el nivel social, la autoestima puede verse afectada de manera negativa (Tiggemann & Slater, 2014). A esto se suma la retroalimentación social expresada en los “me gusta”, los comentarios o la cantidad de seguidores, que actúa como una medida constante de aceptación o rechazo, influyendo directamente en cómo los adolescentes se evalúan a sí mismos (Gonzales & Hancock, 2011).

Aunque en los últimos años ha crecido el número de estudios sobre el papel de las redes sociales en la vida diaria, la conexión concreta entre su uso y la autoestima en la adolescencia aún está en desarrollo. Gran parte de las investigaciones no profundizan lo suficiente en las particularidades psicológicas de esta etapa ni en las características propias del entorno digital contemporáneo.

De este modo, el presente proyecto de investigación, busca identificar la relación existente entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes, teniendo como apoyo las bases de la Psicología Social y Educativa. El objetivo de este estudio es poder dar respuesta a la siguiente pregunta: *¿Cómo influye el uso de las redes sociales en la construcción de la autoestima de los adolescentes?*

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa pública de la ciudad de Valledupar.

Objetivos Específicos

-Identificar las plataformas de redes sociales más utilizadas por los adolescentes y las características que podrían impactar en su autoestima.

-Analizar la frecuencia y la duración del uso de redes sociales por parte de los adolescentes y su relación con los niveles de autoestima, evaluados mediante la Escala de Rosenberg y el cuestionario ARS-6.

-Examinar el impacto de las interacciones positivas y negativas en redes sociales sobre la autoestima de los adolescentes.

-Formular observaciones y recomendaciones dirigidas a la institución educativa, padres de familia y estudiantes, orientadas al uso saludable de las redes sociales en la población adolescente.

Justificación

El presente estudio se centra en el impacto significativo que ejercen las redes sociales sobre la salud mental de los adolescentes. De acuerdo con el informe de We Are Social & Meltwater (2024), una proporción muy alta de adolescentes utiliza plataformas de redes sociales. El uso constante de las redes sociales no solo ha cambiado la manera en que los adolescentes se relacionan y hablan entre sí, también ha influido en cómo forman su identidad, pues ahora buscan validación externa y se comparan más con los demás. Investigaciones recientes muestran que la exposición continua a contenido idealizado en estas plataformas puede estar ligada a una baja en los niveles de autoestima y a un aumento en la insatisfacción con el propio cuerpo (Nesi & Prinstein, 2022).

Este espacio nos invita a reflexionar en cómo las dinámicas digitales pueden llegar a influir en una de las etapas más delicadas e importantes de la vida como lo es la adolescencia, la cual se encuentra marcada por una alta sensibilidad emocional. En este punto de la evolución de la tecnología y las redes sociales, los jóvenes forman gran parte de su autoimagen mediante la apreciación que reciben de su entorno. Es por esta razón, que se hace necesario analizar la relación existente entre estas dos variables, el uso de las redes sociales y la autoestima, ya que este análisis va a permitir diseñar estrategias educativas y psicológicas promoviendo un uso más consciente de estas plataformas y fortaleciendo los factores protectores en esta población.

Marco Referencial

Estudiar si existe una relación entre la autoestima y las redes sociales ha sido un tema de interés investigativo, ya que las redes sociales se han convertido en parte fundamental de la vida diaria. Al tener un uso constante de estas plataformas puede resultar una incidencia significativa en la forma en que los adolescentes se pueden percibir así mismos (Nesi & Prinstein, 2020). Esto quiere decir que las redes sociales no solo transforman la manera en que surgen las interacciones sociales, sino que también influyen en la manera en que los adolescentes construyen la percepción que tienen tanto de ellos mismos, como de los que los rodean.

Más que ser solo simples espacios de comunicación, estas herramientas digitales impactan profundamente en la autoestima y en la estabilidad emocional de los jóvenes (Twenge & Campbell, 2021). Por ello, es importante analizar las teorías y enfoques conceptuales que explican minuciosamente la influencia del uso de redes sociales en la autoestima, sobre todo en esta etapa del desarrollo humano que es tan fundamental (Orben et al., 2020).

Investigaciones Anterior acerca de la Influencia de Redes Sociales en la Autoestima

Impacto Negativo

Existen investigaciones recientes que han podido evidenciar con claridad los efectos adversos que el uso de redes sociales puede tener en la autoestima durante la adolescencia. Las redes sociales y los espacios digitales suelen dar pie a comparaciones constantes entre los usuarios, lo que hace que se desarrolle una preocupación innecesaria por la apariencia física y la necesidad de tener aprobación social por parte de su entorno (Pew Research Center, 2022).

De este mismo modo, Vogel et al. (2014) señalan que “la exposición constante a algunas representaciones idealizadas de felicidad, éxito y belleza en las redes sociales puede desarrollar sentimientos de insuficiencia, lo que, a su vez, puede repercutir de manera directa en la autovaloración de los adolescentes”.

La interacción y uso frecuente de este tipo de contenidos estimula negativamente la construcción de expectativas que no son reales, incrementando una insatisfacción corporal que puede ocasionar en algunos casos episodios de ansiedad social (Fardouly et al., 2021). En concordancia con lo anterior, Tiggemann y Slater (2020) afirman que *“la cantidad de figuras corporales idealizadas en las redes sociales constituye una fuente significativa de malestar emocional, especialmente en una etapa tan difícil como la adolescencia, en la que la construcción de la autoestima y el autoconcepto es bastante vulnerable”*. Finalmente, la respuesta instantánea que se obtiene a través de los “likes” y los comentarios en redes sociales, reafirma la búsqueda de validación externa, esto lo que hace es que alimenta sentimientos de inseguridad junto con una dependencia emocional en los adolescentes (Valkenburg et al., 2022).

Aspectos Positivos

Una gran parte de las investigaciones sobre este tema, se ha enfocado en identificar cuáles son los efectos negativos del uso de las redes sociales, también existen algunas evidencias que presentan beneficios asociados a estas mismas. En el caso de Boyd (2021) sostiene que “estas plataformas brindan espacios de expresión y la posibilidad de tener vínculos significativos con comunidades de apoyo digitales”.

Este tipo de entornos pueden tener gran importancia especialmente para adolescentes que tienen baja autoestima, porque les permiten compartir experiencias personales sin ser

juzgados y además pueden contar con un acompañamiento emocional. En este orden de ideas, se puede inferir que las redes sociales no solo funcionan como canales de comunicación, sino que también se pueden llegar a convertir en una fuente de apoyo emocional, principalmente para quienes atraviesan momento de vulnerabilidad.

Teorías Relevantes

Para poder comprender la forma en que las redes sociales pueden llegar a influir en la autoestima de los adolescentes, es fundamental apoyarse en estudios previos que aborden la construcción de la identidad y también, los procesos de comparación social. La teoría de la comparación social, la cual fue formulada inicialmente por Festinger (1954) y después ampliada estudiada por Nesi y Prinstein (2020), plantea que “las personas buscan evaluarse a sí mismas a través de las comparaciones que hacen con los demás”.

Intervenciones y Estrategias

Algunas investigaciones sostienen que los programas de alfabetización digital desarrollan una estrategia eficaz para minimizar los efectos negativos que se asocian al uso de las redes sociales. A partir de estas iniciativas, los adolescentes pueden construir una visión más crítica frente al contenido que consumen a diario y adquirir herramientas que los eduque para manejar responsablemente las expectativas irreales que suelen ser vistas en los espacios digitales (Levine & Murnen, 2022).

Antecedentes

Investigaciones Anteriores sobre las Redes Sociales y la Autoestima

En la última década, las relaciones entre el uso de las redes sociales y la autoestima en la adolescencia ha sido el centro de atención en el campo investigativo. Este interés ha permitido dar lugar a la realización de estudios que destacan tanto los posibles beneficios como los riesgos asociados. Con base en esto, a continuación, se presentan algunas de las investigaciones más recientes que han estudiado esta problemática desde diferentes perspectivas, con la finalidad de obtener una visión más amplia y equilibrada sobre él tema.

1. Percepción del impacto de Instagram y TikTok en la autoestima de los adolescentes (2025), esta es una investigación que se llevó a cabo por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) esta investigación estudió la forma en que los adolescentes perciben la influencia de redes sociales como lo son por ejemplo Instagram y TikTok en su bienestar psicológico (Cadenaser, 2025). Los hallazgos obtenidos revelaron que “las chicas suelen dar mucho valor de forma negativa al uso de estas plataformas en comparación con los chicos, ya que ellas sienten mayor presión social con respecto a su imagen física y corporal”.

2. Influencia de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal en mujeres de Quito (2024), una investigación desarrollada en la ciudad de Quito examinó la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en mujeres pertenecientes al sector de Quitumbe (Universidad de las Américas [UDLA], 2024). A través de un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, los resultados mostraron que “existe una relación inversa entre la autoestima y el consumo de contenido en redes sociales relacionado con estándares de belleza” (UDLA, 2024, p. X). Dicho de otro modo, a mayor tiempo de exposición a imágenes idealizadas en redes sociales, más bajos eran los niveles de autoestima reportados por las participantes.

3. Impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes en Florencia, Caquetá (2025), en una investigación realizada en el Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonia, en Florencia, Caquetá, se analizó el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes de noveno grado (Universidad Nacional Abierta y a Distancia [UNAD], 2025). Los resultados evidenciaron que *“el 60% de los participantes reportó sentirse insatisfecho con su apariencia o habilidades después de ver publicaciones en redes sociales”* (UNAD, 2025, p. X).

Asimismo, se encontró que *“los adolescentes que dedicaban más de cinco horas diarias a las redes sociales presentaban niveles más bajos de autoestima en comparación con aquellos con un uso moderado”* (UNAD, 2025, p. X). Estos hallazgos sugieren que la sobreexposición a contenido digital puede fortalecer percepciones negativas sobre sí mismos en la población adolescente.

4. Relación entre autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de Ingeniería en Lima (2024), un estudio realizado con estudiantes de Ingeniería Civil en una universidad de Lima (Universidad Privada del Norte [UPN], 2024) analizó la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, a partir de un enfoque correlacional. Los resultados evidenciaron una correlación inversa débil entre ambas variables. En términos generales, *“los participantes con niveles elevados de autoestima mostraron menor dependencia de las redes sociales, mientras que aquellos con una autoestima más baja tendían a utilizarlas de forma excesiva como estrategia de búsqueda de validación externa”* (UPN, 2024, p. X).

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Andreassen et al. (2012), quienes sostienen que las redes sociales pueden convertirse en una vía de escape emocional para individuos con autoimagen deteriorada.

5. Dependencia a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria en Moquegua (2024), es un estudio realizado en la Institución Educativa Simón Bolívar de Moquegua analizó la relación entre la dependencia a las redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria (Universidad José Carlos Mariátegui [UJCM], 2024). A diferencia de otros trabajos que han señalado efectos negativos, esta investigación encontró una relación positiva y significativa entre ambas variables.

