



Universidad Tecnológica ECOTEC

Tema:

Adicción a redes sociales y su influencia sobre la autoestima en estudiantes de psicología de una universidad particular del cantón Samborondón, Ecuador, año 2023.

Línea de Investigación:

Psicología, bienestar y salud.

Modalidad de titulación:

Examen complejo

Carrera: Psicología

Título a obtener:

Licenciatura en psicología

Autor: Christopher Roberto Ubilla Quiroz.

Tutor: Mgtr. Daniel Oleas Rodríguez.

Guayaquil - Ecuador

2023

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico a mi abuelita, padres, mejor amiga y a todas aquellas personas que me apoyaron de una u otra manera a alcanzar este logro. Este logro es por y para ustedes, gracias por siempre haber sido mi apoyo durante este extenso tiempo de formación profesional.

Agradecimiento

Quiero expresar mi gran profunda gratitud a la Universidad ECOTEC por brindarme la oportunidad de llevar a cabo esta investigación. Mi gratitud se extiende a mi tutor de tesis, Mgtr. Daniel Oleas Rodríguez, por su paciencia y orientación durante el proceso de investigación esenciales para mejorar la calidad y enfoque de este trabajo. A los miembros del comité evaluador y docentes de trayectoria universitaria, por su apoyo, orientación y valiosos comentarios. También agradezco a mi familia, amigos, colegas y a cada uno los participantes del estudio por su esencial contribución. Por último, a Mussche por inspirarme a enfrentar mis retos.

Este logro no habría sido posible sin el apoyo de todos ustedes. Sus contribuciones han dejado una huella imborrable en esta tesis y en mi vida académica en general.

Certificado de Revisión Final

Certificado de Coincidencia de Plagio

Resumen

Las redes sociales permiten a los jóvenes tergiversar la información, alterando la visión del mundo que los rodea. Esto conduce a tener una imagen distorsionada sobre el proceso que conlleva alcanzar metas, evitar sociabilidad en la vida real y compararse respecto a su apariencia y personalidad. Este estudio empleó un diseño no experimental en el que los participantes fueron evaluados con el SMAS-SF (Social Media Addiction Scale Student Form) y el SSES (The Scale for Measuring State Self-Steem). Los resultados revelaron una correlación significativa ($P < 0.05$) en cómo la comunicación, tolerancia e información virtual inciden sobre el desempeño. Estos resultados destacan la importancia de desarrollar estrategias dirigidas a la creación de una cultura de apoyo en la población.

Palabras clave: adicción, redes sociales, autoestima, tolerancia, desempeño.

Abstract

Social networks allow young adults to misrepresent information on their vision of the world around them. This leads to having a distorted image about the achieving goals process, avoiding face to face interactions, and judging oneself regarding one's appearance and personality. This study used a non-experimental design in which participants were assessed with the SMAS-SF (Social Media Addiction Scale Student Form) and the SSES (The Scale for Measuring State Self-Steem). The results revealed a significant correlation ($P < 0.05$) in how communication, tolerance and virtual information affect performance. These results highlight the importance of developing strategies aimed at creating a culture of support in the population.

Keywords: addiction, social networks, self-esteem, tolerance, performance.

Índice	
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Certificado de Revisión Final	IV
Certificado de Coincidencia de Plagio	V
Resumen	VI
Índice	VIII
Índice de tablas	IX
Índice de figuras	IX
Introducción	1
Primera Parte: Revisión de la Literatura	3
Adicción a redes sociales	3
Autoestima	15
Segunda Parte: Método de investigación	22
Métodos empleados empíricos y estadísticos	23
Tercera Parte: Análisis de Resultados	27
Conclusiones	32
Recomendaciones	34
Referencias y Bibliografías	34
Anexos	i

Índice de tablas

Tabla 1	24
Tabla 2	25
Tabla 3	27
Tabla 4	28
Tabla 5	28
Tabla 6	29

Índice de figuras

Introducción

En el contexto actual, caracterizado por la generación Z, nacidos entre 1995 y 2010, actualmente con edades entre 28 y 13 años, las redes sociales moldean su vida cotidiana. Su influencia se extiende más allá de la esfera personal, afectando cómo se relacionan con los demás (Castro et al., 2021; Gozávez-Pérez & Cortijo-Ruíz, 2023). Esta investigación se enfoca en analizar el impacto del uso de las redes sociales sobre la autoestima en estudiantes de la facultad de marketing de la universidad ECOTEC, campus Samborondón, año 2023.

Según (Valerio Ureña & Serna Valdivia, 2018), un alto porcentaje de la población estudiantil experimenta niveles preocupantes de adicción a las redes sociales. Por su parte, Romo del Olmo (2020), en una muestra de adolescentes entre primer y cuarto curso de secundaria en España, destaca la influencia que tienen las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal. Sin embargo, en el contexto ecuatoriano no se han realizado este tipo de investigaciones, existiendo brechas en el conocimiento las cuales repercuten en intervenciones ineficientes.

El objetivo general de este estudio es determinar el impacto de la adicción a las redes sociales en la autoestima de estudiantes universitarios y para conseguirlo se propone los siguientes objetivos específicos: niveles de variable in y de

explicar la adicción a las redes sociales, evaluar la autoestima de los estudiantes, por último, establecer la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima en los alumnos.

Para estos fines, la Teoría de la Comparación Social de (Festinger, 1954) y la Teoría de la Cognición **Social de Bandura (1986)**, proporcionan un marco conceptual que posibilita comprender cómo las redes sociales pueden influir en la autoestima. A su vez, las escalas psicométricas validadas proporcionan evidencia empírica permitiendo relacionar las variables. Los resultados brindan información relevante para el diseño de intervenciones preventivas y terapéuticas que promuevan

la salud mental y el bienestar de los estudiantes de la Facultad de Marketing afectados por la adicción a las redes sociales.

Primera Parte: Revisión de la Literatura

Este estudio investiga el impacto del uso de redes sociales en la autoestima de estudiantes universitarios del cantón Samborondón durante el año 2023, considerando la alta prevalencia de adicción a estas plataformas por parte de la generación Z. Su objetivo es medir niveles de adicción, analizar la autoestima y establecer relaciones entre ambos factores. Se basa en teorías psicológicas como la Comparación Social de Festinger y la Cognición Social de Bandura, utilizando escalas psicométricas validadas para recopilar datos que informen futuras intervenciones de salud mental. El estudio busca abordar un vacío en la investigación local ecuatoriana.

Adicción a redes sociales

Desde el principio de los tiempos el comportamiento humano converge en la satisfacción de necesidades que está intrínsecamente vinculada a la interacción mente-cuerpo, a su vez, va de la mano con el entorno en el que la vida se desenvuelve. Este proceso es esencial para mantener la identidad e integridad de los organismos, creando un ciclo vital fundamental (Tobias, 1979).

Según el análisis de la teoría de la prehistoria humana de Karl Max por Boltvinik (2021), desde la época del hombre primitivo se distinguen varios ámbitos respecto a la satisfacción de necesidades: el primero en relación a las necesidades físicas y químicas, las cuales tienen que ver con las sensaciones con relación al clima y el momento del día, como por ejemplo: la alimentación, el abrigo y la protección; esenciales para la conservación de la especie.

En segundo lugar, se encuentran las necesidades en relación con los mecanismos de placer y dolor, comúnmente evidenciadas frente a una amenaza en la que la vida puede estar en riesgo, ya sea por un compañero de la misma tribu o un animal salvaje. En estos momentos, el individuo debe elegir entre defenderse o huir; mecanismos que se encuentran arraigados en el cerebro primitivo y son activados mediante el sistema nervioso (McCarty, 2016).

Finalmente, en la era contemporánea, con el surgimiento y aceptación de la psicología como ciencia (Gergen, 1973), resalta la importancia de las necesidades emocionales y psicológicas donde intervienen destacados autores como (Maslow, 1943). Este autor enfatiza que, conforme a las necesidades más básicas se satisfacen, se aspira a otras más complejas por lo que formulo la teoría de la pirámide, la cual es una teoría sobre la motivación humana.

Cada uno de estos tres ámbitos: necesidades físicas-químicas, necesidades de placer-dolor y las necesidades emocionales y psicológicas, generan una respuestas físico-químicas mediante las emociones, lo cual vinculan el mundo de la materia y la energía, demostrando la relación cuerpo-mente. Según Leakey (1995), la sostenibilidad humana no se trata solo de garantizar la continuidad de la vida, sino también, de promover un nivel de existencia aceptable para toda la población en armonía con la naturaleza y con respeto mutuo. De esta manera, satisfacer las necesidades humanas es esenciales para llevar una vida digna y plena.

La forma en la que las necesidades se satisfacen varía de generación a generación, sistemas económicos y sociales. Sin embargo, Stringer y Andrews (2005) resumen los satisfactores en 3 categorías. Los singulares, que abordan una necesidad en concreta, como la alimentación. Los sinérgicos, que abordan múltiples necesidades a la vez, como las relaciones sociales. Por último, los inhibidores los cuales limita la satisfacción de otras necesidades, como, por ejemplo: la televisión que brinda entretenimiento, pero limita la interacción y el entendimiento. Max Neef, en cambio, distingue entre los factores ecológicos que fortalecen el entorno y los antiecológicos que lo debilitan (Gasper & St Clair, 2016).

Por su parte la insatisfacción de las necesidades del primer grupo, es decir las físicas y químicas, pueden traer consecuencias negativas para el individuo, ya que genera frustración y su satisfacción se convierte en la motivación central de la conducta incluso opacando la satisfacción de las otras necesidades (da Silva Paula et al., 2022). Por otro lado, cuando las personas toman consciencia sobre sus

necesidades, dirigen su conducta hacia el logro de su meta en la proporción necesaria respecto a su calidad y cantidad (Madero Gómez, 2022).

