

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA –CIEPs-
“MAYRA GUTIÉRREZ”**

**“RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL INSTAGRAM
Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE UN CENTRO
EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA.”**

ANA ISABEL DE LEÓN MONZÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA –CIEPs-
“MAYRA GUTIÉRREZ”**

**“RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL INSTAGRAM
Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE UN CENTRO
EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE
CONSEJO DIRECTIVO
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**

POR

ANA ISABEL DE LEÓN MONZÓN

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE
PSICÓLOGA**

**EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA**

GUATEMALA, OCTUBRE 2022.

**CONSEJO DIRECTIVO
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

M.A. Mynor Estuardo Lemus Urbina

DIRECTOR

Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizábal de de León

SECRETARIA

M.A. Karla Amparo Carrera Vela

M.Sc. José Mariano González Barrios

REPRESENTANTES DE LOS PROFESORES

Viviana Raquel Ujpán Ordoñez

Nery Rafael Ocox Top

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

M.A. Olivia Marlene Alvarado Ruiz

REPRESENTANTE DE EGRESADOS



Cc. Archivo

CIEPS. 054-2022

Reg.005-2022

CODIPs. 1501-2022

ORDEN DE IMPRESIÓN INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

10 de octubre de 2022

Estudiante

Ana Isabel de Leon Monzón

Escuela de Ciencias Psicológicas

Edificio

Estudiante de Leon Monzón:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a usted el **Punto DÉCIMO OCTAVO (18°)** del **Acta CUARENTA Y SIETE - DOS MIL VEINTIDÓS (47-2022)**, de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 07 de octubre de 2022, que copiado literalmente dice:

“DÉCIMO OCTAVO: Se conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: **“RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL INSTAGRAM Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE UN CENTRO EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA”** de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

Ana Isabel de Leon Monzón

Registro Académico 2011-10348

CUI: 2136-96665-0101

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por el **Licenciado William Waldemar Vásquez Ventura** y revisado por la **Licenciada Suhelen Patricia Jiménez Pérez**.

Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los trámites correspondientes de Graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis con fines de Graduación Profesional”.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Licenciada Julia Alicia Ramírez Orizábal de de León
SECRETARIA DE ESCUELA

/Bky



UGE-27-2022



Guatemala, 30 de septiembre de 2022

Señores

Miembros del Consejo Directivo

Escuela de Ciencias Psicológicas

CUM

Señores Miembros:

Deseándoles éxito al frente de sus labores, por este medio me permito informarles que de acuerdo al Punto Tercero (3º.) de Acta 38-2014 de sesión ordinaria, celebrada por el Consejo Directivo de esta Unidad Académica el 9 de septiembre de 2014, la estudiante, **ANA ISABEL DE LEÓN MONZÓN, CARNÉ NO. 2136-96665-0101, REGISTRO ACADÉMICO No. 2011-10348 y Expediente de Graduación No. L-37-2019-C**, ha completado los siguientes Créditos Académicos de Graduación:

- **10 créditos académicos del Área de Desarrollo profesional**
- **10 créditos académicos por trabajo de graduación**
- **15 créditos académicos por Examen Técnico Profesional Privado.**

Por lo antes expuesto, en base al **Artículo 53 del Normativo General de Graduación**, solicito sea extendida la **ORDEN DE IMPRESIÓN** del Informe Final de Investigación **"RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL INSTAGRAM Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE UN CENTRO EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA."**, mismo que fue aprobado por la Coordinación del Centro de investigaciones en Psicología –CIEPs- "Mayra Gutiérrez" el 31 de AGOSTO del año 2022.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. MAYRA LUNA DE ÁLVAREZ
COORDINACIÓN
UNIDAD DE GRADUACIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

Lucia, G.

CC. Archivo

Adjunto: Expediente completo e Informe Final de Investigación



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias Psicológicas



CIEPs. 054-2022
REG. 005-2022

INFORME FINAL

Guatemala, 09 de septiembre de 2022

Señores
Consejo Directivo
Escuela de Ciencias Psicológicas
Centro Universitario Metropolitano

Me dirijo a ustedes para informarles que la licenciada **Suhelen Patricia Jiménez** ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

**“RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL
INSTAGRAM Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE
UN CENTRO EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA”.**

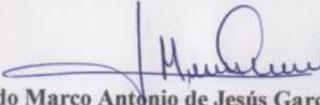
ESTUDIANTE:
Ana Isabel de Leon Monzón

DPI. No.
2136966650101

CARRERA: Licenciatura en Psicología

El cual fue aprobado el 31 de agosto de 2022 por el Coordinador del Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs-. Se recibieron documentos originales completos el 06 de septiembre de 2022, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licenciado Marco Antonio de Jesús García Enriquez
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs.
“Mayra Gutiérrez”



c. archivo

Centro Universitario Metropolitano -CUM- Edificio “A”
9ª. Avenida 9-45, Zona 11, Guatemala, Centroamérica, Teléfono: 2418-7530
www.psicologia.usac.edu.gt / Email: info@psicousac.edu.gt



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias Psicológicas

CIEPs. 054-2022
REG. 005-2022



Guatemala, 09 de septiembre de 2022

Licenciado Marco Antonio de Jesús García Enríquez
Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs
Escuela de Ciencias Psicológicas

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, titulado:

**“RELACIÓN ENTRE NIVELES DE DEPENDENCIA A LA RED SOCIAL
INSTAGRAM Y LOS NIVELES DE AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES DE
UN CENTRO EDUCATIVO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUATEMALA”.**

ESTUDIANTE:
Ana Isabel de Leon Monzón

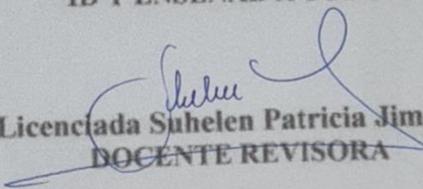
DPI. No.
2136966650101

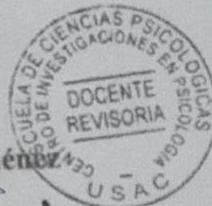
CARRERA: Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el 31 de agosto de 2022, por lo que se solicita continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licenciada Suhelen Patricia Jiménez
DOCENTE REVISORA



c. archivo

Centro Universitario Metropolitano -CUM- Edificio "A"
9ª. Avenida 9-45, Zona 11, Guatemala, Centroamérica, Teléfono: 2418-7530
www.psicologia.usac.edu.gt / Email: info@psicousac.edu.gt

Guatemala, 03 de agosto de 2022.

Licenciado
Marco Antonio de Jesús García Enríquez Coordinador
Centro de Investigaciones en Psicología

(CIEPs) "Mayra Gutiérrez"

Por este medio me permito informarle que he tenido bajo mi cargo la asesor/aía de contenido del informe de investigación titulado "*Relación entre niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala*" realizado por la estudiante Ana Isabel De León Monzón, CUI: 213696650101.

El trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE y solicito se proceda a la revisión y aprobación del correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,



Licenciado Wiliam Valdemar Vásquez Ventura

Psicólogo

Colegiado No. 9424

Asesor de contenido

Guatemala, 05 de septiembre de 2022

Licenciado

Marco Antonio de Jesús García Enríquez Coordinador Coordinación
Centro de Investigaciones en Psicología (CIEPs) "Mayra Gutiérrez"

Deseándole éxito al frente de sus labores, por este medio le informo que la estudiante Ana Isabel De León Monzón, CUI: 2136966650101 realizó en esta institución la aplicación de 2 escalas psicológicas (Escala de autoestima de Rosenberg y Escala de adicción a Instagram) a 204 alumnos como parte del trabajo de Investigación titulado: "Relación entre niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala" en el periodo comprendido del 04 de abril al 19 de mayo del presente año, durante la jornada matutina.

La estudiante en mención cumplió con lo estipulado en su proyecto de investigación, por lo que agradecemos la participación en beneficio de nuestra institución.

Sin otro particular, me suscribo,



Licenciado Pedro Bámaca Orozco



Director de Instituto Nacional De Educacion Básica Villas Del Río

Teléfono: 5620-3090

**PADRINOS DE GRADUACIÓN
POR ANA ISABEL DE LEON MONZÓN**

**WUALTER WULTMAN DE LEÓN CHINCHILLA
LICENCIADO EN TECNOLOGIA Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS
COLEGIADO 24653**

**JORGE LIZARDO DEL VALLE ZACARÍAS
ECONOMISTA
COLEGIADO 28,262**

Dedicatorias

A:

Dios: Por permitirme encontrar mi vocación y a la vez darme la oportunidad de estudiar algo que me apasiona y me llena.

Mis padres: Por alentarme y motivarme a superarme académica y profesionalmente.

Mis catedráticos universitarios: Por la labor que hicieron para formarme, y por su ejemplo de excelencia académica.

A mis amistades y compañeros universitarios: Por su apoyo en el transcurso de la carrera y por el cariño que compartimos hacia la Psicología.

Mi persona: Por el esfuerzo y perseverancia que tomó culminar el proceso académico.

Agradecimientos

A:

- Mi querida y gloriosa Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Con especial cariño a la Escuela de Ciencias Psicológicas.
- Todas aquellas personas participantes que hicieron posible la culminación de la investigación.

Índice

Resumen.....	XVI
Prólogo.....	XVII
Capítulo I	1
1. Planteamiento del problema y marco teórico.....	1
1.01 Planteamiento del problema.....	1
1.02 Objetivos.....	2
1.02.01 Objetivo general.....	2
1.02.02 Objetivos específicos.....	2
1.03 Marco teórico.....	2
1.03.01 Adolescencia.....	2
1.03.01.01 La búsqueda de identidad en la adolescencia.....	6
1.03.01.02 Amistades.....	7
1.03.01.03 Coaliciones en la adolescencia.....	8
1.03.02 Autoestima.....	9
1.03.02.01 Autoestima en la adolescencia.....	10
1.03.02.02 Nivel de autoestima según Rosenberg.....	14
1.03.03 Redes sociales.....	15
1.03.03.01 Generación digital.....	16
1.03.03.02 Identidad: aprendiendo de los medios.....	17
1.03.04 Instagram.....	19
1.03.05 Dependencia a redes sociales.....	20
1.04 Consideraciones éticas.....	22
Capítulo II	23
2. Técnicas e instrumentos.....	23
2.01 Enfoque y modelo de investigación.....	23
2.02 Técnicas.....	23
2.02.01 Técnica de muestreo.....	23
2.02.02 Técnica de recolección de datos.....	23
2.02.02.01 Escalamiento tipo Likert.....	23
2.02.03 Técnica de análisis de datos.....	24
2.03 Instrumentos.....	24
2.03.01 Escala de autoestima de Rosenberg.....	24
2.03.02 The Instagram Addiction Scale (IAS) traducida al español “Escala de adicción a Instagram” de Achmad Sholeh y Ahmad Rusd.....	25
2.04 Operacionalización de objetivos, categorías/variables.....	26
Capítulo III.....	29
3. Presentación, interpretación y análisis de los resultados.....	29
3.01 Características del lugar y de la muestra.....	29
3.01.01 Características del lugar.....	29
3.01.02 Características de la muestra.....	29
3.02 Presentación e interpretación de resultados.....	30

3.03 Análisis general.....	34
Capítulo IV.....	37
4. Conclusiones y recomendaciones	37
4.01 Conclusiones.....	37
4.02 Recomendaciones.....	38
4.03 Referencias.....	39
Anexo 1.....	44
Anexo 2.....	47
Anexo 3.....	50
Anexo 4.....	53

Índice de Tablas

Tabla 1	26
---------------	----

Índice de figuras

Figura 1	31
Figura 2	32
Figura 3	33

“Relación entre niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana en Guatemala”

Resumen

Ana Isabel de León Monzón carné: 201110348

La investigación tuvo como fin determinar la relación entre el grado de dependencia a la red social Instagram y el nivel de autoestima en adolescentes. Como objetivos específicos se encontraban: evaluar los niveles de autoestima en los adolescentes, establecer los niveles de dependencia a la red social Instagram en los adolescentes y correlacionar los resultados de la Escala de adicción a Instagram de Achmad Sholeh y Ahmad Rusd junto a la Escala de Autoestima de Rosenberg.

