



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional De Loja

Facultad De La Salud Humana

Carrera de Psicología Clínica

**Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes:
Revisión Sistemática**

**Trabajo de Integración
Curricular previo a la obtención
del título de Licenciada en
Psicología Clínica**

AUTORA:

Betty Esperanza Gonzalez Herrera

DIRECTORA:

Psic. Clín. Mónica Elizabeth Carrión Reyes Mgs. Sc.

Loja – Ecuador

2024

Certificación



**Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF**

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **CARRION REYES MONICA ELIZABETH**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes: Revisión Sistemática**, perteneciente al estudiante **BETTY ESPERANZA GONZALEZ HERRERA**, con cédula de identidad N° **1150159117**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 12 de Agosto de 2024


MONICA ELIZABETH
CARRION REYES
F) _____
**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**


Certificado TIC/TT.: UNL-2024-002365

1/1
Educamos para Transformar

Autoría

Yo, **Betty Esperanza Gonzalez Herrera**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:  _____

Cédula de identidad: 115015911-7

Fecha: 18 de septiembre de 2024

Correo electrónico: betty.gonzalez@unl.edu.ec

Teléfono: 0985787560

Carta de autorización de publicación

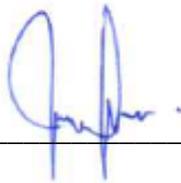
Yo, **Betty Esperanza Gonzalez Herrera**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes: Revisión Sistemática**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Psicología Clínica**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los diez y ocho días del mes de septiembre de dos mil veinticuatro.

Firma: _____



Autora: Betty Esperanza Gonzalez Herrera

Cédula: 115015911-7

Dirección: Loja, barrio Celi Román, Ramón Burneo y Pedro Falconí, N° de casa 93-193.

Correo electrónico: betty.gonzalez@unl.edu.ec

Celular: 0985787560

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular: Psicóloga Clínica Mónica Elizabeth Carrión Reyes Mgs. Sc.

Dedicatoria

A mis tres personas especiales: a mi hermano Alejandro, quien siempre ha buscado lo mejor para mí; a mi papá Cesar, que ha procurado mi felicidad complaciendo mis caprichos; y, especialmente, a mi mami Bethi, mi persona favorita, quien ha estado conmigo siempre que la he necesitado, brindándome su apoyo incondicional. Ella ha sido mi confidente, mi mejor amiga, la persona a quien admiro y quien me impulsa a seguir adelante.

A mi abuelita, así como a mi tía y madrina, quienes me apoyaron incondicionalmente a lo largo de mis años de vida estudiantil.

A mis amigos y grupito de la universidad con quienes he vivido diferentes experiencias y a quienes llevo en el corazón Mabe, Shite, Joan y Anthony.

A mi bebé de cuatro patas, Cody, quien me acompañó durante todo el proceso de elaboración de este trabajo de investigación y ha sido una fuente constante de alegría, distracción y motivación para seguir adelante.

Finalmente, pero no menos importante a mi misma por haber salido a delante pese a todas aquellas situaciones que se me han presentado.

Betty Esperanza Gonzalez Herrera

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, quien me ha permitido alcanzar cada una de las metas que me he propuesto y me ha dado la inteligencia para superar cualquier desafío que se me ha presentado.

De manera especial, a mi directora del Trabajo de Integración Curricular, Psi. Cli. Mónica Elizabeth Carrión Reyes, Mg. Sc., por su paciencia y guía en el desarrollo de esta investigación.

A la Universidad Nacional de Loja, en especial a la Carrera de Psicología Clínica, por su valiosa contribución a mi desarrollo académico.

A todas las personas que, de una u otra forma, han aportado a este proyecto.

Betty Esperanza Gonzalez Herrera

Índice

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización de publicación	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Índice de Figuras	x
Índice de Tablas	xi
Índice de Anexos	xii
1 Título	1
2 Resumen	2
2.2 Abstract	3
3 Introducción	4
4 Marco Teórico	6
4.1 Capítulo I: Autoestima	6
4.1.1 Definición	6
4.1.2 Factores de la autoestima	6
4.1.3 Componentes de la autoestima.....	7
4.1.4 Tipos de autoestima	8
4.1.5 Desarrollo de la autoestima.....	9
4.1.6 Dimensiones de la autoestima.....	10
4.1.7 Autoestima y adolescencia.....	11
4.1.8 Etapas de la adolescencia.....	11

4.1.9	Consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima	12
4.1.10	Estrategias para mejorar la autoestima	13
4.2	Capítulo II: Redes sociales	15
4.2.1	Definición	15
4.2.2	Características de las redes sociales.....	15
4.2.3	Ventajas y desventajas de las redes sociales.....	16
4.2.4	Perfil de las redes sociales	16
4.2.5	Redes sociales más utilizadas	17
4.2.6	Aspectos positivos del uso de redes sociales	18
4.2.7	Señales de alerta.....	18
4.2.8	Conductas adictivas de las redes sociales	19
4.2.9	Efectos psicológicos de uso de redes sociales	21
5	Metodología.....	27
5.1	Enfoque de investigación	27
5.2	Diseño de investigación	27
5.3	Tipo de investigación	28
5.4	Alcance de la Investigación.....	29
5.5	Unidad de estudio.....	29
5.5.1	Población.....	29
5.5.2	Muestra	29
5.6	Método	30
5.7	Técnica	30
5.8	Instrumentos	30
5.9	Procedimiento.....	30
5.9.1	Fase 1	31

5.9.2	Fase 2	31
5.9.3	Fase 3	31
5.9.4	Fase 4	31
5.9.5	Fase 5	31
6	Resultados	32
6.1	Objetivo General	32
6.2	Objetivo Específico 1	36
6.3	Objetivo Específico 2.....	38
6.4	Objetivo Específico 3.....	40
	Guía Informativa.....	40
7	Discusión	49
8	Conclusiones	53
9	Recomendaciones	54
10	Bibliografía	55
11	Anexos	68

Índice de Figuras

Figura 1. Consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes	36
Figura 2. Red social de mayor uso en los adolescentes	38
Figura 3. Flujograma de búsqueda y selección de los estudios según modelo de PRISMA.	68

Índice de Tablas

Tabla 1. Evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes....	32
Tabla 2. Lista de verificación PRISMA 2020.....	71
Tabla 3. Lista de verificación PRISMA 2020 para resúmenes estructurados	77
Tabla 4. Evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes....	79

Índice de Anexos

Anexo 1. Diagrama de flujo PRISMA para la selección de artículos.....	68
Anexo 2. Informe de estructura, coherencia y pertinencia del Proyecto de Investigación.....	69
Anexo 3. Oficio de Designación de Director del Trabajo de Integración Curricular.	70
Anexo 4. Lista de verificación PRISMA 2020.	71
Anexo 5. Lista de verificación PRISMA 2020 para resúmenes estructurados.....	77
Anexo 6. Tabla de resultados de la evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes.....	79
Anexo 7. Certificado de traducción del resumen al idioma inglés.	85
Anexo 8. Guía informativa	86

1 Título

Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes: Revisión Sistemática.

2 Resumen

Las redes sociales se han convertido en una destacada forma de entretenimiento entre los jóvenes. La autoestima, es la percepción y valoración que una persona tiene de sí misma, puede verse influenciada por el uso de estas plataformas. Esta investigación tuvo como objetivo describir la evidencia científica sobre la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes, conocer las consecuencias de este uso en la autoestima, identificar la red social de mayor uso entre ellos y diseñar una guía informativa basada en los resultados obtenidos. Para llevar a cabo este estudio, se empleó un enfoque cualitativo no experimental, de corte transversal, con un alcance descriptivo, de tipo documental y utilizando un método de síntesis bibliográfica. De bases de datos como Dialnet, Scielo, Redalyc, PubMed, PubPsych y Google Académico y aplicando criterios de selección y el diagrama de flujo PRISMA se conformó una muestra de 20 artículos científicos. Los resultados mostraron que el uso excesivo de las redes sociales estaba asociado con una disminución en la autoestima, aumento de inseguridad, frustración, tristeza, problemas de percepción personal, falta de autoconfianza y dependencia emocional, así como tendencia hacia la insatisfacción corporal y el impulso de delgadez, aumentando el riesgo de desarrollar trastornos emocionales como ansiedad y depresión. Sin embargo, otros estudios indicaron que el uso de Facebook puede aumentar la autoestima o que las redes sociales no tienen un impacto significativo en ella. La red social más utilizada fue Facebook, seguida de WhatsApp, Instagram y TikTok. En conformidad con estos resultados, se elaboró una guía informativa que promueve el uso consciente de las redes sociales y el desarrollo de una autoestima positiva entre los adolescentes.

Palabras clave: autoconcepto, aceptación social, efectos negativos, impacto emocional, juventud.

2.2 Abstract

Social networks have become a prominent form of entertainment among young people. Self-esteem, which is the perception and valuation that a person has of himself/herself, can be influenced using these platforms. The aim of this research was to describe the scientific evidence on self-esteem and the use of social networks in adolescents, to know the consequences of this use on self-esteem, to identify the social network of greatest use among them, and to design an informative guide based on the results obtained. To carry out this study, a non-experimental, cross-sectional, qualitative approach was used, with a descriptive scope of documentary type and using a bibliographic synthesis method.

From databases such as Dialnet, Scielo, Redalyc, PubMed, PubPsych, and Google Scholar, and applying selection criteria and the PRISMA flowchart, a sample of 20 scientific articles was formed. The results showed that excessive use of social networks was associated with a decrease in self-esteem, increased insecurity, frustration, sadness, personal perception problems, lack of self-confidence, and emotional dependence, as well as a tendency towards body dissatisfaction and the drive for thinness, increasing the risk of developing emotional disorders such as anxiety and depression.

However, other studies indicated that Facebook use may increase self-esteem or that social networks do not have a significant impact on it. The most used social network was Facebook, followed by WhatsApp, Instagram, and TikTok. In accordance with these results, an informative guide was developed that promotes the conscious use of social networks and the development of positive self-esteem among adolescents.

Key words: self-concept, social acceptance, negative effects, emotional impact, youth.

3 Introducción

Según Consuegra Anaya (2010) la autoestima es la autoimagen o autoevaluación positiva, que aflora al comparar el yo real con el yo ideal. En base a esto, la persona se evalúa a sí misma según los estándares y expectativas sociales que ha integrado en su autoconcepto.

La adolescencia es una de las fases cruciales en la vida de una persona, ya que es cuando se despiertan las emociones, se define el carácter y se experimentan cambios que puedan transformar el rumbo de la vida (Silva-Escorcía y Mejía-Pérez, 2015).

La búsqueda de autonomía e identidad personal se ha relacionado con una importante vulnerabilidad emocional. Diferentes estudios han encontrado variaciones en la autoestima a lo largo de la adolescencia. Los adolescentes en la etapa temprana presentan mayor autoestima que los adolescentes en la etapa tardía (Riquelme et al., 2018).

Una encuesta realizada a 25.000 estudiantes reveló que una de cada cuatro personas entre 7 y 17 años presenta baja autoestima y experimenta de estrés postraumático, ansiedad y depresión (Pupo González et al., 2021). Según Díaz Falcón et al. (2018), la baja autoestima está relacionada con comportamientos agresivos, violencia escolar y dificultades en las relaciones interpersonales. Además, Troya et al. (2023) señala que la constante exposición a indicadores de aprobación o rechazo en diversas plataformas digitales puede influir significativamente en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, exacerbando problemas de autoestima debido al uso de redes sociales.

Las redes sociales en la web son comunidades virtuales que sirven como plataformas para la comunicación e interacción social. Funcionan como un intercambio dinámico entre individuos, grupos e instituciones. Accesibles a través de Internet, conocido como la red de redes, estas plataformas superan las limitaciones de tiempo y espacio, lo que hace necesario reconocer los cambios que ocurren en el desarrollo social, emocional y cognitivo (Rodríguez Puentes y Fernández Parra, 2014).

Hoy en día, una proporción considerable de individuos usa redes sociales con frecuencia y el ochenta por ciento de los usuarios admite que dedica cerca de una cuarta parte de su tiempo en línea a estas plataformas. Lo que resulta ser más negativo que positivo (Troya-Fernández et al., 2023).

Es así que esta investigación emerge como respuesta a la ascendente automatización de la sociedad, donde las redes sociales se han transformado en parte integral de la vida de los adolescentes, afectando diversas áreas de su desarrollo. Este fenómeno ha despertado un interés creciente, especialmente en relación con su impacto en la autoestima de los jóvenes.

Por lo tanto, el objetivo general del estudio fue describir la evidencia científica sobre la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes; y como objetivos específicos: conocer las consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes; identificar cual es la red social de mayor uso en los adolescentes; y diseñar una guía informativa en base a los resultados obtenidos.

El sustento teórico se dividió en dos capítulos. El primero aborda la autoestima incluyendo su definición, factores, componentes, tipos, desarrollo, dimensiones, autoestima y adolescencia, etapas de la adolescencia, consecuencias del uso de redes social en la autoestima y las estrategias para mejorarla. El segundo capítulo se centra en las redes sociales, en su definición, características, ventajas y desventajas, perfil, redes sociales más utilizadas, aspectos positivos del uso de redes sociales, señales de alerta, conductas adictivas de las redes sociales y efectos psicológicos.

La investigación empleó un enfoque cualitativo, la población de estudio incluyó 451 fuentes de literatura científica asociadas con la autoestima y las redes sociales, de las cuales se seleccionaron 20 artículos científicos mediante los criterios de inclusión y exclusión. Finalmente, se concluye la investigación con los resultados obtenidos, donde se elabora una guía psicoeducativa sobre estrategias para fomentar una autoestima saludable, junto con la discusión, las conclusiones y las recomendaciones.

Los datos recopilados subrayan cómo el uso de redes sociales afecta en la autoestima de los adolescentes, revelando varias consecuencias negativas. Sin embargo, algunas investigaciones sugieren que el impacto del uso de redes sociales en la autoestima puede variar dependiendo del contexto y del uso específico de las plataformas.

En contraste a los resultados obtenidos, se diseñó una guía informativa que aborda sobre autoestima y redes sociales. La guía ofrece detalles sobre estas plataformas y propone estrategias para maximizar sus beneficios y minimizar sus riesgos.

4 Marco Teórico

4.1 Capítulo I: Autoestima

4.1.1 Definición

Según Consuegra Anaya (2010) la autoestima es la autoimagen o autoevaluación positiva, que se manifiesta al comparar el yo real con el yo ideal. En base a esto, la persona se evalúa a sí misma según los estándares y expectativas sociales que ha integrado en su autoconcepto.

Asimismo, Coopersmith (1967, como se cita en Lara Cantú et al., 1993) describe la autoestima en términos de “el juicio personal de valía, que es expresado en las actitudes que el individuo toma hacia sí mismo. Es una experiencia subjetiva que se transmite a los demás por reportes verbales o conducta manifiesta” (pág. 3).

De manera similar, Raffini (2006) menciona que la autoestima se define como el reconocimiento del propio valor e importancia, lo cual se manifiesta en la capacidad de asumir la responsabilidad personal y de comportarse de manera responsable hacia los demás.

La autoestima se contempla como la apreciación que se tiene de sí mismo, comprende emociones, pensamientos, sentimientos, experiencias y actitudes que la persona acumula en su vida (Mejía Estrada et al., 2011). Este curso se va llevando a cabo, a lo largo del ciclo vital, a partir de las interrelaciones que realice el sujeto con los otros, lo cual posibilita la evolución del “Yo”, gracias a la aceptación e importancia que se dan las personas unas a otras (Naranjo Pereira, 2007).

4.1.2 Factores de la autoestima

Según Coopersmith (1988), existen cuatro factores altamente significativos para la autoestima: a) la aceptación, preocupación y respeto recibidos de las personas significativas en la vida del individuo; b) la historia de éxitos y la posición (status) que la persona tiene en la comunidad; c) la interpretación que las personas hacen de sus experiencias y cómo estas son modificadas por sus aspiraciones y valores; y d) la manera en que las personas responden a la evaluación.

Por su parte, Sánchez Arenas y Ruiz Martínez (2015) proponen variables que influyen en la autoestima, tales como el éxito, los valores, las aspiraciones, las defensas ante la devaluación, la aceptación, el respeto y la preocupación por parte de las personas significativas. De manera similar, Calderón Ferrey (2015) afirma que los factores internos de la autoestima están compuestos

por ideas, prejuicios y valores, mientras que los factores externos incluyen los mensajes verbales y no verbales recibidos, las interacciones con padres, maestros y personas significativas, las organizaciones en las que se involucra y el contexto cultural en el que se desenvuelve.

Por otra parte, González-Arratia (2001) resume los factores internos y externos que regulan la autoestima en: la armonía o discrepancia entre el self real y el self ideal, la representación integrada del self, la carga emocional del self, los juicios del superyó, la capacidad del yo para equilibrar expectativas y presiones, el estado físico, la presencia o pérdida de fuentes de amor, el éxito o fracaso en diversas áreas de la vida, y la comparación entre expectativas y logros.

4.1.3 Componentes de la autoestima

Panesso Giraldo y Arango Holguín (2017) identifican elementos que influyen en la configuración de la autoestima, los cuales se dividen en tres componentes, afectivo, conductual y cognitivo.

4.1.3.1 Componente afectivo. Implica evaluar lo positivo y negativo en nosotros mismos, generando sentimientos de agrado o desagrado. Refleja nuestras percepciones acerca de nuestro valor personal, manifestándose en admiración y satisfacción por nuestras virtudes o en dolor y desánimo por nuestras limitaciones. Esta evaluación de nuestras características personales está determinada por nuestra sensibilidad y reactividad emocional hacia los valores y antivalores que percibimos en nosotros mismos. Cuanto mayor sea la carga emocional involucrada, más intensa será nuestra autoestima (Jolusafe, 2019).

4.1.3.2 Componente conductual. Implica las intenciones y comportamientos fundamentados en las percepciones de uno mismo y nuestra voluntad para actuar (Panesso Giraldo y Arango Holguín, 2017). Esta dimensión resulta de la combinación de los componentes afectivo y cognitivo, manifestándose en la conducta. Una baja autoestima, originada por pensamientos y emociones negativas, puede llevar a comportamientos retraídos, temerosos o iracundos. Por ejemplo, una persona con baja autoestima que desea ir al gimnasio para mejorar su físico puede temer el juicio de los demás y limitarse a usar máquinas sencillas, evitando hacer el ridículo (Montagud Rubio, 2021).

4.1.3.3 Componente cognitivo. Está formado por el conocimiento que tenemos sobre nosotros mismos, y varía con la madurez psicológica y la capacidad cognitiva. Incluye ideas,

opiniones, creencias y la percepción y procesamiento de la información. El autoconcepto, que es central en la formación y consolidación de la autoestima, se acompaña de la autoimagen actual y de las aspiraciones y expectativas futuras. Un autoconcepto sólido y rico, basado en creencias firmes, influye positivamente en nuestros comportamientos y en la eficacia de nuestra autoestima (Montagud Rubio, 2021).

Por otro lado, Calderón Ferrey (2015) identifica los componentes de la autoestima como sigue: la actitud, que abarca las formas habituales de pensar, actuar, amar y sentir hacia uno mismo; el conocimiento, que se refiere a las ideas, opiniones, creencias, percepciones y el procesamiento de la información sobre uno mismo; la afectividad, que implica la valoración de lo positivo y negativo y los sentimientos favorables o desfavorables que se perciben de sí mismo; y la conducta, que engloba la intención y decisión de actuar de manera coherente. Por el contrario, González Cortés (2012) clasifica la autoestima en dos dimensiones complementarias: la dimensión actitudinal, que incluye la autoimagen, la autovaloración y la autoconfianza; y la dimensión conductual y observable, que abarca el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización, cada una con metas de desarrollo personal específicas y medibles.

4.1.4 Tipos de autoestima

La autoestima positiva proporciona varios efectos favorables para nuestra salud y bienestar, que se reflejan en el crecimiento personal y en una visión gratificante de la vida. Su relevancia reside en que nos motiva a actuar, avanzar y alcanzar nuestras metas (Zenteno Duran, 2017).

La autoestima negativa implica una constante insatisfacción personal, el rechazo y el desprecio hacia uno mismo. Autocalificarse como ineficiente y creer que no se pueden realizar ciertas labores están relacionados con una baja autoestima. Esto implica que el individuo carece de respeto por sí mismo, su autorretrato suele ser desagradable y desearía que fuera diferente. Este descontento consigo mismo produce una notable frustración personal debido a sus rasgos físicos o diversas cuestiones que desvalorizan su identidad, creando conductas agresivas por su insatisfacción y, por ende, un resultado académico deficiente (Ramos Clavo, 2019).

4.1.4.1 Autoestima alta, media y baja.

4.1.4.1.1 *Autoestima alta.* Molina et al. (1996, citado en Naranjo Pereira, 2007) señala que una persona con alta autoestima no se percibe a sí misma como el centro del universo

ni superior a los demás. Sabe reconocer sus diferentes aspectos, se respeta y es consciente de su valor único e irrepetible. Reconoce sus cualidades positivas, pero no se cree perfecta. De hecho, puede ser muy consciente de sus defectos y errores, entendiendo que estos no la hacen menos valiosa, sino que son parte de ser humano. Factores familiares y sociales.

4.1.4.1.2 Autoestima media. En este nivel, las personas experimentan una combinación de vivencias negativas y positivas, lo que genera una confusión sobre su identidad y su propio valor. Esta incertidumbre les lleva a dudar de sí mismas y a volverse dependientes de los demás (Humphreys, 2001).

Las personas con este tipo de autoestima carecen de autoconfianza y dependen de la aceptación de los demás. Siempre buscan la aprobación externa y toleran las críticas de otros. Su comportamiento suele ser exagerado, y necesitan la presión de los demás para iniciar acciones y aprender, lo que les impide valorar su propio potencial (Santos Quispe, 2017).