La satisfacción de necesidades, de acuerdo a (Chávez Cárdenas, 2017), se vincula con el sistema de creencias, el cual se define como una ideología o conjunto de conceptos específicos que moldean la percepción de una determinada manera. Estas ideas constituyen perspectivas sobre diversos aspectos de la vida cotidiana como principios éticos y morales, espiritualidad o afiliación política que se transmiten de manera subyacente a través de la conciencia colectiva de las generaciones (Benítez Vite & Hidalgo Albuja, 2020).

Existen varias generaciones como son, la generación de los Baby Boomer, X, Y & Z. Cada una con su propio sistema de creencias, el cual cambia tanto de generación en generación, como de un individuo a individuo y esto depende de la composición genética del sujeto, nivel educativo al que ha sido expuesto y el ambiente percibido desde su temprana infancia. La generación se define en términos aproximadamente de 15 a 20 años (Díaz-Sarmiento et al., 2017), determinada por una ubicación común en la historia, comportamientos, creencias comunes y la pertenecía percibida por los miembros de la generación.

Esto determina como la persona ve y actúa ante determinada circunstancia, lo que considera o no una prioridad y la forma de satisfacer sus necesidades. Por ejemplo, según un estudio realizado por (Fingerman et al., 2012), en lo que concierne al trabajo, los Baby Boomers nacidos entre 1946 a 1964, (Nakagawa & Yellowlees, 2020), están acostumbrados a trabajar en entornos jerárquicos, dispuestos a sacrificar la familia por el trabajo y búsqueda de estatus para mejorar su nivel de vida.

La generación X, nacidos entre 1965 y 1951 vivieron en las épocas de la Guerra fría, la crisis energética y los avances tecnológicos. Caracterizados por tener una mentalidad pragmática debido a las tensiones políticas (González-Ramírez & Landero-Hernández, 2021), en lo que respecta al ámbito laboral y el trabajo, son

personas que buscan un equilibrio entre lo laboral y lo personal, ven al trabajo como algo temporal y ven a las empresas como un escalón para alcanzar algo mejor. Se preguntan que han aprendido con cada trabajo y se esfuerzan por alcanzar sus metas personales como organizacionales (Krahn & Galambos, 2014).

Los Millennials o también conocidos como la generación Y, crecieron en la era digital y la transición a la tecnología moderna, con un enfoque de diversidad e inclusión, apoyan las causas sociales y ambientales (Fritsch et al., 2018). Respecto al ámbito laboral esta generación es impaciente, innovadora, exigen balance entre el trabajo y sus propios intereses, dispuestos a sacrificar sus ganancias financieras a cambio de cosas que consideren significativas, tienen mayor desempeño en entornos creativos, les gusta viajar y desenvolverse en su ambiente de trabajo (Purba & Ananta, 2018).

La generación Z también conocidos como centennial o nativos digitales, ya que desde temprana edad han estado expuestos a entornos virtuales, son aquellos nacidos entre 1990 y mediados de 2010. Son de rasgos emprendedores y creativos con mentalidad flexible lo que les permite una alta adaptabilidad convirtiendo a su entorno en multicultural y diverso (Janssen & Carradini, 2021). En un estudio realizado por (Hou et al., 2019) en estudiantes universitarios, reporto que la adicción a las redes sociales afecta aproximadamente a 12% de usuarios centennials.

Es importante destacar que cada generación tiene su propio sistema de creencias sobre cada una de las esferas de la vida, por lo tanto, cada sujeto tiene motivadores particulares a la hora de satisfacer cada una de sus necesidades de acuerdo a la etapa de la vida en la que se encuentren, pero sin embargo detrás de cada acción existe mínimo una necesidad, uno motivación o una presión.

Los sistemas de creencias, propios de cada generación, influyen de forma directa sobre los procesos motivacionales (Franco-López, 2022). La motivación, según (Maslow, 1943), es el impulso que lleva a una persona a satisfacer sus necesidades, que están dispuestas jerárquicamente en una pirámide, teniendo como

base las necesidades fisiológicas, continuando cada nivel con necesidades de seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización. Entendiendo la dinámica entre estas necesidades es más fácil comprender el patrón motivacional de la conducta humana.

Desde la perspectiva de Frederick (Herzberg et al., 1974), la motivación se divide en factores higiénicos y factores motivadores. Los factores higiénicos se refieren a condiciones básicas que, si están ausentes o deficientes, causan insatisfacción, como salarios insuficientes o condiciones de trabajo precarias. Los factores motivadores, por otro lado, generan satisfacción y están relacionados con el trabajo en sí mismo, como el logro y el reconocimiento.

(Ryan & Deci, 2019), en la Teoría de la Autodeterminación, establecen tres tipos fundamentales de motivación: intrínseca, extrínseca y amotivación. La Motivación Intrínseca hace referencia a la realización de una actividad por el puro placer y la satisfacción que se obtienen de ella, sin necesidad de recompensas externas (Csikszentmihalyi & Nakamura, 2014). Un ejemplo sería una persona que graba Tiktoks simplemente porque le encanta el trend¹, sin la necesidad de subirlo o lo sube sin importarles cuantos lo ven o si obtiene dinero por ello.

La motivación extrínseca, por el contrario, se basa en la realización de una actividad debido a recompensas externas o consecuencias, como dinero, reconocimiento social, o evitar castigos. Esta motivación puede ser efectiva para impulsar ciertos comportamientos, pero tiende a ser menos duradera y puede disminuir el interés intrínseco en una tarea si se vuelve demasiado predominante (Weinstein et al., 2011). Por ejemplo, elegir un empleo solo por la retribución monetaria.

La amotivación representa un estado en el que una persona carece de motivación tanto intrínseca como extrínseca para realizar una actividad. En este caso, la persona puede sentir que no hay razón para hacer algo y puede experimentar apatía o desinterés. La amotivación puede surgir cuando las personas

¹ Trend: tema que está en tendencia o tema del momento.

sienten que una tarea es insignificante o que no tienen el control sobre ella. Por ejemplo, un estudiante que ya no siente ninguna razón para comprometerse con sus responsabilidades académicas (Markland & Tobin, 2004).

En conclusión, los procesos motivacionales son mecanismos psicológicos que impulsan a las personas a actuar de ciertas maneras para satisfacer sus necesidades o alcanzar sus metas. Estos procesos pueden ser intrínsecos, impulsados por intereses personales, o extrínsecos, influenciados por recompensas externas. La motivación es un aspecto crucial de la psicología humana, ya que influye en el comportamiento, la toma de decisiones y el logro de objetivos.

Comprender los procesos motivacionales es esencial para diversos campos, desde la psicología y la educación hasta la gestión empresarial. Ayuda a explicar porque las personas actúan de cierta manera, lo que puede ser fundamental para mejorar la productividad, el bienestar y la calidad de vida. Además, la motivación desempeña un papel crucial en el desarrollo personal y profesional de las personas (Cheon et al., 2018).

Pero la motivación, si no está equilibrada adecuadamente, puede llevar a la obsesión y el agotamiento. Según el psicólogo (Csikszentmihalyi & Rathunde, 1990), conocido por su teoría del "flujo", cuando las personas están excesivamente motivadas y se sumergen por completo en una tarea, pueden experimentar un estado de flujo. Aunque esto puede ser altamente gratificante, si se mantiene durante largos períodos sin descanso, puede resultar en agotamiento y estrés crónico. La obsesión por el éxito o la perfección también puede llevar a la falta de equilibrio en la vida, ya que las personas pueden descuidar otros aspectos importantes de su bienestar, como las relaciones personales o la salud.

El psicólogo Albert Bandura (1986), conocido por su teoría del aprendizaje social, ha señalado que la falta de motivación puede ser el resultado de la creencia de que uno no tiene el control sobre los resultados de sus acciones (Schaub & Tokar, 2005). Cuando las personas no se sienten motivadas para alcanzar metas, pueden posponer tareas importantes, lo que conduce a la procrastinación y falta de logro. Además, la falta de motivación puede llevar a la insatisfacción de la vida en general,

ya que las personas pueden sentir que carecen de un propósito o metas significativas.

En ambos casos, un desequilibrio en los procesos motivacionales puede tener efectos negativos en la salud mental y emocional de las personas. Para mantener una salud mental y emocional óptima, es esencial encontrar un equilibrio saludable. Esto implica mantener altos niveles de motivación sin caer en la obsesión y abordar la falta de motivación para evitar la procrastinación, insatisfacción y amotivación. La clave está en reconocer y gestionar los procesos motivacionales de manera efectiva, permitiendo el crecimiento personal y el bienestar general.

La motivación está intrínsecamente relacionada con la búsqueda de recompensas (Croxson et al., 2009). Las personas se motivan para alcanzar metas y satisfacer necesidades, lo que a menudo implica la búsqueda de recompensas, ya sean tangibles, como un aumento salarial. O intangibles, como el reconocimiento y la satisfacción personal. La búsqueda de recompensa actúa como un refuerzo positivo que impulsa y refuerza los procesos motivacionales.

El estudio de los procesos motivacionales busca comprender por qué las personas actúan de cierta manera y cuáles son sus impulsos internos y externos para hacerlo. Esto es fundamental para ayudar a las personas a alcanzar sus objetivos, mejorar su bienestar y promover un comportamiento positivo (Schmidt et al., 2012).

La motivación depende del sistema de recompensas que, según (Lahera et al., 2013), es característicamente reactivo ya que su accionar se basa primero en detectar que el resultado de una acción produce una sensación de bienestar, y esto trae como consecuencia que se repita la conducta. Una de las vías del sistema de recompensa es la vía dopaminérgica caracterizada por el refuerzo del placer.

En psicología, el Condicionamiento Operante, de B.F. Skinner, explica el sistema de recompensas y reactividad, al ser un enfoque centrado en cómo las consecuencias de un comportamiento específico tienen un impacto en la probabilidad de que dicho comportamiento se repita en el futuro. En este proceso, las personas

aprenden a asociar sus acciones con resultados que pueden ser positivos o negativos, lo que ejerce influencia sobre si el comportamiento se refuerza, es decir, se incrementa, o se extingue, disminuyendo. Un ejemplo ilustrativo de este tipo de condicionamiento se observa en los experimentos de Skinner, donde las ratas aprenden a presionar una palanca para obtener comida. Cuando presionan la palanca y se les proporciona comida, lo que se considera un refuerzo positivo, esto aumenta la probabilidad de que las ratas continúen presionando la palanca. Por otro lado, si se retira la comida, lo que equivale a la extinción, el comportamiento de presionar la palanca disminuye (Locke, 2023).