La metodología de la investigación se realizó a partir de un enfoque cuantitativo, utilizando las siguientes técnicas: muestreo probabilístico con población finita, recolección de datos utilizando las escalas antes mencionadas, y análisis de resultados por medio del coeficiente de correlación de Pearson. Se aplicaron las escalas a la población estudiantil que cursaba secundaria en un centro educativo del área metropolitana de Guatemala.

Se obtuvo información que logró cumplir con el objetivo general y los objetivos específicos planteados en el proyecto, asimismo, que pudo contribuir al conocimiento acerca de la problemática actual sobre el abuso de la red social Instagram en adolescentes, así como su relación con la autoestima.

Prólogo

En esta investigación, se encuentran los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la Escala de adicción a Instagram de Achmad Sholeh y Ahmad Rusd y de la Escala de Autoestima de Rosenberg. En las primeras páginas se encuentra el marco teórico basado en antecedentes sobre la etapa del desarrollo que es la adolescencia y la relevancia que tienen las redes sociales en la actualidad. También se abordan las definiciones de autoestima de Rosenberg y de dependencia a las redes sociales de Sholeh y Rusd.

Posteriormente se encuentra las técnicas e instrumentos que se utilizaron para realizar la investigación, junto a ellos su resultado y análisis pertinentes. Por último pero no menos importante, al final de la investigación se encuentran las conclusiones y recomendaciones que se les hacen a los padres de familia, a la institución educativa y a los estudiantes participantes de la investigación.

Se espera que los lectores logren aprender o aumentar su conocimiento identificando la relación que existe entre los niveles de dependencia a Instagram y los niveles de autoestima en los adolescentes. Además de generar inquietud en el tema para poder crear futuras investigaciones con relación al tema. Como investigadora concluyo que es necesario sensibilizar a la población en general acerca del tema ya que es una problemática psicológica que puede vivir cualquier adolescente de nuestro país.

Agradezco a los directivos de la institución y a los estudiantes que participaron en la investigación por su colaboración y disposición.

Capítulo I

1. Planteamiento del problema y marco teórico

1.01 Planteamiento del problema.

En la era tecnocrática que se vive en la actualidad, la red social Instagram tiene una relevancia psicológica esencial, ya que es un medio sumamente utilizado por los adolescentes para compartir fotografías y subir historias digitales. Investigaciones recientes muestran que el 72% de adolescentes forman parte del casi billón de usuarios que conforman la plataforma.

Hoy en día, la red social Instagram está interviniendo en la manera que los adolescentes se muestran a sus pares y se autoperciben a través de imágenes en la red y el contenido que publican para expresarse y conectarse entre sí. Durante la adolescencia existe la necesidad de mantener la autoestima al mismo nivel o, preferiblemente aumentarla. Hay dos predictores principales de la autoestima: la sensación de que tenemos el control de nuestro entorno y la aprobación que esperamos obtener de ese entorno. Las redes sociales ofrecen a los adolescentes ambas cosas, al brindarles numerosas posibilidades de control y comentarios positivos (por ejemplo, el botón "Me gusta" de Instagram).

Esta información es de suma importancia al indagar sobre el uso, abuso o adicción a esta red social, especialmente por parte de los adolescentes que han demostrado ser ávidos usuarios de las redes sociales. Muestra de ello es que, en una encuesta de abril de 2018, el 43% de los adolescentes encuestados confesó consultar sus redes sociales al menos cada hora o con más frecuencia al día. (Statista, 2021)

Con esta investigación se determinó la relación entre los niveles de autoestima que presentan los adolescentes y el uso de la red social Instagram, por tanto se respondió a las

siguientes interrogantes, ¿Cuáles son los niveles de autoestima en los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala?, ¿Cuál es el uso de la red social Instagram en los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala? y ¿Cómo se relaciona la dependencia a la red social Instagram con los niveles de autoestima de los adolescentes de secundaria de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala?

1.02 Objetivos.

1.02.01 Objetivo general.

Determinar la relación entre el grado de dependencia a la red social Instagram y el nivel de autoestima en adolescentes.

1.02.02 Objetivos específicos.

- Evaluar los niveles de autoestima en los adolescentes.
- Establecer el uso que le dan los adolescentes a la red social Instagram.
- Correlacionar los resultados de la Escala de adicción a Instagram de Achmad Sholeh y Ahmad Rusd; y de la escala de Autoestima de Rosenberg.

1.03 Marco teórico.

1.03.01 Adolescencia.

Casi la mitad de la población del mundo, unas 3000 millones de personas, tiene menos de 25 años. Entre la población total de adolescentes, 1300 millones se encuentran en los países en desarrollo y más de 500 millones son niñas adolescentes (Organización de las Naciones Unidas para la

Educación, la Ciencia y la Cultura [UNICEF], 2020). Según las estadísticas de UNICEF (2020), los adolescentes entre 10 y 19 años conforman el 23.5% de la población total guatemalteca.

La adolescencia es un período de transición entre la infancia y la edad adulta y, por motivos de análisis, puede segmentarse en tres etapas: adolescencia temprana (de 10 a 13 años de edad), mediana (14-16 años), y tardía (17-19 años). Es una época muy importante en la vida debido a que las experiencias, conocimientos y aptitudes que se adquieren en ella tienen implicaciones importantes para las oportunidades del individuo en la edad adulta (UNICEF, 2020).

Durante la adolescencia, la apariencia de los jóvenes cambia. Debido a los eventos hormonales de la adolescencia, sus cuerpos adquieren la apariencia de adultos. También cambia su forma de pensar; son más capaces de reflexionar de manera abstracta e hipotética. Todas las áreas del desarrollo convergen a medida que los adolescentes enfrentan su principal tarea: establecer una identidad, en la que se incluye la sexual, que llegará hasta su adultez (Papalia, Wendkos Olds y Duskin Feldman, 2009).

No hace mucho, la mayoría de los científicos creía que el cerebro alcanzaría la madurez completa durante la adolescencia. Ahora, los estudios de imágenes cerebrales muestran que el cerebro aún se está desarrollando durante la adolescencia. Entre la adolescencia y la edad adulta, la estructura del cerebro involucrada en la emoción, el juicio, la organización del comportamiento y el autocontrol experimenta cambios tremendos. Estos hallazgos pueden ayudar a explicar las tendencias de arrebatos emocionales y comportamientos de riesgo que tienen los adolescentes.

Los adolescentes procesan la información sobre las emociones de manera diferente a los adultos. En una serie de estudios, algunos investigadores escanearon la actividad cerebral de los adolescentes para determinar las emociones en imágenes faciales proyectadas en las pantallas de las computadoras. Los adolescentes tempranos (de 11 a 13 años) utilizan la amígdala, que es una pequeña

estructura en forma de almendra ubicada en lo profundo del lóbulo temporal y que participa fuertemente en reacciones emocionales e instintivas.

Por otro lado, los adolescentes mayores, al igual que los adultos, tienden a utilizar los lóbulos frontales. Dichos lóbulos se ocupan de la planificación, el razonamiento, el juicio, la regulación de las emociones y el control de los impulsos, para que puedan emitir juicios más precisos y razonables. Esto sugiere posibles razones para que algunos adolescentes tomen decisiones imprudentes, como el abuso de drogas o el comportamiento sexual peligroso. El desarrollo cerebral inmaduro puede abrumar los sentimientos racionales e impedir que algunos adolescentes escuchen advertencias proporcionadas por adultos (Yurgelon-Todd, 2002).

El subdesarrollo del sistema de la corteza frontal relacionado con la motivación, la impulsividad y la adicción puede ayudar a explicar la búsqueda de estímulos y la novedad en los adolescentes, y también puede explicar por qué algunos adolescentes tienen dificultades para concentrarse en objetivos a largo plazo (Papalia et al., 2009).

Según sugiere el psicólogo David Elkind (1998), los adolescentes presentan inmadurez de pensamiento que se manifiesta de seis maneras características:

1. Idealismo y tendencia a la crítica: Los adolescentes imaginan un mundo ideal y se dan cuenta de lo lejos que está del mundo real. Son extremadamente conscientes de la hipocresía social. Creen firmemente que saben cómo lidiar con el mundo mejor que los adultos, por lo que a menudo encuentran fallas en sus padres y otras figuras de autoridad.
2. Tendencia a discutir: Los adolescentes buscan constantemente formas de poner a prueba sus habilidades de pensamiento. A menudo se pelean al organizar los hechos y la lógica. Un ejemplo de esto es pelear con el fin de defender su derecho a quedarse despiertos por la noche más tarde de lo que sus padres consideran oportuno.

3. Indecisión: Los adolescentes pueden tener muchas opciones o posibilidades en mente al mismo tiempo, pero carecen de estrategias efectivas para elegir entre ellas. Pueden tener problemas para decidir por sí mismos en asuntos tan simples como si ir al centro comercial con un amigo o usar la computadora para trabajar en una tarea escolar.
4. Aparente hipocresía: Los adolescentes a menudo no reconocen la diferencia entre expresar sus ideales (como ahorrar energía) y hacer los sacrificios necesarios para alcanzarlos (como reducir el uso de dispositivos electrónicos).
5. Autoconciencia: En la etapa de las operaciones formales los adolescentes pueden considerar el pensamiento propio y el de otras personas. Sin embargo, cuando están absortos en su propio estado mental, generalmente asumen que otras personas están pensando en sus propias ideas al mismo tiempo: ellos mismos. Es posible que una adolescente se sienta avergonzada si viste ropa que no está de moda para una fiesta, pensando que todos los demás van a juzgarla. El ejemplo anterior es lo que Elkind denomina “audiencia imaginaria” a esta conciencia de uno mismo. Un “observador” conceptualizado que está tan preocupado con los pensamientos y conductas del joven tanto como él o ella lo está. La fantasía de la audiencia imaginaria es particularmente fuerte en la adolescencia temprana, pero persiste en menor grado en la vida adulta.
6. Suposición de singularidad e invulnerabilidad: Elkind utiliza el término de fábula personal para denotar la creencia de los adolescentes de que son especiales, que su experiencia es única y que no están sujetos a las reglas que gobiernan al resto del mundo. Según Elkind (1998), esta forma especial de egocentrismo subyace a muchos comportamientos riesgosos y autodestructivos. Asimismo, tal como la audiencia

imaginaria, la fábula personal continúa en la adultez. La fábula personal es lo que persuade a muchas personas a asumir riesgos cotidianos.