Esto indica que *“los adolescentes que dedican más tiempo a las redes sociales pueden llegar a sentir un aumento en su autoestima gracias a la validación social que reciben en estos espacios”* (UJCM, 2024). Este resultado destaca la importancia de diferenciar entre el uso pasivo y el uso activo de las plataformas, ya que la interacción positiva y el reconocimiento de los pares pueden fortalecer la valoración personal y contribuir al bienestar emocional de los jóvenes.

6. Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes universitarios en Piura (2024), en el ámbito universitario, un estudio realizado en una institución privada de Piura investigó la relación entre la adicción a las redes sociales y los niveles de autoestima en estudiantes (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote [ULADECH], 2024). A diferencia de otros trabajos que reportaron vínculos significativos, esta investigación no encontró una relación directa entre ambas variables.

El hallazgo sugiere que aspectos como el apoyo familiar, las redes sociales de confianza o la resiliencia personal pueden tener un peso mayor en la construcción de la autoestima (ULADECH, 2024). Por esa razón, se resalta la importancia de incluir más factores al momento de analizar qué influye en el bienestar psicológico de los jóvenes, y no limitar la explicación únicamente al uso de plataformas digitales.

Impacto en la Imagen Corporal y Autoestima

Vogel et al. (2014) encontraron que *“el uso de Facebook se asocia con una disminución en la autoestima y una mayor preocupación por la imagen corporal entre los adolescentes”*. Este estudio evidenció que la exposición a imágenes idealizadas y a comentarios en redes sociales intensifica los procesos de comparación social y fomenta la insatisfacción con la propia imagen. De manera complementaria, Fardouly et al. (2015) revisaron diversas investigaciones que demuestran cómo el contenido centrado en la apariencia exacerba las inseguridades físicas y, en consecuencia, influye de manera negativa en la autoestima.

En esta misma línea, Perloff (2014) estudió los mecanismos a través de los cuales las redes sociales refuerzan las preocupaciones por la imagen corporal en los adolescentes, destacando la presión que generan los estándares de belleza idealizados presentes en estas plataformas. De acuerdo con el autor, *“la adopción de estos modelos estéticos termina teniendo un efecto negativo en la autoestima”*. De manera similar, Levine y Murnen (2009) encontraron que los medios de comunicación, incluidas las redes sociales, promueven la insatisfacción corporal y los trastornos alimenticios, señalando que *“la exposición constante a imágenes idealizadas contribuye a una disminución en la autoestima, especialmente en adolescentes más vulnerables a las comparaciones sociales”*.

Por otro lado, investigaciones más recientes como la de Fardouly et al. (2017) amplían el análisis al mostrar que la comparación social en redes no solo repercute en la percepción de la imagen corporal, sino también en el bienestar emocional. Estos autores afirman que *“el uso frecuente de plataformas visuales como Instagram y Snapchat se relaciona de forma directa con una mayor preocupación por la apariencia física, lo que*

aumenta el riesgo de sufrir trastornos alimentarios y de experimentar una disminución significativa en la autoestima”.

Contexto de las Redes Sociales en la Vida de los Adolescentes

(Boyd, 2014) Realizó un análisis detallado acerca de la incorporación de las redes sociales en la vida diaria de los adolescentes. Su investigación analiza cómo la interacción digital puede influir en la construcción de su identidad, las relaciones interpersonales y la autoestima, ofreciendo así, un marco conceptual que facilite la comprensión de las dinámicas emocionales y sociales características de los entornos virtuales. En esta misma línea, Keles, McCrae y Grealish (2020) sostienen que “el uso excesivo de las redes sociales se relaciona o asocia con problemas de salud mental, tales como la ansiedad y la depresión, lo que a su vez influyen directamente en la autoestima”.

Por otra parte, los autores también advierten sobre el riesgo de generarse una “dependencia digital”, en la que los adolescentes lleguen a depender desmesuradamente de la validación por medio de las redes sociales afectando su estabilidad emocional. La evidencia reciente respalda estas preocupaciones. En la misma dirección, una revisión sistemática realizada por la Universidad de Alcalá (2024) analizó la relación entre redes sociales y autoestima considerando aspectos como la comparación social, la percepción de sí mismo y la imagen corporal. Sus resultados muestran que el uso excesivo tiende a reducir la autoestima debido a la constante comparación con los demás.

Todas estas evidencias demuestran lo complejo que puede ser la relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes. El hallazgo disponible resalta la importancia de promover el uso consciente y equilibrado de las redes sociales por parte de los

adolescentes, de manera que pueda contribuir en su bienestar emocional y el desarrollo personal saludable de los jóvenes.

Relación entre Redes Sociales y Comparación Social

Varias investigaciones acerca de las redes sociales han demostrado que estas plataformas digitales son puntos claves para generar comparación social, existe un fenómeno psicológico fundamentado en la teoría de Festinger (1954). En el mundo digital este proceso de comparación se intensifica, debido a que los adolescentes están expuestos de manera permanente a todo tipo de publicaciones que demuestran una vida perfecta como logros, experiencias personales inalcanzables e imágenes de otros, lo que impacta directamente en la construcción y desarrollo de su autoestima.

Chou y Edge (2012) afirman que “la percepción que tienen los usuarios acerca de la vida de los demás en las redes sociales tiende a ser bastante distorsionada, ya que las publicaciones que suelen mostrar, son solo fragmentos editados y mejorados de lo que realmente es”. Como consecuencia, los adolescentes no identifican este tipo de situaciones y suelen compararse con los demás, situación que genera sentimientos de frustración afectando negativamente la valoración personal de los adolescentes.

En esta misma línea, Tiggemann y Slater (2013) afirman lo siguiente “las redes sociales son espacios que están dominados por contenidos visuales que refuerzan la comparación principalmente en términos de la apariencia física”. El estudio realizado por estos autores, demostró que la exposición constante a contenidos idealizados en las plataformas digitales como, por ejemplo, Instagram o TikTok genera una mayor preocupación por la imagen corporal y como lucen físicamente los adolescentes reduciendo su autoestima, principalmente en las mujeres adolescentes.

Investigaciones actuales pueden reforzar estos hallazgos. Por ejemplo, en un estudio realizado en Hermosillo, México, se identificó que los adolescentes que dedicaban más tiempo al uso de redes sociales como Instagram y Facebook mostraban mayores niveles de comparación social, relacionados con sentimientos de inferioridad, frustración e inconformidad personal (Universidad de Sonora, 2023).

De esta misma manera, una revisión sistemática publicada en el año 2024 recopiló varios estudios acerca del vínculo o relación entre las redes sociales y la autoestima en los adolescentes. Los resultados obtenidos, evidenciaron que la comparación social actúa como un puente o mediador entre el tiempo de uso de las plataformas digitales y los niveles de autoestima, demostrando así que la exposición constante a contenidos idealizados puede deteriorar la autoimagen, la autoestima y el autoconcepto (Universidad de Alcalá, 2024).

En Colombia, la Universidad de Antioquia en el año (2023) analizó la relación entre las redes sociales y la identidad juvenil. En este estudio se reveló que “la forma en que los jóvenes se relacionan en el entorno digital está directamente relacionada con la forma en que se perciben también a sí mismos. Los jóvenes que utilizaban las redes como un medio de validación social eran más vulnerables a experimentar ansiedad y baja autoestima, mientras que los que solamente las utilizaban para tener interacciones significativas demostraban mejores niveles de satisfacción personal”.

En conclusión, los estudios anteriores coinciden en algo puntual y es que la comparación social en las redes sociales tiene un papel determinante y fundamental en la autoestima de los adolescentes. La exposición a contenidos idealizados suele generar sentimientos de inferioridad, frustración, malestar emocional e insatisfacción personal, e incluso puede desencadenar problemas mayores, lo que resalta la necesidad e importancia de

promover un uso crítico, reflexivo y responsable de estas plataformas durante esta etapa tan importante del desarrollo como lo es la adolescencia.

La Psicología de la Autoestima en la Adolescencia

Erikson afirmó que “la adolescencia significa una etapa clave en la consolidación y desarrollo de la identidad y la autoestima, esta influye de forma directa en el bienestar emocional y social de los individuos” (Erikson, 1968; Orth & Robins, 2022). Durante este periodo, los jóvenes y/o adolescentes atraviesan cambios físicos, emocionales y cognitivos que los convierten en “presas fáciles” ante la influencia del entorno social. Actualmente, las redes sociales cumplen un papel central en este proceso de desarrollo, ya que se han convertido en espacios de validación o no validación constante sobre la imagen, la personalidad y el comportamiento de los adolescentes.

Según Valkenburg et al. (2006), “estas plataformas digitales pueden llegar a tener efectos tanto beneficiosos como perjudiciales para la autoestima”. Cuando los jóvenes adolescentes reciben comentarios positivos o interacciones favorables, su valoración personal tiende a reforzarse notablemente. Pero, si por el contrario solo reciben respuestas o apreciaciones negativas, esto llega a generar inseguridad afectando la autoimagen.

En la misma línea de investigación, Nesi y Prinstein (2023) demostraron que “recibir retroalimentación negativa o no favorable en las redes sociales puede contribuir en la aparición de patrones de pensamiento disfuncionales, lo cual puede incrementar el riesgo de sufrir síntomas relacionados con la ansiedad o la depresión en los adolescentes”. Estos resultados confirman y afirman que la intención de las interacciones digitales impacta de forma directa en la salud mental de los adolescentes.

Por otro lado, el modelo clásico de Rosenberg (1965) significa en esta problemática, un referente clave para poder comprender este fenómeno. El autor afirmó que “la autoestima en la adolescencia está estrechamente influenciada por la búsqueda de aceptación social”. En este sentido, se entiende que las redes sociales potencializan este papel al ofrecer una gran cantidad de reacciones y comentarios sobre lo que los jóvenes publican y proyectan a los demás.

Twenge et al. (2024) identificaron lo siguiente “los adolescentes que dependen excesivamente de las validaciones en línea y ven esto como la verdad absoluta, tienen una tendencia a desarrollar una autoestima más frágil, lo que los hace más vulnerables a experimentar crisis de ansiedad, crisis de identidad y episodios de angustia emocional”. Estos hallazgos dejan en evidencia cómo la sobre dependencia digital puede desestabilizar la construcción de la identidad y la salud mental de los adolescentes.

Sin embargo, es importante destacar que las redes sociales también pueden funcionar como un recurso positivo para la expresión personal. Kuss y Griffiths (2017) señalan lo siguiente “las redes sociales permiten que los adolescentes exploren diferentes aspectos de su identidad por medio de la autoexpresión digital en las redes sociales”. Este proceso puede reforzar la autoestima cuando se facilita la conexión, por ejemplo, con comunidades y redes de apoyo brindando un gran sentido de pertenencia. Sin embargo, no está exento de riesgos, pues puede llevar a crear identidades basadas en ideales irreales o en la necesidad de aprobación externa.

