

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



Facultad de Psicología y Relaciones Humanas

Licenciatura en Psicología

Tesis de grado

*“Autoestima y ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de
redes sociales”*

Tesista: Camila Nuñez

Legajo: 16411

Tutora: María Alejandra Aguiño Prieto

Sede: Lomas

Turno: Mañana

Título a obtener con la presentación de la tesis: Licenciatura en Psicología

Diciembre, 2019

Agradecimientos

A mis papás, Alicia y Gustavo, por ser mi sostén siempre.

A mi pareja, Fran, por saber acompañarme en cada decisión.

A mis tutora, Alejandra Prieto, por aceptar ser una guía en este último tramo de la carrera.

A mis amigos, por tener más confianza en mí que yo misma.

Y una mención especial a Nati y Mica, las amigas que me dio esta hermosa carrera.

¡Gracias a todos ellos!

Resumen

El objetivo de este trabajo fue analizar la relación entre el autoestima y la ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales, tomando una muestra de 312 jóvenes de entre 18 y 29 años de la ciudad de GBA y CABA. Para este, se utilizó como instrumento un cuestionario sociodemográfico diseñado *ad hoc*, el cual incluyó preguntas tales como sexo, edad y frecuencia de uso y tipo de red social –Instagram, Facebook y Twitter-, la Escala de autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965, adaptada por Casullo y Góngora, 2009), compuesta por 10 ítems que evalúa la autoestima de forma unidimensional, y por último, la Escala de ansiedad social de Liebowitz (Liebowitz, 1987, adaptada por Bobes, Badía, Luque, García, González & Del Re, 1999), que mide la ansiedad social en términos de miedo y evitación de interacciones sociales, que se compone por 24 reactivos.

Los resultados dieron cuenta que existe una correlación negativa entre las variables, es decir, a mayor autoestima, menor ansiedad social. Por otro lado, también se pudo observar que los hombres poseen mayor autoestima que las mujeres, siendo estas quienes, por el contrario, presentan mayor ansiedad sobre los hombres. En cuanto al nivel de evitación los hombres presentaron una media mayor que las mujeres. Las diferencias según la edad, pudieron demostrar diferencias en lo que respecta al autoestima que los participantes de 24 a 29 años, obtuvieron mayor puntaje que el grupo de 18 a 23 años, y en cuanto a ansiedad social, en la dimension de ansiedad, el grupo de mayor edad demostró puntajes mayores al grupo de menor edad. Así como también, en cuanto a la dimensión evitación, donde también se descata el grupo de mayor edad sobre el de menor edad.

Palabras clave: redes sociales, jóvenes adultos, autoestima, ansiedad social, evitación, ansiedad

Abstract

The main objective for the present study was to analyze the relation between self-esteem and social anxiety in young adults currently being social network users, gathering a sample of 312 subjects with ages between 18 and 29 years old, living in GBA and CABA. For this study a sociodemographic questionnaire built *ad hoc* was applied, which included questions such as sex, age, and frequency and type of social network of use – Instagram, Facebook and Twitter-, also the Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965, adapted by Casullo and Góngora, 2009) was used, composed by 10 items which evaluate self-esteem in a unidimensional way, and lastly the Liebowitz Social Anxiety Scale (Liebowitz, 1987, adapted by Bobes, Badía, Luque, García, González & Del Re, 1999) composed by 24 compounds which measure social anxiety in terms of fear and avoidance towards social interactions

Results showed that a negative correlation between the variables exists, which means that the higher the self-esteem levels the lower the social anxiety levels. On the other side, the results showed that men possess higher self-esteem levels than women, being this last mentioned group for contrary, the ones with higher levels of social anxiety compared to men. En relation to the avoidance level it showed that men presented an average higher than women. Regarding the difference in age, the results showed differences according to the 24 to 29 years old group which had higher self-esteem scores than the 18 to 23 years old group, and in relation to the social anxiety, the oldest group showed higher scores than the younger group as well. Finally, in regard of the avoidance dimension, the older group also showed higher scores than the younger group.

Key words: social networks, young adults, self-esteem, social anxiety, avoidance, anxiety.

Índice

Introducción	6
Estado del arte.....	8
Marco teórico	13
Autoestima	13
Ansiedad social	15
Juventud	16
Redes sociales	17
Método	21
Tipo de diseño:	21
Tipo de estudio:	21
Objetivos.....	21
Hipótesis:	22
Muestreo:	22
Muestra:	22
Instrumentos:	24
Procedimiento de recolección de datos	26
Procedimiento de análisis de datos:	26
Relevancia y justificación	26
Resultados.....	28
Relación entre autoestima y ansiedad social	28
Estadísticos descriptivos de autoestima y ansiedad social	28
Diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo	29
Diferencias en autoestima y ansiedad social según edad	30
Diferencias en autoestima y ansiedad social según red social utilizada con más frecuencia	30
Diferencias en autoestima y ansiedad social según frecuencia de uso de redes sociales	31