1.03.01.01 La búsqueda de identidad en la adolescencia.

La búsqueda de la identidad se enfoca durante los años adolescentes. Según Erikson, la identidad es una concepción coherente del yo formada por metas, valores y creencias con los que la persona se compromete de manera firme. El desarrollo cognitivo de los adolescentes ahora les permite construir una “teoría del yo” (Elkind, 1998).

Erikson enfatiza que esforzarse por darle sentido al yo es parte de un proceso saludable que se basa en los logros de etapas anteriores (confianza, autonomía, iniciativa e industria) y que coloca los cimientos para enfrentarse a los retos de la vida adulta. Es raro que la crisis de identidad se resuelva por completo durante la adolescencia; las cuestiones relacionadas con la identidad surgen una y otra vez a lo largo de la adultez (Papalia et al., 2009).

La edad se convierte en un poderoso agente de unión durante la adolescencia. Los adolescentes pasan más tiempo con sus pares y menos con sus familias. Mientras los adolescentes buscan en sus pares modelos a seguir, compañía e intimidad, confían en sus padres como base para la seguridad. Los adolescentes más seguros tienen relaciones sólidas y enriquecedoras con sus padres, quienes, a su vez, permiten y fomentan sus esfuerzos independientes y brindan refugios seguros en momentos de estrés emocional (Papalia et al., 2009).

Una forma de evaluar los cambios en la relación entre los adolescentes y las personas que consideran más importantes en su vida, es observar cómo emplean su tiempo libre. Entre los 10 y los 18 años, el tiempo que los adolescentes pasan con sus familias se reduce considerablemente, del 35% de su tiempo de vigilia al 14% (Larson, 1997). La desvinculación no es un rechazo a la

familia, sino una respuesta a las necesidades del desarrollo. Los adolescentes a menudo se retiran a sus habitaciones. Parece que necesitan tiempo para deshacerse de los requisitos de las relaciones sociales, recuperar la estabilidad emocional y reflexionar sobre cuestiones de identidad (Larson, 1997).

1.03.01.02 Amistades.

Una fuente importante de apoyo emocional durante la compleja transición de la adolescencia es el grupo de pares. Éste es una fuente de afecto, simpatía, comprensión y guía moral; un lugar donde experimentar, y un entorno para lograr la autonomía e independencia de los progenitores. Este es un sitio para formar relaciones íntimas, que se puede utilizar para ensayar relaciones íntimas adultas.

Cuando los niños entran en la pubertad, los grupos de amigos se vuelven importantes. Es a partir de ellos que se genera una coalición, un tipo de alianza más amplio que generalmente no existía antes de la adolescencia. Dicha coalición no se basa en la interacción personal sino en la reputación, la imagen o la identidad (Papalia et al., 2009).

La intensidad, la importancia de las amistades y la cantidad de tiempo que se pasa con las mismas es probablemente mayor durante la adolescencia que en cualquier otro momento del ciclo vital. Las amistades se vuelven más recíprocas, más equitativas y más estables; aquellas que no lo son pueden perder importancia o abandonarse.

El énfasis en la intimidad, la lealtad y el compartir, marca la transición hacia amistades más adultas. Los adolescentes comienzan a depender más de sus amigos que de sus padres para la intimidad, el apoyo y el intercambio de confianza (Papalia et al., 2009).

El aumento de la intimidad en la amistad adolescente refleja un desarrollo cognitivo además de emocional. Ahora los jóvenes pueden expresar mejor sus pensamientos y sentimientos privados. Pueden considerar fácilmente los puntos de vista de otros, lo que a su vez les permite comprender los pensamientos y sentimientos de sus amigos. Esta intimidad creciente refleja la preocupación del adolescente por comprenderse a sí mismo. Confiar en un amigo ayuda a los adolescentes a explorar sus sentimientos, definir su identidad y afirmar su propio valor.

La capacidad de tener intimidad está relacionada con la adaptación psicológica y la competencia social. Los adolescentes con amigos cercanos, estables y que los apoyan generalmente tienen una elevada opinión de sí mismos, se desempeñan bien en la escuela, son sociables y es poco probable que muestren hostilidad, ansiedad o depresión (Papalia et al., 2009).

1.03.01.03 Coaliciones en la adolescencia.

Las etiquetas de las coaliciones son designaciones cognitivas para una característica que tienen en común los miembros de éstas, como el vecindario (de la cuadra o la colonia), origen étnico (latinos o europeos), estatus con los pares (populares o aislados), capacidades, intereses o estilos de vida. Las categorías específicas mediante las cuales los adolescentes describen su terreno social pueden variar de una comunidad a otra.

Las coaliciones ayudan a los adolescentes a establecer su identidad y ser parte de las mismas facilita el establecimiento de relaciones con los pares dentro de ellas y lo hace más difícil con personas ajenas. La afiliación a una coalición se vuelve más flexible a medida que progresa la adolescencia (Papalia et al., 2009).

1.03.02 Autoestima.

De acuerdo con Rice (2000), la autoestima de una persona es la consideración que tiene hacia sí misma. Señala este autor, que la autoestima ha sido denominada como el vestigio del alma y que es el ingrediente que proporciona dignidad a la existencia humana. La autoestima se desarrolla a partir de la interacción humana, mediante la cual las personas se consideran importantes unas para las otras. El yo evoluciona por medio de pequeños logros, reconocimientos y el éxito.

En opinión de Maslow, citado por Santrock (2002), la mayoría de las personas que no han desarrollado un alto nivel de estima, nunca llegan a autorrealizarse. Para Maslow existen dos tipos de necesidades de estima: la propia y aquella que proviene de las otras personas. Ambas necesidades las ubica jerárquicamente por encima de las necesidades fisiológicas, las de seguridad personal y las de amor y pertenencia.

Según Güell y Muñoz (2000), la persona tiene la capacidad de establecer su propia identidad y atribuirse un valor y, a esa valoración se le llama autoestima. Señala que, si se consigue mantener un buen nivel de autoestima, se puede resistir de mejor manera a las críticas, existirá una mayor apertura a los demás, se aprende a pedir ayuda y, en general, la vida será más gratificante.

Santrock (2002) expresa que la autoestima es la evaluación global de la dimensión de Yo o self. Asimismo abarca la autovalía o la autoimagen, y refleja la confianza integral del individuo y la satisfacción de sí mismo.

1.03.02.01 Autoestima en la adolescencia.

Según Papalia et al. (2009), la autoestima es la parte evaluativa del autoconcepto, el juicio que hacen los adolescentes acerca de su valor general. La autoestima se basa en la capacidad cognoscitiva de los adolescentes, cada vez mayor, para describirse y definirse a sí mismos.

El autoconcepto, por otro lado, es la percepción cognitiva consciente y la evaluación que las personas realizan sobre sí mismas. También abarca los pensamientos que los individuos tienen acerca de sí mismos. Según Wayment y Zetlin, el autoconcepto es la identidad autohipotetizada de la persona. Es a lo que Erikson llama identidad del yo o el yo autopercebido. Se puede describir como un conjunto de actitudes que la persona tiene hacia sí misma, y supone la suma total de sus autoconceptos o autoimágenes.

En el caso de los adolescentes, Rice (2000) menciona que recogen datos que les permitan evaluarse. Desde la evidencia se plantean hipótesis sobre sí mismos, examinando sus sentimientos y opiniones mediante sus experiencias y relaciones. Además, establecen comparaciones de su persona con sus propios ideales y los de otras personas.

Rice (2000) también menciona que todas las personas tienen seis aspectos del yo: lo que realmente son, lo que piensan que son, lo que piensan los demás que son, lo que creen que piensan los demás de ellos o ellas, lo que quieren llegar a ser y las expectativas que creen que otras personas tienen sobre ellos o ellas. Los autoconceptos pueden o no tener enfoques cercanos a la realidad, y están constantemente en proceso de cambio.

La autoestima es una actitud formada por la autoevaluación con base en los aspectos positivos y negativos de uno mismo (Rosenberg, 1965). La transición de la etapa de la adolescencia a la edad adulta es una etapa crucial de la vida de cualquier individuo. Durante esta

fase el individuo se enfrenta a muchos problemas y muchas veces es difícil mantener el nivel óptimo de autoestima personal y de autoestima colectivo.

Rosenberg (1965) decía que una característica distintiva del humano, es que es capaz de estar fuera de sí mismo y de describir, juzgar y evaluar la persona que es. Es al mismo tiempo observador y observado, juez y juzgado, evaluador y evaluado. Dado que el yo es probablemente la cosa más importante del mundo para él, la cuestión de cómo es y cómo se siente consigo mismo lo absorbe profundamente. Esto es especialmente cierto durante la etapa de desarrollo de la adolescencia.

En esta etapa de desarrollo, el individuo tiende a preocuparse mucho por la imagen que tiene de sí mismo. ¿Cómo soy?, ¿qué tan bueno soy?, ¿en qué debería o podría convertirme?, ¿sobre qué base me juzgaré a mí mismo?. Muchos adolescentes se preocupan por este tipo de cuestionamientos. Existen varias razones para esta mayor conciencia de la autoimagen durante este período de desarrollo.

Por un lado, la adolescencia tardía es un momento de grandes decisiones. Por ejemplo, el individuo debe pensar seriamente en su elección ocupacional. Se realiza preguntas del tipo: ¿tiene la capacidad intelectual y la perseverancia para convertirse en médico? ¿Tiene el talento lógico y oratorio que requiere una Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales?. El individuo debe pensar urgentemente en sus habilidades y aptitudes si no quiere tomar una decisión equivocada. Cuando un individuo se enfrenta a una decisión seria y urgente, y cuando una de las bases principales para dicha decisión es su visión de cómo es, es probable que la imagen de sí mismo pase al primer plano de atención.

Una segunda razón para una mayor conciencia de la autoimagen es que la adolescencia es un período de cambios inusuales. Abundan los cambios físicos repentinos y rápidos. En los

hombres se puede observar un cambio en la voz, aumento de estatura, crecimiento de vello corporal, etc. Por otro lado en las mujeres se pueden mencionar cambios como: crecimiento de las glándulas mamarias, ensanchamiento de caderas, crecimiento de vello corporal, etc. Otros cambios fisiológicos que marcan el inicio de la adolescencia son la primera menstruación (menarquia) y la primera eyaculación (espermarquia).

Adicionalmente, se están produciendo cambios psicológicos. Nuevos intereses, actitudes y valores pasan a primer plano. Ya sea que se trate ahora de una preocupación por los carros o la ropa, un interés despertado por la política, una nueva preocupación por la experiencia estética o los asuntos mundiales, el efecto es sacudir la imagen del adolescente de cómo es él e intensificar su interés en su imagen (Rosenberg, 1965).

En tercer lugar, la adolescencia tardía es un período inusual de ambigüedad de status. La sociedad no tiene un conjunto de expectativas claras para el adolescente. En ocasiones es tratado como un niño, y en otras como adulto. Por lo tanto, no tiene claros sus deberes y responsabilidades sociales, así como tampoco tiene claros sus derechos y privilegios sociales. Esta ambivalencia es acentuada por el hecho de que tanto los rezagos del pasado, como los presagios del futuro influyen en la auto imagen. Por ejemplo: una adolescente que de niña tenía sobrepeso, pero en la adolescencia adelgazó, puede continuar teniendo una auto percepción de sobrepeso (Rosenberg, 1965).