4.1.4.1.3 Autoestima baja. Aquí, las necesidades del individuo, tanto físicas como emocionales no han sido atendidas de manera correcta. Las cualidades internas y externas no han fomentado un valor adecuado para su desarrollo personal y no han logrado aprender a apreciarse, lo que resultará en sentimientos de insuficiencia, desajuste, incapacidad, inseguridad, vulnerabilidad y falta de valor (Mejía Estrada et al., 2011).

4.1.5 Desarrollo de la autoestima

El desarrollo de la autoestima, según Panesso Giraldo y Arango Holguín (2017), ocurre en tres etapas principales. La primera, conocida como la etapa del sí mismo primitivo, abarca desde el nacimiento hasta los dos años, y se caracteriza por la interacción inicial del niño con su figura cuidadora, usualmente la madre, y su creciente autoconsciencia al reconocerse en el espejo. La segunda etapa, del sí mismo exterior, se extiende desde los dos hasta los doce años y es crucial para la formación de la autoestima. Durante este periodo, las experiencias de éxito y fracaso, así como la retroalimentación de los padres, moldean la autoimagen del niño, con sentimientos de orgullo o vergüenza que tienden a ser duraderos. Finalmente, la etapa del sí mismo interior comienza alrededor de los doce años y se enfoca en la búsqueda de identidad y autodefinición, donde el adolescente experimenta cambios cognitivos y se vuelve más consciente de cómo sus acciones afectan su entorno, siendo influenciado tanto por su autoevaluación como por las percepciones de los demás.

4.1.6 Dimensiones de la autoestima

Milicic (2001, citado en Santos Quispe, 2017) aseguró que la autoestima se compone de cinco dimensiones: física, social, académica, afectiva y ética. Para que un niño se sienta seguro y aborde la vida con fortaleza y optimismo, debe desarrollar al menos dos o tres de estas dimensiones.

4.1.6.1 Dimensión física. Esta dimensión se refiere a la capacidad de atraer a otras personas del sexo opuesto, y en los niños, a sentirse fuertes y capaces, lo cual está relacionado con su apariencia y habilidades físicas. Hoy en día, los estereotipos promovidos por los medios, como la imagen de cuerpos perfectos en la televisión, afectan la autoestima y el amor propio de las personas, especialmente de aquellas que carecen de estos, llevándolas a sentirse mal consigo mismas (Preciado Rosado, 2019).

4.1.6.2 Dimensión social. Se refiere a cómo una persona evalúa y suele mantener una percepción sobre sí misma en el contexto de sus relaciones sociales, considerando su competencia, eficacia, relevancia y respeto propio. Esta autoevaluación permite formar un juicio personal que se refleja en las actitudes que la persona tiene hacia sí misma (Simanca Bello, 2023).

4.1.6.3 Dimensión académica. Se refiere a la forma en que el infante se ve a sí mismo en el contexto escolar, evaluando su autopercepción y respeto a su habilidad para cumplir con los requisitos académicos. Incluye si se considera un buen o mal estudiante según sus habilidades cognitivas, así como su capacidad para superar los fracasos (Lucia, 2014).

4.1.6.4 Dimensión afectiva. Hace alusión a la percepción que una persona tiene sus propias características de personalidad tales como amigable o antipático, firme o voluble, audaz o temeroso, sereno o agitado, generoso o egoísta y centrado o desconcentrado (Martínez Hernández y Camargo, 2021).

4.1.6.5 Dimensión ética. Esta dimensión está vinculada a la percepción de uno mismo como una persona buena y confiable o, en contraste, como mala y poco confiable. También abarca características como sentirse confiable o negligente, diligente o perezoso. Esta dimensión está vinculada con la manera en que el infante internaliza los valores y las reglas y cómo ha percibido su relación con los adultos cuando ha violado estas normas o ha recibido sanciones. Si el infante

ha experimentado una crisis en su identidad al cometer errores, su autoestima en este ámbito se verá afectada (Musayon Guerrero, 2020).

4.1.7 Autoestima y adolescencia

La adolescencia es una de las etapas más cruciales en la vida del ser humano. En este periodo, se intensifican las emociones, se explora el carácter y se producen cambios significativos que pueden redirigir el sentido de la vida (Silva-Escorcía y Mejía-Pérez, 2015).

Esta etapa se caracteriza por transformaciones fisiológicas y psicológicas evidentes. Entre los cambios físicos más notables se incluyen el aumento en la altura, la aparición de vello axilar y púbico, y el desarrollo morfológico acorde al sexo (Gallego Codes, 2007). Psicológicamente, los adolescentes experimentan cambios de humor repentinos, actitudes de rebeldía y una inclinación hacia la transgresión de normas adultas. También desarrollan una intensa curiosidad y necesidad de pertenencia, lo que puede llevar a la apatía, hostilidad y pereza (Peñas Fernández, 2006).

Riquelme et al. (2018), señalan que la adolescencia se caracteriza por una mayor vulnerabilidad psicosocial, con un incremento en la necesidad de regular las emociones y comportamientos a través de metas personales, que a menudo difieren de las expectativas adultas. La búsqueda de autonomía e identidad personal está estrechamente vinculada a una considerable vulnerabilidad emocional. Además, se ha observado que la autoestima varía a lo largo de la adolescencia, siendo generalmente más alta en los adolescentes tempranos en comparación con los adolescentes tardíos.

4.1.8 Etapas de la adolescencia

La Organización Mundial de la Salud define la adolescencia como la fase de desarrollo que ocurre después de la niñez y antes de alcanzar la adultez, abarcando aproximadamente entre los 10 y 19 años. Aunque puede ser difícil precisar un rango de edad exacto, esta etapa es crucial por su valor adaptativo, funcional y determinante en el crecimiento del individuo (UNICEF, 2021).

4.1.8.1 Adolescencia temprana. La adolescencia temprana abarca las edades de diez a trece años y marca el inicio de este período, que sigue a la etapa escolar tardía. En esta fase, el individuo empieza a desarrollar aspiraciones, explorar su identidad y formular ideales para su futuro. Se trata de una etapa crucial para la autoexploración y el establecimiento de metas

personales, donde el joven comienza a redefinir su relación con la sociedad y a buscar objetivos que le permitan realizarse como individuo único (Águila Calero et al., 2017).

4.1.8.2 Adolescencia media. La adolescencia media, que se extiende aproximadamente de los 14-15 a los 16-17 años, se caracteriza por la búsqueda de equilibrio entre el reconocimiento personal y el reconocimiento externo. Mientras que en la etapa temprana el enfoque está en el desarrollo físico, en esta fase se acentúa la preocupación por la aceptación y los vínculos afectivos con los pares. El núcleo familiar pierde relevancia como principal fuente de seguridad psicológica, siendo reemplazado por las relaciones con amigos y grupos sociales. Este proceso es fundamental para el desarrollo de la autonomía, la responsabilidad personal y la identidad, así como para la adquisición de habilidades cognitivas avanzadas como la simbolización, la generalización y la abstracción, que permiten una comprensión más amplia del mundo (Guzmán Martínez, 2018).

4.1.8.3 Adolescencia tardía. La adolescencia tardía, que comienza alrededor de los 17 años y puede extenderse hasta los 21, se caracteriza por la finalización del desarrollo físico y el aumento del control sobre los impulsos. En esta etapa, los jóvenes tienen una visión más clara de su identidad y valores, y toman decisiones basadas en sus aspiraciones e ideales futuros. Las amistades y las relaciones románticas se vuelven más estables, mientras que la relación con la familia se transforma, con una mayor independencia tanto física como emocional. A pesar de esto, muchos adolescentes tardíos restablecen una relación más igualitaria con sus padres, considerándolos como compañeros en lugar de figuras de autoridad, y buscan su consejo en temas importantes (Allen y Waterman, 2019).

4.1.9 Consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima

El uso de redes sociales tiene un impacto significativo en los adolescentes, afectando no solo en su vida social, académica y familiar, sino también en su bienestar emocional. Plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok permiten a los jóvenes compartir fotos y videos, recibiendo “me gusta”, comentarios y compartidos que influyen en su percepción de sí mismos, por lo que la respuesta de los demás a sus publicaciones puede afectar a su autoconcepción, creando una imagen distorsionada (García González et al., 2021).

En el estudio de Vidal Gutiérrez et al. (2022), se examinó la relación entre la autoestima y el uso de redes sociales, revelando que muchos adolescentes sienten presión para publicar contenido que les haga ver bien y obtener numerosos “me gusta” y comentarios positivos. Además, estos adolescentes a menudo se sienten abrumados por el drama en las redes sociales y tienden a dejar de seguir a otros usuarios con frecuencia. Este estudio destaca cómo las redes sociales se han convertido en un medio socializador predominante en la adolescencia, a menudo escapando del control parental y de otros agentes de socialización.

Además, se ha mostrado que la exposición a imágenes del ideal de delgadez en redes sociales puede aumentar la ansiedad y afectar negativamente la autoestima (Rodríguez-Suárez et al., 2022). Aunque, el uso moderado de redes sociales puede tener efectos positivos, como mejorar la red de apoyo social y la conexión con grupos, especialmente para quienes tienen baja autoestima, el uso excesivo puede provocar aislamiento, ansiedad, disminución del rendimiento académico. También puede llevar problemas como sedentarismo, obesidad y trastornos de conducta, así como problemas económicos (Torres Serrano, 2020).

4.1.10 Estrategias para mejorar la autoestima

4.1.10.1 Hábitos de vida saludables. Mantener hábitos saludables es crucial para una vida equilibrada y también influye significativamente en la autoestima. Sentirse bien físicamente facilita una visión positiva de uno mismo y de sus habilidades. Realizar ejercicio regular, seguir una dieta equilibrada, mantener buenos hábitos de sueño y participar en actividades intelectuales desafiantes son prácticas que pueden mejorar el bienestar y la autoestima (Fernández, 2022).

4.1.10.2 Establecer metas realistas. Fijar metas alcanzables es clave para fortalecer la autoestima. Establecer objetivos que se ajusten a nuestras capacidades y tiempo disponible evita la frustración por metas inalcanzables. Alcanzar metas realistas proporciona una sensación de logro y refuerza pensamientos positivos, lo que mejora el estado de ánimo y la autoestima (Catalán, 2017).

4.1.10.3 Lista de elogios. Las personas con baja autoestima a menudo tienen dificultades para aceptar elogios. Para superar esto, se puede crear una lista de diez elogios recibidos en la vida, priorizando los más recientes, aunque de no haber otros pueden ocupar de la infancia. Cada elogio debe ser puntuado del 1 al 10 según el grado de creencia que se tiene en él.

Reflexionar sobre cómo cambiaría la vida si se creyera en cada elogio un punto más puede ayudar a valorar y reelaborar las afirmaciones positivas, promoviendo la autoafirmación (Garrido, 2019).

4.1.10.4 Ayudar a los demás. Ayudar a otros es una excelente manera de elevar la autoestima. Participar en actividades como apoyar a compañeros, colaborar en el vecindario o realizar acciones de voluntariado contribuye a sentirse orgulloso de uno mismo. Actuar con amabilidad y justicia, y realizar pequeñas acciones positivas para los demás, también refuerza la autoestima (Araujo, 2023).

4.2 Capítulo II: Redes sociales

4.2.1 Definición

Desde tiempos antiguos, el ser humano ha buscado comunicarse con los demás para expresar pensamientos, conceptos y emociones, así como para realizar investigaciones, comprender y obtener información creada, expresada y difundida por otros. Tradicionalmente, la comunicación entre las personas se ha basado en redes sociales presenciales, que consisten en estructuras sociales compuestas por individuos interconectados a través de amistades, parentescos o intereses comunes. No obstante, en las últimas décadas ha emergido un nuevo tipo de red social: las redes sociales virtuales. A diferencia de las interacciones cara a cara, estas redes permiten la conexión y la formación de grupos en el entorno digital, facilitando la comunicación y la relación entre individuos y organizaciones sin necesidad de interacción directa (Basterra Olives y Cabrera Hernández, 2021).

Según Rodríguez Puentes y Fernández Parra (2014), las redes sociales en la web funcionan como comunidades virtuales que sirven como plataformas para la comunicación e interacción social. Estas redes permiten un intercambio dinámico entre individuos, grupos e instituciones, y se accede a ellas a través de Internet, conocido como la red de redes, que representa un entorno virtual. Este tipo de redes supera las limitaciones de tiempo y espacio, lo que obliga a reconocer los cambios en el desarrollo social y cognitivo que surgen de su uso.

Por otra parte, Troya-Fernández et al. (2023) señala que el término “red social” hace referencia a plataformas en línea que permiten a los usuarios interactuar con otros que comparten intereses, objetivos comunes, contextos similares o que simplemente se conocen entre sí. Hoy en día, las redes sociales destacan a los usuarios y las comunidades a las que pertenecen, facilitando la comunicación, el intercambio de información como fotos y videos, y la oportunidad de conocer nuevas personas. En resumen, la función principal de una red social es conectar a individuos en el ámbito virtual, ya sea estableciendo nuevas relaciones o manteniendo las existentes

4.2.2 Características de las redes sociales

En sus investigaciones iniciales, Boyd y Ellison destacaron las características esenciales de las redes sociales: la creación de perfiles públicos o semipúblicos dentro de un entorno específico, la capacidad de conectar con otros usuarios para intercambiar interacciones y la posibilidad de explorar las conexiones propias y las de otros dentro del sistema. A lo largo del

tiempo, estos aspectos han consolidado a las redes sociales como herramientas clave para la comunicación y la interacción dentro de comunidades o con individuos a través de Internet (Barrón-Colin y Mejía-Alvarado, 2021).

Las redes sociales gozan de popularidad debido a su naturaleza participativa y gestionada por los usuarios, lo que las convierte en plataformas interactivas con una amplia gama de opciones de entretenimiento. Facilitan la reconexión con viejos conocidos, la gestión de intereses comunes y la promoción de la comunicación directa, así como el intercambio de contenido como fotos, juegos, foros y servicios de mensajería. Entre sus ventajas se encuentran la creación de identidad, la comunicación sin barreras, la búsqueda de contactos, el intercambio de ideas e intereses, y la participación en grupos específicos. Sin embargo, el uso inapropiado de estas plataformas puede tener efectos perjudiciales para los usuarios, sus seres queridos y la sociedad en general. Las desventajas comunes incluyen la invasión de la privacidad, la adicción y la exposición a contenido inapropiado. En Ecuador, la alta penetración de tecnología supera a la de otros países de América Latina, con Facebook destacando como el sitio más visitado. Esto subraya el papel crucial de las redes sociales en la comunicación actual y su uso en procesos de democratización política y ciudadana en la última década (Hernández Mite et al., 2017).

4.2.3 Ventajas y desventajas de las redes sociales

Según Basterra Olives y Cabrera Hernández (2021), las redes sociales ofrecen varias ventajas, como el intercambio inmediato de mensajes, la interacción sin limitaciones geográficas, la difusión de información y puntos de vista, la posibilidad de realizar investigaciones y obtener datos, la exposición a oportunidades laborales, el entretenimiento, el anonimato y la facilidad de comunicación para personas tímidas o introvertidas. Sin embargo, también presentan desventajas, incluyendo la adicción y conductas obsesivas, la despersonalización, la competitividad y las comparaciones que pueden deteriorar la autoestima, la disociación entre la identidad real y la proyectada, el ciberacoso, el sexting y el grooming, la sobreexposición y la falta de límites, los comportamientos de control, las manifestaciones públicas de discriminación (como el racismo y el sexismo) y la pérdida de control sobre la información compartida.

4.2.4 Perfil de las redes sociales

Según Martín Critikián y Medina Núñez (2021), varios aspectos importantes destacan en relación con las redes sociales:

- **Uso, preferencias y valoración.** Las plataformas más utilizadas son WhatsApp (85%), Facebook (81%), YouTube (70%) e Instagram (59%), con una preferencia significativa entre mujeres y jóvenes. Twitter es mayormente usado por hombres. TikTok ha tenido un crecimiento notable, incrementando su uso del 3% al 16% en un año. Los usuarios jóvenes (16-24) son los que utilizan más redes sociales. Las aplicaciones mejor evaluadas son WhatsApp y YouTube (8.4), seguidas de Spotify (8.2).
- **Frecuencia de uso.** WhatsApp es la plataforma más empleada diariamente (96%), seguida de Instagram (81%) y Facebook (78%). Los usuarios pasan un promedio de 1 hora y 43 minutos en WhatsApp, 1 hora y 39 minutos en YouTube, 1 hora y 38 minutos en Spotify, y 1 hora y 34 minutos en House Party. El uso diario de Facebook ha disminuido. En total, los usuarios dedican 1 hora y 19 minutos al día a las redes sociales, con un uso más intensivo entre hombres menores de 40 años.
- **Actividades y acceso a RSS (Really Simple Syndication).** El 65% de los usuarios prefieren contenido duradero sobre el contenido fugaz. El teléfono móvil es el dispositivo más utilizado (97%), seguido del ordenador (93%).
- **Relación con las marcas.** Las redes sociales han aumentado las ventas al mantener a los consumidores informados sobre las últimas tendencias y fomentar una relación más estrecha entre cliente y empresa. Estas plataformas ofrecen una publicidad más económica en comparación con la televisión y la radio, siendo el formato gráfico (banners) el más popular (53%).
- **Generación Z vs Millennials.** La generación Z utiliza más frecuentemente las redes sociales, con una media de 5.4 cuentas, prefiriendo Instagram, WhatsApp y YouTube. En contraste, los millennials también usan Facebook. La generación Z es más ansiosa y curiosa, espera respuestas rápidas y no se sorprende por la expansión de las redes sociales

4.2.5 Redes sociales más utilizadas

La evolución de las aplicaciones de comunicación ha marcado un hito significativo, con Facebook destacándose como la primera red social de alcance mundial, transformando la forma en que nos relacionamos gracias a su interfaz intuitiva y amplia cobertura. Facilitando la creación de grupos y el intercambio de intereses, Facebook se convirtió en una fuente de entretenimiento global. Según cifras de Medical News Today, aproximadamente 1 de cada 4 personas utiliza estas

plataformas a nivel mundial. En México, las descargas de aplicaciones reflejan esta integración: WhatsApp con 92 millones, Facebook con 86 millones, Instagram con 22 millones y Twitter con 7.22 millones. Estas cifras muestran que no solo usamos una única plataforma, sino varias, creando múltiples conexiones. Cada red social es percibida de manera única: Facebook e Instagram son vistas como las más perjudiciales para la salud mental, mientras que YouTube y Twitter son consideradas menos influyentes en este aspecto (Barrón-Colin y Mejía-Alvarado, 2021).

4.2.6 Aspectos positivos del uso de redes sociales

El uso controlado de redes sociales beneficia a pacientes con trauma cerebral en rehabilitación, mejorando estrategias compensatorias y estimulando múltiples regiones cerebrales, lo que aumenta la memoria de trabajo y la capacidad de aprendizaje perceptual. Los nativos digitales toman decisiones rápidas y muestran mayor desarrollo en áreas cerebrales específicas. Además, las redes sociales benefician a discapacitados auditivos y pueden distraer a los gamers del dolor. En pacientes con diversas patologías, el uso de internet y videojuegos reduce náuseas, presiones sanguíneas y el uso de analgésicos. Para niños con parálisis cerebral, distrofias musculares y trastornos de aprendizaje, internet es una herramienta útil en rehabilitación. Las redes sociales también muestran múltiples aspectos positivos: la creación de blogs, videos y páginas web puede desarrollar sentimientos de competencia y generar elementos educativos. Refuerzan relaciones creadas offline, apoyan la educación sexual, y promueven la salud (tabaco, alcohol, drogas, hábitos alimentarios, conductas sexuales). Además, apoyan logros académicos, con un 84% de los usuarios que las consideran útiles para tareas, un 81% para aprendizajes y un 68% que ven una desventaja en no tener internet (Arab y Díaz, 2015).

4.2.7 Señales de alerta

Según Bona Garrido. et al. (2023), las principales señales de alarma que indican una dependencia de las redes sociales son las siguientes:

- Privarse de horas de sueño para pasar más tiempo conectado.
- Ignorar otros aspectos esenciales como el vínculo con la familia, el aprendizaje o incluso la atención a la salud.
- Pensar constantemente en la red, incluso cuando no se está conectado.
- Mentir sobre el tiempo real que se pasa en línea.
- Sentir euforia y una activación anómala al estar en las redes sociales.

Barrón-Colin y Mejía-Alvarado (2021) mencionan que un estudio revela que las personas de entre 18 y 34 años, en su mayoría mujeres, pasan al menos ocho horas y 20 minutos diarios en aplicaciones de interacción virtual. Este uso constante de redes sociales y plataformas audiovisuales, impulsado por la amplia variedad de opciones de consumo, entretenimiento y comunicación ofrecidas por plataformas como Facebook, WhatsApp, Instagram, Netflix y YouTube, se extiende a lo largo del día y está facilitado por la accesibilidad a través de múltiples dispositivos, como teléfonos inteligentes, laptops y tablets. Además, se ha encontrado que el uso problemático del teléfono móvil está más relacionado con la adicción a las redes sociales que con la dependencia del dispositivo en sí mismo, lo que subraya el impacto significativo de las redes sociales en la vida diaria de las personas, ya que la digitalización social ha alcanzado a individuos de todas las edades, siendo los jóvenes especialmente activos en redes sociales.

4.2.8 Conductas adictivas de las redes sociales

Cualquier exceso en una actividad, ya sea que implique sustancias químicas o no, puede conducir a una adicción. Esta se caracteriza por una atracción patológica que crea dependencia, limitando la libertad del individuo al reducir su campo de atención y restringir sus intereses. Aunque algunos comportamientos aparentemente inofensivos pueden volverse adictivos en ciertas circunstancias, causando interferencias significativas en la vida diaria, como en el ámbito familiar, escolar, social o de salud (Echeburúa y Fernández-Montalvo, 2006).