Por otro lado, (Gray, 1982), conocido por su trabajo en la neuropsicología y descubrimiento de la búsqueda de recompensa como parte de su teoría del sistema de activación conductual. Argumenta que este sistema es esencial para el comportamiento adaptativo, ya que guía a las personas hacia la obtención de resultados gratificantes y evita situaciones negativas. Por lo tanto, la búsqueda de recompensa desempeña un papel importante en los procesos motivación y la satisfacción de necesidades.

La búsqueda de recompensa es un proceso fundamental en la motivación humana, donde las personas buscan activamente gratificaciones y están influenciadas por las consecuencias de sus acciones. Esto guía el comportamiento adaptativo y satisface necesidades básicas y metas personales, siendo esencial para la supervivencia y el bienestar, impulsado por experiencias pasadas y un deseo intrínseco de satisfacción.

Comprender esto es esencial en psicología, ya que arroja luz sobre porque las personas tienen ciertos comportamientos, realizan actividades o buscan sustancias que proporcionan placer, siendo especialmente relevante en el contexto de las conductas adictivas, ya que puede explicar porque las personas se involucran en comportamientos adictivos en busca de gratificación (Valladares et al., 2020), incluso cuando esos comportamientos tienen consecuencias negativas (Volkow et al., 2000). Por otro lado, una deficiente búsqueda de recompensa puede dar lugar a la anhedonia, que es la incapacidad de experimentar placer, contribuyendo a la

depresión y otros trastornos del estado de ánimo (Coccurello, 2019). Así que, una vez más se recalca que el equilibrio es esencial para el bienestar psicológico.

Referente a este equilibrio, (Glasser, 1998) afirma que lo único que hacemos es comportarnos y lo único que podemos controlar es nuestra propia conducta. La que está compuesta por los siguientes cuatro componentes: actuación, pensamiento, fisiología y sensaciones. De los cuales solo tenemos control sobre los dos primeros, que vendrían a ser la forma en la que actuamos y en lo que elegimos pensar o lo que decidimos alimentar con el pensamiento, respecto a las otras dos que vendrían a ser la parte fisiológica del organismo y las sensaciones percibidas, los cuales son factores sobre los que no se tiene control. Sin embargo, las sensaciones o fisiología tienen una manera de ser controlarlas indirectamente a través de como elegimos actuar y pensar. Cabe recalcar que la conducta puede tener estos 4 componentes, pero solo va a ser nombrada por la parte más reconocible, la cual sería “la actuación.”

Según la Organización Mundial de la Salud (Organización Mundial de la Salud, 2017), la adicción es una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. Esta condición se caracteriza por un conjunto de signos y síntomas que involucran factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales. Se trata de una enfermedad progresiva y crónica que se manifiesta con episodios recurrentes de desorganización del pensamiento, alucinaciones y falta de conciencia sobre la enfermedad, lo que la hace difícil de tratar (Olsen, 2022).

La adicción también es conocida como dependencia y la Clasificación Estadística Internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud (CIE-11, 2023), define el síndrome de dependencia como el conjunto de fenómenos del comportamiento, cognitivos y fisiológicos, que se desarrollan luego del consumo repetido de la sustancia en cuestión. Para evaluar el nivel de dependencia es crucial identificar el patrón de consumo y si existe tolerancia.

A su vez, Nora (Volkow et al., 2023), como parte del Instituto Nacional sobre Abuso de Drogas (NIDA), define las conductas adictivas como la pérdida de control sobre la búsqueda y el consumo de una sustancia o actividad a pesar de las consecuencias negativas. En su investigación, se ha centrado más en la neurobiología de las adicciones y cómo afecta la función cerebral.

Las conductas adictivas, según estos expertos, son mecanismos de afrontamiento que pueden desarrollarse como respuesta a situaciones difíciles en la vida de una persona. Estas conductas ofrecen una sensación temporal de alivio o gratificación, pero con el tiempo, pueden llevar a una dependencia grave y a consecuencias negativas en la vida cotidiana. La categoría de conductas adictivas es de suma importancia en psicología y la sociedad en general debido a su prevalencia y a su impacto en la salud mental y física de las personas.

Comprender las causas subyacentes, los factores de riesgo y los tratamientos efectivos es fundamental para ayudar a aquellos que luchan con la adicción. Las conductas adictivas por periodos de tiempo prolongados conducen a problemas graves, como deterioro de la salud, problemas financieros, conflictos familiares y sociales, y pérdida de la calidad de vida. La falta de reconocimiento y tratamiento adecuado de las conductas adictivas puede agravar aún más la situación y aumentar el sufrimiento del individuo (Montes De Oca Ugarte et al., 2022). Además, la relación de los criterios, destacan la similitud entre diversas adicciones y cómo se pueden aplicar principios comunes para su evaluación y tratamiento.

Según gran parte de los manuales diagnósticos se distinguen 2 grandes tipos de adicciones: químicas y comportamentales. Las químicas generalmente son de ingestión, las cuales abarcan sustancias tales como el alcohol, nicotina, anfetaminas, marihuana, opio, sedantes y entre otros. Mientras que las adicciones comportamentales incluyen es cuando la persona desarrolla dependencia a una actividad no relacionado al consumo de sustancias (Pedrero Pérez, 2010).

Entre las adicciones comportamentales más comunes se incluyen el juego patológico, adicción al sexo, adicción a las compras, adicción a la comida, adicción al trabajo, adicción al ejercicio físico y teleadicción/videomanía (Salas-Blas et al., 2021). Estas adicciones se caracterizan por comportamientos repetitivos y compulsivos que ofrecen alivio momentáneo, pero pueden tener graves repercusiones en la vida de quienes las padecen.

Por ejemplo, la ludopatía involucra la incapacidad de controlar el impulso de apostar, lo que puede llevar a problemas financieros (Salvador-Liern & Kotátková, 2022). La adicción al trabajo se manifiesta como la obsesión por la actividad laboral, a menudo descuidando otros aspectos de la vida (Vergara et al., 2020). La adicción al sexo implica un comportamiento sexual compulsivo, a menudo llevando a la promiscuidad y riesgo para la salud (Serrano Villalobos, 2022).

La teleadicción o videomanía se relaciona con el uso excesivo de dispositivos electrónicos y la obsesión por los videojuegos o el contenido en línea, lo que afecta negativamente la vida social y el rendimiento académico o laboral (Miñan Olivos et al., 2023). En general, estas adicciones implican la interferencia significativa en las actividades diarias, la salud mental y emocional de las personas afectadas.

De acuerdo a un estudio realizado por (Liu et al., 2022), distingue cuatro tipos de adicción a los teléfonos móviles: Adicción a las redes sociales móviles, adicción a los juegos móviles, adicción a la adquisición de información móvil y adicción a los vídeos cortos de formato móvil. Los coeficientes de correlación de los diferentes tipos de adicción a los teléfonos móviles y las variables de criterio fueron diferentes; la correlación más fuerte se produjo entre la adicción a las redes sociales móviles y la ansiedad

La adicción a las redes sociales es una de los tipos de adición vinculados a la generación Z, ya que al ser nativos digitales el pasar mucho tiempo en entornos virtuales los pone propensos a un comportamiento adictivo específico en estas

plataformas. Sahin (2018), considera que existen tres factores de adicción a las redes: tolerancia, comunicación, información y problemas virtuales.

El primer factor, llamado "tolerancia virtual", evalúa la capacidad de una persona para resistir el uso excesivo de las redes sociales y la necesidad de aumentar la cantidad de tiempo que pasa en ellas para obtener el mismo nivel de satisfacción o gratificación. Este factor se refiere a la tolerancia desarrollada hacia el uso de las redes sociales y la necesidad de aumentar su uso para experimentar los mismos efectos placenteros.

El segundo factor, llamado "comunicación virtual", evalúa el grado en que una persona utiliza las redes sociales como una herramienta principal de comunicación y se siente dependiente de ellas para mantener relaciones sociales. Este factor se refiere a la necesidad de utilizar las redes sociales como medio de comunicación y la importancia que se le da a estas interacciones virtuales en la vida diaria.

El tercer factor, llamado "problema virtual", evalúa los problemas y dificultades que una persona experimenta como resultado del uso excesivo de las redes sociales. Este factor se refiere a los efectos negativos que puede tener el uso descontrolado de las redes sociales en la vida diaria, como el deterioro de las relaciones interpersonales, el rendimiento académico deficiente o la pérdida de tiempo productivo.

El cuarto factor, llamado "información virtual", evalúa el grado en que una persona utiliza las redes sociales como fuente principal de información y se siente dependiente de ellas para obtener información relevante. Este factor se refiere a la necesidad de utilizar las redes sociales como una herramienta de búsqueda de información y la importancia que se le da a estas fuentes virtuales en la adquisición de conocimiento.

Por lo ya mencionado, este cuestionario es relevante por su contribución en la comprensión de la adicción a las redes sociales, siendo una herramienta válida y confiable que atiende un fenómeno cada vez más común en esta generación,

identificando la adicción en sí misma, problemas de procrastinación y bajo rendimiento académico. Útil para tomar las medidas preventivas correspondientes mediante programas de educación sobre el uso saludable de las redes sociales, a su vez también intervenciones eficientes, como estrategias para reducir la dependencia, lidiando con los problemas asociados.

Autoestima

Erikson (1956), establece la identidad como una sensación subjetiva y emocional de continuidad y coherencia en el tiempo, que surge de la integración de diversas experiencias y roles a lo largo de la vida, la cual se forma a través de una serie de crisis psicosociales, en las que las personas deben enfrentar y resolver conflictos relacionados con el rol que desempeñan en la sociedad. Las ocho etapas del desarrollo humano, propuestas por Erik Erikson, ofrecen una perspectiva integral relacionados con la misma evolución y crecimiento que esta conlleva.