Un adolescente que pretende convertirse en artista comienza a ensayar su futuro papel ocupacional en el presente. Provisionalmente y torpemente, tal vez, comienza a adoptar el vestido, el habla, actitudes, modales, costumbres, etc., de su concepto de artista. Lo mismo puede decirse probablemente de otras opciones ocupacionales. Se infiere que cuando tales fuentes de ambigüedad existen, es probable que aumente la preocupación por la autoimagen.

Estas observaciones resaltan el hecho de que el adolescente está lleno de potencial pero carece en gran medida de cumplimiento o acción. En comparación con el niño pequeño, cuyo interés está principalmente en el presente, la visión del adolescente se extiende más hacia el futuro. Puede ir en muchas direcciones, convertirse en muchas cosas; pero esta visión del futuro toma como trampolín la imagen de lo que el individuo es, real o potencialmente (Rosenberg, 1965).

La adolescencia es un momento de la vida en el que el individuo está cambiando visiblemente; es un período en el que la conciencia y la preocupación por la autoimagen tiende a ser alta. La autoimagen en este período también está implicada de manera en decisiones vitales importantes.

Pero, ¿qué es la autoimagen?. Según Rosenberg (1965) se puede concebir la imagen de sí mismo como una actitud hacia un objeto. (El término "actitud" se utiliza ampliamente para incluir hechos, opiniones y valores con respecto al yo, así como una orientación favorable o desfavorable hacia el yo). En otras palabras, se toma como punto de partida, la opinión de que las personas tienen actitudes hacia los objetos y que el yo es uno de los objetos hacia los que uno tiene actitudes. Sin embargo, intuitivamente, sentimos que hay algo diferente entre las actitudes que tenemos hacia nosotros mismos y nuestras actitudes hacia otros objetos en el mundo. Una forma de aclarar la naturaleza de la autoimagen, entonces, es preguntarse: ¿de qué manera las auto actitudes son similares a las actitudes hacia otros objetos (ya sean personas, grupos, organizaciones, naciones, ideas, etc.) y de qué manera son diferentes?

La autoestima, como se señaló, es una actitud positiva o negativa hacia un objeto en particular, específicamente, el yo. Pero la autoestima tiene dos connotaciones bastante diferentes. Una connotación de alta autoestima es que la persona piensa que es "muy buena"; una

connotación muy diferente es que piensa que es "suficientemente bueno". Por tanto, es posible que una persona se considere a sí misma superior a la mayoría de los demás, pero que se sienta inadecuado en términos de ciertas normas que se ha fijado. Por el contrario, un adolescente puede considerarse a sí mismo como una persona promedio, pero estar bastante satisfecho con el yo que observa. En un sentido, la autoestima de una persona puede ser alta, mientras que en otro sentido puede ser media o baja (Rosenberg, 1965).

1.03.02.02 Nivel de autoestima según Rosenberg.

Rosenberg (1965) indica que una alta autoestima, se refleja a través de la sensación de que uno es "suficientemente bueno". El individuo simplemente siente que es una persona valiosa; se respeta a sí mismo por lo que es, pero no se asombra de sí mismo ni espera que otros lo admiren. No se considera necesariamente superior a los demás.

Se podría considerar usar el término "autoaceptación" para describir a las personas con alta autoestima, ya que este término implica que el individuo sabe lo que es, es consciente de sus virtudes y defectos y acepta lo que ve sin arrepentimiento. Pero los adolescentes con alta autoestima no solo se aceptan a sí mismos por lo que son, sino que también quieren crecer, mejorar y llenar sus carencias. Respetan el yo que observan, pero notan imperfecciones e insuficiencias, y esperan, generalmente con seguridad, superar estas deficiencias.

Rosenberg (1965), indica que la baja autoestima, por otro lado, implica autorrechazo, insatisfacción consigo mismo, y auto-desprecio. El individuo carece de respeto por el yo que observa. La autoimagen es desagradable, y desearía que fuera de otra manera.

1.03.03 Redes sociales.

Existen muchas definiciones y teorías sobre que es una red social y que no es una red social, pero todavía hay muy poco consenso al respecto. La mayoría de los autores consideran que una red social es un sitio web cuyo propósito es permitir que los usuarios interactúen, se comuniquen, compartan contenidos y creen comunidades. También se considera una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y creadores de contenido. En el año 2007, fue publicado un artículo en el Journal of Computer Mediated Communication que arrojaba interesante información sobre el fenómeno de las redes sociales en Internet. En dicho trabajo se definieron las redes sociales como servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI [ONTSI], 2011).

Las redes sociales en línea, como Instagram, Facebook o Twitter, son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto. Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa la red social, pero también son el modo en el que se construye la identidad on-line y el cauce mediante el que se agrega y comparte la actividad en la red. Las redes sociales en línea permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de amigos, así como descubrir a personas con intereses, objetivos o gustos afines (Orihuela, 2008).

El origen de Facebook, como su propio nombre lo sugiere, estuvo orientado a la búsqueda de un modo efectivo de mantener el contacto entre los miembros de una promoción

universitaria más allá del anuario o del libro con las fotos de la promoción (facebook). Las redes sociales online permiten reconstruir o mantener los lazos que una vez se establecieron en el mundo físico, en el mundo virtual: compañeros de clase, colegas profesionales, participantes de eventos, estudiantes y amigos. Esta red se ha convertido en el tercer lugar entre el mundo privado y el mundo público, donde se pueden reconectar viejas relaciones y continuar construyendo nuevos vínculos (Orihuela, 2008).

1.03.03.01 Generación digital.

Durante las últimas décadas, se han realizado miles de estudios sobre los efectos de los medios en la juventud. Sin embargo, paradójicamente, aún hay mucho que aprender. En parte, las lagunas en nuestro conocimiento se deben a cambios dramáticos en el uso de los medios por parte de los jóvenes. En la década de 1990, los niños y adolescentes pasaban un promedio de cuatro horas al día con los medios; estas estimaciones ahora se han disparado a un promedio de seis (para niños) y nueve horas al día (para adolescentes). De hecho, los niños y adolescentes de hoy pasan más tiempo en las redes que en la escuela (Valkenburg y Piotrowski, 2017).

Junto con el crecimiento significativo en el uso de los medios, las lagunas en nuestro conocimiento son causadas por los cambios radicales y rápidos en el panorama de los medios. Los nuevos medios y tecnologías se están desarrollando y reemplazando entre sí a un ritmo espectacular.

En el libro *“Plugged In: How Media attract and affect youth”*, Valkenburg (2017), menciona que los adolescentes son consumidores masivos de los medios. Son asiduos usuarios de la televisión y música, y los que han adoptado de manera más rápida la tecnología digital (particularmente las redes sociales). Con la creciente asequibilidad de los teléfonos inteligentes,

estamos presenciando un cambio dramático en cómo los jóvenes acceden y utilizan las tecnologías de los medios y contenido.

Aunque las estadísticas varían por país, los datos actuales sugieren que un adolescente pasa alrededor de seis horas al día interactuando con pantallas. De ese total, casi dos horas son utilizadas en chatear con amigos a través de medios como WhatsApp, texteo, o Snapchat, así como más de una hora diaria es empleada en redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram. En otras palabras, el tiempo que los adolescentes invierten en las redes sociales (más de tres horas diarias), ha rebasado la cantidad de tiempo que destinan a medios de entretenimiento (por ejemplo, ver programas de televisión, series, o películas en línea).

1.03.03.02 Identidad: aprendiendo de los medios.

Durante este período de experimentación de la identidad, los adolescentes tienden a tener cambios de humor y su autoestima puede fluctuar. Durante la adolescencia temprana tienden a tener mayores cambios en la autoestima que durante la adolescencia tardía, ya que es probable que basen su autoestima en cómo reaccionan las personas de su entorno a su comportamiento y apariencia.

El egocentrismo que se observa en los niños pequeños y en edad preescolar reaparece en este período, pero se manifiesta de nuevas formas. Por ejemplo, los adolescentes a menudo sienten que todos los observan, como si estuvieran actuando frente a un público atento. David Elkind (1998) se refiere a esta forma de egocentrismo como la "audiencia imaginaria", como se mencionó anteriormente. Los adolescentes a menudo creen que sus experiencias son únicas y que nadie siente, ni ha sentido jamás, como ellos lo hacen. "¡Nadie me entiende!" es una frase que se escucha a menudo a esta edad. Elkind llama a esta forma de egocentrismo la "fábula personal".

Los adolescentes muestran un creciente enfoque en sí mismos, lo cual se traduce a una preocupación excesiva por su apariencia. Ven que sus cuerpos están creciendo, que se vuelven desgarbados y se mueven con torpeza y, como resultado, pueden sentirse incómodos o incluso extraños en sus cuerpos y situaciones sociales.

Las chicas no quieren nada más que estar a la altura del “ideal” femenino, y los chicos quieren desesperadamente ser altos y anchos de hombros. Si los adolescentes creen que no cumplen con estos ideales, se empiezan a sentir inseguros respecto a su apariencia. Dados estos ideales de género, quizás no sea sorprendente que al comienzo de la adolescencia, las diferencias en las preferencias específicas de género regresen con fuerza.

Aunque los medios de entretenimiento brindan a los adolescentes muchos ejemplos de identidades potenciales para practicar, las redes sociales les han proporcionado muchas nuevas oportunidades para experimentar con sus identidades. A medida que los primeros adolescentes trabajan en la construcción de su autoconcepto y autoestima, encuentran irresistibles las redes sociales.

Dos cosas son importantes para los adolescentes que intentan desarrollar un autoconcepto y autoestima estables: la aprobación de su entorno social y la posibilidad de influir en ese entorno. Las redes sociales ofrecen a los adolescentes ambos. Pueden jugar sin cesar con su autopresentación en Internet (como con los selfies). Pueden decidir qué fotografías subirán y cuántas; tienen más tiempo para pensar en lo que comunicarán y lo que no comunicarán; y con mucha práctica, pueden optimizar la retroalimentación que reciben en su perfil.

La fotógrafa holandesa Rineke Dijkstra describe las selfies como una imagen “controlada”, debido a que normalmente son imágenes idealizadas del autor/sujeto sobre cómo le gustaría verse. Es como un cliché. “He notado que las personas, y los jóvenes en particular,

parecen tener dos caras: una cara privada que revela cómo se sienten realmente, y una cara pública, que utilizan para presentarse al mundo exterior y perfeccionarse en YouTube y Facebook. Solo que parece que esta cara pública cobra cada vez más importancia, como si ponérsela se hubiera convertido en un instinto; casi como un desarrollo evolutivo que permite a las personas sobrevivir en la sociedad actual” (Crespo, 2017, párr. 2).

Nunca antes habían tenido tantas oportunidades los jóvenes para llevar a la perfección su propia imagen. Pueden, por ejemplo, editar infinitamente sus perfiles digitales y selfies antes de publicarlos en la Web o enviarlos a sus amigos. En los últimos años, una gran variedad de redes sociales ha visto la luz en rápida sucesión. Incluso un gigante como Facebook debe hacer todo lo posible para asegurarse de no perder a sus usuarios jóvenes ante aplicaciones como Snapchat e Instagram. Estos desarrollos plantean muchas preguntas. ¿El uso de las redes sociales conduce a relaciones superficiales y a la soledad, o aumenta la autoestima y las habilidades sociales?