Cualquier actividad que inicialmente se percibe como placentera puede volverse adictiva. La adicción se caracteriza por la pérdida de control del individuo sobre la actividad en cuestión, que persiste a pesar de las consecuencias negativas. Además, el adicto desarrolla una dependencia creciente de esta conducta. Este comportamiento es impulsado por un deseo que puede variar desde una leve inclinación hasta una obsesión intensa, y puede provocar síntomas de abstinencia si se interrumpe. Como resultado, la persona, centrada en su adicción, pierde interés en otras actividades que previamente le resultaban satisfactorias.

La esencia de la adicción radica en la pérdida de autonomía y la dependencia. Inicialmente, las conductas adictivas están motivadas por gratificaciones positivas, como el placer derivado de la actividad misma. Con el tiempo, estas conductas pasan a estar impulsadas por gratificaciones negativas, como la reducción de la tensión emocional. Mientras una persona común puede utilizar el teléfono móvil o conectarse a internet por su utilidad o el disfrute de la actividad, una persona

adicta lo hace para aliviar malestares emocionales como el aburrimiento, la soledad, la ira o el nerviosismo. La ciberadicción se manifiesta cuando, por ejemplo, un niño reemplaza el tiempo con amigos por largas sesiones frente a la pantalla, un adolescente prioriza su iPhone sobre su relación de pareja, o un joven muestra bajo rendimiento académico debido a la obsesiva revisión del correo electrónico (Echeburúa y Corral, 2010).

Las personas con menor bienestar psicológico tienden a desarrollar una mayor adicción a Internet y a las redes sociales, mostrando síntomas como un anhelo constante de estar en línea que interfiere con sus rutinas diarias y puede llevar a problemas de adaptación, autoestima, estrés y depresión. Generalmente, quienes tienen una alta dependencia de las redes sociales presentan niveles más bajos de autoestima y satisfacción con la vida en comparación con aquellos que las usan de manera moderada. Por ejemplo, la adicción a Facebook se ha asociado con rasgos de personalidad como la extroversión, el narcisismo, la soledad, la ansiedad social y la baja autoeficacia, lo que sugiere que su uso excesivo puede tener efectos negativos (Chnaider et al., 2022). Asimismo, Guedes et al. (2016) advierten que el uso excesivo y la dependencia de las redes sociales pueden acarrear consecuencias perjudiciales en diversas áreas de la vida, incluyendo la personal, profesional, académica, social y familiar.

El atractivo de Internet a menudo se compara con las propiedades reforzadoras de las sustancias adictivas. Algunos investigadores han identificado síntomas o perfiles psicológicos asociados al uso excesivo de Internet similares a los observados en adicciones a sustancias, como estrés, ansiedad o inquietud ante la falta de conexión. Aunque términos como “adicción a Internet”, “uso patológico de Internet”, “uso compulsivo de Internet”, “netadicción” o “ciberadicción” se utilizan ampliamente en la literatura científica, la adicción a Internet no está oficialmente reconocida en manuales diagnósticos como el DSM de la Asociación Psiquiátrica Americana o la CIE de la OMS. Hasta ahora, solo el trastorno del juego en línea ha sido reconocido como un trastorno relacionado con el uso de Internet en el DSM-V (Fernández-Villa et al., 2015).

Según Delgado et al. (2016), las adicciones psicológicas a las redes sociales se componen de tres factores principales: la obsesión por las redes sociales, que se manifiesta en un compromiso mental constante hacia estas plataformas, con pensamientos persistentes y fantasías sobre su uso, generando ansiedad y preocupación cuando no se puede acceder a ellas; el uso excesivo, caracterizado por la dificultad para controlar el tiempo dedicado a las redes sociales, lo que resulta

en un uso desmedido y una incapacidad para regularlo; y la falta de control en el uso, que se refiere a la preocupación por la incapacidad de interrumpir o suspender el uso de estas plataformas, lo que puede llevar al descuido de responsabilidades académicas como tareas y estudios.

4.2.9 Efectos psicológicos de uso de redes sociales

Las redes sociales influyen significativamente en comportamientos, actitudes y salud mental. Aunque facilitan las interacciones sociales, también pueden perjudicar la salud de los individuos (Chnaider et al., 2022). Investigaciones muestran que las redes de apoyo social en línea pueden reducir el estrés, fortalecer la autoestima y mejorar la satisfacción con la vida (Zhang, 2017). Asimismo, en el estudio de Gilmour et al. (2020) encontraron que el apoyo social en redes sociales mejora la salud física y mental, y reduce síntomas de trastornos como depresión y ansiedad. No obstante, otros estudios sugieren que el uso excesivo puede aumentar problemas de salud mental, dañar las relaciones sociales, promover el sedentarismo, fomentar la adicción a Internet y disminuir la autoestima (Shakya y Christakis, 2017).

El impacto negativo incluye el aumento de conflictos, estrés, menor autoestima, dificultades en la vida cotidiana y en el rendimiento académico, así como una mayor ansiedad social. El estudio realizado por la Universidad de Cambridge indica que los jóvenes que pasan más de dos horas diarias en redes sociales tienen mayor riesgo de desarrollar síntomas de ansiedad y depresión (Barrón-Colin y Mejía-Alvarado, 2021). Además, las noticias falsas, diseñadas para provocar respuestas emocionales fuertes, y el ciberacoso, agravado por el anonimato en línea, también afectan la salud mental de los usuarios. Para mitigar estos impactos, algunas plataformas, como Instagram y Facebook, han implementado medidas como la eliminación de la visualización de “me gusta” y la promoción de contenido de apoyo emocional, y han intensificado sus esfuerzos para combatir la difusión de noticias falsas (Rodrigues Abjaude et al., 2020).

Según Troya-Fernández et al. (2023), las redes sociales pueden tener diversas consecuencias negativas para la salud mental, tales como: ansiedad, depresión, afectación de la autoestima, alteraciones en el sueño, impacto en la imagen corporal y hábitos alimentarios poco saludables.

4.2.9.1 Ansiedad. La American Psychological Association (2024) define la ansiedad como una emoción caracterizada por tensión, pensamientos preocupados y cambios físicos como el aumento de la presión arterial.

El miedo y la ansiedad son comunes durante la infancia y la adolescencia. El miedo se manifiesta como una sensación de amenaza ante una situación, persona u objeto específico, mientras que la ansiedad es una respuesta a una amenaza percibida frente a una situación no deseada o incierta. Los síntomas de ansiedad pueden ser normales o patológicos, dependiendo del contexto y su intensidad. Se considera que la ansiedad es patológica cuando la respuesta es desproporcionada en relación con la situación y conduce a comportamientos inadecuados para el nivel de desarrollo del niño o adolescente (Huanca Baez, 2016).

Actualmente, diversas investigaciones han revelado una correlación significativa entre la experimentación de emociones negativas y el uso excesivo de redes sociales. El uso desmedido de Internet se ha convertido en una estrategia para evadir sentimientos negativos, ya que proporciona una distracción que ayuda a alejarse de estas emociones. Esta idea se relaciona con la teoría de que la ansiedad activa al organismo para buscar escape, y en este contexto, Internet puede servir como una forma de evasión de la realidad (García Gualdrón, 2015).

Troya-Fernández et al. (2023) han observado un aumento en la incidencia de trastornos como ataques de pánico, trastorno de ansiedad generalizada y trastorno obsesivo-compulsivo asociado al uso de redes sociales. En este contexto, su revisión bibliográfica sugiere que las personas que pasan más tiempo en redes sociales son más propensas a desarrollar ansiedad, evidenciando una relación directa entre el tiempo de conexión y la intensidad de los síntomas de ansiedad.

4.2.9.2 Depresión. La depresión se considera un desorden cognitivo, según la teoría propuesta por Beck, donde sostiene que los síntomas y signos de la depresión surgen a partir de la activación de patrones cognitivos negativos, los cuales influyen en cómo el individuo percibe a sí mismo, al mundo y a su futuro. Estos patrones forman parte de la tríada cognitiva, que es fundamental para entender las alteraciones negativas asociadas con la depresión (Basterra Olives y Cabrera Hernández, 2021).

Por otro lado, Baños Chaparro (2020) describe la depresión como una alteración en los aspectos emocionales y cognitivos que predominan en el estado de ánimo, sin necesariamente implicar desórdenes físicos. A escala global, se calcula que más del 3.7% de la población padecen depresión, con aproximadamente 800.000 suicidios anuales, lo que se traduce en alrededor de

3.000 suicidios diarios. En este sentido, la sintomatología de la depresión puede variar en duración e intensidad y no todos los síntomas se manifiestan de manera uniforme en todas las personas.

Una diferencia notable en la vida de los adolescentes y adultos jóvenes actuales, en comparación con generaciones anteriores, es el cambio en la forma de interacción social. Los jóvenes pasan menos tiempo en encuentros presenciales y más en interacciones electrónicas, especialmente a través de las redes sociales (Miller, 2023).

En este contexto, Armaza Deza (2023) señala que el uso excesivo de redes sociales puede contribuir al desarrollo de la depresión. Esta relación está especialmente vinculada al ciberbullying, ya que los adolescentes que sufren de este tipo de acoso en línea a menudo presentan comportamientos depresivos que, en casos graves, pueden conducir al suicidio.

Finalmente, la incidencia de la depresión está en aumento a nivel global. Las redes sociales, especialmente Instagram, se han identificado como un riesgo significativo para el desarrollo o agravamiento de la depresión. Varios estudios han demostrado que un mayor tiempo de exposición en estas plataformas está asociado con un mayor riesgo de desarrollar o intensificar la depresión (Troya-Fernández et al., 2023).

4.2.9.3 Autoestima. Según la Organización Mundial de la Salud (citado en Troya-Fernández et al. 2023) es un estado de bienestar que abarca dimensiones sociales, físicas y psicológicas. Influye significativamente en los logros y fracasos individuales al potenciar la seguridad y las habilidades personales.

Para Maslow, pionero de la psicología humanista, la autoestima es una parte esencial de su teoría sobre la autorrealización. Maslow describe las necesidades humanas en una jerarquía que incluye vida, inmunidad, seguridad, pertenencia, afecto, respeto, autoestima y autorrealización, subrayando que cada individuo posee una naturaleza interna que impulsa estas necesidades (Pérez Villalobos, 2019).

En un sentido similar, Martínez Gómez (2022) define la autoestima como la apreciación positiva o negativa que una persona tiene de sí misma. Este concepto incluye dos aspectos fundamentales: la autoconfianza, que se refiere a la capacidad de evaluar y tomar decisiones basadas en el conocimiento de uno mismo, y la confianza en la capacidad para enfrentar los

desafíos y merecer la felicidad. La autoestima, por tanto, implica conocerse a uno mismo y tener confianza en nuestras habilidades y decisiones.

Una característica notable de las nuevas generaciones es la búsqueda de aceptación a través de las redes sociales. Los miembros de la generación Z suelen compartir su vida en línea, utilizando filtros y mostrando solo fragmentos seleccionados de su realidad. Aunque estas acciones pueden parecer una forma de transparencia, en realidad pueden desencadenar la liberación de dopamina en el cerebro, similar a otras adicciones. Esta dopamina, producida en estados de placer, puede llevar a la adicción a la tecnología y a la dependencia emocional de las redes sociales. La falta de repercusión social puede, por tanto, generar frustración y tener consecuencias graves en la autoestima (Martín Critikián y Medina Núñez, 2021).

Las redes sociales, especialmente Instagram, afectan la autoestima al influir en el autoconcepto, la autoevaluación, la autoaceptación y el autorrespeto. Los jóvenes son particularmente vulnerables a estas influencias, experimentando descensos en la autoestima debido a la cantidad de “likes”, comentarios y seguidores. Esto puede conducir a sentimientos de rechazo y cuestionamiento de su imagen física. Investigaciones han mostrado que el uso excesivo de redes sociales puede estar relacionado con un aumento en la extroversión y una disminución en la autoestima, con problemas específicos en la aceptación del propio cuerpo (Troya-Fernández et al., 2023).

4.2.9.4 Sueño. El sueño es un proceso fisiológico complejo y rítmico que se define como un estado de inconsciencia, del cual se puede despertar mediante estímulos sensoriales. Es una parte fundamental del ritmo circadiano y está influenciado por diversos factores psicológicos, fisiológicos y ambientales. Los seres humanos pasan aproximadamente un tercio de su vida durmiendo, y la privación del sueño puede tener graves consecuencias para la salud (Puerto et al., 2015).

Investigaciones recientes han demostrado una conexión significativa entre el uso de redes sociales y problemas de sueño. Los estudios indican que quienes utilizan frecuentemente estas plataformas tienen hasta tres veces más probabilidades de experimentar dificultades para dormir y despertares tempranos. Este fenómeno puede explicarse por varios mecanismos: la reducción del tiempo dedicado al sueño debido al uso prolongado de redes sociales, la activación emocional o cognitiva que dificulta la conciliación del sueño, y la exposición a la luz brillante de los

dispositivos que interfiere con la producción de melatonina y los ritmos circadianos. Además, los jóvenes que enfrentan dificultades para dormir a menudo recurren a las redes sociales para pasar el tiempo despierto, lo que puede generar un ciclo perjudicial. Estas alteraciones en el sueño durante la adolescencia pueden llevar a una menor satisfacción y rendimiento (Navarrete Fernández et al., 2022).

Los adolescentes, que son los principales usuarios de estas plataformas, a menudo muestran síntomas de depresión y problemas académicos debido a la falta de sueño provocada por una obsesiva práctica de la comunicación en redes sociales. Una encuesta realizada a 3,120 estudiantes de secundaria en Rhode Island reveló que el tiempo total de sueño se redujo entre 40 y 50 minutos durante la adolescencia, y aquellos con menos horas de sueño obtuvieron las peores calificaciones (Tamayo Pérez et al., 2012).

4.2.9.5 Imagen corporal. La imagen corporal es la percepción mental y subjetiva que tenemos de nuestra apariencia. Este constructo multifacético incluye la representación consciente e inconsciente del cuerpo, abarcando aspectos como el esquema corporal (dimensiones, postura, movimientos), la percepción de sensaciones propioceptivas y cinestésicas, y el significado simbólico que se relaciona con deseos y relaciones interpersonales (Panzitta et al., 2023).

Durante la adolescencia, los cambios biológicos y emocionales, como el aumento de la grasa corporal en las niñas previo a la menarquia y la transición de la identidad corporal infantil, pueden ser difíciles de manejar. Los adolescentes, especialmente las niñas, a menudo se preocupan por su peso y temen el rechazo, lo que los hace vulnerables a las influencias socioculturales y a los medios de comunicación. Las redes sociales, como Instagram y Facebook, juegan un papel significativo al promover la comparación social basada en la apariencia, lo que puede aumentar la insatisfacción corporal y contribuir a trastornos alimentarios (Galhardi Lira et al., 2017).

Una de las enfermedades crónica más frecuentes entre los adolescentes son los trastornos de conducta alimentaria (TCA). Aunque son más prevalentes en mujeres, también afectan a hombres quienes enfrentan presión para alcanzar estándares de belleza como el “90-60-90” o un físico musculoso. Los comentarios y “likes” en redes sociales influyen en esta dinámica, exacerbando la insatisfacción corporal y contribuyendo a problemas como la anorexia (Troya-Fernández et al., 2023).

Un estudio realizado por Mabe y su equipo encontró que el uso de Facebook, especialmente entre mujeres, está asociado con una mayor preocupación por la apariencia. Las mujeres que pasan más tiempo en Facebook tienden a publicar más fotos de sí mismas y se enfocan en obtener comentarios y “likes”. Esta exposición constante puede intensificar las preocupaciones sobre el peso y la forma corporal. Por su parte, Ferguson y su equipo señalaron que la competencia entre iguales en redes sociales está vinculada con preocupaciones sobre el cuerpo, sugiriendo que estas plataformas pueden tener un impacto más significativo en la satisfacción con la imagen corporal que los medios de comunicación tradicionales. A pesar de que las interacciones en línea se producen a distancia, los jóvenes continúan interactuando con sus compañeros tanto en la vida real como en las redes sociales, donde la valoración de la imagen es prominente (Ladera Otones, 2016).

4.2.9.6 Hábitos alimentarios poco saludables. Un estudio realizado por Sampasa-Kanyinga y su equipo en 2015 encontró una asociación entre el uso de plataformas de redes sociales y una mayor propensión a omitir el desayuno, así como a consumir bebidas azucaradas y energéticas. Estos hallazgos apoyan investigaciones previas y sugieren que los comportamientos sedentarios, como el tiempo prolongado frente a la pantalla, predicen hábitos alimenticios poco saludables (Navarrete Villanueva et al., 2017).

5 Metodología

5.1 Enfoque de investigación

La investigación adoptó un enfoque cualitativo que, según Hernández Sampieri et al. (2014), implica la recolección y análisis de datos para refinar las preguntas de investigación con el objetivo de mejorarlas y abordarlas adecuadamente. Por lo tanto, el estudio se desarrolló siguiendo este enfoque, ya que la obtención y análisis de datos permitieron generar conclusiones que respondieron a la pregunta de investigación.

5.2 Diseño de investigación

El presente trabajo utilizó un diseño de investigación no experimental, ya que no se realizó la manipulación de ninguna variable a conveniencia, tal como lo expresa Mousalli-Kayat (2015), los diseños no experimentales se realizan sin modificar variables, es decir, no hay variación intencional de alguna variable para medir su efecto sobre otra, sino que se observan los fenómenos tal como se presentan en su contexto natural. En este tipo de estudios, las variables independientes ocurren y no se pueden manipular, al igual que los efectos que ellas tienen.

Además la investigación fue de carácter bibliográfico con riesgo mínimo, tal como lo menciona el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2022):

Artículo 43.- Se consideran investigaciones sin riesgo, aquellos estudios en los que no se realiza ninguna modificación o intervención intencionada sobre variables biológicas, psicológicas o sociales de los sujetos participantes, y en los cuales no sea posible identificar a los mismos.

Se incluyen en esta categoría las siguientes:

- a. Investigaciones que no se realizan sobre seres humanos, sus datos o sus muestras biológicas.
- b. Investigaciones que utilizan datos abiertos o públicos.
- c. Análisis secundario de datos consolidados o bases de datos anonimizadas obtenidos de registros existentes, que reposan en instituciones o establecimientos públicos o privados que cuentan con procesos estandarizados de anonimización o seudonimización de la información de acuerdo con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.
- d. Revisiones de políticas públicas y reglamentación.

- e. c. Investigaciones que utilizan fuentes secundarias de literatura científica.
- f. Investigaciones que evalúen anónimamente el sabor y/o calidad de alimentos, o estudios de aceptación del consumidor.
- g. Investigaciones que evalúen anónimamente programas públicos o prácticas educativas.
- h. Investigaciones con recopilación de información de forma anónima, como cuestionarios, entrevistas anónimas, donde no se registren datos que permitan la identificación de los participantes (datos personales), datos sensibles, población vulnerable, ni se traten aspectos sensibles de su conducta. (p. 19)

Así mismo según El Órgano Colegiado Superior de la Universidad Nacional de Loja (2023), el presente estudio no ameritó aprobación de un CEISH ya que en el Art. 57 del Reglamento del Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos de la Universidad Nacional de Loja establece (2023) que:

Art. 57.- Las investigaciones que para su realización utilicen de manera exclusiva datos abiertos o públicos, no necesitan la aprobación de un CEISH para su ejecución o publicación de resultados. Sin embargo, los investigadores podrán solicitar la carta de exención, si para su publicación la revista científica le solicita. (p. 22)

5.3 Tipo de investigación

La investigación fue de corte transversal, debido a que se centró en la recopilación de datos en un solo periodo específico y delimitado y se enfocó en describir y analizar las variables investigadas. Tal como lo expresaron Rodríguez y Mendivelso (2018) este tipo de investigación se categoriza como un estudio observacional a nivel individual que generalmente cumple dos objetivos: descriptivo y analítico. Estos diseños suelen incluir individuos con y sin la condición en un momento determinado (medición simultánea) y, en este tipo de diseño, el investigador no realiza ningún tipo de intervención.

Asimismo, la investigación fue de tipo documental, ya que se estudió el objeto de interés a través de los documentos existentes sobre la materia, además de que se contó la indagación de información en fuentes escritas tales como libros, revistas, artículos científicos y trabajos de investigación (Editorial Etecé, 2021).

5.4 Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación fue descriptivo, ya que se centró en describir la evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes basándose en la documentación existente. En otras palabras, se fundamentó en la recopilación de datos y la realización de análisis descriptivos para examinar las características, propiedades y relaciones de las variables pertinentes en el estudio. Según Ramos-Galarza (2020) en este alcance de la investigación ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca es exponer su presencia en un determinado grupo humano, así como realizar estudios de tipo fenomenológico o narrativo constructivista, que describan las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno.

5.5 Unidad de estudio

5.5.1 Población

La población inicial consistió en 451 documentos relacionados con el tema de investigación “Autoestima y uso de redes sociales en los adolescentes”, que abarcaron artículos científicos de revisión bibliográfica. Estos documentos se obtuvieron de las bases de datos científicas Dialnet, Scielo, Redalyc, PubMed, PubPsych y Google Académico.

5.5.2 Muestra

En la selección de la muestra para el estudio, se empleó un método de muestreo no probabilístico, específicamente de tipo conveniencia o intencional. A partir del conjunto total de documentos obtenidos, se aplicaron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar una muestra final de 20 artículos que cumplieron con los criterios de selección establecidos por el investigador y en conjunto con el diagrama de flujo PRISMA. Estos datos se encuentran visualmente en el Anexo 1.

5.5.2.1 Criterios de inclusión.

- Publicaciones registradas en inglés, portugués y español.
- Investigaciones que proporcionen datos pertinentes para alcanzar los objetivos definidos en el estudio.
- Artículos con texto completo.
- Artículos de libre acceso.

- Artículos publicados a partir del año 2014.
- Estudios experimentales.

5.5.2.2 Criterios de exclusión.

- Literatura gris.
- Estudios que no guarden relación con el tema de investigación.
- Artículos publicados fuera del periodo previsto.