Estudios recientes confirman esta dualidad. Moreno et al. (2023) observaron que “los adolescentes que invierten más tiempo en editar y curar sus perfiles en redes sociales tienden a experimentar niveles más altos de ansiedad social y menor satisfacción con su autoimagen”. En conclusión, la relación entre redes sociales y autoestima resulta compleja y ambivalente:

puede ser un medio para construir identidad y fortalecer la autoestima, pero también un factor de vulnerabilidad cuando la validación externa adquiere un peso excesivo en la percepción personal.

Estudios como los de Nesi y Prinstein (2023) y Twenge et al. (2024) muestran que “el impacto de las redes sociales en la autoestima varía según la calidad de las interacciones, el nivel de dependencia emocional y la presencia de factores protectores como el apoyo familiar y la educación en salud digital”. De ahí que resulte fundamental promover un uso saludable de las redes sociales y fortalecer la autoestima de los adolescentes a través de intervenciones psicológicas y educativas. Esta investigación permitió confirmar que estas plataformas generan un impacto significativo en la autoestima juvenil, al ajustar no solo la percepción del valor propio, sino también las relaciones interpersonales, la construcción y desarrollo de la identidad y el bienestar emocional de los adolescentes.

Algunos factores como la comparación social, la exposición a estándares de belleza irreales y ficticios, la búsqueda de validación mediante “un like” y comentarios de todo tipo, se convierten en elementos decisivos en el desarrollo de la autoimagen adolescente. La exposición frecuente a vidas idealizadas casi que imposibles de alcanzar en plataformas digitales como Instagram y TikTok pueden llegar a generar conflictos internos, sentimientos de insatisfacción, inseguridad y, en algunos casos, síntomas de ansiedad y depresión.

Un punto clave que se pudo identificar es la necesidad inmediata de regular el tiempo de exposición y uso de las redes sociales y fomentar un uso crítico y más medido de estas plataformas. Investigaciones actuales han demostrado que “la sobreexposición puede llegar a generar una dependencia emocional a la validación de los demás, mientras que el uso equilibrado puede favorecer el desarrollo de habilidades sociales, conexiones significativas y aprendizajes en los adolescentes” (Nesi & Prinstein, 2023; Twenge et al., 2024).

Bases Teóricas

Las redes sociales

Se pueden definir como plataformas digitales que permiten a las personas interactuar con los demás sin importar el lugar dónde se encuentre, crear perfiles, compartir fotos personales y establecer también conexiones con otras personas de distintas maneras. Actualmente, las redes sociales funcionan como escenarios públicos donde los jóvenes muestran aspectos seleccionados de su vida cotidiana, reciben retroalimentación inmediata de todo lo que muestran o comparten y también participan en dinámicas de comparación, validación y pertenencia que tiende a influir directamente en su bienestar emocional.

Teoría de la Comparación Social

Esta teoría planteada por Festinger (1954), es una de las principales bases de este estudio, ya que sostiene que “los individuos tienden a evaluarse a sí mismos al comparar sus capacidades, opiniones, gustos y características personales con las de los demás”. En el caso de las redes sociales, por ejemplo, este proceso se intensifica porque los adolescentes están expuestos de manera continua y casi que inevitable a publicaciones que muestran logros, estilos de vida perfectas y atributos físicos tanto de personas de su edad como de “figuras públicas”.

Según lo dicho por este teórico, algunas comparaciones como las que se mencionan anteriormente, pueden llegar a generar sentimientos de inferioridad, frustración y dependencia emocional a las validaciones de los demás especialmente cuando los referentes se tratan de modelos idealizados que no representan precisamente la realidad. En los entornos digitales esta distorsión se puede profundizar porque el contenido que suele compartirse, regularmente es seleccionado y editado, para generar precisamente esas sensaciones,

situación que termina influyendo significativamente en la manera en que los jóvenes perciben y valoran su propia identidad (Fardouly et al., 2015).

Cabe aclarar que la comparación no se limita únicamente al aspecto físico, sino que también incluye logros académicos, popularidad y estilos de vidas perfectas. Estos escenarios, al mostrar imágenes que exaltan experiencias positivas y logros sobresalientes, refuerzan la necesidad de los adolescentes por establecer juicios donde evidentemente ellos se encuentran en desventaja, aumentando la posibilidad de insatisfacción personal, debilitando la autoestima y la salud mental de los adolescentes.

Este tipo de espacios que solo buscan mostrar y presumir vidas aparentemente perfectas, pueden alimentar la ansiedad, la insatisfacción y la inseguridad personal de los adolescentes (Vogel et al., 2014). La exposición frecuente a estándares poco realistas conduce a los adolescentes a interiorizar expectativas inalcanzables, lo que, a largo plazo, interfiere en la consolidación de la autoestima y en la aceptación del propio cuerpo (Perloff, 2014).

Desarrollo de la Identidad en la Adolescencia

La adolescencia es una etapa totalmente decisiva para el desarrollo de la identidad, pues influye directamente en la manera en que los jóvenes se perciben a sí mismos y en la consolidación de su autoestima. Según la teoría del desarrollo psicosocial de Erikson (1968), *“esta fase está marcada por el desafío que tienen los adolescentes en identificar quiénes son experimentando confusión respecto a su rol en la sociedad”*. Este proceso abarca la integración de experiencias personales y la exploración de distintas dimensiones del Yo, en un contexto donde la validación externa y la aceptación del entorno cobran gran relevancia.

Un desarrollo de identidad exitoso permite conformar un sentido sólido de sí mismo y una autoestima estable. Cuando los adolescentes, por ejemplo, tienen dificultades para definir quiénes son, pueden llegar a atravesar por crisis de identidad, experimentar inseguridad y disminuir su autoestima (Schwartz, 2022). Actualmente, las redes sociales ejercen una gran influencia marcada en este proceso, debido a que funcionan como espacios de exploración personal y búsqueda constante de ser validados.

El entorno digital genera una presentación selectiva del yo, en donde los adolescentes suelen compartir versiones idealizadas de su vida (que no son reales) con el propósito de encajar en estándares sociales para poder obtener un reconocimiento. Aunque este proceso puede brindar una sensación momentánea de seguridad y felicidad, también expone a los jóvenes al riesgo de construir identidades falsas a partir de expectativas poco realistas.

Boyd (2014) afirma que “esta tendencia de modificar el comportamiento o la apariencia para captar la aceptación en las redes sociales puede afectar la autenticidad en la construcción y desarrollo de la identidad, creando una brecha entre el yo real y el yo digital”. Estas dinámicas pueden comprometer la autoestima, ya que la presión por querer cumplir expectativas que son prácticamente inalcanzables conduce a frustración, estrés y sentimientos de insuficiencia personal (Gentina, Rowe, & Lentillon-Kaestner, 2023).

Cuando se utilizan de manera consciente y equilibrada, las redes sociales pueden contribuir al fortalecimiento de la identidad y la autoestima, llegando a ofrecer un espacio de autoexpresión y crecimiento personal de los adolescentes (Uhls et al., 2024). En síntesis, la adolescencia es un periodo decisivo e importante en el proceso de construcción de la identidad y, en el escenario digital actual, este proceso se ve bastante afectado por las dinámicas de interacciones en línea. De allí la importancia de promover un uso reflexivo de

estas herramientas, orientado a la autenticidad, el pensamiento crítico y la autoaceptación como pilares fundamentales para un desarrollo identitario saludable.

Profundización en la Autoestima

La autoestima puede entenderse como la valoración general que una persona tiene de sí misma, la cual abarca sentimientos de capacidad, valía personal, aceptación y confianza. En el caso de la adolescencia, este proceso puede volverse mucho más sensible, ya que los jóvenes experimentan cambios físicos, emocionales y sociales que influyen en la manera como se perciben y cómo ellos creen que son percibidos por los demás.

No obstante, la autoestima no solo depende de factores cognitivos, sino también de las experiencias personales de cada persona, el apoyo social que recibe, las relaciones con sus pares y la forma en que los adolescentes interpretan lo que el entorno percibe de ellos. Por ejemplo, en el caso de las redes sociales, cuando los jóvenes reciben mensajes positivos y se sienten aceptados, su autoimagen tiende a fortalecerse, mientras que tener experiencias de rechazo, comparación constante o críticas por parte de los demás pueden debilitarla.

Modelo de Autoestima de Rosenberg

La segunda base de este estudio es la teoría de la autoestima de Rosenberg (1965) la cual define como “una evaluación general de uno mismo, influenciada principalmente por la percepción de éxito y la aceptación de los demás”. Esta autovaloración es especialmente sensible ante las interacciones sociales y en el contexto digital también adquiere mayor relevancia, debido a que las redes sociales se han convertido en espacios donde los adolescentes buscan ser validados y aceptados recibiendo comentarios, mensajes directos, número de seguidores o “likes”.

La presencia continua de estas plataformas en la vida juvenil intensifica la dependencia hacia la opinión de los demás. En consecuencia, el estado de ánimo y la autoestima de los adolescentes tienden a fluctuar según las respuestas que obtienen en sus publicaciones. El problema aparece cuando una baja interacción o la presencia de comentarios negativos se interpretan como un reflejo directo del propio valor personal, lo que genera sentimientos de rechazo y vulnerabilidad emocional.

Varios estudios han explorado y analizado esta relación. Por ejemplo, una revisión sistemática examinó “cómo el uso de las redes sociales puede afectar la salud mental de los adolescentes, teniendo en cuenta factores clave como la depresión, la ansiedad y la autoestima”, esta revisión concluyó que es indispensable fomentar el uso saludable de estas plataformas y educar a los jóvenes acerca de los riesgos psicológicos que pueden correr.

Teoría de la Autodeterminación

Esta teoría fue desarrollada por Deci y Ryan (1985), en donde plantean lo siguiente “las personas cuentan con tres necesidades psicológicas fundamentales: la necesidad de competencia, la necesidad de autonomía y la necesidad de relacionarse con otros”. Estas tres dimensiones constituyen unos pilares esenciales para el bienestar emocional y el fortalecimiento de la autoestima. En el contexto de las redes sociales, esta teoría tiene mucha importancia, debido a que muchos adolescentes buscan satisfacer su necesidad de competencia mediante la apreciación o percepción que reciben por parte de los demás en sus publicaciones, las cuales se expresan a través de “likes”, comentarios recibidos y el número de seguidores en las redes sociales (Deci & Ryan, 2000).

Autonomía y Dependencia Digital

Investigaciones recientes han identificado que “el uso incorrecto de estas plataformas puede llegar a afectar la autonomía personal de los adolescentes, ya que muchos jóvenes tienden a adaptar su comportamiento a las expectativas de los demás en lugar de actuar de acuerdo con sus propios principios e intereses” (Fernández et al., 2024). Este patrón negativo se ha asociado con el incremento de los niveles de ansiedad y con una disminución evidente de la autoestima, ya que genera la sensación de perder control sobre la propia identidad y no reconocerse así mismo (López & Ramírez, 2023).