1.03.04 Instagram.

Instagram es una aplicación de redes sociales gratuita que se usa para compartir fotos, videos y mensajes. Ya sea a través de Stories, el feed, live, IGTV o Direct. Los usuarios pueden subir fotos o videos a la plataforma y compartirlos con sus seguidores o grupos seleccionados de amigos. También pueden ver y comentar las publicaciones compartidas por sus amigos en Instagram e indicar si les gustan a través de un ícono en forma de corazón. Cualquier persona mayor de 13 años puede crear una cuenta registrando una dirección de correo electrónico y eligiendo un nombre de usuario (Instagram, 2021).

De acuerdo a la guía “Cómo hablar con adolescentes sobre Instagram: Guía para padres”, los adolescentes usan Instagram para celebrar grandes hitos, compartir momentos cotidianos,

mantenerse en contacto con amigos y familiares, crear comunidades de apoyo y conocer a otras personas que comparten sus pasiones e intereses.

Según Statista (2021), más de la mitad de los usuarios de Instagram a nivel mundial tiene 34 años o menos. Entre las redes sociales más grandes a nivel mundial es una de las más populares en la población adolescente. Desde finales de Septiembre de 2020, la aplicación para compartir fotos ocupó el tercer puesto como red social preferida por los adolescentes en los Estados Unidos, en segundo lugar después de Snapchat y TikTok. Los adolescentes son ávidos usuarios de las redes sociales, y muestra de ello es que en una encuesta de abril de 2018, el 43 por ciento de los adolescentes encuestados confesó consultar sus redes sociales cada hora o con más frecuencia (Statista, 2021).

Los adolescentes informan que se sienten más seguros, populares, menos solos y mejor consigo mismos cuando usan las redes sociales. Sin embargo, las redes sociales pueden tener efectos negativos en los adolescentes, lo que también es mucho más pronunciado en aquellos con bajo equilibrio emocional. Se encontró que el 35 por ciento de los adolescentes con bajo bienestar socioemocional informaron haber experimentado acoso cibernético al usar las redes sociales, mientras que, en comparación, sólo el cinco por ciento de los adolescentes con alto bienestar socioemocional afirmó lo mismo. Como tal, las redes sociales pueden tener un gran impacto en estados mentales ya frágiles (Statista, 2021).

1.03.05 Dependencia a redes sociales.

Las redes sociales se han convertido en una actividad de ocio cada vez más popular durante la última década. Si bien el uso de las redes sociales por parte de la mayoría de las personas no es problemático, un pequeño número de usuarios parece hacer uso de las redes sociales de una manera excesiva o compulsiva. Los individuos utilizan los sitios de redes

sociales para participar en diferentes tipos de entretenimiento y actividades interactivas, como jugar, socializar, pasar el tiempo, comunicarse y publicar tanto imágenes como videos.

Aunque esto se ha convertido rápidamente en un fenómeno moderno normal, se han planteado preocupaciones con respecto al potencial uso adictivo de las redes sociales. Este uso excesivo y compulsivo ha sido explicado por modelos generales de adicción y se ha definido en consecuencia como: atención elevada a las redes sociales, junto con una necesidad incontrolable para iniciar sesión o utilizar las mismas. Asimismo, dedicar una cantidad de tiempo y esfuerzo a las redes sociales que impacte de manera negativa y significativa otras áreas importantes de la vida (Andreassen y Pallesen, 2017).

Los sitios de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) son conocidos por la mayoría de las personas, ya que más de mil millones de personas utiliza uno o más de estos de forma regular. Las redes sociales son, por lo tanto, un comportamiento moderno normal. Las formas patológicas de conductas normales y necesarias (por ejemplo, hacer ejercicio y comprar) han recibido una mayor atención en las últimas décadas a medida que los académicos han reconocido sorprendentes similitudes entre las adicciones químicas (dependencia de drogas) y las no químicas con comportamientos persistentemente excesivos (juego patológico). Las adicciones químicas y conductuales tienen en común: dependencia física, tolerancia, modificación del estado de ánimo, craving, abstinencia y recaída . El consumo excesivo y compulsivo de las redes sociales se ha considerado recientemente como una adicción conductual, aunque no está formalmente reconocido ni integrado en la nosología psiquiátrica actual.

Se puede observar que niños, adolescentes, jóvenes y adultos desarrollan comportamientos adictivos a las redes sociales están permanentemente alertas a lo que sucede en estos entornos virtuales, verifican la computadora o el smartphone a toda hora, participan en

conversaciones virtuales y contestan mensajes incluso en circunstancias inapropiadas (manejando un vehículo, en una cena, en clases o en una reunión de trabajo o de amigos, durante una celebración religiosa, etc.) o, por dedicarse excesivamente a estas actividades suelen descuidar las relaciones interpersonales presenciales (familiares, amigos, pareja, etc.). También se sienten ansiosos o irritables y pueden permanecer durante largos períodos de tiempo sin comer o privándose de sueño (Escurra y Salas, 2014).

Junto con el uso cada vez mayor de sitios de redes sociales, especialmente Instagram entre el público, varios resultados de encuestas mostraron que Instagram es un sitio de redes sociales con el peor impacto en comparación con YouTube, Twitter, Snapchat y Facebook. Esto se debe al uso excesivo de Instagram como red social (Sholeh y Rusdr, 2019).

1.04 Consideraciones éticas.

Se dio a conocer un consentimiento informado a los padres de familia y/o tutores legales de los participantes en el estudio por ser estos menores de edad. Asimismo, se les difundió un asentimiento informado a los adolescentes que de manera anónima y voluntaria decidieron ser parte del estudio. Dichos documentos se realizaron siguiendo los lineamientos de la Pauta 17: Investigación con niños y adolescentes descrita en el documento “Pautas éticas internacionales para la investigación relacionada con la salud con seres humanos” elaborado por el Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS) en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (OMS).

(Ver Anexos 1 y 2)

Capítulo II

2. Técnicas e instrumentos

2.01 Enfoque y modelo de investigación.

Utilizando como referencia el libro Metodología de la Investigación, de Hernández Sampieri et al; para esta investigación se utilizó el enfoque cuantitativo y un diseño de investigación correlacional para describir la relación entre dos variables en un momento único determinado, observando cuán vinculadas están ambas variables.

2.02 Técnicas.

2.02.01 *Técnica de muestreo.*

Para la delimitación de la muestra se utilizó el muestreo discrecional o intencional con los estudiantes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala, que cumplan con los siguientes criterios de inclusión: adolescentes que se encuentren en el rango de 13 a 19 años de edad; y que cursen actualmente el ciclo básico o ciclo diversificado.

2.02.02 *Técnica de recolección de datos.*

2.02.02.01 *Escalamiento tipo Likert.*

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al participante que demuestre su reacción eligiendo uno de los puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones (Sampieri et al., 2010).

2.02.03 Técnica de análisis de datos.

Se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, que es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. El coeficiente de correlación de Pearson se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables. Se relacionan las puntuaciones recolectadas de una variable con las puntuaciones obtenidas de la otra, con los mismos participantes o casos (Sampieri et al., 2010).

2.03 Instrumentos.

2.03.01 Escala de autoestima de Rosenberg.

La Rosenberg Self-Esteem Scale, diseñada por Morris Rosenberg en 1965, presenta altos índices de fiabilidad con una consistencia interna de 0.77 y un coeficiente mínimo de reproducibilidad de 0.90.

En el presente estudio se utilizó la Self-Esteem Scale traducida al español, con el fin de explorar la percepción de estudiantes adolescentes sobre su autoestima. La escala de autoestima de Rosenberg es una escala de 10 ítems para evaluar los niveles de autoestima (Rosenberg, 1965). Todas las afirmaciones se califican en una escala Likert de 4 puntos que van desde Muy de acuerdo (4) a Muy en desacuerdo (1). La escala mide los sentimientos tanto positivos como negativos sobre uno mismo (por ejemplo, "En general, me inclino a sentir que soy un fracaso" o "Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas").

Este instrumento ha sido utilizado en más de 50 países, como Estados Unidos, República Checa, China, Japón, Hungría, Eslovaquia, Colombia, entre otros (Schmitt y Allik, 2005).

2.03.02 The Instagram Addiction Scale (IAS) traducida al español “Escala de adicción a Instagram” de Achmad Sholeh y Ahmad Rusd.

La Escala de adicción a Instagram (TIAS) se desarrolló utilizando una versión modificada de la Internet Addiction Scale de Young. Esta escala de adicción a Instagram es un instrumento que consta de 20 preguntas; el núcleo del cuestionario se basa en los síntomas de la adicción a Instagram que afectan la vida diaria de las personas.

Las 20 preguntas de la Escala de adicción a Instagram se compilan en función de los componentes de la adicción: 1) Prominencia; 2) Modificación del estado de ánimo; 3) Tolerancia; 4) Abstinencia; 5) Conflicto; y 6) Recaída.

Las 20 preguntas se comparan con cinco categorías de respuesta estándar de "Totalmente en desacuerdo" a "Totalmente de acuerdo". Esta escala se utiliza para identificar el comportamiento de adicción en los usuarios de Instagram en el contexto del feed.

2.04 Operacionalización de objetivos, categorías/variables.

Tabla 1

Operacionalización de objetivos, categorías/variables

Objetivo	Variable	Definición Operacional Categorías/Variables	Instrumentos
Determinar la relación entre el grado de dependencia a la red social Instagram y el nivel de autoestima en adolescentes.	<p>Autoestima:</p> <p>Según Rosenberg, la autoestima se entiende como los sentimientos de valía personal y de respeto a sí mismo.</p> <p>Niveles de Autoestima</p> <p>Definición conceptual:</p> <p>Según Rosenberg (1973), la autoestima posee tres niveles:</p> <p>Alta autoestima: Donde el sujeto se define como</p>	<p>Según las puntuaciones obtenidas en la escala, se cataloga como:</p> <p>Autoestima elevada: considerada como autoestima normal (de 30 a 40 puntos).</p> <p>Autoestima media: no presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla (de 26 a 29 puntos).</p> <p>Autoestima baja: existen problemas</p>	Escala de Autoestima de Rosenberg

	<p>bueno y se acepta plenamente.</p> <p>Mediana autoestima: El sujeto no se considera superior a otros, ni tampoco se acepta a sí mismo plenamente</p> <p>Baja autoestima: El sujeto se considera inferior a los demás y hay desprecio hacia sí mismo.</p>	<p>significativos de autoestima (menos de 25 puntos).</p>	
	<p>Dependencia a Instagram: atención elevada a la red social, junto con una necesidad incontrolable para iniciar sesión o utilizar la misma. Asimismo, dedicar una cantidad de tiempo y esfuerzo a la</p>	<p>Según las puntuaciones obtenidas en la escala, se cataloga como:</p> <p>Las puntuaciones totales que oscilan entre 0 y 30 un nivel normal de uso de Instagram; las puntuaciones de 31 a 49 indican la</p>	<p>Escala de adicción a Instagram de Sholeh y Rusdr</p>

	<p>red social que impacte de manera negativa y significativa otras áreas importantes de la vida. (Andreassen y Pallesen, 2017).</p>	<p>presencia de un nivel leve de la adicción a Instagram; 50 a 79 reflejan la presencia de un nivel moderado de adicción; y puntuaciones de 80 a 100 indican una dependencia severa a Instagram.</p>	
--	---	--	--

La tabla 1 muestra los objetivos, las variables de la investigación y su respectiva operacionalización. Autoría propia.