5.6 Método

Se empleó el método de síntesis bibliográfica, que comprendió la selección, análisis, resumen y evaluación de las fuentes (Ikusmira, 2020).

5.7 Técnica

Se empleó la técnica de sistematización bibliográfica, que consistió en organizar las fuentes relevantes para la investigación. Este enfoque posibilitó la categorización y filtrado de los artículos de investigación, con especial atención en los resúmenes, resultados y discusiones de cada fuente (Quecedo y Castaño, 2002).

5.8 Instrumentos

El instrumento que se utilizó para seleccionar la muestra fue el método del diagrama de flujo PRISMA, el cual implicó la creación de un diagrama de flujo que incluía una lista de verificación de criterios para elegir las fuentes que serían revisadas en la investigación bibliográfica (Page et al., 2021). Se evaluaron diversos aspectos, como el año de creación y/o publicación, el tipo y diseño del estudio, las características de la población y muestra, los resultados de las investigaciones, así como el idioma en el que se presentaba la investigación. Para ello, en el proceso de búsqueda se implementó el uso de términos clave tanto en español como en inglés: “Autoestima”, “Uso de redes sociales”, “Adolescentes”, “Self-esteem”, “Use of social networks”, “Teenagers”, además de complementarse con operadores de búsqueda avanzada como AND y OR.

5.9 Procedimiento

La investigación se desarrolló en diversas fases:

5.9.1 Fase 1

Desde el 08 hasta aproximadamente el 30 de abril del presente año se realizó una búsqueda bibliográfica en distintas bases de datos como Dialnet, Scielo, Redalyc, PubMed, PubPsych y Google Académico, utilizando palabras clave en español, inglés y portugués, y aplicando operadores de búsqueda avanzada como AND y OR.

5.9.2 Fase 2

Se seleccionó la muestra utilizando el Diagrama de Flujo PRISMA, empleando palabras clave relacionadas con las variables y conectores para facilitar la búsqueda y cumplir con los objetivos de describir la influencia del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.

5.9.3 Fase 3

Se tabularon los resultados obtenidos en una tabla que incluyó los artículos seleccionados, detallando el título de la publicación, autor, año de publicación, población, el tipo de estudio y los objetivos.

5.9.4 Fase 4

Se elaboró una guía psicoeducativa basada en los resultados obtenidos en relación con los objetivos de estudio.

5.9.5 Fase 5

Finalmente, se formularon las conclusiones y se elaboraron recomendaciones basadas en los resultados obtenidos.

6 Resultados

6.1 Objetivo General

Determinar la evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes.

Tabla 1

Evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes.

Nombre del artículo Autor/es, revista, año País	Resultados
Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. Soria y Villegas, Revista Psico Unemi, 2024. Ecuador	Entre mayor es la obsesión a las redes sociales, menor es la autoestima de los adolescentes. La red social más utilizada es WhatsApp.
Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. Collantes y Tobar, Revista LATAM, 2023. Ecuador	El uso excesivo de redes sociales tiene un efecto adverso en la autoestima de quienes los usa, influenciado en su desempeño, estado emocional, recaída y conflictos personales. La red social más utilizada es WhatsApp.
Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de lima sur. Pillaca, Revista Acta Psicológica Peruana, 2019. Perú	A mayor adicción a redes sociales, menor autoestima y viceversa. La red social más utilizada es Facebook.
Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. Challco et al., Revista Cient. Ciencias de la Salud, 2016. Perú	Un mayor riesgo de adicción a las redes sociales se asocia con una menor autoestima y autocontrol, y viceversa. La red social más utilizada es Facebook.

<p>Uso de Facebook y niveles de autoestima en adolescentes de secundaria. Tejada y Méndez, Revista Psicol, 2018. Perú</p>	<p>El uso de Facebook está asociado con niveles elevados de autoestima por facilitar la comunicación entre pares, aunque algunos adolescentes muestran baja autoestima en su entorno familiar debido a factores no relacionados con las redes sociales. La red social más utilizada es Facebook.</p>
<p>El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica. Armaza, Revista Scielo, 2023. Perú</p>	<p>El uso de redes excesivamente afecta negativamente la autoestima de los jóvenes, ya que se ven influenciados por publicaciones poco realistas de otras personas. La red social más utilizada es Facebook.</p>
<p>Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. García y Puerta, Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 2020. Colombia</p>	<p>El uso excesivo de redes sociales, afecta a la percepción personal, presenta sentimientos de frustración por no alcanzar metas, falta de independencia, baja autoconfianza y una imagen personal deteriorada, especialmente en las mujeres. La red social más utilizada es Facebook.</p>
<p>Uso de redes sociales y autoestima de adolescentes en una institución educativa de Boconó, Trujillo, 2023. Marín y González, Revista Gicos, 2024. Venezuela</p>	<p>El uso de redes sociales no ejerce influencia notable en la autoestima de los adolescentes. No obstante, la mayoría de los participantes con autoestima media o alta hacen uso de estas tres o menos horas al día. La red social más utilizada es TikTok.</p>
<p>Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. Reyes et al., Revista CENEIP, 2021. México</p>	<p>A mayor adicción a redes sociales, menor es la autoestima de los estudiantes. La red social más utilizada es Facebook.</p>

<p>Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. Sahagún et al., Revista Médica, 2015. México</p>	<p>Las personas adictas a las redes sociales tienen más probabilidad de presentar baja autoestima y son más propensas a experimentar depresión, trastornos de conducta alimentaria, estrés y pensamientos suicidas. La red social más utilizada es Facebook.</p>
<p>El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. Garzón et al., Revista revSOCIA, 2019. México</p>	<p>No existe una problemática evidente en la autoestima de los adolescentes que esté directamente relacionada con la red social Instagram. La red social más utilizada es WhatsApp.</p>
<p>Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas Fonsêca et al., Revista Arq. bras. psicol, 2018. Brasil</p>	<p>A medida que aumenta la dependencia de las redes sociales, la autoevaluación personal tiende a ser menor. La red social más utilizada es Facebook.</p>
<p>Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. Moreira et al., Revista Enfermería Global, 2021. Brasil</p>	<p>El uso excesivo y descontrolado de las redes sociales genera dependencia y necesidad excesiva de aceptación, dificultando el autoconocimiento y las interacciones sociales saludables. La red social más utilizada es WhatsApp.</p>
<p>Redes sociales y la adicción al like de la generación z. Martín y Medina, Revista CyS, 2021. España</p>	<p>La falta de “likes” en las publicaciones afecta a la autoestima de los adolescentes, produciendo inseguridad, enfado, frustración y tristeza. La red social más utilizada es Instagram.</p>
<p>Efecto de la exposición a ideales de delgadez en las redes sociales sobre la autoestima y la ansiedad. Rodríguez et al., Revista Behavioral Psychology, 2022. España</p>	<p>La exposición breve a cuerpos ideales de delgadez en redes sociales disminuye la autoestima de los participantes. La red social más utilizada es Instagram.</p>
<p>Relación de los menores con las redes sociales y el whatsapp: causas y consecuencias. Moreno y Isidro, Revista INFAD de Psicología, 2018.</p>	<p>Pérdida de control sobre información personal, presión por mantener una imagen idealizada, confusión entre la realidad y el mundo virtual y disminución en las habilidades sociales y de comunicación.</p>

España	La red social más utilizada es Facebook.
Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: Análisis Bibliográfico. Castro y de la Villa, Revista Health and Addiction, 2017.	El uso excesivo de las redes sociales reduce la autoestima, mientras que la exposición a ellas tiende a incrementarla. La red social más utilizada es Facebook.
España	
Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados con la alimentación en España: una revisión sistemática. Bajaña y García, Revista Elsevier, 2023.	La participación y la frecuencia en el uso de redes sociales influyen en autoestima, insatisfacción corporal y el impulso de delgadez en adolescentes. La red social más utilizada es Instagram.
España	
El impacto de las redes sociales en la salud mental. Revisión Bibliográfica. Troya et al., Revista Científico-Sanitaria, 2023.	El uso de redes sociales en adolescentes tiene un impacto negativo en la autoestima y agrava los problemas emocionales tales como ansiedad, depresión y Trastornos de Conducta Alimentaria (TCA). La red social más utilizada es Facebook.
España	
Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles. Malo et al, Revista, Científica de CyE, 2018.	El uso excesivo de redes sociales reduce la autovaloración de los adolescentes en relación con cómo son percibidos por su familia, amigos y en la comprensión y expresión de sus propias emociones. La red social más utilizada es Facebook.
España	

Nota: La presente tabla evidencia la presencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes

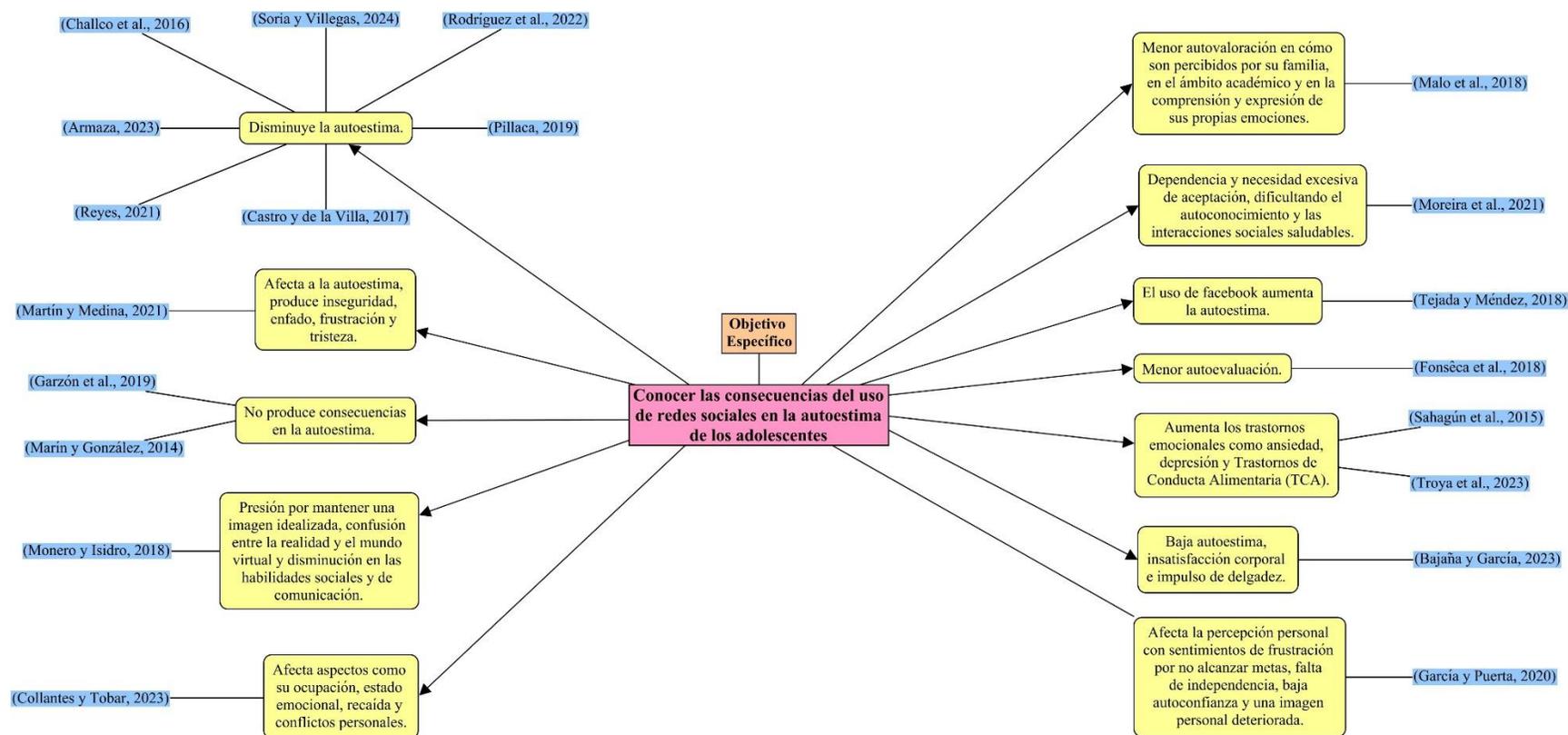
En la **Tabla 1.** la evidencia científica respalda la influencia del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes, con efectos como la disminución de la autovaloración, habilidades sociales y de comunicación, inseguridad, frustración, presión por mantener una imagen idealizada y confusión entre la realidad y el mundo virtual. Estos efectos pueden llevar a problemas como la falta de independencia, baja autoconfianza, trastornos de conducta alimentaria y dificultades en el autoconocimiento y las interacciones sociales saludables. También influye en la percepción de uno mismo por parte de la familia, amigos y en la comprensión y expresión de emociones. Sin embargo, algunos estudios sugieren que el uso de Facebook podría estar asociado con niveles altos de autoestima y una percepción corporal positiva. En relación a la red social más utilizada por los adolescentes, se encontró que es Facebook.

6.2 Objetivo Específico 1

Conocer las consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.

Figura 1

Consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.



Nota: En el presente diagrama se visualiza las consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.

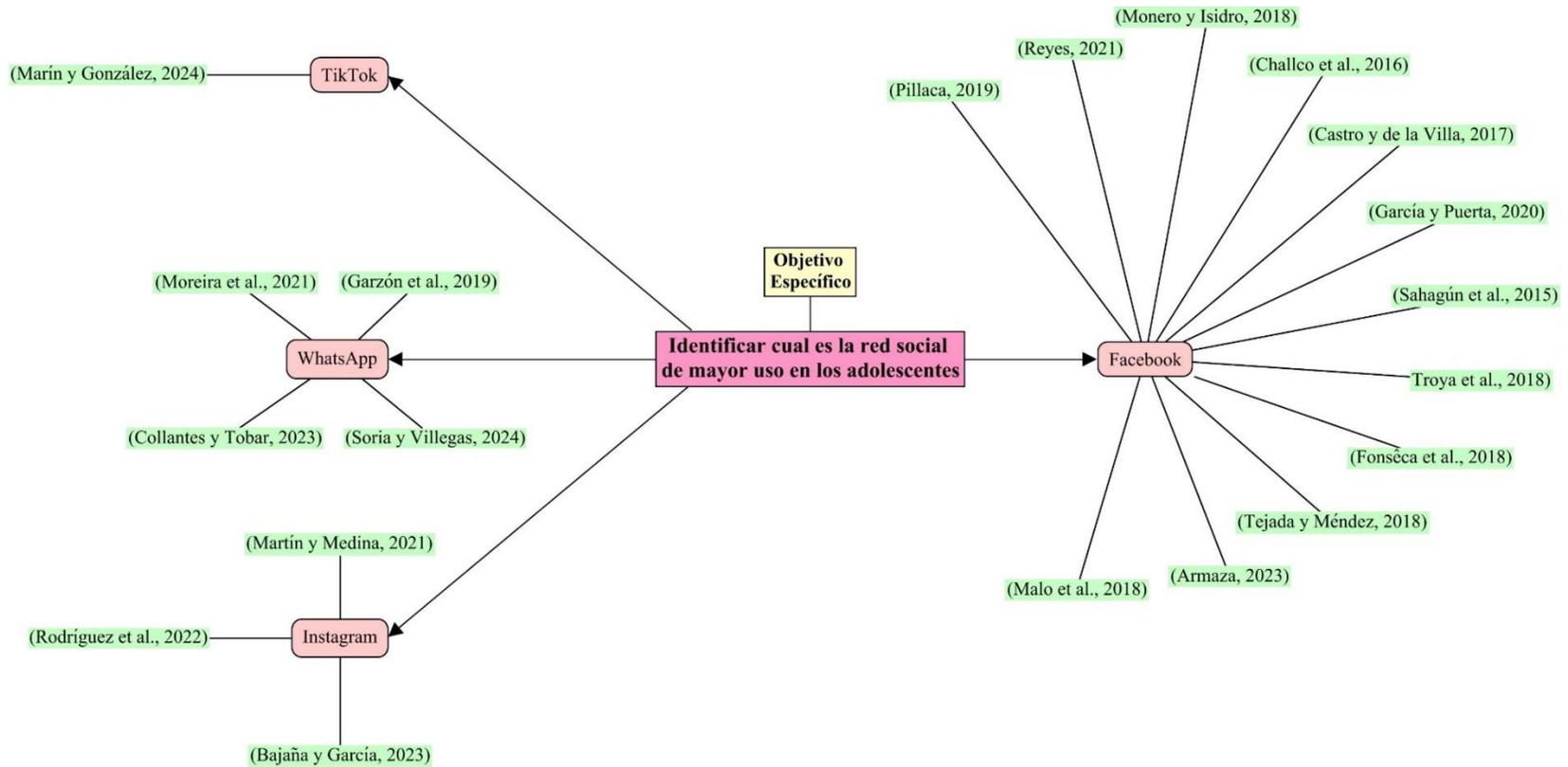
En la **Figura 1**, se evidencian las consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes, que incluyen la disminución de la autoestima, autoimagen negativa, inseguridad, enfado y tristeza. También se observa insatisfacción corporal, impulso de delgadez, dependencia, necesidad de aceptación, dificultad en el autoconocimiento y las interacciones sociales, presión por mantener una imagen idealizada, confusión entre realidad y virtualidad y disminución de habilidades sociales y de comunicación. Estos factores afectan aspectos como el estado emocional, la percepción personal, la autovaloración familiar y contribuye al aumento de trastornos de conducta alimentaria. Sin embargo, algunos estudios sugieren que el uso de Facebook está asociado con una mayor autoestima y que el impacto en ella puede variar, así como que las redes sociales no siempre afectan significativamente la autoestima.

6.3 Objetivo Específico 2

Identificar cual es la red social de mayor uso en los adolescentes

Figura 2

Red social de mayor uso en los adolescentes.



Nota: En el presente diagrama se visualiza la red social de mayor uso en los adolescentes.

En la **Figura 2**, se evidencia que la red social más usada por los adolescentes es Facebook, seguido de WhatsApp, Instagram y finalmente Tiktok. Estos resultados indican las preferencias actuales de los adolescentes en cuanto a las plataformas de redes sociales, destacando la popularidad de Facebook en comparación con otras redes sociales disponibles.

6.4 Objetivo Específico 3

Diseñar una guía informativa en base a los resultados obtenidos sobre la autoestima y su relación con el uso de redes sociales en los adolescentes.

Guía Informativa

Navegando en Redes Sociales: Estrategias para una Autoestima Saludable

Introducción

Las redes sociales son plataformas virtuales diseñadas para mejorar la comunicación entre personas, permitiendo que la información llegue rápidamente a diferentes lugares y momentos, y a pesar de sus numerosas ventajas, el uso excesivo o descontrolado de estas tecnologías puede causar varios efectos negativos a nivel psicológico (Collantes y Tobar, 2023).

En la actualidad, los dispositivos tecnológicos juegan un papel crucial en la vida de muchas personas, especialmente en la de los adolescentes, quienes parecen no concebir su vida sin internet, televisión, computadoras, videojuegos o teléfonos móviles, dado que han crecido en la era digital (Junquera, 2015).

De acuerdo con Díaz et al. (2018) la adolescencia es una etapa crucial para el desarrollo de la autoestima. Las redes sociales han adquirido un rol significativo en este proceso, ya que influyen en el autoconcepto, la autoevaluación, la autoaceptación y el autorespeto, por lo que entender esta relación es vital para fomentar un uso saludable de estas plataformas y promover el bienestar emocional de los adolescentes (Troya-Fernández et al., 2023).

A medida que las redes sociales se integran cada vez más en la vida cotidiana, los datos reflejan un incremento en los problemas asociados con su uso. Según We Are Social (2023) en su Informe Digital, el 90% de los jóvenes de entre 16 y 24 años utiliza activamente al menos una red social, siendo Instagram una de las más populares. Este informe también destaca que el 60% de los adolescentes ha reportado sentirse presionado por las expectativas de imagen y éxito promovidas en estas plataformas. Estos números ponen de manifiesto la necesidad urgente de abordar los efectos potenciales del uso intensivo de las redes sociales y de establecer estrategias para mitigar sus impactos negativos.

Justificación

Abordar la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes surge de la imperante demanda de comprender y gestionar una dinámica que ha evolucionado rápidamente en nuestra sociedad moderna. Las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida diaria, especialmente entre los adolescentes. Su uso excesivo y descontrolado puede generar dependencia, además de una necesidad excesiva de aceptación. Esto dificulta el autoconocimiento y las prácticas sociales saludables, afectando negativamente la salud mental y el bienestar emocional de los jóvenes (Moreira de Freitas et al., 2021).

Esta justificación se basa en el reconocimiento de que la tecnología y las redes sociales seguirán siendo una parte integral de la vida de los jóvenes. En lugar de condenar estas plataformas, es fundamental adoptar un enfoque proactivo y educativo. Los adolescentes con una autoestima sólida están mejor preparados para enfrentar desafíos, formar relaciones saludables y alcanzar su máximo potencial. Por lo tanto, crear una guía informativa sobre este tema es una inversión en el bienestar y el desarrollo positivo de los jóvenes, contribuyendo a una sociedad más resiliente y equilibrada.

Además, esta guía se posiciona como un recurso valioso para aquellas personas que buscan comprender el uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Al ofrecer recomendaciones prácticas e información clara, se aspira psicoeducar a los lectores en este tema.

Objetivos

Objetivo General

Proporcionar una guía informativa que fomente el uso consciente de las redes sociales entre los adolescentes y promueva el desarrollo de una autoestima positiva.

Objetivos Específicos

- Ofrecer información clara y comprensible sobre las redes sociales y la autoestima.
- Facilitar estrategias prácticas para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados con el uso de redes sociales.
- Promover métodos para fortalecer la autoestima de los adolescentes.

Sección 1 – Autoestima y Redes Sociales

Autoestima. La autoestima se define como la habilidad interna o actitud con la que una persona se relaciona consigo misma y cómo se percibe en el mundo, ya sea de manera positiva o con una orientación negativa (Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015).