En la infancia, la primera etapa se centra en la confianza versus la desconfianza, donde los bebés deben aprender a confiar en sus cuidadores para desarrollar una base segura. La niñez temprana aborda la autonomía frente a la vergüenza y la duda, donde los niños exploran su independencia y habilidades. La etapa de juego se enfoca en la iniciativa frente a la culpa, donde se fomenta la toma de decisiones y la creatividad. La adolescencia gira en torno a la laboriosidad frente a la inferioridad, donde los jóvenes buscan logros y metas (Rosegrant, 2021).

La juventud se centra en la formación de la identidad frente a la confusión de roles, mientras que la adultez se relaciona con la generatividad frente al estancamiento, donde las personas buscan contribuir a la sociedad y a las generaciones futuras. Finalmente, en la vejez, la última etapa trata de la integridad frente a la desesperación, donde se reflexiona sobre la vida y se busca un sentido de cumplimiento. Estas etapas representan desafíos y oportunidades en el desarrollo humano, influyendo en la formación de la personalidad y la búsqueda de una vida significativa (Maree, 2021).

Erving Goffman (1959), por su parte desarrolló la teoría de la identidad dramaturgica. La cual se presenta como una construcción dinámica mas no, como una entidad fija, ya que se concibe como un proceso de representación de uno mismo ante los demás, y esta representación varía según el contexto social y las interacciones en curso. Goffman sostiene que las personas interpretan sus vidas como si estuvieran actuando en un escenario teatral donde cada individuo representa un papel social adoptando máscaras y disfraces sociales para ajustarse a las expectativas de los demás. Estos roles y representaciones forman parte de lo que Goffman llama "la fachada", que es la imagen que presentamos a los demás para gestionar sus impresiones sobre nosotros (Khan, 2020).

En resumen, para Goffman, la identidad es una construcción social y situacional que involucra representaciones y actuaciones que cambian en función del contexto y el público presente, convirtiendo su teoría dramaturgica en una parte importante de la sociología y la psicología social, teniendo un impacto en la comprensión de cómo las personas interactúan y se presentan ante la sociedad.

La identidad como concepto psicológico es un proceso de evolución constante a lo largo de la vida, influenciado por la exploración de diferentes roles y valores, teniendo un impacto significativo en la forma en que las personas se relacionan con otros y cómo se perciben a sí mismas. Su comprensión es esencial en áreas como la psicología clínica, del desarrollo y social, donde se estudian las relaciones humanas y el bienestar psicológico (Lemieux et al., 2023).

Un exceso de identidad, es caracterizado por la identificación excesiva con un solo aspecto de la misma, puede dar lugar a la inflexibilidad e intolerancia hacia perspectivas y culturas diferentes. Según un estudio sobre el fanatismo al futbol diversos (Kerem Zelyurt, 2019), cuando alguien se aferra demasiado a una única faceta, puede volverse cerrado a nuevas ideas y experiencias, dificultando las relaciones interpersonales y adaptación a entornos. Este exceso también puede llevar a la exclusión y al prejuicio hacia quienes son diferentes, afectando la cohesión social.

Por otro lado, un estudio sobre la imagen corporal (Devereux et al., 2020), revela que una deficiencia en la formación de la identidad, se traduce en confusión y falta de dirección en la vida, generando inseguridad y desorientación. Las personas que no han explorado su identidad adecuadamente, pueden sentirse perdidas, sin un propósito claro y luchando por establecer metas significativas. Esto puede contribuir a la ansiedad y la insatisfacción personal, así como dificultar la toma de decisiones importantes. Por lo que, encontrar un equilibrio en su construcción es esencial para la adaptación, comprensión de la diversidad y bienestar emocional.

Existen varios tipos de identidad como enfatiza Goffman, dependiendo de en donde estemos y a quien tengamos al frente. Los tipos más comunes de identidad son: la de género, étnica y cultural, ya que tienen un impacto significativo en la forma en que las personas se perciben y sienten respecto a su identidad personal. Comprender estos aspectos es esencial para entender cómo se forma la autoestima de una persona, los cuales son aspectos fundamentales para el crecimiento y adaptabilidad social.

Entre los tipos de identidad más relevantes se encuentra la personal, que, en términos sociológicos, representa la autopercepción individual arraigada en la interacción entre experiencias, valores, creencias y emociones. Esta construcción interna influye en la autoestima y en la forma en que el individuo se relaciona con su entorno. Es dinámica, evolucionando a lo largo de la vida en respuesta a cambios y desafíos, influenciada por relaciones interpersonales, logros y retos enfrentados (Vallejos, J et al., 2015).

La identidad de género, alude a la autoidentificación de un individuo en relación con su género, ya sea masculino, femenino, no binario u otra identidad de género. Esta autopercepción puede diferir del sexo asignado al nacer (Gauché Marchetti & Lovera Parmo, 2019). La comprensión y el respeto de la identidad de género son imperativos para fomentar la inclusión y la equidad entre personas con diversas identidades de género en la sociedad.

La identidad social se vincula con la posición de un individuo en la estructura social, incorporando elementos como clase social, ocupación y estatus económico. Por otro lado, la identidad generacional se fundamenta en la pertenencia a una generación específica, como pueden ser los baby boomers, la Generación X, los millennials o la Generación Z (Campos-Winter, 2018). Por último, pero no menos importante la identidad virtual se ha vuelto cada vez más relevante en la vida cotidiana, y representa cómo un individuo se presenta en línea, a través de perfiles en redes sociales y participación activa en la web.

Un estudio sobre las redes sociales e identidad social (Cantor Silva et al., 2018), concluye que los adolescentes muestran su verdadera personalidad tanto en la vida real como en línea. Sin embargo, en las redes sociales, tienden a mostrar solo la parte más positiva de sí mismos. En otras palabras, los nativos digitales eligen cuidadosamente qué publicar en diferentes plataformas de redes sociales para mejorar su imagen personal en todos los aspectos, sin dejar de ser auténticos.

En términos generales, la construcción de la identidad según John Bowlby (1996), se centra en una perspectiva de apego, ya que los vínculos emocionales tempranos que un niño desarrolla con sus cuidadores primarios desempeñan un papel crucial en la construcción de la identidad. Por lo que, un apego seguro proporciona una base idónea para que el niño explore el mundo y adquiera una comprensión de sí mismo y de los demás. Los niños que experimentan un apego de este tipo tienden a desarrollar una identidad más sólida y una mayor confianza en sí mismos (Van Der Horst et al., 2019).

Por su parte Jame Marcia (1993), basa la construcción de la identidad en la exploración y el compromiso en diferentes áreas de la vida. Explorando opciones, valores, toma de decisiones y compromisos como la ocupación, religión y relaciones. Ambos enfoques, tanto el de Bowlby y el de Marcia, destacan la importancia de las experiencias tempranas y las interacciones en la formación de una identidad saludable y bien desarrollada a lo largo de la vida.

Una identidad bien definida brinda confianza y sentido de pertenencia, influye en las elecciones de vida y relaciones interpersonales, ya que las personas tienden a relacionarse con aquellos que comparten valores e intereses similares. Alimentar solo un aspecto en concreto de la identidad como individuo lleva a la rigidez y la intolerancia, por el contrario, una deficiencia resulta en falta de dirección y autoestima, causando ansiedad y confusión en la toma de decisiones importantes (Zárate Ortiz, 2015).

El capítulo sobre modernidad e identidad personal, del libro “The New Social Factor Reader” por Seidman y Alexander (2020), concluyen que la identidad personal es la percepción única que una persona tiene de sí misma como individuo, esencial para el bienestar biopsicosocial, fundamental para la toma de decisiones, en relaciones y en el sentido de pertenencia, evolucionando a lo largo de toda la vida.

Según Rosenberg (1954), la autoestima se basa en la percepción de uno mismo y se relaciona con la creencia en la valía y la capacidad personal. Una percepción positiva equivale a una autoestima alta, mientras que una percepción negativa equivale a una baja autoestima y falta de confianza en sus capacidades lo que tiene un impacto significativo en la vida de la persona. Puede conducir a inseguridad, problemas de salud mental como depresión y ansiedad, relaciones interpersonales problemáticas y un bajo rendimiento académico o laboral.

Aquellos con baja autoestima tienden a ser autocríticos y evitan desafíos debido al temor al fracaso (Cordero Zambrano, 2019). Sin embargo, es importante destacar que la baja autoestima puede ser tratada y superada con el apoyo adecuado y el trabajo en la construcción de una autoimagen más saludable y reconocer este problema es el primer paso hacia una mejora en el bienestar emocional.

En cambio, una autoestima alta conlleva consigo numerosos beneficios, como mayor confianza en las propias habilidades, mejor salud mental, disminuyendo el riesgo de depresión y ansiedad, relaciones interpersonales saludables,

rendimiento académico o laboral destacado, autenticidad y aceptación de uno mismo. Además que aquellos con alta autoestima tienden a enfrentar los desafíos con seguridad y disfrutan de una sensación positiva de bienestar emocional, lo que contribuye a una vida más plena y exitosa (Noriega et al., 2020).

La autoestima consta de varios componentes, desde la evaluación general de uno mismo hasta la percepción en áreas específicas de la vida (Schwartz, 2016). Al desglosar la autoestima de esta manera, se obtiene una visión más completa de cómo las personas se ven a sí mismas y cómo esto influye en su bienestar emocional y comportamental. comprendiendo de mejor manera su importancia en el campo de la psicología.

Autoestima global: Nathaniel Branden (1994), psicólogo experto en la autoestima, en su obra "Los seis pilares de la autoestima", establece que este componente representa la evaluación global que un individuo hace de su propio valor y dignidad. Se basa en la confianza y el respeto hacia sí mismo.