Capítulo III

3. Presentación, interpretación y análisis de los resultados

3.01 Características del lugar y de la muestra.

3.01.01 *Características del lugar.*

El Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río se encuentra en el área metropolitana de Guatemala en 7 Avenida Calle 1-45 Colonia Villas del Río Z.0, Amatitlán. Es una institución pública que atiende a adolescentes que cursan el nivel básico en la jornada matutina. Recibe a adolescentes de ambos sexos, de 12 a 17 años, de diversas etnias y religiones. Cuenta con dos módulos, el primero constando de doce aulas y el segundo perteneciente al área administrativa. Tiene instalaciones amplias y cuenta con servicios de agua potable, luz e internet. El personal docente está conformado por 11 maestros, un director y una subdirectora. El horario escolar es de 7AM a 12:30PM de lunes a viernes. A partir de la epidemia de COVID-19, por medidas de seguridad sanitarias e instrucciones del Ministerio de Educación de Guatemala, los alumnos reciben clases de manera virtual los martes y jueves, y de manera presencial los lunes, miércoles y viernes en burbujas (un grado escolar por día).

3.01.02 *Características de la muestra.*

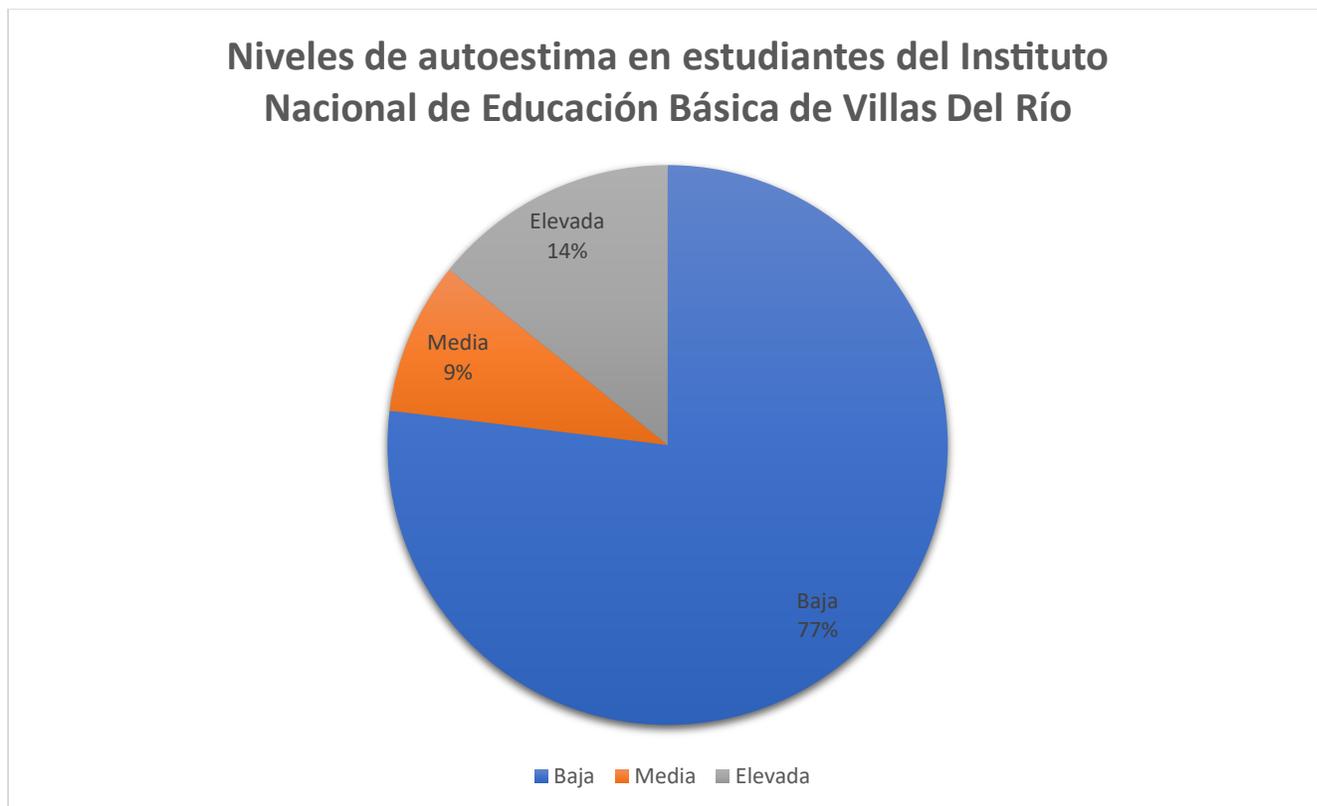
La muestra se conformó por 204 estudiantes pertenecientes a los grados de primero, segundo y tercero básico. 89 de sexo femenino y 115 de sexo masculino. Sus edades estuvieron en el rango de los 13 y 17 años al momento de realizar las escalas. Predominantemente hablan castellano, pero también existe presencia de lenguas mayas. Pertenecen a la etnia ladina e indígena, y profesan diversas religiones, entre ellas el catolicismo.

La condición socioeconómica de los estudiantes es de clase media baja. Y la profesión de la mayoría de los padres de familia es comerciantes del mercado local. Muchos estudiantes provienen de hogares desintegrados en los que solo hay un padre de familia presente.

3.02 Presentación e interpretación de resultados.

Las siguientes gráficas muestran porcentajes derivados de la tabulación y análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de la Escala de Autoestima de Rosenberg y de la Escala de Adicción a Instagram (EAI) durante el mes de mayo de 2022 en la población estudiantil del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río que cursan ciclo básico.

Figura 1

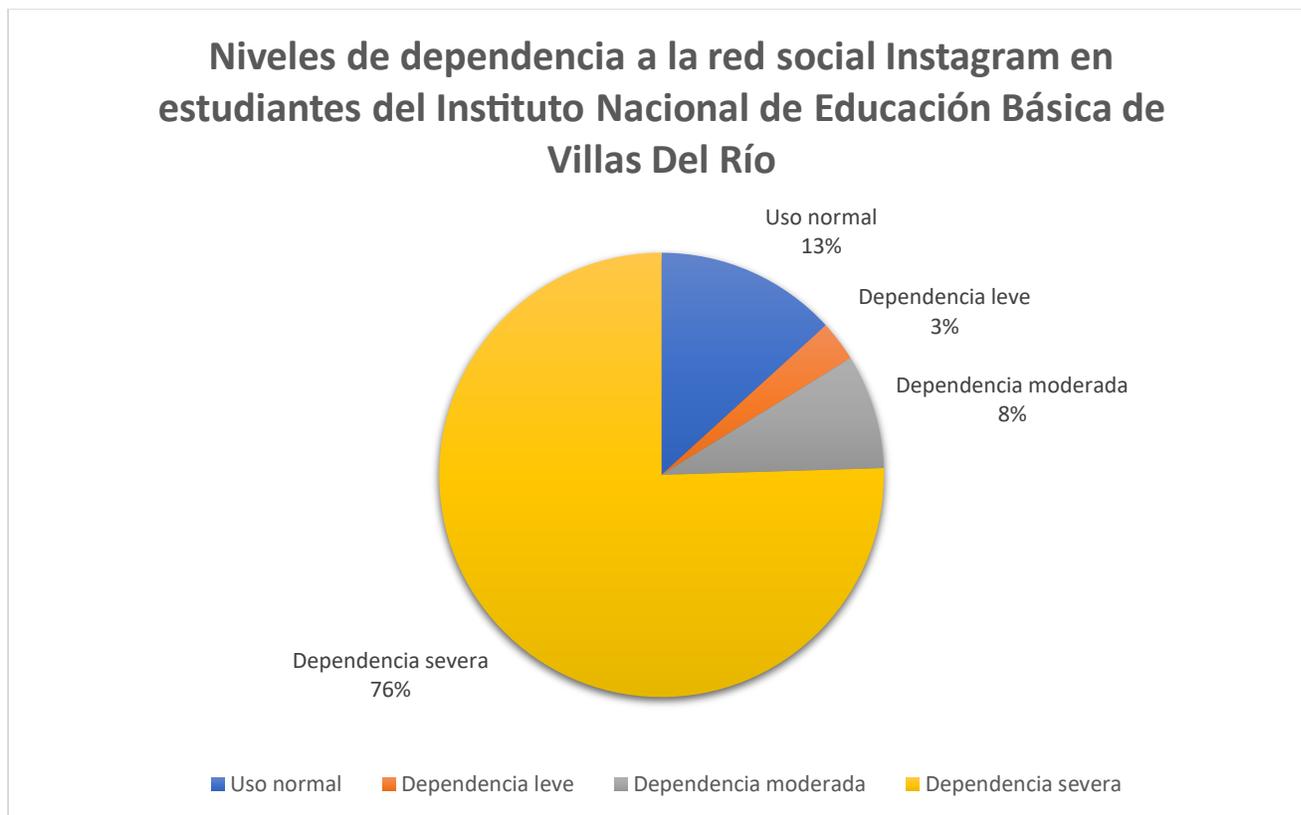
Niveles de autoestima en los adolescentes

Fuente: Escala de Autoestima de Rosenberg aplicada en el mes de mayo de 2022 a los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río que cursan ciclo básico.

Interpretación: Se observó en los resultados de la Escala de Autoestima de Rosenberg una presencia de niveles de autoestima bajos en la mayoría de los estudiantes de secundaria.