<i>Discusión</i>	33
<i>Limitaciones del estudio</i>	37
<i>Conclusiones</i>	37
<i>Referencias Bibliográficas</i>	38
<i>Anexos</i>	43
Consentimiento informado	43
Cuestionario sociodemográfico	44
Escala de Autoestima de Rosenberg (1965)	45
Escala de Ansiedad Social de Liebowitz (1987)	46

Índice de tablas

Tabla 1. Correlación entre autoestima y ansiedad social	28
Tabla 2. Estadísticos descriptivos de autoestima y ansiedad social.....	29
Tabla 3. Diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo	29
Tabla 4. Diferencias en autoestima y ansiedad social según edad.....	30
Tabla 5. Diferencias en autoestima y ansiedad según red social	31
Tabla 6. Diferencias en autoestima y ansiedad social según frecuencia de uso de redes sociales	32

Índice de gráficos

Gráfico 1. Sexo de los participantes.....	23
Gráfico 2. Recuento de grupos de edad	23
Gráfico 3. Recuento tipo de red social más utilizada.....	24
Gráfico 4. Recuento frecuencia de uso de red social	24

Introducción

“El avance más apasionante del siglo veintiuno no será debido a la tecnología, sino al concepto expandido de lo que significa ser humano”.

John Naisbitt.

En el siguiente trabajo se abordará un tema de gran importancia en la actualidad, una de las grandes revoluciones sociales que ha traído Internet y que conectan a la gente en todo el planeta: las redes sociales (Nass De Ledo, 2011). Junto con esto, también se desarrollará la importancia de esta herramienta, su relación con la autoestima y la ansiedad social que puede provocar en los jóvenes.

Como plantea Rubio Gil (2010), es un hecho al día de hoy que la caracterización y socialización de la adolescencia y la juventud actual se hallan íntimamente relacionadas con los nuevos medios y redes digitales.

En cuanto a la autoestima, Alonso Palacio et al. (2007), y Góngora et al. (2010); afirman que incide en la vida psicoemocional del individuo y condiciona su calidad de vida y experiencias en todas y cada una de sus dimensiones; principalmente en aquellas que tienen que ver con la interacción con el entorno; construida por la abstracción de representaciones o ideas sobre el sí mismo, y gracias a la información sobre el *self* que devuelven los demás mediante las interacciones que sostienen con el sujeto en formación (Casullo, 1990; González Pienda, Núñez Pérez, Glez- Pumariega y García García, 1997; Moreno y Del Barrio, 2000). Teniendo en cuenta esta variable, también se tomará “ansiedad social”, la cual se define como el temor generalizado ante la interacción directa con otros, incluyendo la predisposición a ser fácilmente persuasible y atender a las evaluaciones de los otros. Schlenker & Leary (1982) mencionaron que surge de imaginar o inferir evaluaciones o impresiones negativas por parte de los otros. Lee & Stapinski (2012) encontraron que la ansiedad social, por su parte, está asociada con la evaluación negativa de las relaciones interpersonales.

Por otra parte, la adolescencia ha sido considerada como un periodo clave en la formación de la autoestima, ya que en esta etapa los adolescentes tienen un desafío: formarse una visión de sí mismos. No obstante, Griffa y Moreno (2015) señalan que es

posible distinguir una primera etapa entre los 18 y 25 años llamada juventud o “segunda adolescencia” y otra etapa llamada adultez joven o adultez temprana (25 a 30 años). En esa misma línea, Berger (2015), denominó dicho período como “adultez emergente”, es decir, el período de la vida durante el cual los jóvenes entre 18 y 25 años continúan con su educación y con la exploración, postergando el matrimonio, la paternidad y el desarrollo profesional.

Para finalizar con lo propuesto, tomaremos estas variables, haciendo hincapié en el último grupo etario mencionado, es decir jóvenes adultos usuarios de redes sociales.

De esta forma, la presente investigación cuenta con el objetivo de analizar la relación entre el autoestima y la ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales.

Estado del arte

Para comenzar, de acuerdo con una investigación de González-Arratia, Valdez Medina y Serrano García (2003) el sexo del sujeto es importante en la conformación de la autoestima, especialmente las mujeres tienen más baja autoestima debido a que están abandonando los roles tradicionales y estereotípicos.

Canto, Hugo, Castro y Eira (2004) realizaron un estudio el cual se enfocó en los niveles de depresión, ansiedad y autoestima en los ancianos, especialmente en quienes viven en asilos o que acuden a estancias con frecuencia. De los resultados obtenidos, se observó de manera general que hay probabilidades de que a mayor nivel de autoestima, menor depresión; a mayor nivel de ansiedad, mayor probabilidad de depresión, y a menor autoestima, mayor el nivel de ansiedad.