Autoestima específica: Carl Rogers (1957), influyente psicólogo humanista, en "On Becoming a Person", expone la idea de la autoestima positiva y congruente, la cual depende de la congruencia entre la autoimagen, que es la percepción de uno mismo y el ideal del yo, lo cual es la imagen de cómo uno quisiera ser. Esta autoevaluación puede variar en diferentes áreas de la vida.

Autoaceptación: Abraham Maslow (1954), conocido por la jerarquía de necesidades, abordó la autoaceptación y la autotrascendencia en "Motivation and Personality". Según él, la autoaceptación, la capacidad de aceptarse a uno mismo con todas sus imperfecciones, es crucial para alcanzar la autorrealización y la plenitud en la vida.

Autoeficacia: Albert (Bandura, 1997), en su obra "Self-Efficacy: The Exercise of Control", introdujo el concepto de autoeficacia, que se refiere a la creencia de una persona en su capacidad para llevar a cabo tareas específicas o alcanzar objetivos.

La autoeficacia está relacionada con la autoestima, ya que una mayor autoeficacia generalmente conduce a una autoestima más elevada.

Heatherton & Polivy (1991) consideran tres factores principales de la autoestima: rendimiento, autonomía social y apariencia física. El primer factor evalúa la confianza en las propias habilidades y satisfacción con el rendimiento en diferentes áreas de la vida, como logros académicos, laborales o deportivos. El segundo factor evalúa la percepción de cómo es visto y evaluado por los demás en situaciones sociales, confianza en sus habilidades sociales y satisfacción en interacciones sociales. Finalmente, el tercer factor evalúa la satisfacción con su propio cuerpo y su influencia en la imagen corporal (Linton & Richard, 1996).

Segunda Parte: Método de investigación

El diseño de investigación fue no experimental, ex post facto de corte transversal y alcance explicativo. Ya que su objetivo fue describir el impacto de las redes sociales en la autoestima en estudiantes universitarios, Samborondón-Ecuador 2023 mediante el análisis de datos previamente recopilados. Según Ortega (2018) un estudio transversal es aquel que recopila información, en un momento determinado o en el transcurso de un periodo corto.

El enfoque adoptado en este estudio fue cuantitativo, como lo indica Klappenbach (2014), este implica el uso de datos estadísticos, recopilación de resultado de encuestas, indicadores y análisis de frecuencias en una población específica. Además, el estudio abordó un problema de investigación preciso y bien delimitado. El proyecto fue pre registrado en Open Science Framework con el identificador DOI 10.17605/OSF.IO/8UQVE.

La investigación tuvo lugar durante el segundo semestre académico, que comprende los meses de septiembre a diciembre, del año 2023, en la Universidad Particular Tecnológica ECOTEC. La cual cuenta con 28 carreras de pregrado distribuidas en cinco facultades. El estudio se llevó a cabo en el campus de Samborondón, y se centró en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación. El período de recolección de datos se extendió a lo largo de los meses de septiembre y octubre.

Los estudiantes de la facultad de Marketing, están divididos en 5 carreras, las cuales abarcan, periodismo, multimedia y producción, psicología, marketing y comunicación. Todos los participantes llenaron el consentimiento informado y se consideró la normativa de principios éticos para investigaciones en seres humanos basada en la Declaración de Helsinki.

Los criterios de inclusión de la muestra fueron: cursar sus estudios en la sede del cantón Samborondón, en alguna carrera profesional dentro de la facultad de marketing y estar en un rango de edad entre 18 a 30 años. El tipo de muestreo

utilizado en el estudio fue no probabilístico a conveniencia (Otzen & Manterola, 2017). Mediante la selección por conveniencia, se tiene la posibilidad de escoger casos que sean fácilmente accesibles y que estén dispuestos a participar en el estudio. Esta elección se basa en la accesibilidad y proximidad conveniente de los sujetos para el investigador.

En términos éticos, se enfatizó la voluntariedad de los participantes, la confidencialidad de la información y la ausencia de conflictos de interés en esta investigación. Además, se aseguró que no se ofrecieran incentivos económicos ni académicos a los participantes y se obtuvo el consentimiento informado, junto con la aprobación de la Universidad Tecnológica ECOTEC, para llevar a cabo la evaluación de los estudiantes, respetando su anonimato y evitando cualquier impacto adverso.

Se obtuvo una muestra de 482 estudiantes universitarios del cantón Samborondón, Ecuador, registrando una media de edad de 20.64 años (s.d= 2.79). La cantidad de participantes correspondiente a su sexo fue de: 184 (38.174%) hombres y 290 (60.166%) mujeres. En cuanto a su estado civil: 442 (91.701%) se reportaron solteros, 12 (2.490%) casados, 18 (3.743%) con unión libre o de hecho y 5 (1.037%) divorciados. Así mismo, el 28.631% (n=138) de los participantes se encuentran laborando y el 93.983% (n=453) no tienen hijos.

Métodos empleados empíricos y estadísticos

Los instrumentos utilizados fueron escalas psicológicas validadas, se utilizó la plataforma de Google Forms para recolectar información de los 3 test de manera digital, haciendo que su aplicación sea automatizada y más sencilla.

El primer instrumento fue una ficha Ad Hoc sociodemográfica para caracterizar la muestra. En el cual, se obtuvieron datos generales de los participantes de la investigación, incluyendo información sobre aspectos personales como edad, género, estado civil, y se exploraron detalles relacionados con su estado civil y ocupación.

Para evaluar la adicción a redes sociales se utilizó la versión en español (Cabero-Almenara et al., 2019), del instrumento, Social Media Adiction Scale Student

Form (SMAS-SF; Sahin, 2018). Tiene un formato escala de Likert de 5 puntos (1 a 5) y cuenta con 29 ítems, 5 evalúan la satisfacción por estar conectado (1, 2, 3, 4, 5), 9 miden la obsesión por estar informado (6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14), 9 corresponden a problemas por la exposición prolongada a las redes sociales (15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23), y 6 evalúan la necesidad por estar conectado (24, 25, 26, 27, 28, 29). La varianza total explicada por los factores de la escala es de 53.16%. Cuenta con alta consistencia interna en población estudiantil con valores α de Cronbach de: .93 y su tiempo de aplicación es de 12 minutos. Akalin (2022), validó este instrumento con 313 estudiantes de enfermería y su α de Cronbach fue de .91, presentando un margen de .02 respecto al cuestionario original.

Tabla 1

Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales (Sahin, 2018)

Subescala	Siglas	Definición
Tolerancia virtual	VT	Resistencia al uso excesivo de redes sociales y búsqueda constante para mantener el mismo nivel de satisfacción.
Comunicación virtual	VC	Uso de la red social como herramienta principal de comunicación para mantener relaciones sociales.
Problema virtual	VP	Efectos del uso descontrolado de las redes sociales en la vida diaria.
Información virtual	VI	Uso de las redes sociales como herramienta de búsqueda de información y adquisición de conocimiento.

Para finalizar, con el tercer instrumento se evalúa la autoestima por medio de The Scale for Measuring State Self-Esteem (SSES; Heatherton & Polivy, 1991). Se utilizó el método de retro-traducción (Brislin, 1970), con la ayuda de la inteligencia

artificial (Roiss & Zimmermann González, 2021) para adaptar el instrumento al español y poder aplicarlo a la muestra. Este instrumento tiene como objetivo examinar la estabilidad temporal del estado de ánimo y el estado de la autoestima.

Utiliza una escala de tipo Likert de 5 puntos (1 a 5) y cuenta con 20 ítems, 7 evalúan el desempeño (1, 4, 5, 9, 14, 18, 19), 7 miden la parte social (2, 8, 10, 13, 15, 17, 20), y 6 corresponden a la autoimagen. Las preguntas “2, 4, 5, 7, 8, 10, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20” son los ítems invertidos y las preguntas “1, 3, 6, 9, 11, 12, 14” son los ítems directos. La consistencia interna global del instrumento es de .92. Estudios posteriores, como el de Miguel Ramos (2014), reporta una elevada consistencia interna.

Tabla 2

Escala del estado de la autoestima (Miguel Ramos, 2014)

Subescala	Siglas	Definición
Desempeño	P	Confianza en propias habilidades y satisfacción en el rendimiento
Social	S	Percepción de como se es visto y evaluado por los demás en situaciones sociales
Autoimagen	A	Satisfacción con su propio cuerpo e imagen corporal

Tabla 3
Operativación de variables

Variable	Definición	Tipo	Nombre de la escala
Adicción a redes sociales	Es una compulsión descontrolada por el uso plataformas digitales,	29 ítems en escala de Likert de 5 puntos	Escala para medir la adicción de estudiantes a las

Variable	Definición	Tipo	Nombre de la escala
	afectando el desempeño y salud mental de una persona (Acosta Tobón et al., 2022).		redes sociales (SMAS-SF)
Autoestima	Influye en la forma en que las personas se comportan y se sienten consigo mismas (Baumeister, 1999).	20 ítems en escala de Likert de 5 puntos	Escala del estado de la autoestima (SSES).

Tercera Parte: Análisis de Resultados

Consistencia interna de los instrumentos.

En la tabla 4 se encuentra la consistencia interna de los instrumentos utilizados: Escala para medir la Adicción a Estudiantes en Redes Sociales (SMAS-SF), y la Escala del Estado de la Autoestima (SSES). Se obtuvo mediante el α de Cronbach y ω de McDonald. Como se puede observar en la tabla 3R, la totalidad de los valores se consideran aceptables ya que son mayores o iguales a 0.70 (Malkewitz et al., 2023). El valor más bajo se encuentra en el factor desempeño como parte de la autoestima ($\omega = .618$).