Relación y Conexiones Sociales

En este contexto, las redes sociales ofrecen muchas oportunidades para satisfacer la necesidad de conexiones sociales, ya que permiten a los adolescentes mantener contacto constante con amigos y familiares. Sin embargo, cuando estas interacciones digitales excluyen el contacto cara a cara, pueden surgir sentimientos de aislamiento y una percepción distorsionada de la realidad (Jiménez et al., 2023). Algunos estudios han confirmado que “la sobreexposición a las interacciones en línea puede llegar a generar una sensación de soledad afectando negativamente la autoestima de los adolescentes, especialmente cuando los jóvenes sienten que los vínculos digitales no son auténticos o son poco satisfactorios” (Ruiz & Herrera, 2024).

Por otro lado, la teoría de la Autodeterminación es una base sólida para comprender la influencia de las redes sociales en la autoestima del adolescente. Estas plataformas de las redes sociales pueden contribuir a satisfacer las necesidades de competencia, autonomía y relación, pero no hay que dejar de lado que también pueden representar riesgos cuando los jóvenes dependen totalmente de la validación externa en lugar de fortalecer su propia

identidad. De ahí que la importancia de promover el uso consciente de las redes es importante para favorecer el bienestar psicológico y el desarrollo de una autoestima saludable en los adolescentes (Rodríguez et al., 2025).

El Rol de la Retroalimentación Social en las Redes Sociales

La retroalimentación social desempeña un papel fundamental en la forma en que las redes sociales impactan la autoestima de los adolescentes. Este concepto hace referencia a la valoración y las respuestas que reciben los adolescentes de su entorno respecto a su apariencia, su comportamiento o sus ideas. En los espacios digitales, esta retroalimentación se manifiesta a través de *me gusta*, comentarios, compartidos y número de seguidores en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok o Snapchat.

La búsqueda de validación a partir de estas interacciones sociales y digitales puede influir directamente en la percepción de valor personal, en el bienestar emocional y obviamente en la salud mental de los jóvenes adolescentes (Harter, 2012; Valkenburg, Beyens, Pouwels, van Driel & Keijsers, 2022). De hecho, Harter (2012) también afirma que “la retroalimentación social, ya sea positiva o negativa, impacta considerablemente en la autoestima de los adolescentes, ya que a menudo tienden a depender de la aprobación de los demás para construir su autoconcepto y su propia identidad”.

Efectos Positivos y Negativos de la Retroalimentación Social

Las redes sociales, actualmente se han convertido en un espacio de expresión personal y de interacción social que, en muchos casos, puede llegar fortalecer la autoestima cuando las experiencias son positivas de lo contrario los resultados son totalmente diferentes.

En este sentido, Valkenburg et al. (2022) identificaron que “los adolescentes que reciben muchos comentarios positivos y apoyo social en sus redes sociales tienden a desarrollar una percepción más saludable de sí mismos como también mayores niveles de bienestar emocional. Además, se ha identificado que la interacción social en las redes sociales puede convertirse en un puente clave para reforzar la identidad de los adolescentes y consolidar redes de apoyo” (Dörfler et al., 2023).

Cuando los jóvenes adolescentes no reciben la cantidad esperada de *me gusta* o comentarios favorables que esperan, pueden experimentar llegar a experimentar ansiedad, frustración e incluso experimentar síntomas que se asocian a la depresión (Fardouly, Pinkus & Rapee, 2022). De igual forma, la exposición constante a la retroalimentación negativa puede llegar a deteriorar la autoestima, como también generar un incremento en los niveles de comparación social principalmente en las redes sociales donde predominan ideales de belleza bastante alejados de la realidad (Marengo, Longobardi, Fabris & Settanni, 2022).

Retroalimentación Social y su Relación con la Autoestima

Un estudio realizado por Tamir y Mitchell (2023) evidenció que “los adolescentes que reciben retroalimentación positiva de sus amigos y compañeros en sus redes sociales experimentan un refuerzo en su autoconfianza y una mayor sensación de conexión social. Por otro lado, aquellos que reciben comentarios negativos o críticas constantes tienden a presentar una disminución en su autoestima y un incremento en la ansiedad social”. Esto refleja cómo la calidad de la retroalimentación recibida en línea puede influir directamente en el bienestar psicológico y la salud mental de los adolescentes.

Asimismo, las investigaciones demuestran que la forma en que los adolescentes interpretan las retroalimentaciones que reciben puede llegar a ser decisiva en su proceso de

desarrollo personal. Cuando los comentarios negativos son percibidos como rechazo o incluso como acoso, los efectos que genera son mucho más preocupantes, ya que aumenta la probabilidad de tener dificultades emocionales a largo plazo (Twenge, 2023).

En este orden de ideas, la retroalimentación social en las redes sociales cumple un papel central en la autoestima de los adolescentes. Ya que puede convertirse en una fuente de apoyo y validación, como también representar un factor de riesgo cuando se transforma en un mecanismo de dependencia emocional. La búsqueda constante de aceptación y reconocimiento ha modificado la manera en que los adolescentes se valoran así mismos. Lo que hace necesario fomentar y promover un uso equilibrado, saludable, responsable y consciente de las redes sociales (Nesi & Prinstein, 2023).

Marco Metodológico

Enfoque de la Investigación

La presente investigación de campo adopta un enfoque cuantitativo, en el cual se emplearán instrumentos de medición diseñados para recopilar datos precisos y objetivos. Esta metodología busca obtener resultados que faciliten un análisis integral de la relación existente entre el uso de las redes sociales y la autoestima en la población adolescente de una I.E Pública de la ciudad de Valledupar. Este enfoque facilita el debido análisis de las dos variables en cuestión, relación entre las redes sociales y la autoestima, como también el tiempo que se emplea al uso de las plataformas digitales ofreciendo una visión más objetiva y medible de la problemática.

Diseño de Investigación

Instrumentos

Para medir las dos variables de este estudio, relacionadas con redes sociales y autoestima, se emplearon también dos instrumentos bastante reconocidos y validados en distintos contextos, incluyendo estudios realizados en Colombia. En este caso se seleccionaron:

1. La Escala de Autoestima de Rosenberg
2. Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

Estos instrumentos han sido validados demostrando ser efectivos para evaluar tanto la autoestima como el uso de las redes sociales en población adolescente. A continuación, se describen las características más relevantes de estos instrumentos de medición.

Escala de Autoestima de Rosenberg (1965)

La Escala de Autoestima de Rosenberg es uno de los instrumentos más utilizados para evaluar los niveles de autoestima en diferentes poblaciones. Está compuesta por 10 enunciados que ofrecen una visión general acerca de la manera en que una persona se percibe y valora a sí misma. Para responder se utiliza un formato tipo Likert, donde los participantes indican su grado de acuerdo con cada afirmación en una escala de 4 puntos que va desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”.

Dimensiones que evalúa: La escala está orientada a evaluar los niveles de autoaceptación y de autoestima global, considerando que ambas dimensiones reflejan la percepción general que una persona tiene de sí misma. La puntuación final se obtiene al sumar las respuestas de todos los ítems, con un rango que va de 10 a 40 puntos.

Calificación: La calificación de la Escala de Autoestima de Rosenberg es directa, se suman todos los puntos obtenidos en cada ítem. Si los resultados arrojan una puntuación alta indica una mayor autoestima, en cambio, si arroja una puntuación baja indica que existe una autoestima más baja.

Viabilidad: La Escala de Autoestima de Rosenberg fue seleccionada en este estudio por su reconocida validez y confiabilidad en el contexto colombiano, especialmente en investigaciones previas con población adolescente (Gómez, 2018). Su diseño sencillo y de fácil comprensión la convierte en una herramienta apropiada para esta población, ya que facilita la recolección de información clara y confiable en un tiempo relativamente corto.

Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)

El Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) fue creado con el propósito de evaluar el grado de dependencia hacia las redes sociales en la población adolescente. Está

compuesto por 6 preguntas que permiten valorar tanto la frecuencia como la intensidad del uso, además de las emociones que surgen a partir de dicha interacción.

Dimensiones que evalúa

El ARS evalúa las siguientes dimensiones:

- ✓ **Tiempo de uso:** El número de horas que se dedica a las redes sociales.
- ✓ **Exposición a contenido idealizado:** El nivel de exposición de los adolescentes a contenidos que presentan situaciones poco realistas.
- ✓ **Impacto emocional:** Identificar cómo el uso de las redes sociales puede influir en el estado de ánimo y el bienestar emocional de los adolescentes.

Calificación

El cuestionario ARS-6 también utiliza una escala tipo Likert de 5 opciones, en la que los participantes indican la frecuencia con la que experimentan los comportamientos descritos en cada ítem, desde “nunca” hasta “siempre”. Al final se obtiene la puntuación total al sumar todas las respuestas obtenidas, lo que permite tener un resultado general que refleja el nivel de dependencia o de uso excesivo de las redes sociales en los adolescentes.

Viabilidad

Este cuestionario es considerado adecuado especialmente para la investigación porque permite analizar de forma directa la relación entre el uso de las redes sociales y los efectos que puede tener en la autoestima de los adolescentes. Además, el cuestionario ARS-6 ha sido validado en estudios previos llevados a cabo en Colombia, lo cual demuestra y garantiza eficacia para la realización de este estudio (Rodríguez & García, 2021). Ambos instrumentos

se seleccionaron por su capacidad para medir con precisión las dos variables de la investigación: la autoestima y el uso de las redes sociales. Su validez y confiabilidad en el contexto colombiano fortalecen su idoneidad en este estudio.

Población y Muestra

Población

La población de estudio, tal como se ha evidenciado a lo largo de este informe, se encuentra conformada por adolescentes entre los 13 y 17 años de edad de una I.E Pública de la ciudad de Valledupar, que utilizan frecuentemente las redes sociales. Teniendo en cuenta que la población se trata de menores de edad, será necesario diligenciar tanto el consentimiento informado con la I.E Pública como el asentimiento de los padres de familia o acudientes de los adolescentes participantes, garantizando así el debido proceso y los principios éticos de la investigación.

Muestra

-Tamaño de la muestra: Para el estudio se contará con 120 (ciento veinte) adolescentes que participarán en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. La cantidad de participantes fue definida de acuerdo con la disponibilidad y el permiso otorgado por la institución educativa, lo que fijó un límite en el número de estudiantes incluidos.

Aunque esta condición redujo las posibilidades de ampliar la muestra, el número seleccionado resulta pertinente para el análisis, ya que ofrece una representación significativa de la población y asegura un nivel adecuado de poder estadístico en los resultados obtenidos.