Según Díaz et al. (2018) la autoestima comienza a formarse desde la infancia, pero es durante la adolescencia cuando su desarrollo se vuelve especialmente crucial. Este período se caracteriza por la búsqueda activa de la identidad, enfrentando cambios significativos y cumpliendo tareas evolutivas mientras se interactúa intensamente con la familia, la escuela, los amigos y los medios de comunicación. La autoestima juega un papel crucial en el bienestar psicológico durante la adolescencia y la adultez, promoviendo una adaptación social positiva en los adolescentes debido a su influencia en el desarrollo de la identidad.

Redes sociales. Las redes sociales representan modos de interacción social que implican un intercambio dinámico entre individuos, grupos e instituciones en diversos contextos. Se caracterizan por ser sistemas abiertos y en constante evolución, donde participan personas con intereses y preocupaciones comunes y cuyos principios fundamentales incluyen la creación, el intercambio y la colaboración de contenido (Vidal Ledo et al., 2013).

Entre las redes sociales más utilizadas son:

Facebook. Es una plataforma de redes sociales en línea desarrollada por Mark Zuckerberg. Inicialmente concebida para facilitar la comunicación entre estudiantes de la universidad, pero dos años más tarde se expandió para incluir al público en general (Aspani et al., 2012).

WhatsApp. Es una aplicación de mensajería instantánea que permite intercambiar mensajes multimedia de manera rápida y sencilla. Facilita el envío y recepción de texto, imágenes, enlaces web, videos y audios. Además, permite realizar videoconferencias y no tiene límites en la cantidad de caracteres, ofreciendo al usuario un control completo sobre sus mensajes (Veytia y Bastidas, 2020).

Instagram. Aplicación que permite capturar, producir, editar y compartir fotos y videos breves en vivo (Bard y Magallanes, 2021).

Tiktok. Facilita la creación y difusión de vídeos con edición sencilla y rápida, aprovechando una amplia gama de efectos visuales y sonoros disponibles en su biblioteca, la cual es enriquecida por los usuarios de la plataforma (Becerra-Chauca y Taype-Rondan, 2020).

Impacto de las redes sociales en la autoestima. El uso de redes sociales puede tener tanto un impacto positivo como negativo que se detalla a continuación.

Impacto positivo de las redes sociales. Según Tejada Méndez (2018) el uso frecuente de redes sociales, especialmente Facebook, se asocia con niveles más altos de autoestima. Además, compartir publicaciones sobre estética contribuye al desarrollo de una autoestima corporal positiva (Peris et al., 2015).

Impacto negativo de las redes sociales. Varios estudios como el de Soria y Villegas-Villacres (2024) sugieren que a medida que aumenta la obsesión por las redes sociales, disminuye la autoestima de los adolescentes. Asimismo, Moral y Fernández (2019) señalan que una baja autoestima está asociada con un mayor conflicto interpersonal debido al uso problemático de internet. Martín y Medina (2021) indican que los adolescentes con baja autoestima pueden experimentar sentimientos de inseguridad, enojo, frustración e incluso tristeza al compartir publicaciones en redes sociales y no recibir likes. Además, Franco Luque (2022) destaca que el uso excesivo de redes sociales tiene consecuencias negativas para la autoestima y el autoconcepto en la juventud, influyendo en la percepción de la imagen corporal, especialmente entre las mujeres.

Asimismo, Armaza (2023) menciona que el uso inapropiado de las redes sociales provoca diversas consecuencias, como baja autoestima, ansiedad, falta de atención, bajo rendimiento académico, problemas de salud, falta de higiene, y otros efectos negativos en su vida, como insomnio y estrés.

Además, el uso constante e intensivo de las redes sociales puede causar adicción y dependencia en los usuarios. Los jóvenes aseguran que emplean las redes sociales en casa, en la escuela y en varios lugares para interactuar virtualmente, lo que los aleja de su entorno. Esto se manifiesta en problemas sociales, personales y educativos, interfiriendo también con el rendimiento académico del alumno y otros aspectos de la vida cotidiana (Moreira de Freitas et al., 2021).

Sección 2 – Uso de las redes sociales

Estrategias prácticas para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos de las redes sociales		
Título	<i>Fomentando un Uso Saludable de las Redes Sociales</i>	
Actividad	Información	Enlaces de Interés y/o Lecturas Recomendadas
Establecer límites de tiempo	Para gestionar el tiempo de manera efectiva, se recomienda establecer horarios específicos para el uso de redes sociales. Evitar acceder a ellas antes de acostarse o durante las tareas escolares puede ayudar a mantener el enfoque y la productividad. Para esta actividad puede utilizar el (<i>enlace 1</i>), que le permitirá crear un horario adaptado a su organización.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crea tu propio horario <ul style="list-style-type: none"> • https://slidesgo.com/es/tema/plantilla-trity-de-horarios-estilo-boho-mi-planner#search-Horario&position-1&results-16&rs=search
Promover el uso consciente de redes sociales	Promover un uso consciente de las redes sociales implica ser selectivos con el contenido que se consume y comparte. Es crucial asegurarse de que este contenido contribuya positivamente al bienestar emocional y mental. Para lograrlo, es recomendable seguir cuentas o grupos que promuevan mensajes positivos y constructivos (<i>enlace 2</i>), y reflexionar antes de publicar o compartir contenido, considerando cómo podría afectar las emociones propias y de los demás.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Cuenta que promueve mensajes positivos <ul style="list-style-type: none"> • https://www.instagram.com/conamor.leti/?igsh=MXM4bTRjNmc1ZGhZw%3D%3D
Desarrollar habilidades de pensamiento crítico	Es importante aprender a cuestionar la veracidad y el propósito del contenido que se encuentra en las redes sociales, ya que esto permitirá una navegación más segura y consciente. Para lograrlo, es esencial desarrollar habilidades de pensamiento crítico y para aprenderlas puede hacer uso del (<i>enlace 3</i>).	<ol style="list-style-type: none"> 3. Infografía: Pensamiento Crítico <ul style="list-style-type: none"> • https://gesvinromero.com/2018/01/19/pensamiento-critico-10-actitudes-para-desarrollarla-infografia/
Utilizar aplicaciones de bienestar digital	Utilizar las aplicaciones diseñadas para gestionar el uso del tiempo en redes sociales pueden fomentar hábitos digitales saludables. Puede explorar el (<i>enlace 4</i>) para encontrar una lista de aplicaciones útiles para esta actividad, junto con más detalles sobre Bienestar Digital, que ofrece funciones y	<ol style="list-style-type: none"> 4. Lista de aplicaciones de bienestar digital <ul style="list-style-type: none"> • https://www.lavanguardia.com/andro4all/aplicaciones-gratis/bienestar-personal 5. Consejos para equilibrar el uso de redes sociales con bienestar digital

	<p>controles para gestionar de manera efectiva el tiempo dedicado a las redes sociales y otras actividades en su dispositivo (<i>enlace 5</i>).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.android.com/intl/es_es/digital-wellbeing/#do-it-together-family-link
<p>Fomentar actividades offline</p>	<p>Participar en actividades fuera de línea, como deportes, lectura o pasatiempos creativos, ayuda a equilibrar el tiempo dedicado a las redes sociales, promoviendo una vida más saludable y reduciendo la dependencia de la interacción virtual. Puede consultar el (<i>enlace 6</i>) para obtener algunas ideas de actividades offline que puede realizar.</p>	<p>6. Ideas de actividades offline:</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://instyle.mx/estilo-de-vida/actividades-offline-que-puedes-hacer-para-reducir-tu-screen-time/

Sección 3 – Fortaleciendo la autoestima

Métodos para fortalecer la autoestima de los adolescentes		
Título	<i>Potenciando la autoestima</i>	
Actividad	Información	Enlaces de Interés y/o Lecturas Recomendadas
Fomentar el autoconocimiento	Para fomentar el autoconocimiento, se recomienda llevar un diario de emociones (<i>enlace 7</i>) o realizar ejercicios de introspección (<i>enlace 8</i>). Estas prácticas ayudan a las personas a entenderse mejor a sí mismas y a reconocer las emociones que experimentan ante diversas situaciones cotidianas.	<p>7. Diario de emociones</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://infosal.es/wp-content/uploads/2021/11/Dossier-Salud-Mental.pdf <p>8. Ejercicio de Introspección ¿Quién soy?</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.youtube.com/watch?v=3hiVdLy7F34&ab_channel=PsicologoC3%ADafacilita
Cultivar pensamientos positivos	Practicar el autocuidado emocional implica cultivar pensamientos positivos y sustituir autocríticas por afirmaciones constructivas. Establecer rutinas de gratitud diaria y centrarse en los aspectos positivos de la vida contribuye a fortalecer la autoestima y promover el bienestar emocional. Puede aprender más sobre cómo practicar la gratitud visitando el (<i>enlace 9</i>).	<p>9. Ejercicio de gratitud simple y efectivo ¿Cómo practicar la gratitud?</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.youtube.com/watch?v=DRApS3JvC4w&ab_channel=MaynezaCrecimientoPersonal
Desarrollar habilidades asertivas	El desarrollar habilidades asertivas para expresar opiniones y necesidades de manera clara y respetuosa contribuye al fortalecimiento de la autoestima, además de que aprender a comunicarse de manera efectiva también promueve relaciones interpersonales saludables. Si desea obtener más información sobre la asertividad, puedes consultar el (<i>enlace 10</i>).	<p>10. ¿Qué es la asertividad y para qué sirve?</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.youtube.com/watch?v=AX10ZkuY_VU&ab_channel=AprendemosJuntos2030
Aceptar los errores y aprender de ellos	Reconocer los errores como oportunidades de aprendizaje y crecimiento personal es clave para fortalecer la autoestima. Aprender a reflexionar sobre las lecciones aprendidas y aplicar cambios constructivos contribuye significativamente a cultivar una visión más positiva de uno mismo (<i>enlace 11</i>).	<p>11. No temas a equivocarte, nunca es tarde para aprender</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.youtube.com/watch?v=bNL2g44dSdk&ab_channel=AprendemosJuntos2030

<p>Practicar ejercicios de validación interna</p>	<p>Reflexionar sobre los logros y cualidades positivas son una parte esencial para fortalecer la autoestima y reducir la dependencia de la validación externa en las redes sociales. Una estrategia efectiva es hacer una lista de sus cualidades positivas (<i>enlace 12</i>), donde puedan identificar y valorar sus fortalezas en áreas como habilidades académicas, sociales, deportivas y artísticas. Además, celebrar los pequeños logros cotidianos ayuda a reconocer y apreciar cada paso hacia sus metas personales (<i>enlace 13</i>).</p>	<p>12. Plantilla para escribir tus cualidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.canva.com/design/DAGJj9d037w/PUnwouAmGN6vcsOiZfeZRw/edit?utm_content=DAGJj9d037w&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton <p>13. La importancia de celebrar tus logros</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://masterdreamlife.com/la-importancia-de-celebrar-tus-logros/
---	--	--

7 Discusión

El objetivo general de este estudio fue describir la evidencia científica sobre la autoestima y el uso de redes sociales en adolescentes. La investigación reveló que 16 de los 20 artículos analizados respaldan la influencia negativa de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. En contraste, 4 artículos sugieren que el uso de Facebook se asocia con niveles más altos de autoestima y una autoestima corporal positiva y que el uso de redes sociales no tiene consecuencias significativas sobre la autoestima de los adolescentes.

Las consecuencias identificadas incluyen disminución de la autoestima, habilidades sociales y de comunicación, así como inseguridad, enfado, tristeza y pérdida de control sobre la información personal. Además, se observó presión por mantener una imagen idealizada, confusión entre la realidad y el mundo virtual, falta de independencia, baja autoconfianza, impulso hacia la delgadez, necesidad excesiva de aceptación, ansiedad, trastornos de conducta alimentaria, entres, pensamientos suicidas, dificultades en el autoconocimiento y en las interacciones sociales saludables, menor autovaloración y problemas en la comprensión y expresión de emociones. También se vieron afectados aspectos como la ocupación, el estado emocional, las recaídas y los conflictos personales. Finalmente, se encontró que la red social más utilizada por los adolescentes es Facebook.

Gomez y Pineda Castillo (2024) en su estudio descriptivo correlacional en la Institución Educativa N°18001 “Miguel Rubio” de Chachapoyas, Perú, con una muestra de 174 estudiantes de secundario y con el objetivo de establecer la relación entre el uso de las redes sociales y autoestima en adolescentes de dicha institución, evidenciaron que los adolescentes presentan un nivel medio de uso de redes sociales, indicando una administración adecuada del tiempo y el conocimiento de las ventajas y desventajas, lo cual sugiere que un uso excesivo podría influir en la autoestima.

Por otro lado, Acón Ayara et al. (2019) analizaron los efectos psicosociales del uso de Facebook en estudiantes de la Universidad Latina de Costa Rica, estudio que tuvo un enfoque cuantitativo no experimental de corte transversal. Encontraron que el 96.9% no reportó afectación en su autoestima, mientras que el 3.1% restante mencionó que Facebook crea ideas de perfección inaccesible. Además, el 87.7% de los participantes usaba Facebook, seguido por Instagram (72.3%) y Snapchat (67.7%)

En relación al primer objetivo específico de conocer las consecuencias del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes, se identificaron diversas consecuencias. Estas incluyen la disminución de la autoestima y las habilidades sociales y de comunicación, así como inseguridad, frustración, tristeza y pérdida de control sobre la información personal. También se observó presión por mantener una imagen idealizada, confusión entre la realidad y el mundo virtual, baja autoconfianza, impulso hacia la delgadez y una necesidad excesiva de aceptación. Además, se identificaron problemas como depresión, ansiedad, trastornos de conducta alimentaria, estrés, pensamientos suicidas y dificultades en el autoconocimiento y las interacciones sociales saludables. Asimismo, se observa una menor autovaloración en cómo son percibidos por su familia y amigos, así como en la comprensión y expresión de sus propias emociones.

Estos hallazgos coinciden con el estudio de Rodríguez Peña y Moreno Almazán (2019), con el propósito de investigar el impacto de las redes sociales en la ansiedad y la autoestima de los estudiantes de secundaria y preparatoria. Este estudio, con un diseño no experimental-transversal de tipo correlacional-cuantitativo, se llevó a cabo con una muestra de 120 individuos de 13 a 20 años de edad provenientes de dos instituciones académicas privadas en el Estado de México. Los resultados indicaron que el uso de redes sociales puede generar altos niveles de ansiedad y reducir la autoestima. Además, los estudiantes que ya presentaban rasgos depresivos y ansiógenos mostraron una exacerbación de estos síntomas debido al uso de redes sociales.

De manera similar, el estudio de Salazar Castalleda (2022) tuvo como objetivo describir los efectos psicosociales del uso excesivo de redes sociales en la construcción de la autoestima de adolescentes de 14 a 17 años en El Bague, Antioquia. Con un enfoque cualitativo, alcance descriptivo y paradigma fenomenológico-hermenéutico, los hallazgos revelaron que el uso excesivo de redes sociales puede representar peligros significativos para la construcción de la autoestima, ya que los comentarios negativos y la falta de reacciones pueden generar inseguridades y miedo en los adolescentes, promoviendo la baja autoestima y afectando negativamente su autoconcepto y autoimagen, lo que lleva a sentimientos de tristeza y desconsuelo.

En contraste, estos resultados difieren de los obtenidos por Valerio Ureña y Serna Valdivi (2018), quienes realizaron un estudio cuantitativo de alcance exploratorio aplicando encuestas a 200 estudiantes universitarios de una universidad privada del norte de México. Su investigación determinó que el acto de compartir fotos en redes sociales, especialmente autorretratos, puede tener efectos positivos, como aumentar la autoaceptación y la satisfacción con la vida. Estas

discrepancias pueden atribuirse a diferencias en la metodología de la investigación, el enfoque, la población y las variables estudiadas.

Respecto al segundo objetivo específico sobre identificar cuál es la red social de mayor uso entre los adolescentes, se observó que Facebook es la plataforma más utilizada, seguida por WhatsApp, Instagram y, por último, TikTok. Esta conclusión está respaldada por 12 de los 20 artículos revisados, así los resultados reflejan las preferencias actuales de los adolescentes en cuanto a las plataformas de redes sociales, destacando la predominancia de Facebook sobre otras opciones disponibles. Estos resultados concuerdan con los de Lozano-Muñoz et al. (2022), quienes realizaron una revisión sistemática en España que incluyó nueve estudios con una muestra de 2,069 adolescentes, de edad media de 18 años, que utilizaban principalmente Facebook e Instagram. Evidenciaron que la red social más utilizada fue Facebook, pero que los adolescentes entre 13 y 15 años usan, de mayor a menor frecuencia, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter y Snapchat. De manera similar, en el estudio de Ochoa Orellana y Mejía (2013), cuyo objetivo fue conocer el impacto del uso de las redes sociales en adolescentes de la Ciudad de Cuenca, con un tipo de investigación exploratoria y una muestra de 100 encuestados, determinaron que Facebook era la red social más utilizada por los adolescentes.

En contraste, estos resultados difieren de los hallazgos de Alcántara y Facundo (2020), quienes realizaron una investigación cuantitativa, con diseño no experimental, transversal y descriptivo en Córdoba, Argentina y con una muestra de 221 adolescentes escolarizados, de ambos sexos, de entre 12 y 17 años, evidenciaron que las redes sociales más utilizadas son Instagram (89,1%), YouTube (81,9%) y TikTok (62,4%). Estos valores indican que muchos participantes utilizan varias redes sociales simultáneamente; por ejemplo, quienes tienen una cuenta de Instagram también suelen tener una en TikTok o seguir a algún youtuber. Solo el 3,6% de los encuestados manifestó utilizar Facebook. Asimismo, el estudio de Espinel Rubio et al. (2021) indagaron sobre el uso de redes sociales en estudiantes de educación secundaria y media en Cúcuta, Colombia. Con un enfoque cuantitativo y diseño transversal, recopilaron información de 224 estudiantes entre 10 y 17 años, en donde los resultados mostraron que la red social más utilizada por los estudiantes es WhatsApp (51,46%), seguida de YouTube (25,2%) y Facebook (12,6%).

Esta revisión bibliográfica estuvo sujeta a limitaciones y sesgos presentes en cada uno de los artículos individuales revisados. Fue crucial considerar la heterogeneidad de los artículos en la muestra seleccionada, ya que las diferencias en los procesos y características dificultaron el

establecimiento de conclusiones con mayor validez. Además, los criterios de inclusión y exclusión aplicados, especialmente el requisito de que los artículos estuvieran en texto completo y que respondieran a todos los objetivos del estudio, limitaron la obtención de una muestra más amplia y diversa. Estos criterios específicos, definidos por el autor, excluyeron estudios relevantes cuyos resultados no estaban disponibles en su totalidad o que no cumplían con todos los objetivos, introduciendo tanto un sesgo del autor como un sesgo de publicación.

8 Conclusiones

- La evidencia sugiere una tendencia hacia la disminución de la autoestima entre los adolescentes con un mayor uso de redes sociales, especialmente cuando este uso se caracteriza por la adicción o la dependencia emocional hacia la retroalimentación social, como los “likes” y los comentarios.
- Se han identificado varias consecuencias relacionadas con la autoestima asociadas al uso de redes sociales, entre ellas la insatisfacción corporal, el impulso hacia la delgadez y un aumento en trastornos emocionales como la ansiedad y la depresión. Además, se ha observado que estas plataformas pueden fomentar una autoevaluación negativa y sentimientos de frustración, especialmente cuando los adolescentes no alcanzan las metas que perciben como socialmente deseables. Estos efectos pueden verse exacerbados por la exposición a contenidos que promueven ideales corporales poco realistas y por la presión para mantener una imagen idealizada en línea.
- La red social más utilizada es Facebook, seguido de WhatsApp, Instagram y TikTok. Lo que denota el favoritismo de los adolescentes en cuanto a las plataformas de redes sociales.
- Finalmente se elaboró una Guía Psicoeducativa de Estrategias para una Autoestima Saludable como recurso desarrollado a partir de los hallazgos de este estudio. Su objetivo es fomentar el uso consciente de las redes sociales entre los adolescentes y promover el desarrollo de una autoestima positiva. Esta guía se ha diseñado con un enfoque educativo que aborda información sobre las redes sociales y la autoestima, estrategias prácticas asociados con el uso de redes sociales y métodos para fortalecer la autoestima de los adolescentes.

9 Recomendaciones

- Se sugiere a los adolescentes y sus familias establecer límites de tiempo para el uso de redes sociales. Los estudios indican que usar redes sociales tres horas o menos al día está asociado con niveles más altos de autoestima.
- Se recomienda a próximas investigaciones que exploren la variabilidad en el impacto de las diferentes redes sociales en la autoestima, en relación con la interacción y el contenido de cada plataforma.
- Se sugiere a estudios posteriores investigar las razones por las cuales los adolescentes prefieren la red social Facebook, que es la más utilizada por este grupo etario, seguida por WhatsApp, Instagram y TikTok, ya que en la revisión actual no se encontró dicha información.
- Se recomienda implementar esta guía psicoeducativa en escuelas y comunidades para enseñar a los adolescentes sobre el uso responsable y consciente de las redes sociales.