Tabla 4. Consistencia interna

Instrumento	McDonald's ω	Cronbach's α
VT	.823	.822
VC	.911	.909
VP	.923	.921
VI	.868	.867
P	.618	.715
S	.861	.859
A	.717	.676

Análisis descriptivo

En la tabla 5 se presentan los resultados descriptivos del estudio realizado utilizando la escala para medir la adicción a estudiantes en redes sociales (SMAS-SF), y la Escala del Estado de la Autoestima (SSES). En los indicadores de adicción a redes se presentan valores de $M=14.749$ ($ds=4.410$) en tolerancia, $M=30.959$ ($ds=8.573$) en problemas, $M=30.488$ ($ds=8.449$) en comunicación, $M=17.154$ ($ds=5.570$) en información. Mientras que en los factores del estado de la autoestima se evidencian los valores de $M=23.768$ ($ds=4.953$) en desempeño, $M=23.869$

(ds=6.088) en social y M=16.142 (ds=3.573) en apariencia. La asimetría mide la falta de simetría en la distribución de datos y la curtosis mide la concentración de valores en la región central de una distribución en comparación a las colas (Jones, 1969).

Tabla 5

Variable	Media	Ds	Asimetría	Curtosis	Mínimo	Máximo
VT	14.749	4.410	-0.039	-0.119	5.000	25.000
VC	30.488	8.449	-0.596	0.151	9.000	45.000
VP	30.959	8.573	-0.606	0.050	9.000	45.000
VI	17.154	5.570	0.152	-0.093	6.000	30.000
P	23.768	4.953	0.216	0.135	7.000	35.000
S	23.869	6.088	-0.227	-0.219	7.000	35.000
A	16.145	3.573	0.224	0.278	6.000	25.000

Nota: ds=desviación estándar

Interpretación: Presenta valores aceptables en asimetría y curtosis con relación a la muestra.

Correlación de Pearson entre las variables analizadas

En la tabla 6 se presenta la correlación de las subescalas de cada variable bajo el coeficiente de Pearson. Existe una correlación significativa más alta con las variables: 5 P (0.367) y 3 P (0.345), lo que indica mayor incidencia entre la información y comunicación virtual sobre el desempeño de la autoestima.

Tabla 6

Variable	2	3	4	5	6	7	8
1. Edad	—						
2. VT	0.033	—					

Variable	2	3	4	5	6	7	8
3. VC	0.025	0.692	—				
4. VP	0.047	0.655	0.832	—			
5. VI	0.087	0.620	0.646	0.671	—		
6. P	0.206	0.345	0.331	0.367	0.188	—	
7. S	0.183	0.208	0.140	0.171	0.170	0.589	—
8. A	0.164	0.289	0.269	0.274	0.141	0.587	0.403

Nota: Los datos en negritas representan una significación de $p < .05$

Modelos de regresión lineal múltiple

En la tabla sieta se encuentran tres modelos de regresión lineal múltiple paso a paso, se realizaron con el fin de identificar las variables que predicen la adicción a redes a través del estado de la autoestima, considerando los factores de tolerancia virtual, comunicación virtual, problemas virtuales, información virtual, desempeño, social, apariencia y edad. El mejor modelo que predice P es VP, edad, VT y VI, ya que explica un **20.4%** de la varianza total. El mejor modelo que predice S es VT y edad en un **7.1%**. El mejor modelo que predice A es VT, edad, VP y VI con una varianza del **12.7%**

Tabla 7

Modelo y	B	SE	β	t
Predictores				
P				
(Intercept)	9.505	1.662		5.718
VP	0.194	0.035	0.335	5.576
Edad	0.356	0.073	0.200	4.903
VT	0.278	0.064	0.248	4.354
VI	-0.185	0.052	-0.208	-3.584

Modelo y	B	SE	β	t
Predictores				
S				
(Intercept)	11.797	2.163		5.453
VT	0.279	0.061	0.202	4.592
Edad	0.386	0.096	0.177	4.018
A				
(Intercept)	8.002	1.256		6.371
VT	0.200	0.048	0.247	4.154
Edad	0.206	0.055	0.161	3.762
VP	0.092	0.026	0.222	3.519
VI	-0.113	0.039	-0.175	-2.882

Nota: Regresión paso a paso; B= Coeficiente no estandarizado; β Coeficiente Estandarizado Los datos en negritas representan una significación de $p < .001$

Interprtacion:

A mayor edad, tolerancia y problemas virtuales, hay un mayor desempeño y apariencia auto percibido, pero sin embargo a mayor información virtual, hay una menor percepción de desempeño y apariencia. Así mismo, a mayor edad y tolerancia virtual, también un aumento en la parte social.

Se identificó una varianza explicativa del 20.4% respecto al Desempeño autopercebido (P) mediante Edad y Tolerancia Virtual (VT); ya que a más tiempo se pasa en redes sociales, mayor creencia ilusoria tiene sobre sus propias capacidades, mientras que a mayor edad, se espera tener mayor desenvolvimiento en la vida, superación de obstáculos, estabilidad laboral, y el desempeño autopercebido por consiguiente también aumenta.

El 7.1% de la varianza total explicada corresponde a Social (S), predecida por Edad y Tolerancia Virtual (VT). Mientras que el 12.7% de la varianza total explicada corresponde a Apariencia autopercebida (A), la cual aumenta a mayor Problemas y

Tolerancia Virtual (VP)(VT), pero decrece a mayor Información Virtual (VI), ya que las redes sociales permiten a las personas tergiversar la “información” sobre cómo fueron capaces de lograr sus atributos físicos (por ejemplo, su rutina de cuidado de la piel/entrenamiento), haciendo que parezca que los pasos que debe seguir son igualmente rápidos o simples. Esto se debe a que pueden mostrar el resultado final (piel hermosa, músculos tonificados), sin revelar realmente lo que se necesitó para conseguirlo

Discusión

El análisis estadístico que evaluó la influencia de las redes sociales sobre el estado de la autoestima de los estudiantes, encontró que Problemas y Tolerancia Virtual explica el 20.5% de la variada del desempeño autopercebido. Así mismo, la Edad y Tolerancia Virtual predicen el 7.1% de la varianza de la parte social. No obstante, la Información Virtual tiene un rol importante que explica el 12.7% de la varianza en Apariencia como parte de la Autoestima.

La correlación existen entre las variables de esta investigación se alinea con los resultados mencionados en el estudio de (Castro et al., 2021; González-Ramírez & Landero-Hernández, 2021; Romo del Olmo, 2020; Valerio Ureña & Serna Valdivia, 2018), donde señala una relación directa entre una alta adicción a redes sociales, afecta los niveles de autoestima. Por otro lado, no se ha observado que el comportamiento adictivo varíe según el género, en contraste con las conclusiones de muchos otros estudios previos (Aparicio-Martínez et al., 2020; Mari et al., 2023; Stănculescu & Griffiths, 2022; Su et al., 2020; Yue et al., 2022). Siendo las mujeres quienes utilizan las redes como herramienta de ocupación o para obtener apoyo emocional, reducir la soledad y conectarse con sus amistades para obtener información sobre sus vidas (Andreassen et al., 2017; Baturay & Toker, 2017; Wilson et al., 2010; Zhou et al., 2014).

Respecto al ámbito práctico, se expone necesidad de intervenciones específicas para mitigar el impacto negativo en la autoestima de los estudiantes. A su vez desde la perspectiva teórica, se contribuyen al campo de la psicología social al profundizar la comprensión de la interacción entre la adicción a las redes sociales y la contribución a la autoestima en entornos educativos. Estos hallazgos sugieren crear políticas educativas, inspirar nuevas investigaciones y respaldar el desarrollo de programas de intervención que fomenten un uso saludable de las redes sociales para que mejore la autoestima de los estudiantes. Es importante destacar que este

estudio tiene limitaciones, como la selección de un cantón específico, lo que limita la generalización de los hallazgos a otras poblaciones universitarias

En teoría, una persona primero debe tener baja autoestima para entrar en una adicción, pero en este caso, al tener a nativos digitales como población, el estado de su autoestima es muy moldeable aún, por lo que, al no tener algo definido con fuertes bases, el estar envuelto en entornos virtuales les juega en su contra. Este estudio aborda la influencia de las redes sociales en la autoestima de estudiantes universitarios, identificando relevancia de factores influyentes, sin embargo, no la adicción no varía de acuerdo al sexo. Su aporte práctico, enfatiza mitigar el impacto negativo en la autoestima estudiantil. Mientras que teóricamente, contribuye al campo de la psicología social, su limitación fue la selección específica del cantón.

Conclusiones

- Respecto al primer objetivo, existe influencia de adicción de las redes sociales sobre el estado de la autoestima, ya que, a mayor tolerancia y problemas virtuales, hay un mayor desempeño, pero a mayor acceso de información verificada, hay menos.
- En segundo objetivo, se evidenció que en la que la mayor parte de la población se encontró catalogada con una fuerte adicción a las redes según los test aplicados.
- En base al tercer objetivo, se encontró que la mayoría de la población tuvo un alto desempeño auto-percibido dentro de los parámetros del estado de la autoestima.

Finalmente, respecto al último objetivo, se deja ver que existe una correlación significativa más alta entre la información y comunicación virtual sobre el desempeño autopercebido. Se cumplió con éxito con los objetivos propuestos y se estableció una correlación sólida entre las variables estudiadas.

Recomendaciones

Se recomienda para futuras investigaciones similares, expandir la muestra a universidades de varios cantones para obtener resultados más generalizados.

Referencias y Bibliografías

- Acosta Tobón, S. A., Ramírez Arroyave, A. Y., Saldarriaga Álvarez, Y. A., Uribe Ortiz, J., & Ruiz Mejía, N. (2022). Usos de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia, Colombia. *Revista Senderos Pedagógicos*, 13(13).
<https://doi.org/10.53995/rsp.v13i13.1123>
- Akalin, A. (2022). Relationship between Social Media Addiction and Healthy Lifestyle Behaviors of Nursing Students. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 162-169.
<https://doi.org/10.51982/bagimli.989576>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A.-J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*.
- Baturay, M. H., & Toker, S. (2017). Self-Esteem Shapes the Impact of GPA and General Health on Facebook Addiction: A Mediation Analysis. *Social Science Computer Review*, 35(5), 555-575.
<https://doi.org/10.1177/0894439316656606>
- Baumeister, R. F. (1999). Self-concept, self-esteem, and identity. En *Personality: Contemporary theory and research*, 2nd ed (pp. 339-375). Nelson-Hall Publishers.