-Técnica de Muestreo: Se aplicará un cuestionario o encuesta sociodemográfica con el fin de asegurar la inclusión de distintos grupos según edad, género y nivel socioeconómico.

Esta estrategia permitirá conformar una muestra variada que represente de manera adecuada a la población adolescente participante en el estudio.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

1. Principios Éticos

- ✓ ***Consentimiento y Asentimiento Informado:*** Todos los participantes estarán informados a detalle sobre la finalidad del estudio, el uso de los datos será solamente de carácter académico y su derecho a la confidencialidad será respetado. Se les solicitará diligenciar con su firma un formulario de asentimiento antes de participar en el estudio.
- ✓ ***Confidencialidad:*** La identidad de los participantes no será divulgada, debido a que no es necesario y se respetará también su minoría de edad. Los datos serán guardados en bases de datos seguras y solo serán utilizados para la finalidad académica de esta investigación.
- ✓ ***Voluntariedad:*** La participación en el estudio será de carácter completamente voluntario, no serán obligados de ninguna manera a participar y también podrán retirarse en cualquier momento sin ningún tipo de repercusión o consecuencia negativa.
- ✓ ***Minimización de Riesgos:*** Serán tenidas en cuenta todas las medidas necesarias en este tipo de estudios para minimizar cualquier riesgo potencial a los que se vean expuestos los participantes. El estudio se diseñará de tal forma, que no será intrusivo ni colocará en riesgo el bienestar emocional de los adolescentes.

2. Consentimiento Y Asentimiento Informado

El consentimiento informado se llevará a cabo en los participantes en 3 pasos:

-Información previa: A cada participante, así como a sus padres o acudientes legales (en caso de ser menores de edad), se les hará una explicación detallada sobre el estudio. Esta explicación va a incluir los objetivos, las actividades a realizar y el tratamiento confidencial que se dará a los datos obtenidos en el estudio.

-Firma del Asentimiento y Consentimiento informado: Se les pedirá a los participantes y a sus padres o tutores que firmen un formulario de consentimiento informado, que detallará su comprensión de los aspectos del estudio y su acuerdo para participar.

-Derecho a Retirarse: Se les informará que los datos suministrados serán solo para uso académico, también se les notificará sobre su derecho a retirarse del estudio en cualquier momento sin ninguna afectación o repercusión.

3. Revisión por el tutor temático y metodológico

El estudio será sometido a revisión por parte de los tutores docentes asignados, para de esta manera conocer si aplica y garantizar que cumple con los estándares éticos necesarios para obtener la aprobación requerida antes de comenzar la recolección de datos.

Operacionalización de la variable

Técnica Utilizada y Proceso de Análisis

Para evaluar la relación entre autoestima y factores externos en una muestra de 120 adolescentes, se aplicaron los siguientes instrumentos, considerando referencias clave para respaldar su validez:

-Escala de Autoestima de Rosenberg (1965): Este instrumento, constantemente utilizado, evalúa los niveles de autoestima a través de una escala compuesta por 10 ítems que permiten clasificar los resultados en valores altos, medios o bajos.

-Cuestionario ARS-6: Este cuestionario evalúa tanto el tiempo dedicado al uso de redes sociales como las interacciones digitales positivas y negativas que experimentan los adolescentes.

-Encuesta Sociodemográfica: Se utilizó esta herramienta para poder clasificar a los participantes de acuerdo su género y otras dimensiones importantes que se deben tener en cuenta.

Para el análisis, se llevó a cabo lo siguiente:

-Tabulación y organización de los datos: Esta fue la primera fase, los datos fueron organizados a través de su tabulación y sistematización en Excel, lo que permitió estructurar la información de una manera ordenada fácil de interpretar.

-Análisis de Correlación: Los resultados obtenidos en cada uno de los instrumentos fueron analizados con el software RStudio, donde se utilizó la técnica de *correlación de Spearman* para identificar las relaciones existentes entre las dos variables. Esta técnica fue elegida luego de realizar una *prueba de normalidad*, en donde se evidenció que los datos no seguían una distribución normal.

Las variables estudiadas (tiempo en redes sociales, interacciones positivas, interacciones negativas y género) no necesariamente presentan una relación lineal, aunque se puede evidenciar una relación monotónica. Además, se debe tener en cuenta que los resultados obtenidos podían incluir valores atípicos, los cuales con la técnica de la *correlación de Spearman* se pueden manejar con mayor facilidad y eficacia.

Análisis de los Resultados Obtenidos

Inicialmente, se realizó la *prueba de normalidad de Shapiro-Wilk* a través del software *Rstudio*, la cual se utiliza en procesos de análisis estadístico debido a que permite determinar si una muestra sigue una distribución normal, para elegir los métodos de análisis más adecuados. Los resultados obtenidos a partir de la prueba de Shapiro-Wilk fueron los siguientes:

1. Estadístico W = 0.89135

Este resultado refleja el grado en que los datos se ajustan a una distribución normal. Valores cercanos a 1 indican una alta concordancia con la normalidad; sin embargo, un valor de 0.89135 sugiere que los datos se desvían moderadamente de una distribución normal.

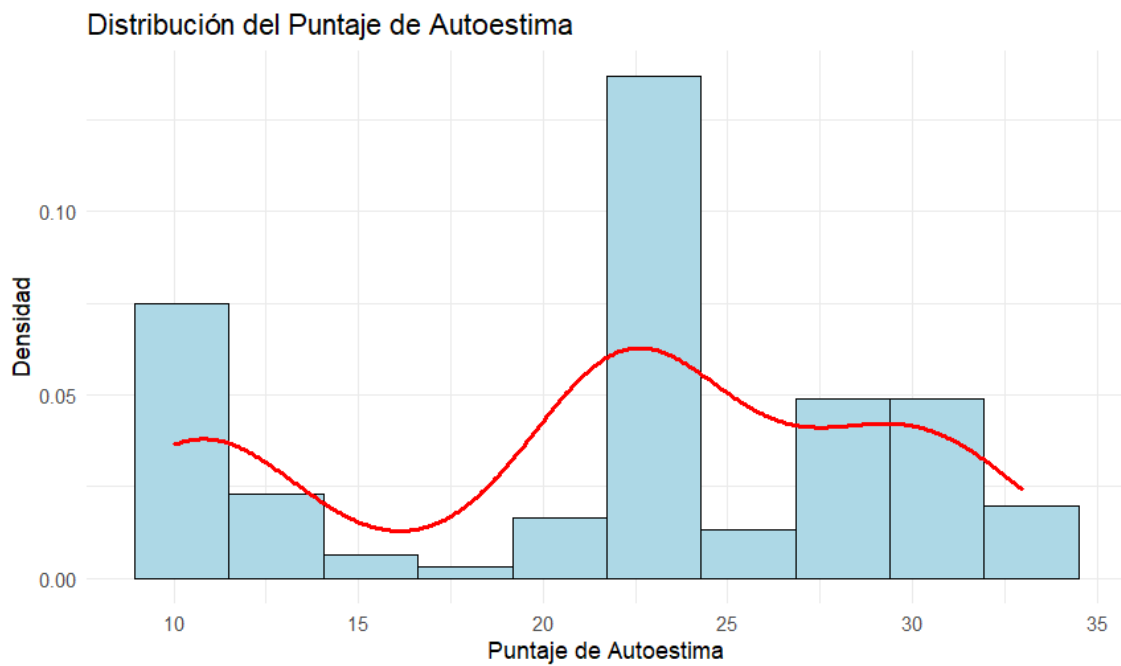
2. Valor p = 7.264e-08 (0.00000007264)

Dado que el valor P obtenido es considerablemente inferior a 0.05, se concluye que no se cumple el supuesto de normalidad, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula correspondiente.

Conclusión: El puntaje en la Escala de Autoestima de Rosenberg no sigue una distribución normal en esta muestra de adolescentes.

Ilustración 1.

Gráfico Histograma de Normalidad



Fuente. *Software Rstudio.*

Para evaluar si los datos siguen una distribución normal, se aplicó la *prueba de Kolmogórov-Smirnov (KS)*, la cual compara la distribución empírica de los datos (puntajes en la Escala de Autoestima de Rosenberg) con una distribución teórica normal.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Estadístico D = 0.20106

Representa la mayor diferencia entre la distribución observada y la distribución normal teórica. Un valor elevado indica una mayor desviación de la normalidad.

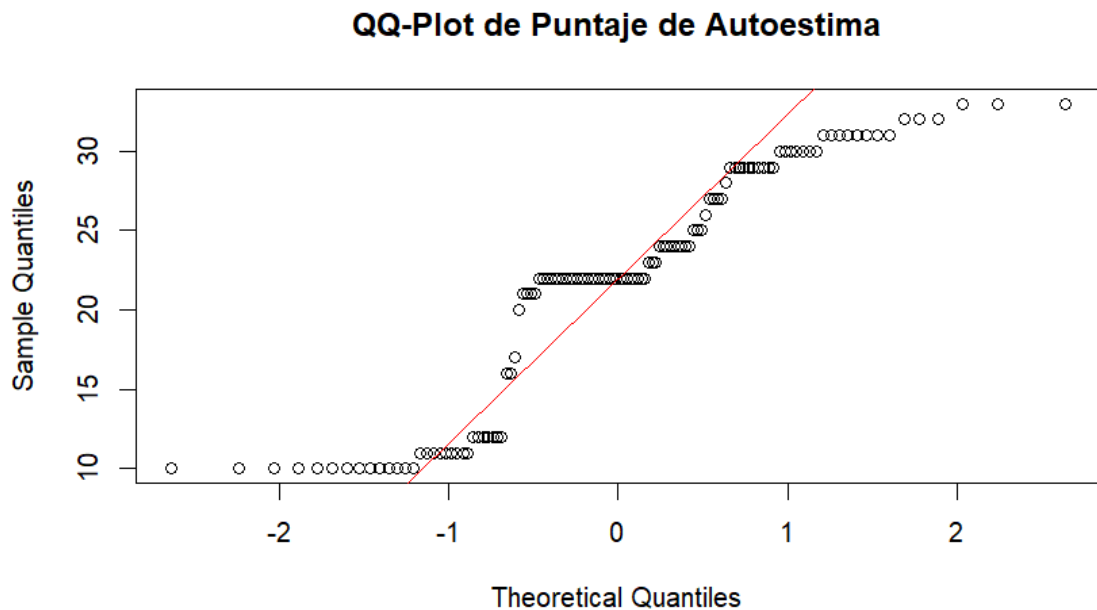
Valor p = 0.0001224

Dado que este valor es menor a 0.05, por tal razón se *rechaza la hipótesis nula*, lo que indica que los datos *no siguen una distribución normal*. Este resultado es consistente con la *prueba de Shapiro-Wilk*, reforzando la conclusión de que la distribución de los datos no es

normal y que, por lo tanto, se deben emplear métodos estadísticos no paramétricos para su análisis.