10 Bibliografía

- Acón Ayara, S. F., Ballard Echeverr , S., Montero Pizarro, F., & Romero Armas, M. (2019). *EFFECTOS PSICOSOCIALES DEL USO DE FACEBOOK EN LA AUTOIMAGEN Y HABILIDADES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS*. 5(5).
file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/254H7AA5/109-Texto+del+art%C3%ADculo-243-5-10-20191101[1].pdf
-  guila Calero, G., Díaz Quiñones, J., & Díaz Martínez, P. (2017). Adolescencia temprana y parentalidad. Fundamentos teóricos y metodológicos acerca de esta etapa y su manejo. *MediSur*, 15(5), 694-700.
- Alcántara, M. R., & Facundo, M. J. (2020). *EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA AUTOESTIMA DE LOS ADOLESCENTES*.
- Allen, B., & Waterman, H. (2019, junio 21). *Etapas de la adolescencia*.
<https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>
- American Psychological Association. (2024). *American Psychological Association (APA)*.
<https://www.apa.org>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Araujo, G. (2023, noviembre). * C mo puedo mejorar mi autoestima? (Para Adolescentes)*.
<https://kidshealth.org/es/teens/self-esteem.html>
- Armaza Deza, J. F. (2023). *EL RIESGO DEL USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LATINOAMÉRICA*.
<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Aspani, S., Sada, M., & Shabot, R. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en Psicología*, 16(27), 107-114.
- Bajaña Marín, S., & García, A. M. (2023). Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados con la alimentación en España: Una revisión

- sistemática. *Atención Primaria*, 55(11), 102708.
<https://doi.org/10.1016/j.aprim.2023.102708>
- Baños Chaparro, J. (2020). Uso de Redes Sociales y Sintomatología Depresiva en Estudiantes Universitarios. *Revista Científica de Psicología Eureka*, 17(2), Article 2.
- Bard Wigdor, G., & Magallanes Udovicich, M. L. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9.
<https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519>
- Barrón-Colin, M., & Mejía-Alvarado, C. A. (2021). Redes sociales y salud mental: Vivencias digitales de alumnos de la FES-I UNAM. *Revista CuidArte*.
<https://doi.org/10.22201/fesi.23958979e.2021.10.19.78044>
- Basterra Olives, M., & Cabrera Hernández, L. (2021). *LAS REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN TRASTORNOS COMO LA DEPRESIÓN EN LOS JÓVENES*. Universidad de la Laguna.
- Becerra-Chauca, N., & Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251.
<https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Bona Garrido., C. J., Lores Torres, A., Sesé, I. P., Mateo Hernando, P., Del Río Apuntaté., R., & Compais López, E. (2023). Influencia de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes. *Revista Sanitaria de Investigación*, 4(8), 22.
- Calderón Ferrey, M. (2015). *Relación entre la autoestima y el rendimiento académico en los cursos de formación matemática de las carreras de ingeniería en el ITCR [UNIVERSITAT DE VALÈNCIA]*. <https://core.ac.uk/download/pdf/71052419.pdf>
- Castro Gerónimo, A., & de la Villa Moral Jiménez, M. (2017). Uso Problemático De Redes Sociales 2.0 En Nativos Digitales: Análisis Bibliográfico. *Salud y drogas*, 17(1), 73-85.
- Catalán, S. (2017, febrero 20). 4 estrategias para mejorar la autoestima. *Cipsia Psicólogos*.
<https://www.cipsiapsicologos.com/crecimiento-personal/4-estrategias-para-mejorar-la-autoestima/>

- Challco Huaytalla, K. P., Rodríguez Vega, S., & Jaimes Soncco, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15. <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Chnaider, J., Santos-Vitti, L., & de Cassia Nakano, T. (2022). Efectos del uso de las redes sociales en la satisfacción con la vida, el optimismo y el afecto. *Revista de psicología (Santiago)*, 31(2), 54-64. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2022.57702>
- Collantes, K. D., & Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>
- Consuegra Anaya, N. (2016). *Diccionario de Psicología* (Ecoe Ediciones). <https://silo.tips/download/natalia-consuegra-anaya>
- Coopersmith. (1988). *Inventario de autoestima de Coopersmith*. <https://psicopedagogia.weebly.com/uploads/6/8/2/3/6823046/coopersmith.pdf>
- Delgado, A. E., Ecurra, L., Atalaya, M. C., Pequeña-Constantin, J. o, Cuzcano, A., Rodríguez, R. E., & Álvarez, D. (2016). Las habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Persona*, 019, Article 019. <https://doi.org/10.26439/persona2016.n019.971>
- Díaz Falcón, D., Fuentes Suárez, I., & Senra Pérez, N. de la C. (2018). ADOLESCENCIA Y AUTOESTIMA: SU DESARROLLO DESDE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS. *Conrado*, 14(64), 98-103.
- Echeburúa, E., & Corral, P. de. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: Un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), Article 2.
- Echeburúa, E., & Fernández-Montalvo, J. (2006). *Adicciones sin drogas* (pp. 337-340).
- Editorial Etecé. (2021, agosto 5). Investigación Documental—Concepto, tipos, técnicas y ejemplos. <https://concepto.de/>. <https://concepto.de/investigacion-documental/>

- Espinel Rubio, G. A., Hernández Suárez, C. A., & Prada Núñez, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: De lo entretenido a lo educativo. *Encuentros*, 19(1), 7.
- Fernández, E. (2022, mayo 9). *10 estrategias para elevar la autoestima en tu día a día*. <https://psicologiaymente.com/clinica/estrategias-elevar-autoestima>
- Fernández-Villa, T., Alguacil Ojeda, J., Almaraz Gómez, A., Cancela Carral, J. M., Delgado-Rodríguez, M., García-Martín, M., Jiménez-Mejías, E., Llorca, J., Molina, A. J., Ortíz Moncada, R., Valero-Juan, L. F., & Martín, V. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: Factores asociados y diferencias de género. *Adicciones*, 27(4), Article 4.
- Fonsêca, P. N. da, Couto, R. N., Melo, C. C. do V., Guimarães Amorim, L. A., & Araújo Pessoa, V. S. (2018). Uso de redes sociales y soledad: Evidencias psicométricas de escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 70(3), 198-212.
- Franco Luque, M. (2022). *Redes sociales, autoestima y autoconcepto: Una revisión sistemática*. <http://crea.ujaen.es/jspui/handle/10953.1/17510>
- Galhardi Lira, A., de Piano Ganen, A., Sinhorini Lodi, A., & Alvarenga, M. dos S. (2017). Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66, 164-171. <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>
- Gallego Codes, J. (2007, octubre 1). *EDUCAR EN LA ADOLESCENCIA*. casadellibro. <https://www.casadellibro.com/libro-educar-en-la-adolescencia/9788497325912/1160410>
- García González, M., Gómez Lozano, M., & Molina Hernández, R. (2021). Que no te influencien más: Programa de intervención educativa sobre redes sociales, autoconcepto y autoestima. *OIDLES: Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social*, 15(Extra 1), 44-56.
- García Gualdrón, L. V. (2015). *Tiempos Modernos: Redes Sociales y Ansiedad*.

- García Murillo, A. C., & Puerta-Cortés, D. X. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 59, 27-44.
- Garrido, J. M. (2019). *Autoestima: 3 estrategias eficaces para hacerla crecer*. Psicopedia.org. <https://psicoped-cp53.wordpress.com/2932/autoestima-3-estrategias-eficaces-para-hacerla-crecer/>
- Garzón Clemente, R., León Laredo, K. M., & Trejo Garzón, S. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review / Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197-209. <https://doi.org/10.37467/gka-revsocial.v8.2324>
- Gilmour, J., Machin, T., Brownlow, C., & Jeffries, C. (2020). Facebook-based social support and health: A systematic review. *Psychology of Popular Media*, 9(3), 328-346. <https://doi.org/10.1037/ppm0000246>
- Gomez, J., & Pineda Castillo, Z. R. (2024). *USO DE LAS REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA. CHACHAPOYAS, 2023*.
- González Cortés, E. (2012). *AUTOESTIMA ESCOLAR EN ALUMNOS DEL BACHILLERATO GENERAL Y DEL BILINGÜE PROGRESIVO [UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN]*. <http://eprints.uanl.mx/2886/1/1080256511.pdf>
- González-Arratia, N. I. (2001). *La autoestima*. UAEM.
- Guedes, E., Nardi, A. E., Campos Leite Guimarães, F. M., Machado, S., & Spear King, A. L. (2016). Social networking, a new online addiction: A review of Facebook and other addiction disorders. *MedicalExpress*, 3, M160101. <https://doi.org/10.5935/MedicalExpress.2016.01.01>
- Guzmán Martínez, G. (2018, agosto 28). *Adolescencia media: Características y cambios que se producen en ella*. <https://psicologiamente.com/desarrollo/adolescencia-media>
- Hernández Mite, K. D., Yanez Palacios, J. F., & Carrera Rivera, A. A. (2017). LAS REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIAS: REPERCUSIÓN EN LA ACTIVIDAD FÍSICA. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 242-247.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). McGrawHill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Huanca Baez, J. (2016). *ASOCIACIÓN ENTRE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET Y TRASTORNO DE ANSIEDAD EN ADOLESCENTES DE DOS ACADEMIAS PREUNIVERSITARIAS DE LA CIUDAD DE AREQUIPA* [UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN]. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6919f763-3dcb-4969-8c0d-124c0f62c2a7/content>
- Humphreys, T. (2001). *AUTOESTIMA PARA NIÑOS Y PADRES: LA CLAVE PARA LA EDUCACION, LA SALUD EMOCIONAL Y EL EXITO ESCOLAR Y HUMANO DE TUS HIJOS*. <https://www.casadellibro.com/libro-autoestima-para-ninos-y-padres-la-clave-para-la-educacion-la-salud-emocional-y-el-exito-escolar-y-humano-de-tus-hijos/9788488066664/668218>
- Ikusmira. (2020). *Síntesis bibliográfica—Definición, resumen y noticias relacionadas—Ikusmira*. <https://ikusmira.org/p/sintesis-bibliografica/>
- Jolusafe. (2019, diciembre 3). *Componentes de la Autoestima*. https://www.on-school.com/blog/componentes-de-la-autoestima/#google_vignette
- Junquera, C. (2015). *Desconectados del entorno y conectados a la red: Tan cerca pero tan lejos*.
- Ladera Otones, I. (2016). *LA SATISFACCIÓN CON LA IMAGEN CORPORAL: SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES Y LA AUTOESTIMA* [UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/13133/TFM000397.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lara Cantú, Ma. A., Acevedo, M., & Cortés, J. (1993). *VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH PARA ADULTOS, EN POBLACION MEXICANA*. 25(2), 247-255.

- Lozano-Muñoz, N., Borrallo-Riego, Á., & Guerra-Martín, M. D. (2022). Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adolescentes: Una revisión sistemática. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 45(2), e1009. <https://doi.org/10.23938/ASSN.1009>
- Lucia. (2014, octubre 1). Dimensiones del autoestima. *La autoestima*. <https://luucia1512.wordpress.com/2014/10/01/dimensiones-del-autoestima/>
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M.-M., & Viñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar*, 26(56), 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Marín, J., & González, A. (2024). Uso de redes sociales y autoestima de adolescentes en una institución educativa de Boconó, Trujillo, 2023. *Revista GICOS*, 9(1), 112-123. <https://doi.org/10.53766/GICOS/2024.01.09.08>
- Martín Critikián, D., & Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Martinez Gomez, R. (2022). *Actividad física y autoestima en estudiantes de educación secundaria del Colegio San Antonio de Huamanga* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82225/Martinez_GR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez Hernández, Y., & Camargo, A. (2021). *Dimensiones asociadas a la autoestima que generan bajo rendimiento académico*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35777.74088>
- Mejía Estrada, A., Pastrana Chávez, J. de J., & Mejía Sánchez, J. M. (2011). *La autoestima, factor fundamental para el desarrollo*. https://nanopdf.com/download/la-autoestima-factor-fundamental-para-el-desarrollo_pdf
- Miller, C. (2023, octubre 30). *¿Podrían causar depresión las redes sociales?* Child Mind Institute. <https://childmind.org/es/articulo/causan-depresion-las-redes-sociales/>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2022, agosto 2). *EXPÍDESE EL REGLAMENTO SUSTITUTIVO DEL REGLAMENTO PARA LA APROBACIÓN Y SEGUIMIENTO DE COMITÉS DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN EN SERES HUMANOS (CEISH) Y*

COMITÉS DE ÉTICA ASISTENCIALES PARA LA SALUD (CEAS).
file:///C:/Users/ASUS/OneDrive/Escritorio/REGLAMENTO%2000005-2022-JUL-29.-
COMIT%C3%89%20DE%20%C3%89TICA.pdf

Montagud Rubio, N. (2021, agosto 12). *Los 4 componentes de la autoestima.*
<https://psicologiaymente.com/psicologia/componentes-autoestima>

Moral Jiménez, M. D. L. V., & Fernández Domínguez, S. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>

Moreira de Freitas, R. J., Carvalho Oliveira, T. N., Lopes de Melo, J. A., do Vale e Silva, J., de Oliveira e Melo, K. C., & Fontes Fernandes, S. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería Global*, 20(64), 324-364. <https://doi.org/10.6018/eglobal.462631>

Moreno Martín, T., & Isidro De Pedro, A. I. (2018). Relación de los menores con las redes sociales y el whatsapp: Causas y consecuencias. *International Journal of Developmental and Educational Psychology. Revista INFAD de Psicología.*, 4(1), 213.
<https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v4.1297>

Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa.*
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2633.9446>

Musayon Guerrero, S. L. (2020). *La autoestima en niños de educación primaria* [Universidad Nacional de Tumbes].
<https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2078/TRABAJO%20ACADEMICO%20-%20MUSAYON%20GUERRERO.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=Dimensi%C3%B3n%20de%20la%20autoestima%20en%20ni%C3%ADos%20de%20educaci%C3%B3n%20primaria,sa%20y%20coordinada>.

- Naranjo Pereira, M. L. (2007). Autoestima: Un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica «Actualidades Investigativas en Educación»*, 7(3), 0.
- Navarrete Fernández, D., Needham Torres, T., Ortega Alegría, M. E., Concha Sáez, M., & Macaya Sandoval, X. (2022). Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y bienestar emocional en adultos mayores. *Gaceta Médica Espirituana*, 24(2), 0-0.
- Navarrete Villanueva, D., Castel Feced, S., Romanos Calvo, B., & Bruna Barranco, I. (2017). Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: Una revisión bibliográfica. *Psicología y Salud*, 27(2), Article 2.
- Ochoa Orellana, P. L. O., & Mejía, M. (2013). *IMPACTO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DE LA CIUDAD DE CUENCA*.
- Órgano Colegiado Superior de la Universidad Nacional de Loja. (2023, septiembre 15). *EXPEDIR EL REGLAMENTO DEL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN EN SERES HUMANOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA*.
file:///C:/Users/ASUS/OneDrive/Escritorio/REGLAMENTO%20DEL%20CEISH-UNL.pdf
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., Stewart, L. A., ... Alonso-Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: Una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790-799. <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016>
- Panesso Giraldo, K., & Arango Holguín, M. J. (2017). LA AUTOESTIMA, PROCESO HUMANO. *Revista Electrónica Psiconex*, 9(14), Article 14.
- Panzitta, M. T., Pees Labory, J., Anger, V. É., Chulibert, M. E., Mayer, M. A., & Kalfaian, L. (2023). INFLUENCIA DEL USO DE REDES SOCIALES SOBRE LA CONFORMIDAD CON LA IMAGEN CORPORAL. *Actualización en Nutrición*, 24(2). <https://doi.org/10.48061/SAN.2022.24.2.109>

- Peñas Fernández, M. (2006). *CARACTERÍSTICAS SOCIOEMOCIONALES DE LOS ADOLESCENTES SUPERDOTADOS. AJUSTE PSICOLÓGICO Y NEGACIÓN DE LA SUPERDOTACIÓN EN EL CONCEPTO DE SÍ MISMO*. [UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS DE MADRID].
<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/83857/00820070001688.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez Villalobos, H. (2019). *Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal*.
- Peris, M., Maganto, C., & Kortabarría, L. (2015). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v3i2.39>
- Pillaca, J. (2019). ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y AUTOESTIMA EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA SUR. *ACTA PSICOLÓGICA PERUANA*, 4(2), Article 2.
- Preciado Rosado. (2019). *Dimensiones de La Autoestima*. Scribd.
<https://es.scribd.com/document/430233135/Dimensiones-de-La-Autoestima-2>
- Puerto, M., Rivero, D., Sansores, L., Gamboa, L., & Sarabia, L. (2015). Somnolencia, Hábitos De Sueño Y Uso De Redes Sociales En Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 20(2), 189-195.
- Pupo González, L., González Arteaga, A., Parra García, M. R., & Hernández Utría, M. A. (2021). Caracterización de los Factores de Riesgo Individuales Asociados a Trastornos Mentales en Adolescentes Tuneros Hospitalizados. *Revista Científica Hallazgos* 21, 6(1), 1-15.
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39.
- Raffini, J. P. (2006, febrero 27). *100 MANERAS DE INCREMENTAR LA MOTIVACION EN LA CLASE* | JAMES P. RAFFINI | Casa del Libro. casadellibro.
<https://www.casadellibro.com/libro-100-maneras-de-incrementar-la-motivacion-en-la-clase/9789501630862/1074036>
- Ramos Clavo, C. F. (2019). *Teoría de Reasoner en la autoestima del adolescente*.

- Ramos-Galarza, C. A. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6.
- Reyes, V. P., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología Nueva Época*, 3(1), Article 1.
- Riquelme, M., Garcia, O. F., & Serra, E. (2018). Desajuste psicosocial en la adolescencia: Socialización parental, autoestima y uso de sustancias. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 34(3), Article 3. <https://doi.org/10.6018/analesps.34.3.315201>
- Rodrigues Abjaude, S. A., Borges Pereira, L., Barboza Zanetti, M. O., & Leira Pereira, L. R. (2020). Como as mídias sociais influenciam na saúde mental? *SMAD. Revista eletrônica saúde mental álcool e drogas*, 16(1), 1-3. <https://doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de Corte Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21, 141-146. <https://doi.org/10.26852/01234250.20>
- Rodríguez Peña, G. J. R., & Moreno Almazán, O. (2019). *ANSIEDAD Y AUTOESTIMA: SU RELACIÓN CON EL USO DE REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES MEXICANOS*. 22(1). www.revistas.unam.mx/index.php/rep
- Rodríguez Puentes, A. P., & Fernández Parra, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología*, 17(1), 131-140. <https://doi.org/10.14718/ACP.2014.17.1.13>
- Rodríguez-Suárez, B., Caperos, J. M., & Martínez-Huertas, J. Á. (2022). Efecto de la exposición a ideales de delgadez en las redes sociales sobre la autoestima y la ansiedad. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 30(3), 677-691. <https://doi.org/10.51668/bp.8322305s>
- Sahagún-Cuevas, M. N., Martínez-Castillo, B. A., Delgado-Quiñones, E. G., & Salamanca-Rodríguez, C. G. (2015). *Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social*. 6(4), 285-289.

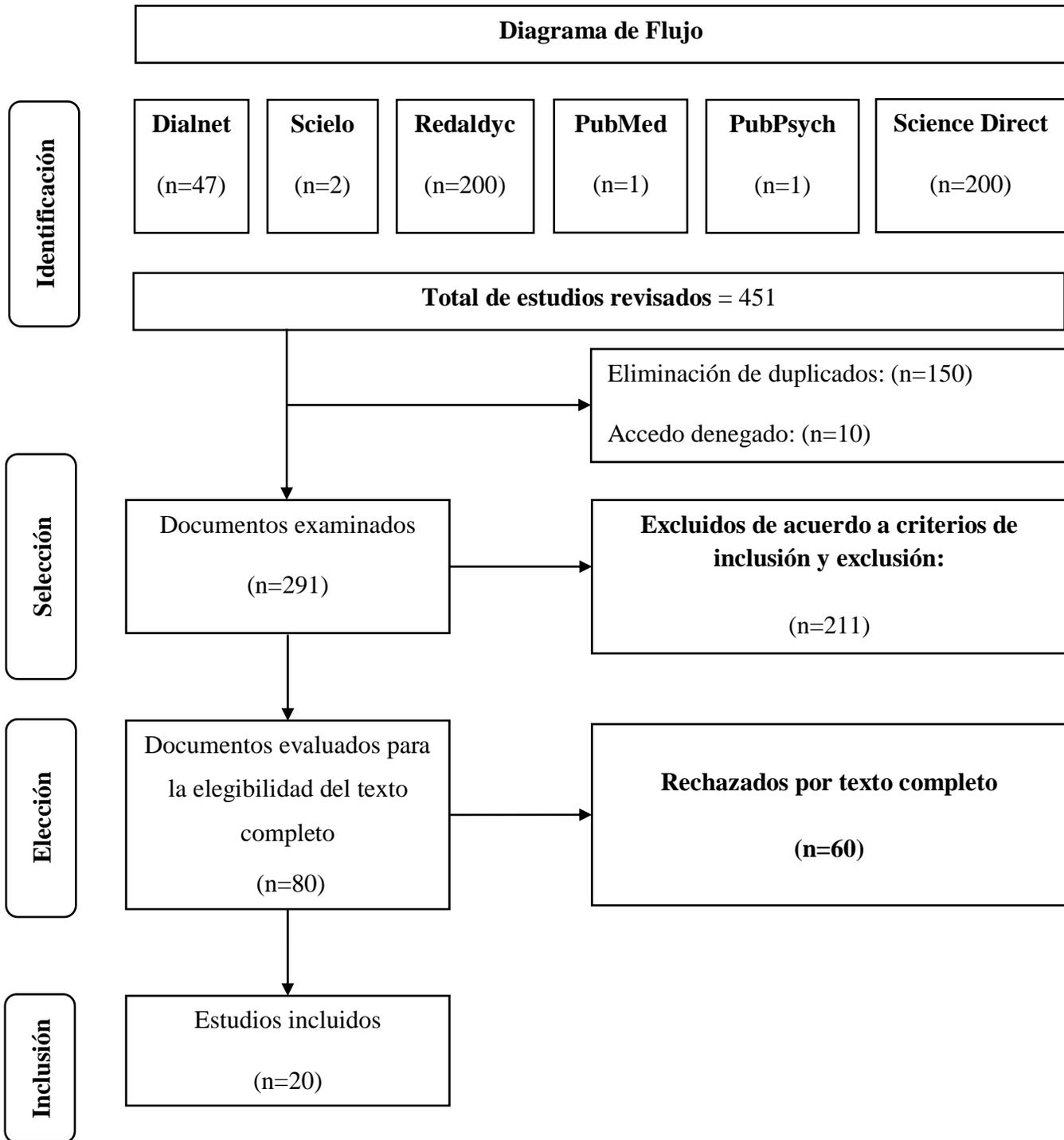
- Salazar Castalleda, D. M. (2022). *Efectos psicosociales por el uso excesivo de redes en adolescentes de 14 a 17 años en la*.
- Sánchez Arenas, J. J., & Ruiz Martínez, A. O. (2015). Relación entre autoestima e imagen corporal en niños con obesidad. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 6(1), 38-44. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.05.006>
- Santos Quispe, L. M. S. (2017). *La autoestima* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17435/Santos_QLMS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. *American Journal of Epidemiology*, 185(3), 203-211. <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>
- Silva-Escorcía, I., & Mejía-Pérez, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista Electrónica Educare*, 19(1), 241-256.
- Simanca Bello, B. J. (7/072023). *Análisis de la Autoestima y sus Dimensiones en estudiantes de Segundo Grado de Básica Primaria de la I.E.D. Colegio Carlos Pizarro Leongómez* [Universidad Antonio Nariño]. <https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/41b66bd8-f69b-4c28-b364-8064b078ad82/content>
- Soria, P., & Villegas-Villacres, N. D. J. (2024). ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>
- Tamayo Pérez, W. A., García Mendoza, F., Quijano León, N. K., Corrales Pérez, A., & Moo Estrella, J. A. (2012). Redes Sociales En Internet, Patrones De Sueño Y Depresión. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 17(2), 427-436.
- Tejada Rivera, M. del C., & Méndez Gárate, A. M. (2018). *USO DE FACEBOOK Y NIVELES DE AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE SECUNDARIA* FACEBOOK USE AND SELF-ESTEEM IN HIGH SCHOOL ADOLESCENTS. 8(2), 47-60.