- Benítez Vite, M. A., & Hidalgo Albuja, P. E. (2020). Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador. *Revista Scientific*, 5(16), 208-229. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.11.208-229>
- Boltvinik, J. (2021). La teoría de la prehistoria humana de Karl Marx. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 40(120), 755-788. <https://doi.org/10.24201/es.2022v40n120.2226>
- Branden, N. (1994). *Los seis pilares de la autoestima*.
- Brislin, R. W. (1970). Back-Translation for Cross-Cultural Research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185-216. <https://doi.org/10.1177/135910457000100301>
- Cabero-Almenara, J., Pérez-Díez De Los Ríos, J. L., & Valencia-Ortiz, R. (2019). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.11834>
- Campos-Winter, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta de Moebio*, 62, 199-212. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- Cantor Silva, M. I., Pérez Suárez, E., & Carrillo Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 75-83. <https://doi.org/10.15649/2346030X.477>
- Castro, B. M. D., Trindade, T. B., Augusto, P. V. S., Medeiros, M. A. D., Moraes, W. M. A. M. D., & Prestes, J. (2021). THE IMPACT OF QUARANTINE ON BODY IMAGE AND LIFESTYLE HABITS IN RESISTANCE TRAINING PRACTITIONERS. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, 27(1), 16-20. https://doi.org/10.1590/1517-8692202127012020_0053
- Chávez Cárdenas, R. (2017, febrero). El sistema de creencias. *ViceVersa Magazine*. <https://www.viceversa-mag.com/el-sistema-de-creencias/>

- Cheon, S. H., Reeve, J., & Ntoumanis, N. (2018). A needs-supportive intervention to help PE teachers enhance students' prosocial behavior and diminish antisocial behavior. *Psychology of Sport and Exercise, 35*, 74-88. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2017.11.010>
- CIE-11. (2023, enero). *CIE-11 para estadísticas de mortalidad y morbilidad*. <https://icd.who.int/browse11/l-m/es#/http%3a%2f%2fid.who.int%2fid%2fentity%2f1580466198>
- Coccarello, R. (2019). Anhedonia in depression symptomatology: Appetite dysregulation and defective brain reward processing. *Behavioural Brain Research, 372*, 112041. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2019.112041>
- Cordero Zambrano, T. (2019). EVALUACIÓN PSICOLÓGICA DE LA PERSONALIDAD ASOCIADO AL CUTTING Y BAJA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. *PSICOLOGÍA UNEMI, 3*(5), 18-25. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol3iss5.2019pp18-25p>
- Croxxon, P. L., Walton, M. E., O'Reilly, J. X., Behrens, T. E. J., & Rushworth, M. F. S. (2009). Effort-Based Cost-Benefit Valuation and the Human Brain. *The Journal of Neuroscience, 29*(14), 4531-4541. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.4515-08.2009>
- Csikszentmihalyi, M., & Nakamura, J. (2014). The Dynamics of Intrinsic Motivation: A Study of Adolescents. En M. Csikszentmihalyi, *Flow and the Foundations of Positive Psychology* (pp. 175-197). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9088-8_12
- Csikszentmihalyi, M., & Rathunde, K. (1990). The psychology of wisdom: An evolutionary interpretation. En R. J. Sternberg (Ed.), *Wisdom* (1.ª ed., pp. 25-51). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173704.004>

- da Silva Paula, A., Hammerschmidt, Lenardt, M., Lachouski, L., Betioli, S., Kuznier, T., de Souza, A., & Fugaça, N. (2022). *NECESSIDADES HUMANAS BÁSICAS DE IDOSOS COM COVID-19: REVISÃO DE ESCOPO*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SR2DF>
- Devereux, L., Melewar, T. C., Dinnie, K., & Lange, T. (2020). Corporate identity orientation and disorientation: A complexity theory perspective. *Journal of Business Research*, *109*, 413-424. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.048>
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: Una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X Y Millennials. *Clío América*, *11*(22). <https://doi.org/10.21676/23897848.2440>
- Erikson, E. H. (1956). The Problem of Ego Identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, *4*(1), 56-121. <https://doi.org/10.1177/000306515600400104>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, *7*(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fingerman, K. L., Pillemer, K. A., Silverstein, M., & Suiitor, J. J. (2012). The Baby Boomers' Intergenerational Relationships. *The Gerontologist*, *52*(2), 199-209. <https://doi.org/10.1093/geront/gnr139>
- Franco-López, J. (2022). Permanencia de la generación millennials en las organizaciones. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, *10*(2), 31-46. <https://doi.org/10.15649/2346030X.2678>
- Fritsch, A., Rasmussen, C., & Chazdon, S. (2018). Old Concept, New Generation: Millennials and Community Leadership Programs. *Journal of Leadership Education*, *17*(4), 93-109. <https://doi.org/10.12806/V17/I4/R6>
- Gasper, D., & St Clair, A. L. (Eds.). (2016). *Development ethics*. Routledge, Taylor and Francis Group.

- Gauché Marchetti, X. A., & Lovera Parmo, D. A. (2019). Identidad de género de niños, niñas y adolescentes: Una cuestión de derechos. *Ius et Praxis*, 25(2), 359-402.
<https://doi.org/10.4067/S0718-00122019000200359>
- Gergen, K. J. (1973). Social psychology as history. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(2), 309-320. <https://doi.org/10.1037/h0034436>
- Glasser, W. (1998). *Choice theory: A new psychology of personal freedom*.
<https://psycnet.apa.org/record/1999-02074-000>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
- González-Ramírez, M. T., & Landero-Hernández, R. (2021). Diferencias en tolerancia a la frustración entre Baby Boomers, Generación X y Millennials. *Ansiedad y Estrés*, 27(2-3), 89-94.
<https://doi.org/10.5093/anyes2021a12>
- Gozálvez-Pérez, V., & Cortijo-Ruíz, G. (2023). Desarrollo humano y redes sociales. Hacia un ethos democrático e intercultural en sociedades mediáticas. *Sophía*, 34, 41-64.
<https://doi.org/10.17163/soph.n34.2023.01>
- Gray, J. A. (1982). Précis of *The neuropsychology of anxiety: An enquiry into the functions of the septo-hippocampal system*. *Behavioral and Brain Sciences*, 5(3), 469-484.
<https://doi.org/10.1017/S0140525X00013066>
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6), 895-910.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.6.895>

- Herzberg, F., Mathapo, J., Wiener, Y., & Wiesen, L. E. (1974). Motivation-hygiene correlates of mental health: An examination of motivational inversion in a clinical population. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 42*(3), 411-419. <https://doi.org/10.1037/h0036697>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13*(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Janssen, D., & Carradini, S. (2021). Generation Z Workplace Communication Habits and Expectations. *IEEE Transactions on Professional Communication, 64*(2), 137-153. <https://doi.org/10.1109/TPC.2021.3069288>
- Jones, T. A. (1969). Skewness and kurtosis as criteria of normality in observed frequency distributions. *Journal of Sedimentary Research, 39*(4), 1622-1627. <https://doi.org/10.1306/74D71EC9-2B21-11D7-8648000102C1865D>
- Kerem Zelyurt, M. (2019). FUTBOL TARAFTARLIĞI, ÖZDEŞLEŞME VE KİMLİK: TARAFTARLIKTAN FANATİZME... *Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6*(1), 85-105. <https://doi.org/10.33468/sbsebd.81>
- Khan, S. (2020). Erving Goffman, The Presentation of Self in Everyday Life (1959). *Public Culture, 32*(2), 397-404. <https://doi.org/10.1215/08992363-8090145>
- Klappenbach, H. (2014). Acerca de la Metodología de Investigación en la Historia de la Psicología. *Psykhe (Santiago), 23*(1), 1-12. <https://doi.org/10.7764/psykhe.23.1.584>
- Krahn, H. J., & Galambos, N. L. (2014). Work values and beliefs of 'Generation X' and 'Generation Y'. *Journal of Youth Studies, 17*(1), 92-112. <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.815701>

- Lahera, G., Freund, N., & Sáiz-Ruiz, J. (2013). Asignación de relevancia (salience) y desregulación del sistema dopaminérgico. *Revista de Psiquiatría y Salud Mental*, 6(1), 45-51.
<https://doi.org/10.1016/j.rpsm.2012.05.003>
- Leakey, R. E. (1995). *The origin of humankind* ([1st pbk. ed.]). Phoenix.
- Lemieux, C., Berger, L., & Macé, M. (Eds.). (2023). *A history of the social sciences in 101 books*. The MIT Press.
- Linton, K. E., & Richard, G. M. (1996). Self-esteem in adolescents: Validation of the state self-esteem scale. *Personality and Individual Differences*, 21(1), 85-90. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(96\)83741-X](https://doi.org/10.1016/0191-8869(96)83741-X)
- Liu, Q.-Q., Xu, X.-P., Yang, X.-J., Xiong, J., & Hu, Y.-T. (2022). Distinguishing Different Types of Mobile Phone Addiction: Development and Validation of the Mobile Phone Addiction Type Scale (MPATS) in Adolescents and Young Adults. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5), 2593. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052593>
- Locke, E. A. (2023). A fictional discussion between the late B. F. Skinner and Edwin A. Locke. *Motivation Science*, 9(2), 69-72. <https://doi.org/10.1037/mot0000285>
- Madero Gómez, S. (2022). Percepción de la jerarquía de necesidades de Maslow y su relación con los factores de atracción y retención del talento humano. *Contaduría y Administración*, 68(1), 377. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3416>
- Malkewitz, C. P., Schwall, P., Meesters, C., & Hardt, J. (2023). Estimating reliability: A comparison of Cronbach's α , McDonald's ω and the greatest lower bound. *Social Sciences & Humanities Open*, 7(1), 100368. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100368>