Ilustración 2.

Gráfico Diagrama de Dispersión de Normalidad.



Fuente. *Software Rstudio.*

Análisis de Correlaciones de Spearman

Con el fin de analizar la relación entre la autoestima y las variables vinculadas al uso de redes sociales, se empleó la correlación de Spearman, la cual permite determinar la existencia de una relación entre dos variables. A continuación, se describen los resultados obtenidos:

1. **Correlación entre la variable de Autoestima y Tiempo en Redes Sociales**

- **rho = 0.0689** → Correlación positiva muy débil.
- **Valor p = 0.4546** → Mayor que **0.05**, lo que indica que la relación no es estadísticamente significativa.

- **Conclusión:** Los resultados obtenidos no permiten establecer una relación significativa entre el tiempo dedicado a redes sociales y el nivel de autoestima, por lo que no se puede afirmar una influencia directa entre ambas variables.
2. **Correlación existente entre la variable de Autoestima e Interacciones Positivas en Redes Sociales**
- **rho = 0.1111** → Correlación positiva débil.
 - **Valor p = 0.2269** → Mayor que 0.05, lo que indica que la relación no es significativa estadísticamente.
 - **Conclusión:** La evidencia muestra que no fue suficiente para confirmar que las interacciones en las redes sociales impactan positivamente en la autoestima de los adolescentes.
3. **Correlación entre Autoestima e Interacciones Negativas en Redes Sociales**
- **rho = -0.1833** → Existe correlación negativa débil.
 - **Valor p = 0.04509** → Menor que 0.05, esto demuestra que es una relación bastante significativa.
 - **Conclusión:** Se identificó una relación débil pero estadísticamente significativa entre las interacciones negativas en redes sociales y la autoestima. Esto indica que, a medida que aumentan las experiencias negativas en estos entornos digitales, los niveles de autoestima tienden a disminuir.

Análisis de Regresión Lineal Múltiple

Con el único fin de examinar minuciosamente la influencia del tiempo de uso de redes sociales, las interacciones positivas, las interacciones negativas y el género sobre la autoestima, se aplicó una técnica de regresión lineal múltiple.

1. Evaluación Global del Modelo

- **$R^2 = 0.06277$** → El modelo explica solo el 6.28% de la variabilidad en la autoestima.
- **R^2 ajustado = 0.03018** → Al ajustar por el número de predictores, la capacidad explicativa disminuye aún más.
- **F-Statistic = 1.926, Valor p = 0.1108** → La regresión no es significativa en su conjunto ($p > 0.05$).
- **Conclusión:** No puede predecir de manera exacta la autoestima, lo que quiere decir que pueden existir otras variables de mayor relevancia que no se tuvieron en cuenta en este estudio.

2. Evaluación de Cada Variable Predictora

Tiempo en Redes Sociales

- **Coefficiente = 0.7671**
- **Valor p = 0.3346** → No significativo ($p > 0.05$).
- **Conclusión:** No existe evidencia que compruebe que el tiempo en redes sociales tiene influencia en la autoestima.

Interacciones Positivas en Redes Sociales

- **Coefficiente = 0.1846**
- **Valor p = 0.4583** → No significativo.
- **Conclusión:** No se identifica influencia específica de las interacciones positivas en la autoestima.

Interacciones Negativas en Redes Sociales

- **Coefficiente = -0.4502**
- **Valor p = 0.0626** → Se acerca considerablemente al umbral de significancia ($p \approx 0.06$).
- **Conclusión:** Se identificó tendencia mínima, mostrando que permite interpretar que mientras más negativas sean las interacciones más se podría reducir la autoestima.

Género (Mujer)

- **Coefficiente = -2.1766**
- **Valor p = 0.1101** → No es significativo.
- **Conclusión:** No se evidenció una diferencia relevante en términos estadísticos, en la autoestima de hombres y mujeres.

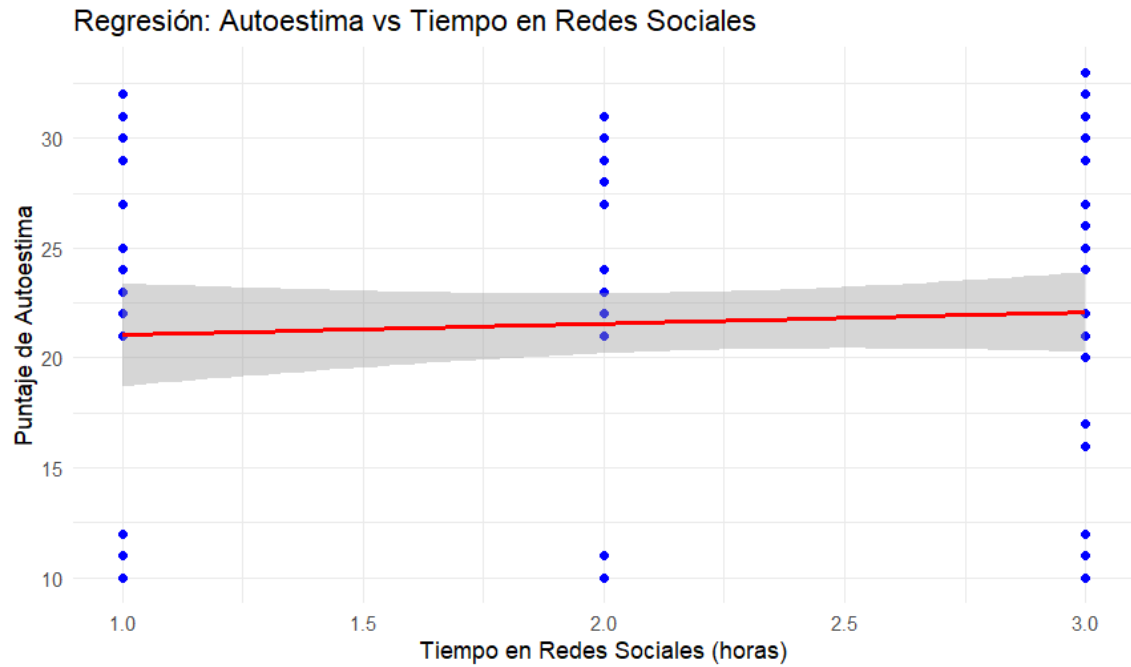
Conclusiones Generales

- ✓ Las interacciones que son negativas o poco favorables en redes sociales tienen una leve tendencia a influir de forma negativa en la autoestima, aunque la evidencia no es concluyente.
- ✓ El tiempo en redes sociales, las interacciones positivas y el género no parecen influir de manera significativa en la autoestima.
- ✓ El modelo de regresión lineal múltiple tiene una baja capacidad explicativa (R^2 bajo y no significativo), lo que sugiere que otros factores (como variables familiares, académicas o emocionales) podrían desempeñar un papel más relevante en la autoestima y pueden desarrollarse en investigaciones futuras.

Gráficos

Ilustración 3.

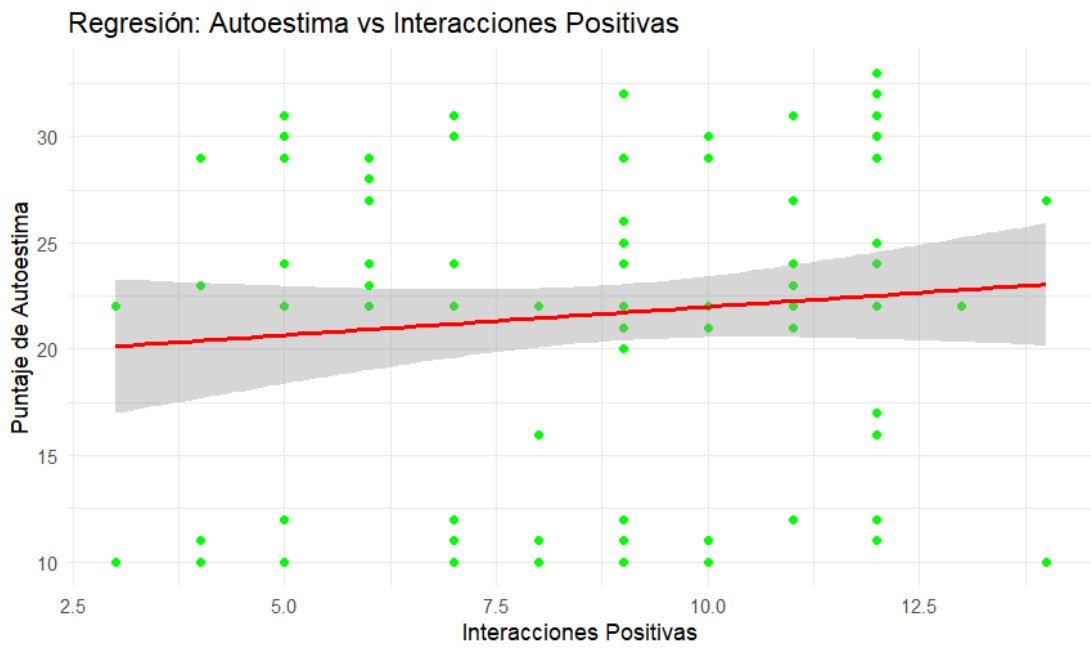
Regresión: Autoestima Vs Redes Sociales.



Fuente. *Software Rstudio.*

Ilustración 4.

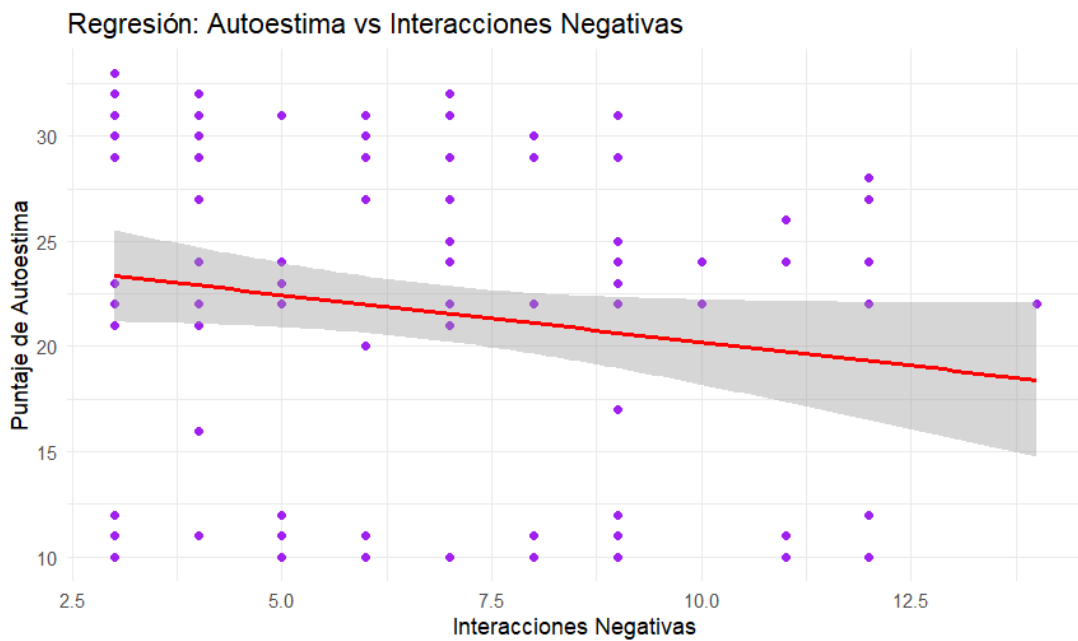
Regresión: Autoestima Vs Interacciones positivas.