Figura 2

Uso que le dan los adolescentes a la red social Instagram

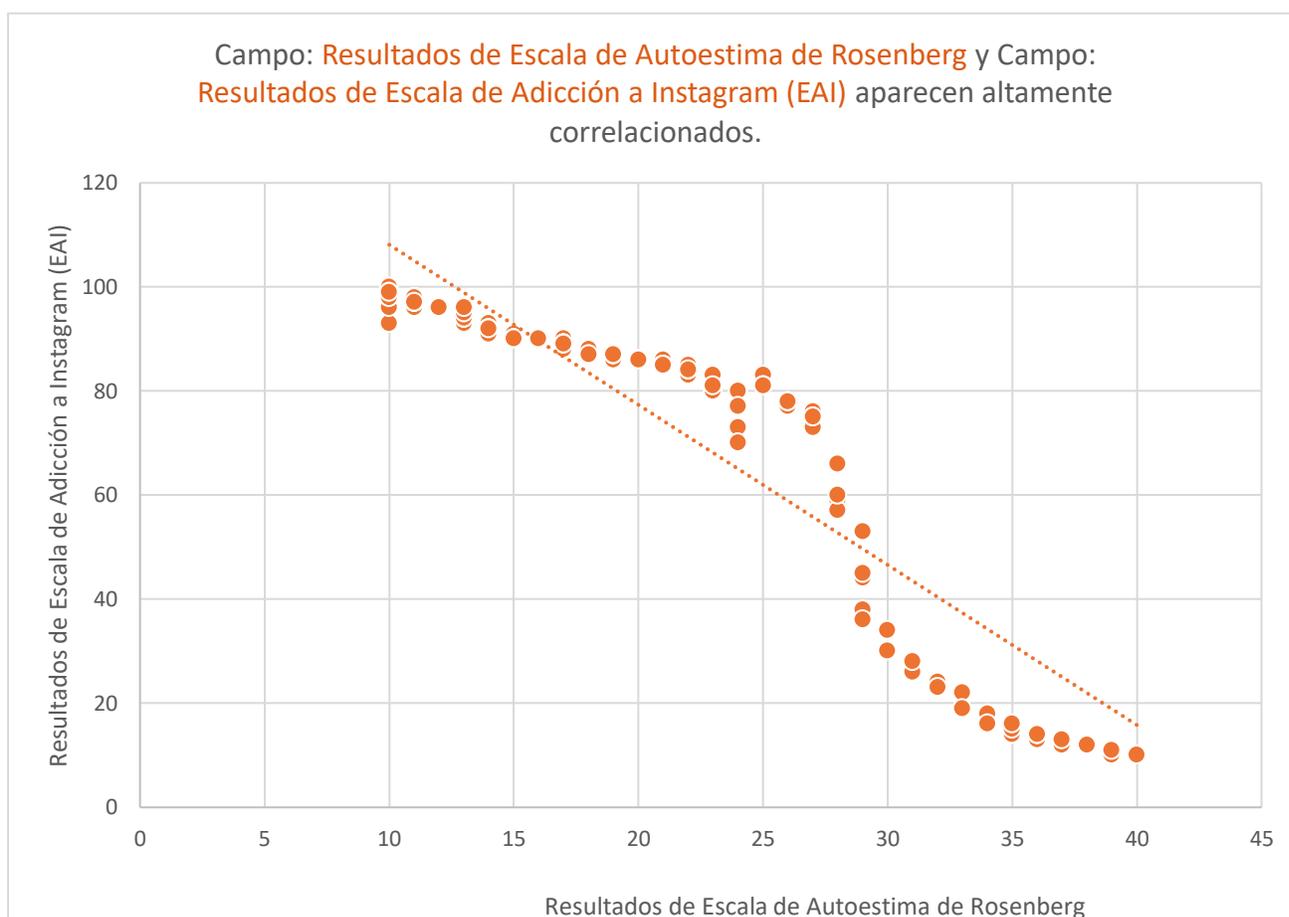


Fuente: Escala de Adicción a Instagram (EAI) aplicada en el mes de mayo de 2022 a los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río que cursan ciclo básico.

Interpretación: Se observó en los resultados de la Escala de Adicción a Instagram una presencia de niveles de dependencia severos en la mayoría de los estudiantes de secundaria.

Figura 3

Relación entre el grado de dependencia a la red social Instagram y el nivel de autoestima en adolescentes



Fuente: Correlación entre resultados de la Escala de Adicción a Instagram (EAI) y la Escala de Autoestima de Rosenberg, aplicadas en el mes de mayo de 2022 a los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río que cursan ciclo básico.

Interpretación: Se observó en la correlación de Pearson de los resultados de la Escala de Adicción a Instagram y de los resultados la Escala de Autoestima de Rosenberg un nivel de correlación alto. Lo cual significa que a mayores niveles de dependencia a la red social Instagram, menores niveles de Autoestima se mostraron en los resultados. Es decir, una correlación inversamente proporcional.

3.03 Análisis general.

Con el uso cada vez mayor de los sitios de redes sociales, especialmente Instagram entre los adolescentes, varios resultados de encuestas han mostrado que Instagram es un sitio de redes sociales con el peor impacto en comparación con YouTube, Twitter, Snapchat y Facebook. Esto se debe al uso excesivo de Instagram como red social (Sholeh y Rusdr, 2019).

Al aplicar la Escala de Adicción a Instagram (EAI) en la población adolescente del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río, se encontró que el nivel de dependencia a la red social Instagram en los estudiantes es severo. Un 76% de los adolescentes tienen una dependencia severa, un 8% tiene una dependencia moderada, un 3% una dependencia leve y un 13% le da un uso normal a Instagram.

Lo anterior significa que al responder a la Escala de Adicción de Instagram (AEI) los estudiantes se identificaron fuertemente con afirmaciones como: Veo el contenido de Instagram para olvidarme de mis problemas personales. Veo el contenido de las publicaciones en el feed de Instagram para reducir el malestar. Paso mucho tiempo mirando publicaciones de fotos y videos en Instagram. E intento limitar mi tiempo en Instagram, pero no funciona.

Tal como se menciona en el marco teórico, el consumo excesivo y compulsivo de las redes sociales se ha considerado recientemente como una adicción conductual. Escurra y Salas (2014), mencionan que se puede observar que los adolescentes que desarrollan comportamientos

adictivos a las redes sociales están permanentemente alertas a lo que sucede en estos entornos virtuales, verifican la computadora o el smartphone a toda hora, participan en conversaciones virtuales, contestan mensajes incluso en circunstancias inapropiadas (durante clases, en reuniones con amigos, o al comer), y por dedicarse excesivamente a estas actividades suelen descuidar las relaciones interpersonales presenciales (familiares, amigos, pareja, etc.) También tienden a sentirse ansiosos o irritables y pueden permanecer durante largos periodos de tiempo sin comer o privándose de sueño. Esto es relevante considerando que los resultados de los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río reflejan una dependencia severa a Instagram.

Los adolescentes están en una etapa evolutiva en la que su auto percepción es fluctuante, ya que es probable que basen su autoestima en cómo reaccionan las personas de su entorno a su comportamiento y apariencia. Es por esto, que se evaluó a través de la Escala de Autoestima de Rosenberg, los niveles de autoestima de los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río. Los resultados mostraron que, del total de estudiantes, un 77% poseen un nivel de autoestima baja, 9% poseen un nivel de autoestima media y un 14% poseen un nivel de autoestima elevada. Estos resultados son importantes porque la adolescencia es un momento de la vida en el que el individuo está cambiando visiblemente; es un período en el que la conciencia y la preocupación por la autoimagen tiende a ser alta. La autoimagen en este período también está implicada en la manera que los adolescentes se relacionan y son percibidos por sus pares.

Al correlacionar los resultados obtenidos en la Escala de Autoestima de Rosenberg con los resultados derivados de la aplicación de la Escala de Adicción a Instagram, se determinó que

existe una relación fuerte entre el grado de dependencia a la red social Instagram y el nivel de autoestima en los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río.

Para correlacionar los resultados de las escalas antes mencionadas se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson (un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de dos variables cuantitativas y continuas), y se encontró que las variables en los estudiantes tienen una correlación negativa. Lo cual significa que a mayor dependencia a la red social Instagram, menores niveles de autoestima presentarán los estudiantes. Es decir, hay una fuerte relación entre ambas variables. Lo cual es una problemática severa en los adolescentes de secundaria que realizaron la encuesta, ya que presentaron tanto dependencia elevada a Instagram, como bajos niveles de autoestima. Lo cual significa, que aquellos estudiantes que pasan más de 2 horas al día utilizando la red social y denotan un comportamiento adictivo, han derivado a su vez rasgos de autoestima baja.

Capítulo IV

4. Conclusiones y recomendaciones

4.01 Conclusiones.

Al aplicar la Escala de Autoestima de Rosenberg a los estudiantes de secundaria del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río, se identificó que un 77% de los estudiantes cuenta con un nivel de autoestima bajo, 9% un nivel de autoestima medio y un 14% un nivel de autoestima elevado. Lo cual indicó que dentro de la mayoría de los estudiantes prevalece un malestar emocional como consecuencia del autoestima baja.

Se encontró que 76% de los estudiantes de secundaria del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río tienen una dependencia a la red social Instagram. Asimismo, la mayoría de los estudiantes indicaron que utilizan Instagram para olvidarse de sus problemas personales y para reducir los sentimientos de culpa, ansiedad, impotencia o depresión.

Se evidenció una alta correlación entre los niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los estudiantes, mostrando una relación inversamente proporcional entre ambas variables. Se concluyó entonces, que, a mayor uso de la red social, menores serán los niveles de autoestima en los adolescentes. Lo cual es de suma importancia ya que es una problemática psicosocial digna de abordar e intervenir.

De todo lo dicho anteriormente, se evidencia la necesidad que tiene el Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río de la presencia de atención psicológica para orientar y capacitar a los padres de familia, claustro de maestro y adolescentes propiamente en el tema, considerando que son las primeras redes de socialización y apoyo.

4.02 Recomendaciones.

A los estudiantes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villas Del Río se les recomienda buscar entornos que les permitan cultivar una autoestima elevada. Por ejemplo: tener amistades saludables (que los apoyen y no los juzguen), fijarse metas y crear planes para lograrlas, pasar tiempo en familia y con personas que los quieren, y finalmente, tener un diálogo interno positivo.

A los adolescentes se les recomienda utilizar las redes sociales (especialmente Instagram) de manera limitada, de preferencia no más de 30 minutos al día. Asimismo, ser conscientes sobre la razón por la que las utilizan (si es por distraerse, para reducir malestar, para escapar de emociones no placenteras). Y de ser necesario buscar ayuda psicológica en caso se sientan dependientes de las redes.

A los padres de familia se les recomienda supervisar en lo posible el tiempo que invierten sus hijos en las redes sociales, ya que ese tiempo puede ser un indicador de una dependencia (si utilizan las redes sociales más de 2 horas diarias, si las revisan durante los tiempos de comida, o incluso si se aíslan con tal de utilizarlas).

A los padres de los estudiantes, se les recomienda propiciar actividades en familia para mejorar la convivencia y fomentar la buena autoestima en sus hijos. Pueden promover la práctica de algún deporte y actividades recreativas que permitan la socialización y, por ende, la disminución del uso excesivo de redes sociales.

También se les recomienda a los padres generar espacios de comunicación segura y libre de juicios con sus hijos. Esto permitirá que los hijos se sientan escuchados y puedan confiar

en sus padres en caso estén transitando emociones retadoras (tristeza, enojo, soledad) que puedan afectar su autoestima.

A la institución educativa se le recomienda capacitar a los maestros para fomentar hábitos de salud mental en sus estudiantes, y también para disminuir actitudes en el aula que puedan deteriorar la autoestima de estos. Un ejemplo sería reconocer los logros de los adolescentes, y evitar la comparación entre estudiantes.

A la institución educativa se le recomienda fortalecer sus vínculos con instituciones que ofrezcan servicios de salud mental, para derivación de casos de adolescentes identificados con adicción a redes sociales o baja autoestima según lo consideren.

4.03 Referencias.

1. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNICEF). (2020). *Adolescencia y juventud*. Recuperado de https://www.unicef.org/spanish/adolescence/index_bigpicture.html
2. Papalia, D. E., Wendkos Olds, S., & Duskin Feldman, R. (2009). *Psicología del desarrollo: De la infancia a la adolescencia*. (11a. ed.). México: McGrawHill.
3. Yurgelon-Todd, D. (2002). *Inside the Teen Brain*. Recuperado de <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/teenbrain/interviews/todd.html>
4. Elkind, D. (1998). *Teenagers in crisis: All grown up and no place to go*. (Revisado ed.).

Massachusetts, Estados Unidos: Perseus Books Group.

5. Larson, R. (1997). The Emergence of Solitude as a Constructive Domain of Experience in Early Adolescence. *Child Development*, 68(1), 80-93. doi:10.2307/1131927
6. Rice, Philip. (2000). *Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura*. (9ª. ed.) Madrid, España: Prentice Hall.
7. Santrock, John W. (2002). *Psicología de la educación*. (1ª ed.). México: Mc Graw Hill.
8. Güell, M. & Muñoz, J. (2000). *Desconóctete a ti mismo. Programa de alfabetización emocional*. Barcelona, España: Paidós.
9. Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image* (Revisado ed.). New Jersey, Estados Unidos: Princeton University Press.
10. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI). (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Recuperado de:
https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf
11. Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista de Política*, 119, 57-62.