- Torres Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) and Instagram use: Analysis of the relationships between narcissism and self-esteem. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(1), 31-38. <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Troya-Fernández, J. C., Periñan-Sotelo, N., & Sánchez-Movellan-Pérez, P. (2023). El impacto de las redes sociales en la salud mental. Revisión Bibliográfica. *Salud mental*, 7(1), 18.
- UNICEF. (2021, julio 21). *¿Qué es la adolescencia?* <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/que-es-la-adolescencia>
- Valerio Ureña, G., & Serna Valdivi, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(3), 19-28. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>
- Veytia Bucheli, M. G., & Bastidas Terán, F. A. (2020). WhatsApp como recurso para el trabajo grupal en estudiantes universitarios. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 12(2), 74-93. <https://doi.org/10.32870/ap.v12n2.1911>
- Vidal Gutiérrez, D., Foreman Higuera, S. N., & Molina Romero, B. P. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *Perspectivas: revista de trabajo social*, 39, 107-126.
- Vidal Ledo, M., Vialart Vidal, M. N., & Hernández García, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157.
- We Are Social. (2023, enero 26). *Digital 2023. We Are Social Spain*. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
- Zenteno Duran, M. E. (2017). La Autoestima y como mejorarla. *Revista Ventana Científica*, 8(13), 43-47.
- Zhang, R. (2017). The stress-buffering effect of self-disclosure on Facebook: An examination of stressful life events, social support, and mental health among college students. *Computers in Human Behavior*, 75, 527-537. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.043>

11 Anexos

Anexo 1. Diagrama de flujo PRISMA para la selección de artículos.

Figura 3 Flujograma de búsqueda y selección de los estudios según modelo de PRISMA.



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2. Informe de estructura, coherencia y pertinencia del Proyecto de Investigación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Facultad
de la Salud
Humana

Loja, 23 de Mayo del 2024

Dra.

Ana Puertas Azanza. Mg. Sc.

DIRECTORA DE LA CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA
Ciudad.

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo, deseándole éxitos en su importante cargo, en cumplimiento del oficio circular Oficio. No. -74- PS.CL- FSH-UNL, con asunto de analizar y emitir el Informe de Estructura y Coherencia del Proyecto denominado "**Autoestima y uso de Redes Sociales en Adolescentes: Revisión Sistemática**" de autoría de la estudiante: Betty Esperanza González Herrera con CI.1150159117, estudiante del VIII ciclo de la carrera de Psicología Clínica de la Universidad Nacional de Loja, concluyo con lo siguiente:

- Al presentar las debidas correcciones, **el Proyecto mencionado es pertinente, cuenta con estructura y coherencia en su totalidad.**

Información que pongo a su disposición, para los fines pertinentes.
Atentamente,



MÓNICA ELIZABETH
CARRIÓN REYES

Psí. Cl. Mónica Elizabeth Carrión Reyes. Mg.
1104798846
monica.carrio@unl.edu.ec
PERSONAL ACADÉMICO OCASIONAL DE LA UNL
c.c.: Archivo

Anexo 3. Oficio de Designación de Director del Trabajo de Integración Curricular.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Facultad
de la Salud
Humana

MEMORANDO Nro. UNL FSH-DCPS.CL 2024-126 M
Loja, 19 de junio de 2024

Asunto: **Designación de Dirección del Trabajo de Integración Curricular.**

Psicóloga Clínica

Mónica Elizabeth Carrión Reyes

DOCENTE DE LA CARRERA DE PSICÓLOGA CLÍNICA DE LA FACULTAD DE LA SALUD HUMANA-UNL

Presente.-

Por medio del presente, y dando cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 228 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, aprobado el 27 de enero de 2021* una vez que ha cumplido con todos los requisitos y considerando que el proyecto de tesis fue aprobado; me permito hacerle conocer que esta Dirección le ha designado Directora del Trabajo de Integración Curricular, titulado: **"Autoestima y Uso de Redes Sociales en Adolescentes: Revisión Sistemática"**, autoría de la Srta. Betty Esperanza González Herrera.

Particular que comunico a Ud. para los fines correspondientes

Atentamente,



Dra. Ana Catalina Puertas Azanza Mgs
DIRECTORA DE LA CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA
FACULTAD DE LA SALUD HUMANA -UNL

C/c Archivo
APA/tsc

Anexo 4. Lista de verificación PRISMA 2020.

Tabla 2

Lista de verificación PRISMA 2020

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
TÍTULO			
Título	1	Identifique la publicación como una revisión sistemática.	SÍ
RESUMEN			
Resumen estructurado	2	Vea la lista de verificación para resúmenes estructurados de la declaración PRISMA 2020 (Anexo 3).	PARCIALMENTE
INTRODUCCIÓN			
Justificación	3	Describa la justificación de la revisión en el contexto del conocimiento existente.	SÍ
Objetivos	4	Proporcione una declaración explícita de los objetivos o las preguntas que aborda la revisión.	SÍ
MÉTODOS			
Criterios de elegibilidad	5	Especifique los criterios de inclusión y exclusión de la revisión y cómo se agruparon los estudios para la síntesis.	SÍ
Fuentes de información	6	Especifique todas las bases de datos, registros, sitios web, organizaciones, listas de referencias y otros recursos de búsqueda o consulta para identificar los estudios. Especifique la fecha en la que cada recurso se buscó o consultó por última vez.	SÍ
Estrategia de búsqueda	7	Presente las estrategias de búsqueda completas de todas las bases de datos, registros y sitios web, incluyendo cualquier filtro y los límites utilizados.	SÍ

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
Proceso de selección de los estudios	8	Especifique los métodos utilizados para decidir si un estudio cumple con los criterios de inclusión de la revisión, incluyendo cuántos autores de la revisión cribaron cada registro y cada publicación recuperada, si trabajaron de manera independiente y, si procede, los detalles de las herramientas de automatización utilizadas en el proceso.	SÍ
Proceso de extracción de los datos	9	Indique los métodos utilizados para extraer los datos de los informes o publicaciones, incluyendo cuántos revisores recopilaron datos de cada publicación, si trabajaron de manera independiente, los procesos para obtener o confirmar los datos por parte de los investigadores del estudio y, si procede, los detalles de las herramientas de automatización utilizadas en el proceso.	SÍ
Lista de los datos	10a	Enumere y defina todos los desenlaces para los que se buscaron los datos. Especifique si se buscaron todos los resultados compatibles con cada dominio del desenlace (por ejemplo, para todas las escalas de medida, puntos temporales, análisis) y, de no ser así, los métodos utilizados para decidir los resultados que se debían recoger.	SÍ
	10b	Enumere y defina todas las demás variables para las que se buscaron datos (por ejemplo, características de los participantes y de la intervención, fuentes de financiación). Describa todos los supuestos formulados sobre cualquier información ausente (missing) o incierta.	SÍ
Evaluación del riesgo de sesgo de los estudios individuales	11	Especifique los métodos utilizados para evaluar el riesgo de sesgo de los estudios incluidos, incluyendo detalles de las herramientas utilizadas, cuántos autores de la revisión evaluaron cada estudio y si trabajaron de manera independiente y, si procede, los detalles de las herramientas de automatización utilizadas en el proceso.	NO

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
Medidas del efecto	12	Especifique, para cada desenlace, las medidas del efecto (por ejemplo, razón de riesgos, diferencia de medias) utilizadas en la síntesis o presentación de los resultados.	NO
Métodos de síntesis	13a	Describa el proceso utilizado para decidir qué estudios eran elegibles para cada síntesis (por ejemplo, tabulando las características de los estudios de intervención y comparándolas con los grupos previstos para cada síntesis (ítem n.º 5).	SÍ
	13b	Describa cualquier método requerido para preparar los datos para su presentación o síntesis, tales como el manejo de los datos perdidos en los estadísticos de resumen o las conversiones de datos.	SÍ
	13c	Describa los métodos utilizados para tabular o presentar visualmente los resultados de los estudios individuales y su síntesis.	SÍ
	13d	Describa los métodos utilizados para sintetizar los resultados y justifique sus elecciones. Si se ha realizado un metaanálisis, describa los modelos, los métodos para identificar la presencia y el alcance de la heterogeneidad estadística, y los programas informáticos utilizados.	SÍ
	13e	Describa los métodos utilizados para explorar las posibles causas de heterogeneidad entre los resultados de los estudios (por ejemplo, análisis de subgrupos, metarregresión).	NO
	13f	Describa los análisis de sensibilidad que se hayan realizado para evaluar la robustez de los resultados de la síntesis.	NO
Evaluación del sesgo en la publicación	14	Describa los métodos utilizados para evaluar el riesgo de sesgo debido a resultados faltantes en una síntesis (derivados de los sesgos en las publicaciones).	SÍ

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
Evaluación de la certeza de la evidencia	15	Describa los métodos utilizados para evaluar la certeza (o confianza) en el cuerpo de la evidencia para cada desenlace.	NO
RESULTADOS			
Selección de los estudios	16a	Describa los resultados de los procesos de búsqueda y selección, desde el número de registros identificados en la búsqueda hasta el número de estudios incluidos en la revisión, idealmente utilizando un diagrama de flujo.	SÍ
	16b	Cite los estudios que aparentemente cumplían con los criterios de inclusión, pero que fueron excluidos, y explique por qué fueron excluidos.	SÍ
Características de los estudios	17	Cite cada estudio incluido y presente sus características.	SÍ
Riesgo de sesgo de los estudios individuales	18	Presente las evaluaciones del riesgo de sesgo para cada uno de los estudios incluidos.	NO
Resultados de los estudios individuales	19	Presente, para todos los desenlaces y para cada estudio: a) los estadísticos de resumen para cada grupo (si procede) y b) la estimación del efecto y su precisión (por ejemplo, intervalo de credibilidad o de confianza), idealmente utilizando tablas estructuradas o gráficos.	SÍ
Resultados de la síntesis	20a	Para cada síntesis, resuma brevemente las características y el riesgo de sesgo entre los estudios contribuyentes.	SÍ

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
	20b	Presente los resultados de todas las síntesis estadísticas realizadas. Si se ha realizado un metaanálisis, presente para cada uno de ellos el estimador de resumen y su precisión (por ejemplo, intervalo de credibilidad o de confianza) y las medidas de heterogeneidad estadística. Si se comparan grupos, describa la dirección del efecto.	NO
	20c	Presente los resultados de todas las investigaciones sobre las posibles causas de heterogeneidad entre los resultados de los estudios.	NO
	20d	Presente los resultados de todos los análisis de sensibilidad realizados para evaluar la robustez de los resultados sintetizados.	NO
Sesgos en la publicación	21	Presente las evaluaciones del riesgo de sesgo debido a resultados faltantes (derivados de los sesgos de en las publicaciones) para cada síntesis evaluada.	SÍ
Certeza de la evidencia	22	Presente las evaluaciones de la certeza (o confianza) en el cuerpo de la evidencia para cada desenlace evaluado.	NO
DISCUSIÓN			
Discusión	23a	Proporcione una interpretación general de los resultados en el contexto de otras evidencias.	SÍ
	23b	Argumente las limitaciones de la evidencia incluida en la revisión.	SÍ
	23c	Argumente las limitaciones de los procesos de revisión utilizados.	NO
	23d	Argumente las implicaciones de los resultados para la práctica, las políticas y las futuras investigaciones	SÍ
OTRA INFORMACIÓN			

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
Registro y protocolo	24a	Proporcione la información del registro de la revisión, incluyendo el nombre y el número de registro, o declare que la revisión no ha sido registrada.	SÍ
	24b	Indique dónde se puede acceder al protocolo, o declare que no se ha redactado ningún protocolo.	SÍ
	24c	Describa y explique cualquier enmienda a la información proporcionada en el registro o en el protocolo.	SÍ
Financiación	25	Describa las fuentes de apoyo financiero o no financiero para la revisión y el papel de los financiadores o patrocinadores en la revisión.	SÍ
Conflicto de intereses	26	Declare los conflictos de intereses de los autores de la revisión.	SÍ
Disponibilidad de datos, códigos y otros materiales	27	Especifique qué elementos de los que se indican a continuación están disponibles al público y dónde se pueden encontrar: plantillas de formularios de extracción de datos, datos extraídos de los estudios incluidos, datos utilizados para todos los análisis, código de análisis, cualquier otro material utilizado en la revisión.	SÍ

Nota: Fuente: (Page et al., 2020)

Anexo 5. Lista de verificación PRISMA 2020 para resúmenes estructurados

Tabla 3

Lista de verificación PRISMA 2020 para resúmenes estructurados

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
TÍTULO			
Título	1	Identifique el informe o publicación como una revisión sistemática.	SÍ
ANTECEDENTES			
Objetivos	2	Proporcione una declaración explícita de los principales objetivos o preguntas que aborda la revisión.	SÍ
MÉTODOS			
Criterios de elegibilidad	3	Especifique los criterios de inclusión y exclusión de la revisión.	SÍ
Fuentes de información	4	Especifique las fuentes de información (por ejemplo, bases de datos, registros) utilizadas para identificar los estudios y la fecha de la última búsqueda en cada una de estas fuentes.	SÍ
Riesgo de sesgo de los estudios individuales			
Síntesis de los resultados	6	Especifique los métodos utilizados para presentar y sintetizar los resultados.	SÍ
RESULTADOS			

Sección/tema	Ítems	Ítem de la lista de verificación	Localización del ítem en la publicación
Estudios incluidos	7	Proporcione el número total de estudios incluidos y de participantes y resuma las características relevantes de los estudios.	SÍ
Síntesis de los resultados	8	Presente los resultados de los desenlaces principales e indique, preferiblemente, el número de estudios incluidos y los participantes en cada uno de ellos. Si se ha realizado un metanálisis, indique el estimador de resumen y el intervalo de confianza o de credibilidad. Si se comparan grupos, describa la dirección del efecto (por ejemplo, qué grupo se ha visto favorecido).	SÍ
DISCUSIÓN			
Limitaciones de la evidencia	9	Proporcione un breve resumen de las limitaciones de la evidencia incluida en la revisión (por ejemplo, riesgo de sesgo, inconsistencia – heterogeneidad– e imprecisión).	NO
Interpretación	10	Proporcione una interpretación general de los resultados y sus implicaciones importantes.	SÍ
OTROS			
Financiación	11	Especifique la fuente principal de financiación de la revisión.	NO
Registro	12	Proporcione el nombre y el número de registro.	NO

Nota: Fuente: (Page et al., 2020)

Anexo 6. Tabla de resultados de la evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes.

Tabla 4

Evidencia científica de la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes.

Nombre del artículo	Autor/es, revista, año	País	Tipo de estudio	Sujetos	Resultados
Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes.	Soria y Villegas, Revista Psico Unemi, 2024.	Ecuador	Estudio cuantitativo, correlacional, descriptivo y de corte transversal.	406 estudiantes de los tres niveles de bachillerato de edades comprendidas de 14 a 17 años.	Entre mayor es la obsesión a las redes sociales, menor es la autoestima de los adolescentes. WhatsApp.
Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios.	Collantes y Tobar, Revista LATAM, 2023.	Ecuador	Investigación cuantitativa, de tipo no experimental y de corte transversal.	280 participantes, entre los 17 a los 25 años de una institución superior pública.	El uso excesivo de redes sociales tiene un efecto adverso en la autoestima de quienes los usa, influenciado en su desempeño, estado emocional, recaída y conflictos personales. WhatsApp.
Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de lima sur.	Pillaca, Revista Acta Psicológica Peruana, 2019.	Perú	Estudio de tipo descriptivo – correlacional.	1949 estudiantes de Administración con edades que fluctúan entre los 16 y 35 años.	A mayor adicción a redes sociales, menor autoestima y viceversa. Facebook.

Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes secundarios.	Challco et al., Revista Cient. Ciencias de la Salud, 2016.	Perú	Investigación cuantitativa, no experimental, de corte transversal y de alcance correlacional.	135 estudiantes con edades entre 14 y 16 años.	Un mayor riesgo de adicción a las redes sociales se asocia con una menor autoestima y autocontrol, y viceversa. Facebook.
Uso de Facebook y niveles de autoestima adolescentes secundaria.	Tejada y Méndez, Revista Psicol, 2018.	Perú	Investigación empírica no experimental, asociativo-comparativo, transversal.	88 alumnos de cuarto y quinto de secundaria de un colegio de la ciudad de Arequipa.	El uso de Facebook está asociado con niveles elevados de autoestima por facilitar la comunicación entre pares, aunque algunos adolescentes muestran baja autoestima en su entorno familiar debido a factores no relacionados con las redes sociales. Facebook.
El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica.	Armaza, Revista Scielo, 2023.	Perú	Revisión Sistemática.	15 artículos en total.	El uso de redes excesivamente afecta negativamente la autoestima de los jóvenes, ya que se ven influenciados por publicaciones poco realistas de otras personas. Facebook.
Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos.	García y Puerta, Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 2020.	Colombia	Estudio con alcance exploratorio y con diseño transversal.	570 usuarios de la red social Facebook, entre los 14 a 21 años	El uso excesivo de redes sociales, afecta a la percepción personal, presenta sentimientos de frustración por no alcanzar metas, falta de independencia, baja autoconfianza y una imagen personal deteriorada, especialmente en las mujeres. Facebook.

Uso de redes sociales y autoestima de adolescentes en una institución educativa de Boconó, Trujillo, 2023.	Marín y González, Revista Gicos, 2024.	Venezuela	Investigación de tipo descriptivo, diseño no experimental, transversal y de campo.	30 estudiantes seleccionados mediante el muestreo por conveniencia.	El uso de redes sociales no ejerce influencia notable en la autoestima de los adolescentes. No obstante, la mayoría de los participantes con autoestima media o alta hacen uso de estas tres o menos horas al día. TikTok.
Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios.	Reyes et al., Revista CENEIP, 2021.	México	Investigación de tipo correlacional y no experimental.	100 alumnos de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 36 hombres y 64 mujeres.	A mayor adicción a redes sociales, menor es la autoestima de los estudiantes. Facebook.
Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social.	Sahagún et al., Revista Médica, 2015.	México	Estudio epidemiológico de asociación del tipo transversal descriptivo.	102 probandos entre 15 a 19 años de edad.	Las personas adictas a las redes sociales tienen más de probabilidad de presentar baja autoestima y son más propensas a experimentar depresión, trastornos de conducta alimentaria, estrés y pensamientos suicidas. Facebook.

El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente.	Garzón et al., Revista revSOCIA, 2019.	México	Estudio instrumental de caso.	100 adolescentes de 15 a 17 años de edad.	No existe una problemática evidente en la autoestima de los adolescentes que esté directamente relacionada con la red social Instagram. WhatsApp.
Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas	Fonsêca et al., Revista Arq. bras. psicol, 2018.	Brasil	Investigación cuantitativa.	234 estudiantes de la ciudad de João Pessoa.	A medida que aumenta la dependencia de las redes sociales, la autoevaluación personal tiende a ser menor Facebook.
Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental.	Moreira et al., Revista Enfermería Global, 2021.	Brasil	Investigación descriptiva-exploratoria con abordaje cuantitativo y cualitativo.	71 participantes de entre 10 y 19 años.	El uso excesivo y descontrolado de las redes sociales genera dependencia y necesidad excesiva de aceptación, dificultando el autoconocimiento y las interacciones sociales saludables. WhatsApp.
Efecto de la exposición a ideales de delgadez en las redes sociales sobre la autoestima y la ansiedad.	Rodríguez et al., Revista Behavioral Psychology, 2022.	España	Investigación de tipo experimental.	321 participantes (166 mujeres) entre los 18 y los 35 años, elegidos mediante el muestreo por conveniencia.	La exposición breve a cuerpos ideales de delgadez en redes sociales disminuye la autoestima de los participantes. Instagram.
Redes sociales y la adicción al like de la generación z.	Martín y Medina, Revista CyS, 2021.	España	Revisión Bibliográfica y estudio de campo.	500 participantes, entre 18 y 26 años de edad.	La falta de "likes" en las publicaciones afecta a la autoestima de los adolescentes, produciendo inseguridad, enfado, frustración y tristeza. Instagram.