Fuente. *Software Rstudio.*

Ilustración 5.

Regresión: Autoestima Vs Interacciones Negativas.



Fuente. *Software Rstudio.*

Explicación

- **Puntos azules/verdes/morados:** Representan cada adolescente y/o participante en la muestra.
- **Línea roja:** Ajuste de regresión lineal.
- **Sombreado gris:** Intervalo de confianza de la regresión.
- Si la línea tiene una pendiente muy baja o el intervalo es muy ancho, la relación entre variables es débil.

Discusión de resultados obtenidos

El objetivo general de este estudio fue determinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes de una institución educativa pública de la ciudad de Valledupar. Para llevarlo a cabo, se analizaron factores como el tiempo de uso, las interacciones positivas, las interacciones negativas y el género, con el fin de identificar si estas dimensiones se relacionaban con los niveles de autoestima evaluados a través de la Escala de Rosenberg.

En cuanto al *primer objetivo específico*, orientado a identificar las plataformas más utilizadas y las características que podrían impactar en la autoestima, es importante aclarar que, aunque la literatura revisada señala que Instagram y TikTok suelen ser las más frecuentes en población adolescente, en este estudio *los resultados obtenidos no incluyeron un análisis estructurado sobre las plataformas específicas utilizadas*. Debido a esto, no fue posible establecer una relación directa entre una plataforma particular y los niveles de autoestima de los adolescentes evaluados. Esta ausencia de datos representa una limitación del estudio y sugiere la necesidad de incorporar, en futuras investigaciones, un análisis detallado de las redes más utilizadas y del tipo de contenido que consumen los jóvenes. (Fardouly et al., 2015; Vogel et al., 2014).

Respecto al *segundo objetivo específico*, dirigido a analizar la frecuencia y tiempo de uso de redes sociales y su relación con la autoestima, los resultados mostraron que el tiempo de uso no presentó una correlación significativa con los niveles de autoestima ($\rho = 0.0689$; $p = 0.4546$). Este hallazgo coincide con investigaciones recientes que indican que *no es únicamente el tiempo, sino la calidad de las experiencias digitales* lo que realmente influye en el bienestar emocional de los adolescentes (Nesi & Prinstein, 2020). Esto sugiere que

pasar muchas horas en redes no necesariamente implica una alteración directa de la autoestima, salvo que esas horas estén acompañadas de experiencias desfavorables.

Por otra parte, el *tercer objetivo específico*, que buscaba examinar el impacto de las interacciones positivas y negativas en la autoestima, sí mostró resultados importantes. La correlación encontrada entre las interacciones negativas y la autoestima fue débil pero significativa ($\rho = -0.1833$; $p = 0.045$), indicando que *las experiencias desfavorables, como críticas o comentarios negativos, se asocian con una disminución en la valoración personal*. Este resultado es coherente con lo planteado por autores como Valkenburg y Peter (2011), quienes afirman que la retroalimentación digital influye en la forma en que los adolescentes se evalúan a sí mismos, y con el planteamiento de Festinger (1954), quien argumenta que la comparación social puede generar sentimientos de inferioridad cuando los referentes son percibidos como superiores o cuando las interacciones generan rechazo.

En contraste, las interacciones positivas no presentaron una relación estadísticamente significativa con la autoestima ($\rho = 0.1111$; $p = 0.2269$). Este hallazgo concuerda con investigaciones que señalan que, aunque los comentarios positivos pueden generar bienestar momentáneo, *no siempre logran contrarrestar el impacto emocional de las experiencias negativas*, las cuales suelen tener un peso mayor en la autopercepción de los adolescentes (Nesi et al., 2017).

Finalmente, el análisis global mediante la regresión lineal múltiple demostró que ninguno de los factores analizados (tiempo de uso, interacciones positivas, interacciones negativas y género) explicó de forma significativa la variabilidad de la autoestima ($R^2 = 0.06277$; $p = 0.1108$). Esto refuerza la idea de que la autoestima es un constructo complejo influenciado por múltiples factores, entre ellos el contexto familiar, la personalidad, la

historia de desarrollo y la calidad de las relaciones presenciales, dimensiones que no fueron objeto de análisis en este estudio.

En conclusión, los resultados evidencian que *no es la cantidad de tiempo ni la simple presencia en redes lo que afecta la autoestima*, sino las experiencias negativas que los adolescentes pueden recibir a través de estas plataformas. Frente a este panorama, se recalca la importancia de promover una educación digital que permita a los jóvenes comprender, manejar y enfrentar de manera crítica y saludable las interacciones online.

Conclusiones

A partir de los resultados de esta investigación, fue posible comprender mejor cómo se relaciona el uso de las redes sociales con la autoestima de los adolescentes de la institución educativa estudiada. En primer lugar, aunque el estudio no contó con información detallada sobre cuáles plataformas son las más utilizadas, sí fue posible analizar cómo los adolescentes interactúan dentro de estos espacios digitales y cómo esas experiencias influyen en su bienestar emocional.

Se encontró que *el tiempo de uso de redes sociales no tiene una relación clara ni significativa con la autoestima*. Esto quiere decir que pasar muchas horas conectado no implica necesariamente que un adolescente tenga la autoestima más alta o más baja. Más bien, lo que realmente marca la diferencia es el tipo de experiencias que viven en estos espacios.

En este sentido, *las interacciones negativas sí mostraron una relación significativa con una disminución de la autoestima*. Comentarios críticos, burlas o experiencias desagradables en línea pueden afectar la forma en que los adolescentes se sienten consigo mismos. Por el contrario, las interacciones positivas, aunque pueden ser agradables y generar bienestar momentáneo, *no mostraron un impacto directo o suficiente para fortalecer la autoestima*. Además, el modelo estadístico utilizado confirmó que la autoestima no depende únicamente del uso de redes sociales, lo que sugiere que existen otros factores importantes, como el apoyo familiar, las relaciones presenciales, la personalidad y el contexto emocional de cada adolescente.

En conclusión, esta investigación muestra que *no es el tiempo en redes sociales lo que más influye en la autoestima, sino la calidad de las experiencias que viven allí*, especialmente

cuando se trata de interacciones negativas. Por ello, se hace necesario promover un uso más consciente y cuidadoso de estas plataformas, de manera que los adolescentes puedan proteger su bienestar emocional y fortalecer su autoestima en un entorno digital que cada día forma más parte de su vida.

Recomendaciones Generales

1. Para futuros estudios relacionados con la temática

- ✓ Ampliar el tamaño de la muestra para obtener resultados más representativos.
- ✓ Realizar análisis que permitan evaluar los efectos a largo plazo del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.
- ✓ Desarrollar estudios cualitativos que profundicen en las experiencias de los jóvenes en entornos digitales, con el fin de comprender cómo perciben e interpretan la validación social en dichas plataformas.

2. Para la Universidad Popular del Cesar

- ✓ Fortalecer la formación investigativa mediante espacios de capacitación en metodología, análisis de datos, técnicas estadísticas y manejo de software especializado.
- ✓ Mejorar el acceso a bases de datos científicas actualizadas, ampliando las suscripciones a revistas académicas, repositorios y documentos especializados.
- ✓ Impulsar proyectos interdisciplinarios que integren diversas áreas del conocimiento, especialmente en torno al impacto de la tecnología en la salud mental y el bienestar de los adolescentes.

3. Para los docentes, tutores y/o monitores

- ✓ Promover el uso de metodologías estadísticas adecuadas, orientando a los estudiantes en la selección de la técnica más pertinente según los datos y el objetivo del estudio.
- ✓ Brindar acompañamiento activo en la recolección de datos, facilitando la planificación de estrategias para acceder a las muestras y aplicar los instrumentos.

- ✓ Reforzar la ética investigativa, haciendo énfasis en la confidencialidad, el consentimiento informado y la transparencia en el análisis de los datos.

4. Para futuros colegas investigadores

- ✓ Fomentar el análisis crítico de los resultados, relacionando los hallazgos con la literatura y reconociendo las limitaciones del estudio.
- ✓ Promover la comunicación efectiva de los hallazgos, fortaleciendo las habilidades de presentación en informes, ponencias y publicaciones académicas.
- ✓ Incentivar la reflexión sobre el impacto social de la investigación, considerando cómo los estudios pueden contribuir al bienestar de las poblaciones y al desarrollo de conocimiento útil para la sociedad.

Referencias bibliográficas

- 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>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Cadenaser. (2025, marzo 31). Les adolescents són conscients que Instagram i TikTok els passa factura. <https://cadenaser.com/cataluna/2025/03/31/les-adolescents-son-conscients-que-instagram-i-tiktok-els-passa-factura-sercat/>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Halliwell, E., & McClean, S. (2015). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Diabetes Reports, 16*(7), 631. <https://doi.org/10.1007/s11892-015-0631-7>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2023). Social media, self-esteem, and the adolescent experience: A modern review. *Computers in Human Behavior, 140*, 107653.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107653>

- Frison, E., & Eggermont, S. (2015). The impact of daily stress on adolescents' depressed mood: The role of social support seeking through Facebook. *Computers in Human Behavior, 53*, 61–68. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.042>
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. (2011). Mirror, mirror on Facebook: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(1–2), 79–83. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>
- Harter, S. (2012). The development of self-representations. In R. M. Lerner & W. Damon (Eds.), *Handbook of child psychology and developmental science* (7th ed., Vol. 3, pp. 367–414). John Wiley & Sons.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety, and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth, 25*(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- 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>
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2009). Not just a pretty face: The role of the media in body dissatisfaction and disordered eating. *Eating Disorders, 17*(2), 1–20. <https://doi.org/10.1080/10640260802589684>
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2022). The impact of social media on adolescent self-esteem. *Journal of Adolescent Research, 37*(4), 587–604. <https://doi.org/10.1177/07435584211019001>