12. Valkenburg, P., & Piotrowski, J. (2017). *Plugged In: How Media attract and affect youth* (1a ed.). New Haven, Estados Unidos: Yale University Press.
13. Crespo, G. (01 de noviembre de 2017). Rineke Dijkstra: “Un ‘selfie’ es una imagen idealizada, un cliché”. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2017/10/19/babelia/1508412110_560353.html
14. Instagram. (2021). *¿Qué es Instagram?*. Recuperado de <https://www.facebook.com/help/instagram/424737657584573?helpref=related>
15. Instagram. (2021). *Cómo hablar con adolescentes sobre Instagram: Guía para padres*. Recuperado de <https://about.instagram.com/community/parents>
16. Statista. (2021). *Instagram: distribution of global audiences 2021, by age and gender*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
17. Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, *64*, 287–293. doi:10.1016/j.addbeh.2016.03.006
18. Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, *2*, 175–184. doi: 10.1007/s40429-015-0056-9

19. Ecurra Mayaute, Miguel, & Salas Blas, Edwin (2014). *Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)*. Liberabit. Revista Peruana de Psicología, 20(1),73-91.[fecha de Consulta 27 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1729-4827. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
20. Sholeh, Achmad & Rusdi, Ahmad. (2019). *A New Measurement of Instagram Addiction: Psychometric Properties of The Instagram Addiction Scale (TIAS)*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/335947345_A_New_Measurement_of_Instagram_Addiction_Psychometric_Properties_of_The_Instagram_Addiction_Scale_TIAS
21. Lindsay, Geoff (2009). Ética profesional y psicología. *Papeles del Psicólogo*, 30(3),184-194. [fecha de Consulta 8 de Septiembre de 2020]. ISSN: 0214-7823. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77811790002>
22. Ramos-Oliveira, Diana (2016). Autoestima personal y colectiva: asociación con la identidad

étnica en los brasileños. *Anuario de Psicología*, 46(2),74-82.[fecha de Consulta 27 de Septiembre de 2020]. ISSN: 0066-5126. Disponible

en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=970/97049408004>

23. Organización Panamericana de la Salud y Consejo de Organizaciones Internacionales de las

Ciencias Médica. (2016). *Pautas éticas internacionales para la investigación*

relacionada con la salud con seres humanos. Recuperado de [https://cioms.ch/wp-](https://cioms.ch/wp-content/uploads/2017/12/CIOMS-EthicalGuideline_SP_INTERIOR-FINAL.pdf)

[content/uploads/2017/12/CIOMS-EthicalGuideline_SP_INTERIOR-FINAL.pdf](https://cioms.ch/wp-content/uploads/2017/12/CIOMS-EthicalGuideline_SP_INTERIOR-FINAL.pdf)

Anexo 1

Consentimiento Informado para padres de familia o tutores legales

Por este medio me gustaría solicitar autorización para que su hijo/a participe en el trabajo de investigación titulado “**Relación entre niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala**”. Dicho estudio será utilizado como parte del trabajo de tesis de Licenciatura de Ciencias Psicológicas de la estudiante Ana Isabel De León y avalado por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La participación de su hijo/a consistirá en responder de manera voluntaria y anónima a dos escalas: Escala de autoestima de Rosenberg (cuyo objetivo es determinar el nivel de autoestima actual en el adolescente) y la Escala de adicción a Instagram (la cual determina el nivel de dependencia en la utilización de la red social).

Procedimiento del estudio

Se enviarán dos links de manera virtual a cada estudiante, los cuales contendrán las escalas antes mencionadas, utilizando un espacio brindado por la institución dentro del horario escolar o a conveniencia del estudiante. El tiempo para responder cada escala, es de aproximadamente 20 minutos.

Aclaraciones

- No habrá ninguna consecuencia desfavorable en caso su hijo no participe en la investigación.

- No recibirá remuneración económica por su participación y no tendrá ponderación dentro de los cursos académicos.
- La información obtenida durante el estudio será publicada de manera general manteniendo la confidencialidad individual de su hijo/a.

Si está de acuerdo con que su hijo/a participe en la presente investigación se le solicita firmar la carta de consentimiento informado que forma parte de este documento.

El presente consentimiento informado se realizó siguiendo los lineamientos de la Pauta 17: Investigación con niños y adolescentes descrita en el documento “Pautas éticas internacionales para la investigación relacionada con la salud con seres humanos” elaborado por el Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS) en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Carta de consentimiento informado para padres o encargados

Yo _____ (nombre y apellidos)

- He entendido y recibido suficiente información sobre el estudio entendiéndolo por completo el propósito del mismo. Es de mi conocimiento que los datos obtenidos en el estudio pueden ser publicados o difundidos con fines científicos, sin identificación de las personas entrevistadas. Autorizo que mi hijo/a participe en este estudio de investigación.

Firma del padre, madre o encargado _____

Fecha _____

Confirmando que he explicado la naturaleza de este estudio al padre, madre o encargado arriba citado.

Firma del profesional _____

Fecha _____

Anexo 2

Consentimiento informado para adolescentes

Por este medio me gustaría solicitar tu participación en el trabajo de investigación titulado **“Relación entre niveles de dependencia a la red social Instagram y los niveles de autoestima de los adolescentes de un centro educativo del área metropolitana de Guatemala”**, considerando que ya cuento con la autorización previa de tu padre, madre o encargado.

Justificación

La información obtenida será utilizada como parte del trabajo de tesis de Licenciatura de Ciencias Psicológicas de la estudiante Ana Isabel De León, avalado por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Procedimiento del estudio

Tu participación consistirá en responder de manera voluntaria y anónima a dos escalas: Escala de autoestima de Rosenberg (cuyo objetivo es determinar el nivel de autoestima) y Escala de adicción a Instagram (la cual determina el nivel de dependencia en la utilización de la red social).

Se enviarán dos links de manera virtual a cada estudiante, los cuales contendrán las escalas antes mencionadas, utilizando un espacio brindado por la institución dentro del horario escolar o a conveniencia del estudiante. El tiempo para responder cada escala, es de aproximadamente 20 minutos.

Aclaraciones

- Tu decisión de participar en el estudio es completamente voluntaria.

- No habrá ninguna consecuencia desfavorable para ti en caso decidas no participar en la investigación.
- No recibirás remuneración económica por tu participación y las escalas no tendrán ponderación dentro de tus cursos académicos.
- Es importante que respondas de la manera más honesta posible a las preguntas de las escalas, considerando que serán con fines puramente académicos. No se divulgará tu información personal (nombre o resultado personal), todo se realizará de manera anónima.

Si estás de acuerdo en participar en esta investigación, se te solicita firmar la carta de consentimiento informado que forma parte de este documento.

El presente consentimiento informado se realizó siguiendo los lineamientos de la Pauta 17:

Investigación con niños y adolescentes descrita en el documento “Pautas éticas internacionales para la investigación relacionada con la salud con seres humanos” elaborado por el Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas (CIOMS) en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Carta de asentimiento informado para adolescentes

Yo _____ (iniciales)

- He comprendido y recibido suficiente información sobre el estudio, entendiendo por completo el propósito de este. Estoy enterado de que los datos obtenidos en el estudio pueden ser publicados o difundidos con fines científicos, sin identificación de mi persona (nombre o resultado obtenido en las escalas).

Iniciales del adolescente _____

Fecha _____

Confirmando que he explicado la naturaleza de este estudio al adolescente arriba citado.

Firma del profesional _____

Fecha _____

Anexo 3

Escala de adicción a Instagram (EAI)

Nombre (iniciales) _____

Sexo (femenino o masculino) _____

Edad _____ ¿Posees una cuenta en Instagram? (sí o no) _____

Instrucciones:

Este cuestionario consta de 20 afirmaciones. Después de leer cada afirmación detenidamente, según la escala Likert de 5 puntos, selecciona la respuesta (0, 1, 2, 3, 4 o 5) que mejor te describa. Si dos opciones parecen aplicarse igualmente bien, encierra en un círculo la opción que mejor represente tu estado la mayor parte del tiempo durante el último mes. Asegúrate de leer todas las declaraciones detenidamente antes de hacer tu elección.

0 = No aplica

1 = Rara vez

2 = Ocasionalmente

3 = Con frecuencia

4 = A menudo

5 = Siempre

Por favor responde con total honestidad. Recuerda que tus respuestas son totalmente anónimas, es decir que no serán divulgadas con tu nombre. El cuestionario no tiene límite de tiempo, puedes tardarte en responder cuanto tiempo necesites.

1. ___ A menudo pienso en las fotos/videos publicados por otros en Instagram.
2. ___ A menudo pienso en lo que pasa en Instagram cuando no ingreso a la aplicación.
3. ___ Pienso y siento curiosidad cuando no veo los contenidos de Instagram.
4. ___ Publico fotos/videos en Instagram para atraer la atención de los demás.
5. ___ Comento fotos /videos publicados por amigos en Instagram para recibir respuesta.
6. ___ Siempre pienso en qué filtros y captions utilizaré para las fotos/videos que publicaré en Instagram.
7. ___ Veo el contenido de las publicaciones de Instagram para reducir los sentimientos de culpa, ansiedad, impotencia o depresión.
8. ___ Veo el contenido de Instagram para olvidarme de problemas personales.
9. ___ Veo el contenido de las publicaciones en el feed de Instagram para reducir el malestar.
10. ___ Paso mucho tiempo mirando publicaciones de fotos/videos en el feed de Instagram.
11. ___ Intento limitar mi tiempo en Instagram (ver el feed), pero no funciona.
12. ___ Decidí mirar Instagram con menos frecuencia, pero no logré hacerlo.
13. ___ Me irrito fácilmente si se me prohíbe ver el feed de Instagram.
14. ___ A menudo cancelo citas o actividades con otras personas debido a Instagram (revisar Instagram).

15. ___ Me irrita que alguien más me moleste cuando veo Instagram.
16. ___ Me pongo ansioso o tengo problemas si se me prohíbe revisar mi Instagram.
17. ___ A menudo veo muchos contenidos del feed de Instagram que me hacen descuidar mi tiempo de estudio.
18. ___ Me resulta difícil hacer tiempo para pasatiempos, descansar o hacer ejercicio porque paso mi tiempo revisando Instagram.
19. ___ Me cuesta dormir temprano porque siempre veo Instagram.
20. ___ Mi familia se queja a menudo porque paso demasiado tiempo en Instagram.

Anexo 4

Escala de autoestima de Rosenberg

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

A continuación encontrará una lista de afirmaciones en tomo a los sentimientos o pensamientos que tiene sobre usted. Marque con una X la respuesta que más lo identifica:

	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Creo que tengo un buen número de cualidades.				
3. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.				
4. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
5. Siento que no tengo muchos motivos para sentirme orgulloso/a de mí.				
6. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
7. En general, estoy satisfecho conmigo mismo/a.				
8. Desearía valorarme más a mí mismo/a.				
9. A veces me siento verdaderamente inútil.				
10. A veces pienso que no soy bueno/a para nada.				