Relación de los menores con las redes sociales y el whatsapp: causas y consecuencias.	Moreno y Isidro, Revista INFAD de Psicología, 2018.	España	Estudio cuantitativo.	134 sujetos, todos ellos menores de edad.	El uso inadecuado de redes sociales lleva a la pérdida de control sobre información personal, presión por mantener una imagen idealizada, confusión entre la realidad y el mundo virtual y disminución en las habilidades sociales y de comunicación. Facebook.
Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: Análisis Bibliográfico.	Castro y de la Villa, Revista Health and Addiction, 2017.	España	Estudio ex-post facto retrospectivo con análisis bibliográfico.	Nativos digitales con un tamaño muestral superior a 50 sujetos.	El uso excesivo de las redes sociales reduce la autoestima, mientras que la exposición a ellas tiende a incrementarla. Facebook.
Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados con la alimentación en España: una revisión sistemática.	Bajaña y García, Revista Elsevier, 2023.	España	Revisión sistemática de literatura científica.	12 artículos en total.	La participación y la frecuencia en el uso de redes sociales influyen en autoestima, insatisfacción corporal y el impulso de delgadez en adolescentes. Instagram.
El impacto de las redes sociales en la salud mental. Revisión Bibliográfica.	Troya et al., Revista Científico-Sanitaria, 2018.	España	Revisión Bibliográfica.	31 referencias en total.	El uso de redes sociales en adolescentes tiene un impacto negativo en la autoestima y agrava los problemas emocionales tales como ansiedad, depresión y Trastornos de Conducta Alimentaria (TCA). Facebook.

Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles.	Malo et al, Revista, Científica de CyE, 2018.	España	Estudio empírico cuantitativo	Participaron 1.102 adolescentes de 11 a 18 años de Girona (España).	El uso excesivo de redes sociales reduce la autovaloración de los adolescentes en relación con cómo son percibidos por su familia, amigos y en la comprensión y expresión de sus propias emociones. Facebook.
---	---	--------	-------------------------------	---	---

Información recopilada de Soria y Villegas-Villacres (2024), Rodríguez-Suárez et al. (2022), Pillaca (2019), Reyes et al. (2021), Martín y Medina (2021), Marín y González (2024), Moreno y Isidro (2018), Collantes y Tobar (2023), Challco et al. (2016), Castro y de la Villa (2017), García y Puerta-Cortés (2020), Bajaña y García (2023), Sahagún-Cuevas et al. (2015), Troya-Fernández et al. (2018), Garzón et al. (2019), Fonsêca et al. (2018), Tejada y Méndez (2018), Moreira et al. (2021), Armaza (2023) y Malo-Cerrato et al. (2018).

Anexo 7. Certificado de traducción del resumen al idioma inglés.

CERTF. N° 12.2 – 2024

Loja, 1 de septiembre del 2024

El suscrito Franco Guillermo Abrigo Guarnizo.

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que **Betty Esperanza Gonzalez Herrera** con cédula de identidad número **Cedula:** 1150159117, estudiante de la Carrera de Psicología Clínica de la Facultad de la Salud Humana de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del Trabajo de titulación denominado **Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes: Revisión Sistemática.**

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la estudiante hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



.....
Franco Guillermo Abrigo Guarnizo

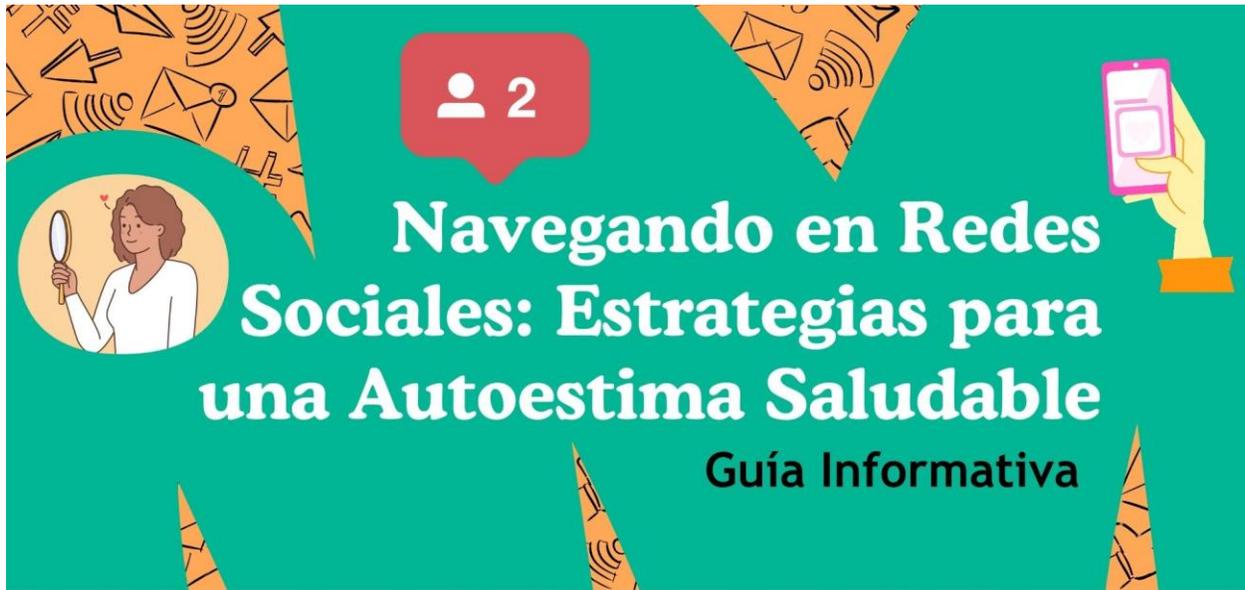
Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

Número de Registro Senescyt: 1008-2021-2368808

Cédula: 1104492127

email: franco.abrigo@hotmail.com

celular:0990447198



Elaborado por:

Betty Gonzalez



Introducción

Las redes sociales son plataformas virtuales diseñadas para mejorar la comunicación entre personas, permitiendo que la información llegue rápidamente a diferentes lugares y momentos, y a pesar de sus numerosas ventajas, el uso excesivo o descontrolado de estas tecnologías puede causar varios efectos negativos a nivel psicológico (Collantes y Tobar, 2023).

En la actualidad, los dispositivos tecnológicos juegan un papel crucial en la vida de muchas personas, especialmente en la de los adolescentes, quienes parecen no concebir su vida sin internet, televisión, computadoras, videojuegos o teléfonos móviles, dado que han crecido en la era digital (Junquera, 2015).

De acuerdo con Díaz et al. (2018) la adolescencia es una etapa crucial para el desarrollo de la autoestima. Las redes sociales han adquirido un rol significativo en este proceso, ya que influyen en el autoconcepto, la autoevaluación, la autoaceptación y el autorespeto, por lo que entender esta relación es vital para fomentar un uso saludable de estas plataformas y promover el bienestar emocional de los adolescentes (Troya-Fernández et al., 2023).

A medida que las redes sociales se integran cada vez más en la vida cotidiana, los datos reflejan un incremento en los problemas asociados con su uso. Según We Are Social (2023) en su Informe Digital, el 90% de los jóvenes de entre 16 y 24 años utiliza activamente al menos una red social, siendo Instagram una de las más populares. Este informe también destaca que el 60% de los adolescentes ha reportado sentirse presionado por las expectativas de imagen y éxito promovidas en estas plataformas. Estos números ponen de manifiesto la necesidad urgente de abordar los efectos potenciales del uso intensivo de las redes sociales y de establecer estrategias para mitigar sus impactos negativos.



Justificación



Abordar la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes surge de la imperante demanda de comprender y gestionar una dinámica que ha evolucionado rápidamente en nuestra sociedad moderna. Las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida diaria, especialmente entre los adolescentes. Su uso excesivo y descontrolado puede generar dependencia, además de una necesidad excesiva de aceptación. Esto dificulta el autoconocimiento y las prácticas sociales saludables, afectando negativamente la salud mental y el bienestar emocional de los jóvenes (Moreira de Freitas et al., 2021).



Esta justificación se basa en el reconocimiento de que la tecnología y las redes sociales seguirán siendo una parte integral de la vida de los jóvenes. En lugar de condenar estas plataformas, es fundamental adoptar un enfoque proactivo y educativo. Los adolescentes con una autoestima sólida están mejor preparados para enfrentar desafíos, formar relaciones saludables y alcanzar su máximo potencial. Por lo tanto, crear una guía informativa sobre este tema es una inversión en el bienestar y el desarrollo positivo de los jóvenes, contribuyendo a una sociedad más resiliente y equilibrada.



Además, esta guía se posiciona como un recurso valioso para aquellas personas que buscan comprender el uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Al ofrecer recomendaciones prácticas e información clara, se aspira psicoeducar a los lectores en este tema.

Objetivos

Objetivo General

Proporcionar una guía informativa que fomente el uso consciente de las redes sociales entre los adolescentes y promueva el desarrollo de una autoestima positiva.



Objetivos Específicos

Ofrecer información clara y comprensible sobre las redes sociales y la autoestima.



Promover métodos para fortalecer la autoestima de los adolescentes.

Facilitar estrategias prácticas para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados con el uso de redes sociales.



Sección 1



Autoestima y Redes Sociales



¿Qué es autoestima?

La autoestima se define como la habilidad interna o actitud con la que una persona se relaciona consigo misma y cómo se percibe en el mundo, ya sea de manera positiva o con una orientación negativa (Silva-Escorcía y Mejía-Pérez (2015).



Según Díaz et al. (2018) la autoestima comienza a formarse desde la infancia, pero es durante la adolescencia cuando su desarrollo se vuelve especialmente crucial. Este período se caracteriza por la búsqueda activa de la identidad, enfrentando cambios significativos y cumpliendo tareas evolutivas mientras se interactúa intensamente con la familia, la escuela, los amigos y los medios de comunicación. La autoestima juega un papel crucial en el bienestar psicológico durante la adolescencia y la adultez, promoviendo una adaptación social positiva en los adolescentes debido a su influencia en el desarrollo de la identidad.



Redes sociales



Las redes sociales representan modos de interacción social que implican un intercambio dinámico entre individuos, grupos e instituciones en diversos contextos. Se caracterizan por ser sistemas abiertos y en constante evolución, donde participan personas con intereses y preocupaciones comunes y cuyos principios fundamentales incluyen la creación, el intercambio y la colaboración de contenido (Vidal Ledo et al., 2013).

Redes sociales más utilizadas

Facebook

Es una plataforma de redes sociales en línea desarrollada por Mark Zuckerberg. Inicialmente concebida para facilitar la comunicación entre estudiantes de la universidad, pero dos años más tarde se expandió para incluir al público en general (Aspani et al., 2012).



WhatsApp

Es una aplicación de mensajería instantánea que permite intercambiar mensajes multimedia de manera rápida y sencilla. Facilita el envío y recepción de texto, imágenes, enlaces web, videos y audios. Además, permite realizar videoconferencias y no tiene límites en la cantidad de caracteres, ofreciendo al usuario un control completo sobre sus mensajes (Veytia y Bastidas, 2020).

Redes sociales más utilizadas

Instagram

Aplicación que permite capturar, producir, editar y compartir fotos y videos breves en vivo (Bard y Magallanes, 2021).



Tiktok

Facilita la creación y difusión de vídeos con edición sencilla y rápida, aprovechando una amplia gama de efectos visuales y sonoros disponibles en su biblioteca, la cual es enriquecida por los usuarios de la plataforma (Becerra-Chauca y Taype-Rondan, 2020).

Impacto de las redes sociales en la autoestima

El uso de redes sociales puede tener tanto un impacto positivo como negativo.



Impacto positivo de las redes sociales

Según Tejada Méndez (2018) el uso frecuente de redes sociales, especialmente Facebook, se asocia con niveles más altos de autoestima. Además, compartir publicaciones sobre estética contribuye al desarrollo de una autoestima corporal positiva (Peris et al., 2015).



Impacto negativo de las redes sociales

Varios estudios como el de Soria y Villegas-Villacres (2024) sugieren que a medida que aumenta la obsesión por las redes sociales, disminuye la autoestima de los adolescentes. Asimismo, Moral y Fernández (2019) señalan que una baja autoestima está asociada con un mayor conflicto interpersonal debido al uso problemático de internet. Martín y Medina (2021) indican que los adolescentes con baja autoestima pueden experimentar sentimientos de inseguridad, enojo, frustración e incluso tristeza al compartir publicaciones en redes sociales y no recibir likes. Además, Franco Luque (2022) destaca que el uso excesivo de redes sociales tiene consecuencias negativas para la autoestima y el autoconcepto en la juventud, influyendo en la percepción de la imagen corporal, especialmente entre las mujeres.



Asimismo, Armaza (2023) menciona que el uso inapropiado de las redes sociales provoca diversas consecuencias, como baja autoestima, ansiedad, falta de atención, bajo rendimiento académico, problemas de salud, falta de higiene, y otros efectos negativos en su vida, como insomnio y estrés.



Además, el uso constante e intensivo de las redes sociales puede causar adicción y dependencia en los usuarios. Los jóvenes aseguran que emplean las redes sociales en casa, en la escuela y en varios lugares para interactuar virtualmente, lo que la aleja de su entorno. Esto se manifiesta en problemas sociales, personales y educativos, interfiriendo también con el rendimiento académico del alumno y otros aspectos de la vida cotidiana (Moreira de Freitas et al., 2021).



Sección 2



Uso de las redes sociales

Estrategias prácticas para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos de las redes sociales



Establecer límites de tiempo



Para gestionar el tiempo de manera efectiva, se recomienda establecer horarios específicos para el uso de redes sociales. Evitar acceder a ellas antes de acostarse o durante las tareas escolares puede ayudar a mantener el enfoque y la productividad. Para esta actividad puede utilizar el siguiente link, que le permitirá crear un horario adaptado a su organización.



Crea tu propio horario

<https://slidesgo.com/es/tema/plantilla-trity-de-horarios-estilo-boho-mi-planner#search-Horario&position-1&results-16&rs=search>



Promover el uso consciente de redes sociales



Promover un uso consciente de las redes sociales implica ser selectivos con el contenido que se consume y comparte. Es crucial asegurarse de que este contenido contribuya positivamente al bienestar emocional y mental. Para lograrlo, es recomendable seguir cuentas o grupos que promuevan mensajes positivos y constructivos y reflexionar antes de publicar o compartir contenido, considerando cómo podría afectar las emociones propias y de los demás.



Desarrollar habilidades de pensamiento crítico



Infografía: [Pensamiento Crítico](#)

Es importante aprender a cuestionar la veracidad y el propósito del contenido que se encuentra en las redes sociales, ya que esto permitirá una navegación más segura y consciente. Para lograrlo, es esencial desarrollar habilidades de pensamiento crítico y para aprenderlas puede hacer uso del siguiente enlace.

<https://gesvinromero.com/2018/01/19/pensamiento-critico-10-actitudes-para-desarrollarla-infografia/>

Utilizar aplicaciones de bienestar digital

Utilizar las aplicaciones diseñadas para gestionar el uso del tiempo en redes sociales pueden fomentar hábitos digitales saludables. Puede explorar el (enlace 1) para encontrar una lista de aplicaciones útiles para esta actividad, junto con más detalles sobre Bienestar Digital, que ofrece funciones y controles para gestionar de manera efectiva el tiempo dedicado a las redes sociales y otras actividades en su dispositivo (enlace 2).

1. Lista de aplicaciones de bienestar digital

<https://www.lavanguardia.com/android/all/aplicaciones-gratis/bienestar-personal>



2. Consejos para equilibrar el uso de redes sociales con bienestar digital

https://www.android.com/intl/es_es/digital-wellbeing/#do-it-together-family-link



Fomentar actividades offline

Participar en actividades fuera de línea, como deportes, lectura o pasatiempos creativos, ayuda a equilibrar el tiempo dedicado a las redes sociales, promoviendo una vida más saludable y reduciendo la dependencia de la interacción virtual. Puede consultar el siguiente enlace para obtener algunas ideas de actividades offline que puede realizar.



Ideas de actividades offline



<https://instyle.mx/estilo-de-vida/actividades-offline-que-puedes-hacer-para-reducir-tu-screen-time/>

Sección 3

Fortaleciendo la autoestima



Métodos para fortalecer la autoestima de los adolescentes



Fomentar el autoconocimiento

Para fomentar el autoconocimiento, se recomienda llevar un diario de emociones (enlace 1) o realizar ejercicios de introspección (enlace 2). Estas prácticas ayudan a las personas a entenderse mejor a sí mismas y a reconocer las emociones que experimentan ante diversas situaciones cotidianas

Enlace 1
Diario de emociones

<https://infosal.es/wp-content/uploads/2021/11/Dossier-Salud-Mental.pdf>

Enlace 2
Ejercicio de Introspección
¿Quién soy?

https://www.youtube.com/watch?v=3hiVdLy7F34&ab_channel=Psicolog%C3%ADafacilita



Cultivar pensamientos positivos

Practicar el autocuidado emocional implica cultivar pensamientos positivos y sustituir autocríticas por afirmaciones constructivas. Establecer rutinas de gratitud diaria y centrarse en los aspectos positivos de la vida contribuye a fortalecer la autoestima y promover el bienestar emocional. Puede aprender más sobre cómo practicar la gratitud visitando el siguiente enlace



Ejercicio de gratitud simple y efectivo ¿Cómo practicar la gratitud?

https://www.youtube.com/watch?v=DRApS3JvC4w&ab_channel=MaynezaCrecimientoPersonal



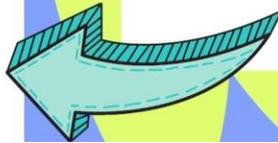
Desarrollar habilidades asertivas

¿Qué es la asertividad y para qué sirve?



https://www.youtube.com/watch?v=AX10ZkuY_VU&ab_channel=ApredemosJuntos2030

El desarrollar habilidades asertivas para expresar opiniones y necesidades de manera clara y respetuosa contribuye al fortalecimiento de la autoestima, además de que aprender a comunicarse de manera efectiva también promueve relaciones interpersonales saludables. Si desea obtener más información sobre la asertividad, puedes consultar el siguiente enlace



Aceptar los errores y aprender de ellos

Reconocer los errores como oportunidades de aprendizaje y crecimiento personal es clave para fortalecer la autoestima. Aprender a reflexionar sobre las lecciones aprendidas y aplicar cambios constructivos contribuye significativamente a cultivar una visión más positiva de uno mismo



No temas a equivocarte, nunca es tarde para aprender



https://www.youtube.com/watch?v=bNL2g44dSdk&ab_channel=ApredemosJuntos2030



Practicar ejercicios de validación interna



Reflexionar sobre los logros y cualidades positivas son una parte esencial para fortalecer la autoestima y reducir la dependencia de la validación externa en las redes sociales. Una estrategia efectiva es hacer una lista de sus cualidades positivas (enlace 1), donde puedan identificar y valorar sus fortalezas en áreas como habilidades académicas, sociales, deportivas y artísticas. Además, celebrar los pequeños logros cotidianos ayuda a reconocer y apreciar cada paso hacia sus metas personales (enlace 2).

Enlace 1

Plantilla para escribir tus cualidades

https://www.canva.com/design/DAGJj9d037w/PUnwouAmGN6vcsOiZfeZRw/edit?utm_content=DAGJj9d037w&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Enlace 2

La importancia de celebrar tus logros

<https://masterdreamlif.e.com/la-importancia-de-celebrar-tus-logros/>



Bibliografía

- Armaza Deza, J. F. (2023). EL RIESGO DEL USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LATINOAMÉRICA. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Aspán, S., Sada, M., y Shabot, R. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en Psicología*, 16(27), 107-114.
- Bard Wígdor, G., y Magallanes Udovitch, M. L. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e519>
- Becerra-Chauca, N., y Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251. <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Collantes, K. D., y Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>
- Díaz Falcón, D., Fuentes Suárez, I., y Senra Pérez, N. de la C. (2018). ADOLESCENCIA Y AUTOESTIMA: SU DESARROLLO DESDE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS. *Conrado*, 14(64), 98-103.
- Franco Luque, M. (2022). Redes sociales, autoestima y autoconcepto: Una revisión sistemática. <http://crea.ujaen.es/jspui/handle/10953.1/17510>
- Junquera, C. (2015). Desconectados del entorno y conectados a la red: Tan cerca pero tan lejos.
- Martín Critikián, D., y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Moral Jiménez, M. D. L. V., y Fernández Domínguez, S. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- Moreira de Freitas, R. J., Carvalho Oliveira, T. N., Lopes de Melo, J. A., do Vale e Silva, J., de Oliveira e Melo, K. C., y Fontes Fernandes, S. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería Global*, 20(64), 324-364. <https://doi.org/10.6018/eglobal.462631>
- Peris, M., Maganto, C., y Kortabarría, L. (2015). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v3i2.39>
- Silva-Escorcia, I., y Mejía-Pérez, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista Electrónica Educare*, 19(1), 241-256.
- Soria, P., y Villegas-Villacres, N. D. J. (2024). ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>
- Tejada Rivera, M. del C., y Méndez Gárate, A. M. (2018). USO DE FACEBOOK Y NIVELES DE AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE SECUNDARIA FACEBOOK USE AND SELF-ESTEEM IN HIGH SCHOOL ADOLESCENTS. 8(2), 47-60.
- Troya-Fernández, J. C., Periñan-Sotelo, N., y Sánchez-Movellan-Pérez, P. (2018). El impacto de las redes sociales en la salud mental. *Revisión Bibliográfica. Salud mental*, 7(1), 18.
- Veytia Bucheli, M. G., y Bastidas Terán, F. A. (2020). WhatsApp como recurso para el trabajo grupal en estudiantes universitarios. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 12(2), 74-93. <https://doi.org/10.32870/ap.v12n2.1911>
- Vidal Ledo, M., Vialart Vidal, M. N., y Hernández García, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157.
- We Are Social. (2023, enero 26). Digital 2023. We Are Social Spain. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>