- Marcia, J. (1993). Developmental Perspectives on Identity Formation: From Adolescence to Adulthood. En J. E. Marcia, A. S. Marcia, D. R. Matteson, S. L. Archer, & J. L. Orlofsky, *Ego Identity* (pp. 42-68). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-8330-7_3
- Maree, J. G. (2021). The psychosocial development theory of Erik Erikson: Critical overview. *Early Child Development and Care*, 191(7-8), 1107-1121.
<https://doi.org/10.1080/03004430.2020.1845163>
- Mari, E., Biondi, S., Varchetta, M., Cricenti, C., Frascchetti, A., Pizzo, A., Barchielli, B., Roma, P., Vilar, M. M., Sala, F. G., Giannini, A. M., & Quaglieri, A. (2023). Gender differences in internet addiction: A study on variables related to its possible development. *Computers in Human Behavior Reports*, 9, 100247. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100247>
- Markland, D., & Tobin, V. (2004). A Modification to the Behavioural Regulation in Exercise Questionnaire to Include an Assessment of Amotivation. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 26(2), 191-196. <https://doi.org/10.1123/jsep.26.2.191>
- Maslow. (1954). *Motivation and personality Harper and Row*.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- McCarty, R. (2016). The Fight-or-Flight Response. En *Stress: Concepts, Cognition, Emotion, and Behavior* (pp. 33-37). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800951-2.00004-2>
- Miñan Olivos, G. S., Flores Capcha, J. C., Piñas Illanes, A. R., Suria Huincho, Y. S., Toledo Figueroa, W. K., Garcia Zarzosa, J. A., & Mejia Huerta, G. C. (2023). Estrés académico y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios peruanos. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 3, 519.
<https://doi.org/10.56294/saludcyt2023519>

- Montes De Oca Ugarte, K., Salas Villalobos, D., & Segura Morales, M. (2022). La motivación para el cambio en habitantes de la calle con conductas adictivas desde el Modelo Transteórico. *RedPensar*, 11(1), 1-12. <https://doi.org/10.31906/redpensar.v11i1.230>
- Nakagawa, K., & Yellowlees, P. (2020). Inter-generational Effects of Technology: Why Millennial Physicians May Be Less at Risk for Burnout Than Baby Boomers. *Current Psychiatry Reports*, 22(9), 45. <https://doi.org/10.1007/s11920-020-01171-2>
- Noriega, G., Herrera, L. C., Montenegro, M., & Torres-Lista, V. (2020). Autoestima, motivación y resiliencia en escuelas panameñas con puntajes diferenciados en la Prueba TERCE. *Revista de Investigación Educativa*, 38(2), 533-548. <https://doi.org/10.6018/rie.410461>
- Olsen, Y. (2022). What Is Addiction? History, Terminology, and Core Concepts. *Medical Clinics of North America*, 106(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.mcna.2021.08.001>
- Organización Mundial de la Salud. (2017). *Foro sobre el alcohol, drogas y otras sustancias adictivas* [Informe mundial de la Salud]. OMS. <https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2017/06/26/default-calendar/who-forum-on-alcohol-drugs-and-addictive-behaviours>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pedrero Pérez, E. J. (2010). Detección de adicciones comportamentales en adictos a sustancias en tratamiento. *Trastornos Adictivos*, 12(1), 13-18. [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(10\)70005-2](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(10)70005-2)
- Purba, S. D., & Ananta, A. N. D. (2018). THE EFFECTS OF WORK PASSION, WORK ENGAGEMENT AND JOB SATISFACTION ON TURN OVER INTENTION OF THE MILLENNIAL GENERATION. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 263-274. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.2954>

- Ramos, M. (2014). Adaptação para uma população de estudantes universitários portugueses da escala de auto-estima de estado de Heatherton e Polivy. *PSICOLOGIA*, 28(1), 33.
<https://doi.org/10.17575/rpsicol.v28i1.620>
- Rogers, C. R. (1957). Becoming a Person. En S. Doniger (Ed.), *Healing: Human and divine: Man's search for health and wholeness through science, faith, and prayer*. (pp. 57-67). Association Press.
<https://doi.org/10.1037/10811-003>
- Roiss, S., & Zimmermann González, P. (2021). DeepL y su potencial para el desarrollo de la capacidad de análisis crítico en la clase de Traducción inversa. *Hermēneus. Revista de traducción e interpretación*, 22, 363-382. <https://doi.org/10.24197/her.22.2020.363-382>
- Romo del Olmo, M. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Un proyecto de prevención*. [Bachelor thesis].
<https://rodin.uca.es/handle/10498/23419>
- Rosegrant, J. (2021). Review of The clinical Erik Erikson. *Psychoanalytic Psychology*, 38(2), 155-156.
<https://doi.org/10.1037/pap0000327>
- Rosenberg, M. (1954). Some Determinants of Political Apathy. *Public Opinion Quarterly*, 18(4), 349.
<https://doi.org/10.1086/266528>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2019). Research on intrinsic and extrinsic motivation is alive, well, and reshaping 21st-century management approaches: Brief reply to Locke and Schattke (2019). *Motivation Science*, 5(4), 291-294. <https://doi.org/10.1037/mot0000128>
- Sahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET*, 17(1), 169-182.

- Salas-Blas, E., Copez-Lonzoy, A., & Yance-Yupari, V. (2021). Mapeo científico de las adicciones comportamentales en el caso de las revistas peruanas. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 15(2), e1460. <https://doi.org/10.19083/ridu.2021.1460>
- Salvador-Liern, V., & Kotátková, A. (2022). Riesgo y peligro en los trastornos del juego: Discursos sobre la ludopatía. *Rilce Revista de Filología Hispánica*, 1097-1120. <https://doi.org/10.15581/008.38.3.1097-120>
- Schaub, M., & Tokar, D. M. (2005). The role of personality and learning experiences in social cognitive career theory. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 304-325. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.09.005>
- Schmidt, L., Lebreton, M., Cléry-Melin, M.-L., Daunizeau, J., & Pessiglione, M. (2012). Neural Mechanisms Underlying Motivation of Mental Versus Physical Effort. *PLoS Biology*, 10(2), e1001266. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1001266>
- Schwartz, A. (2016). Adler, Branden, and the Third Wave Behavior Therapists: Nathaniel Branden in the Context of the History of Clinical Psychology. *The Journal of Ayn Rand Studies*, 16(1-2), 218-237. <https://doi.org/10.5325/jaynrandstud.16.1-2.0218>
- Seidman, S., & Alexander, J. C. (Eds.). (2020). *The New Social Theory Reader* (2.^a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003060963>
- Serrano Villalobos, O. (2022). Datos sobre propiedades psicométricas y diagnósticas de una escala: Tecno-adicción al sexo en infanto-juveniles españoles. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 1(1), 89-104. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2022.n1.v1.2320>

- Stănculescu, E., & Griffiths, M. D. (2022). Social media addiction profiles and their antecedents using latent profile analysis: The contribution of social anxiety, gender, and age. *Telematics and Informatics*, 74, 101879. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101879>
- Stringer, C., & Andrews, P. A. (2005). *The complete world of human evolution* (1. publ). Thames & Hudson.
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>
- Tobias, P. V. (1979). Men, Minds and Hands: Cultural Awakenings over Two Million Years of Humanity. *The South African Archaeological Bulletin*, 34(130), 85. <https://doi.org/10.2307/3887866>
- Valerio Ureña, G., & Serna Valdivia, 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>
- Valladares, M., Obregón, A. M., & Pino, C. (2020). Asociación entre el sistema de recompensa del cerebro y elección de comida en adultos mayores y de mediana edad. *Revista de la Facultad de Medicina*, 68(4). <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v68n4.74346>
- Vallejos, J. J., Wigstrom, E., E., Olivares, T., T., Yzerbyt, V., V., & Estrada, C., C. (2015). Variables asociadas a la identidad social satisfactoria y sus efectos diferenciales en el esencialismo endo y exogrupal. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 33(2), 175-188. <https://doi.org/10.12804/apl33.02.2015.01>

- Van Der Horst, F. C. P., Van Rosmalen, L., & Van Der Veer, R. (2019). Research notes: John Bowlby's critical evaluation of the work of René Spitz. *History of Psychology, 22*(2), 205-208.
<https://doi.org/10.1037/hop0000127b>
- Vergara, C. D., Althoff, A. G. A., Pedrotti, L. G., Vazquez, A. C. S., & Oliveira, M. M. C. D. (2020). Engajamento e a adição ao trabalho em profissionais em Recursos Humanos. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, 20*(3). <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.17776>
- Volkow, N. D., Gordon, J. A., & Wargo, E. M. (2023). Psychedelics as Therapeutics—Potential and Challenges. *JAMA Psychiatry*. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2023.1968>
- Volkow, N. D., Logan, J., Fowler, J. S., Wang, G.-J., Gur, R. C., Wong, C., Felder, C., Gatley, S. J., Ding, Y.-S., Hitzemann, R., & Pappas, N. (2000). Association Between Age-Related Decline in Brain Dopamine Activity and Impairment in Frontal and Cingulate Metabolism. *American Journal of Psychiatry, 157*(1), 75-80. <https://doi.org/10.1176/ajp.157.1.75>
- Weinstein, N., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2011). Motivational determinants of integrating positive and negative past identities. *Journal of Personality and Social Psychology, 100*(3), 527-544.
<https://doi.org/10.1037/a0022150>
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*(2), 173-177.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>
- Yue, H., Zhang, X., Cheng, X., Liu, B., & Bao, H. (2022). Measurement Invariance of the Bergen Social Media Addiction Scale Across Genders. *Frontiers in Psychology, 13*, 879259.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.879259>
- Zárate Ortiz, J. F. (2015). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *eidos, 23*, 117-134. <https://doi.org/10.14482/eidos.23.189>

Zhou, H., Chen, Q., Li, G., Luo, S., Song, T., Duan, H.-S., Hong, Z., You, J., Liu, Y., & Yang, Y. (2014).

Interface engineering of highly efficient perovskite solar cells. *Science*, 345(6196), 542-546.

<https://doi.org/10.1126/science.1254050>

Sahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET*, 17(1), 169-182.

Anexos