- Meier, A., & Gray, P. (2014). Facebook use and its impact on young adults' well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *17*(11), 672–678.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0359>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2020). Social media and adolescent mental health: A review. *Current Psychiatry Reports*, *22*(11), 1–9. <https://doi.org/10.1007/s11920-020-01166-z>
- Nesi, J., Uy, D., & Robins, R. W. (2017). The role of social media in adolescent development: A review of research and future directions. *Developmental Review*, *44*, 65–80. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2016.12.001>
- Orben, A., Dienlin, T., Przybylski, A. K., & Blakemore, S. J. (2023). The role of social media in adolescent mental health: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, *52*(4), 812–829. <https://doi.org/10.1007/s10964-023-01745-7>
- Orben, A., Tomova, L., & Blakemore, S. J. (2020). The effects of social deprivation on adolescent development and mental health. *The Lancet Child & Adolescent Health*, *4*(8), 634–640. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(20\)30186-3](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(20)30186-3)
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, *71*(11–12), 363–377.
<https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Rosen, L. D., Whaling, K., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2020). The influence of social networking sites on adolescents' social and academic development: Current theories and controversies. *Journal of Adolescent Research*, *35*(4), 387–402.
<https://doi.org/10.1177/0743558420917526>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, *55*(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Smith, A., Smith, N., & Johnson, P. (2018). ARS-6 questionnaire: Assessing social media use and its psychological effects on adolescents. *Journal of Social Media Research*, *12*(3), 45–58.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, *46*(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Twenge, J. M. (2024). iGen: The impact of social media on adolescent development and mental health. *American Psychological Association*, *18*(2), 256–278. <https://doi.org/10.1037/amp0001129>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2021). Media use and self-esteem in adolescents. *Journal of Personality and Social Psychology*, *120*(3), 491–508. <https://doi.org/10.1037/pspp0000351>
- Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, W. K. (2017). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Clinical Psychological Science*, *6*(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. (2024). *Relación entre adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada, Piura*. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/37667>

- Universidad de Alcalá. (2024). *Asociación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes*. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/61654>
- Universidad de Antioquia. (2023). Ser adolescente y las relaciones mediadas por las redes sociales en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 83, 1–15.
https://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-75772023000100021&script=sci_arttext
- Universidad de las Américas. (2024). *Influence of social networks on low self-esteem regarding body image in women from the Quitumbe sector of Quito City*.
<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/17120>
- Universidad de Sonora. (2023). *Redes sociales y comparación social en adolescentes de México*.
https://investigadores.unison.mx/files/70384884/Redes_sociales_y_comparacion_social.pdf
- Universidad José Carlos Mariátegui. (2024). *Dependencia a las redes sociales y autoestima en estudiantes de quinto grado de secundaria de la I.E.E. Simón Bolívar de Moquegua*. <https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/3098>
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2025). *Impacto del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes del grado noveno de la institución educativa Instituto Técnico Agroindustrial de la Amazonia en Florencia - Caquetá*.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/67143>
- Universidad Privada del Norte. (2024). *Autoestima y adicción a redes sociales en estudiantes de la carrera de Ingeniería Civil de una universidad de Lima*.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/36600>


- UNESCO. (2024). Social media and gender identity: The risks for adolescent girls in the digital era. *Global Education Report*, 32, 45–62.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Communication Research*, 38(4), 378–397. <https://doi.org/10.1177/0093650210383457>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2022). Adolescents and social media: A decade of research. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 63(2), 130–148. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13429>
- Vogel, E. A., Rosenblum, J. M., & Oaten, M. (2014). Social comparison on social media: The impact of Facebook on body image and self-esteem. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(4), 292–305. <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.4.292>

Anexos

 **Universidad**
Popular del Cesar

Valledupar, 22 de octubre de 2024

Señores:
Institución Educativa José Eugenio Martínez Señor,
Ronny Yesid Villegas Lozano
Rector de la Institución Educativa José Eugenio Martínez
Correo: eejoseeugenio@semvalledupar.gov.co Cordial
saludo.

 Institución Educativa Técnico
"José Eugenio Martínez"
RECIBIDO
Firma: Mania A. Alfar 06
Fecha: 25-10-2024
Hora: 9:36 am

Muy respetuosamente me dirijo a usted, como docente y asesor del programa de Psicología de la Universidad Popular del Cesar, para solicitar su colaboración autorizando la aplicación en su institución del instrumento de medición "**Escala de Autoestima de Rosenberg**" y "**Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)**", para medir la variable **Relación entre redes sociales y autoestima en los adolescentes**, actividad que se hace necesaria para que mi asesorada pueda recolectar los datos referentes a su proyecto de grado y obtener el título profesional como psicóloga.


Título del proyecto de investigación:
Relación entre redes sociales y autoestima en adolescentes de una institución educativa pública de Valledupar. Estudiante:

Nombres y apellidos	Correo institucional	Celular	Cedula
Wendy Vanessa Martínez Robles	wvanessamartinez@unicesar.edu.co	3002867685	1065841798

La egresada debe garantizar por escrito la confidencialidad de la información que recolecten, así como el diligenciamiento del consentimiento informado y comprometerse con la socialización de los resultados del estudio, para beneficio de la Institución.

Agradezco su apoyo y colaboración en el desarrollo del proyecto de grado de mi asesorada y una vez culminado el proceso de aplicación, facilitarnos una certificación del ejercicio realizado. Quedo atento a la respuesta de la presente carta.

Atentamente



Leonardo Fabio Linero Montaña
Director de Trabajo de grado
Docente Programa de Psicología Universidad Popular del Cesar

Acepto SI NO



Consentimiento Informado para Participación en Investigación



Institución Educativa José Eugenio Martínez

Proyecto de Grado - Universidad Popular del Cesar

Estimados padres de familia de estudiantes de grado noveno:

Mi nombre es Wendy Martínez Robles, estudiante egresada del programa de Psicología en la Universidad Popular del Cesar. Como parte de mi proyecto de grado, estoy realizando un estudio sobre el impacto de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Este proyecto académico tiene como objetivo ampliar el conocimiento en esta área y contribuir al bienestar emocional de los jóvenes.

Para llevar a cabo esta investigación, aplicaré dos instrumentos de evaluación a los estudiantes: la **Escala de Autoestima de Rosenberg** y el **Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)**. Estos instrumentos me permitirán obtener información sobre la percepción de autoestima de los estudiantes y su relación con el uso de redes sociales.

La participación en esta investigación es voluntaria y confidencial. La información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos y se mantendrá en estricta confidencialidad. En ningún momento se divulgarán nombres ni detalles personales de los participantes. Los resultados serán utilizados únicamente en el contexto de esta investigación.

Derechos de los Participantes

- La participación de su hijo/a es completamente voluntaria, y puede retirarse del estudio en cualquier momento sin que esto afecte su relación con la institución o con el investigador.
- No existen riesgos físicos ni psicológicos significativos en la participación de este estudio.
- La información obtenida será tratada de forma confidencial y solo se usará con fines académicos.

Consentimiento del Padre, Madre o Tutor Legal Al firmar este documento, usted indica que ha leído y comprendido la información anterior, que está de acuerdo con la participación de su hijo/a en este estudio, y que autoriza al investigador a aplicar los instrumentos mencionados.

Firma del Padre, Madre o Tutor Legal:

Nombre: Jelsson Daniel Galkyo

Fecha: 07, 11, 2024

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con un círculo la alternativa elegida.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1 Siento que soy una persona de valor, al menos tanto como los demás.	A	B	C	D
2 Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	A	B	C	D
3 En general, me inclino a pensar que soy un fracaso.	A	B	C	D
4 Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	A	B	C	D
5 Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso.	A	B	C	D
6 Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.	A	B	C	D
7 En general, estoy satisfecho conmigo mismo.	A	B	C	D
8 Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.	A	B	C	D
9 Hay veces en las que pienso que soy un inútil.	A	B	C	D
10 A veces creo que no soy buena persona.	A	B	C	D

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES
(Edwin Salas-Blas, Anthony Copez-Lonzoy y Cesar Merino-Soto1)

Lee atentamente y marca según tu grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes frases, teniendo en cuenta lo siguiente:

Nº	Ítems	Nunca	Pocas veces	A veces	Casi siempre	Siempre
1	El tiempo que antes destinaba para estar conectado a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.	1	2	3	4	5
2	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
3	Me siento ansioso (a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.	1	2	3	4	5
4	Pienso en lo que pueda estar pasando en las redes sociales.	1	2	3	4	5
5	Me propongo sin éxito controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso en las redes sociales.	1	2	3	4	5
6	Aun cuando desarrollo otras actividades no dejes de pensar en lo que sucede en las redes sociales.	1	2	3	4	5

Encuesta Sociodemográfica Breve

Instrucciones: Marca o completa la respuesta que mejor te describa.

1. Datos Generales

1. Edad: 14 años
2. Sexo:
 - Femenino
 - Masculino
 - Prefiero no decirlo
3. ¿Con quién vives principalmente?
 - Ambos padres
 - Solo con mi madre
 - Solo con mi padre
 - Otros familiares

2. Uso de Redes Sociales

4. ¿Usas redes sociales?
 - Sí
 - No
5. ¿Cuánto tiempo pasas en redes sociales al día?
 - Menos de 1 hora
 - 1-2 horas
 - 3-4 horas
 - Más de 4 horas

3. Bienestar

6. ¿Te consideras una persona con buena autoestima?
 - Sí
 - A veces
 - No
7. ¿Te sientes apoyado(a) por tu familia?
 - Sí
 - A veces
 - No



Asentimiento Informado para Participación en Investigación

Proyecto de Grado: Universidad Popular del Cesar

Investigadora: Wendy Vanessa Martínez Robles

Estimados estudiantes de noveno grado de la Institución Educativa José Eugenio Martínez:

Estoy realizando un estudio como parte de mi proyecto de grado en Psicología en la Universidad Popular del Cesar. Este estudio busca entender cómo el uso de redes sociales está relacionado con la autoestima en adolescentes. Su participación es muy importante y será de gran ayuda para entender mejor esta relación y cómo afecta a los jóvenes.

¿Qué harán en este estudio? Cada uno de ustedes completará dos cuestionarios:

- La **Escala de Autoestima de Rosenberg**, que nos ayudará a conocer cómo se sienten acerca de sí mismos.
- El **Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)**, que evaluará el tiempo y uso que le dan a las redes sociales.

Confidencialidad Toda la información que proporcionen será confidencial. Sus respuestas se mantendrán en privado y solo se usarán con fines de investigación. No se compartirán sus nombres ni ninguna información personal en los resultados del estudio.

Derechos de los Participantes

- La participación en este estudio es voluntaria, y tienen la libertad de retirarse en cualquier momento si lo desean, sin ninguna consecuencia.
- Este estudio no les causará ningún daño físico ni psicológico.

Al aceptar participar, están mostrando su interés en colaborar en este proyecto académico. Cada uno de ustedes firmará su nombre en una lista de asistencia como muestra de su acuerdo para participar.

Gracias por su colaboración y apoyo en este estudio.

Firma del Investigador:

Nombre: Wendy Martínez Robles
Fecha: 07/11/NOVIEMBRE/2024