Jiménez y Pantoja (2007) realizaron un estudio acerca de la relación que existe entre la autoestima y las relaciones interpersonales de sujetos adictos a Internet. Estas autoras encontraron que los sujetos adictos presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados, lo que las autoras atribuyeron al hecho de tener la capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás. Una de las conclusiones de este trabajo es que las personas que presentaban bajos niveles de autoestima tendían a ser más propensas a desarrollar adicción a Internet y, a su vez, presentaban menos recursos psíquicos disponibles. Por lo tanto, mientras más bajos fueran estos, mayor era la dificultad para establecer relaciones interpersonales significativas y, por consiguiente, mayores también la tendencia a la depresión y el suicidio. En síntesis, los sujetos adictos mostraron menor capacidad de mantener la dirección de su propia conducta y menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica. A diferencia de ellos, los sujetos no adictos se mostraron más equilibrados, y lograban un mayor autocontrol cuando debían hacer frente a elementos estresantes.

Años más tarde, Armstrong, Phillips y Salin (2000), quienes nuevamente investigaron si la baja autoestima estaba relacionada con la adicción a Internet, comprobaron que ella era un buen predictor de dicha adicción, lo que también aumentaba el tiempo que se invertía en línea. Sin embargo, la relación no es clara, ya

que, al igual que la depresión, la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que podría provocar el empleo de Internet como una escapatoria, pero también puede suceder que el uso excesivo de la web lleve a las personas a aislarse y después no tengan la misma capacidad para socializar de manera normal. Si las personas tienen una mala opinión de sí mismas y encuentran dificultades para socializar por su timidez o falta de autoestima, pueden usar la Internet como una alternativa de socialización, pues en ella se pueden abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara (Navarro & Jaimes, 2007).

Subrahmanyam y Greenfield (2008) revelaron en los resultados de uno de sus estudios, que los adolescentes que usaban herramientas de comunicación online paralelamente a su entorno social físico reforzaban las relaciones con amigos; además, disminuía la ansiedad social frente a personas de sexo diferente. Las consecuencias de este tipo de interacción se manifestaban de manera positiva y negativa en la vida de los adolescentes; eran positivas por los beneficios de la interacción libre y dinámica entre los usuarios, pero podían ser negativas porque los adolescentes se encontraban expuestos a mensajes con diversas connotaciones negativas; por ejemplo, racismo, violencia, entre otras.

Congruentemente, Zubeidar, Sierra y Salinas (2008) llevaron a cabo un estudio en el cual se analizaron diversos factores asociados con la ansiedad y la fobia social. Estos factores son muy importantes, ya que pueden ser parte de las habilidades sociales; sin embargo, también éstas incluyen muchos factores más. Para realizar el estudio se utilizó una muestra de 1012 adolescentes (con 582 mujeres y 430 hombres), estudiantes de nivel secundaria de la provincia de Granada, España. Los instrumentos de medición fueron subescalas o escalas que miden ansiedad relacionada con distintos factores sociales (escala de ansiedad en interacción social, escala de ansiedad social de Liebowitz, escala de estrés y evitación social y escala de miedo a la evaluación negativa). El trabajo permitió inferir que la ansiedad social está asociada directamente con la realización de actividades deportivas, amistad íntima, participación con amigos y el hecho de hacer las cosas por sí mismo. De igual manera, se pudo constatar que las personas que no efectuaban alguna de estas actividades presentaron una ansiedad social mayor que los que sí las ejercían.

Zywica y Danowski (2008) llevaron a cabo un estudio sobre la apariencia social de los usuarios de una red social muy conocida, basándose en la popularidad fuera de

líneas relacionada con la sociabilidad y la estima personal. Los resultados mostraron que el subconjunto de usuarios que se acercaban a perfiles extrovertidos y con mayor estima personal apoyaron la hipótesis de mejoramiento social, y eran más populares en la red social y fuera de ella. En cambio, el grupo de usuarios con perfiles introvertidos y con menos estima personal mostraban mayor esfuerzo para verse más populares en esta red social.

Diversos estudios han mostrado que, principalmente, son los jóvenes competentes socialmente quienes utilizan Internet para comunicarse con otras personas. Aquéllos que tienen mayores habilidades sociales pueden considerar Internet como un modo más de estar en contacto con sus iguales (Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson y Crawford, 2002; Valkenburg y Peter, 2009) y utilizan más a menudo plataformas como las redes sociales o mensajes instantáneos para ello (Bryant, Sanders-Jackson y Smallwood, 2006). No obstante, estos resultados no excluyen que los jóvenes menos habilidosos socialmente o que experimentan ansiedad social utilicen estas plataformas para entablar nuevas amistades y compensar así sus dificultades para entablar relaciones sociales. De hecho, distintos estudios han demostrado que la comunicación online no sólo promueve una mayor desinhibición a la hora de compartir ideas y preocupaciones entre aquéllos que son competentes socialmente, sino que Internet también es un entorno donde los jóvenes ansiosos socialmente se sienten menos inhibidos que en contextos reales (Schouten, Valkenburg y Peter, 2007; Valkenburg, Peter y Schouten, 2006; Valkenburg y Peter, 2007).

En la actualidad se han realizado estudios más específicos sobre las redes sociales en Internet y su relación con algunos factores sociales. Por ejemplo, se destaca la red social conocida como Facebook, una de las más populares entre los jóvenes hoy en día (Herrera Harfuch, Pacheco Murguía, Palomar Lever y Zavala Andrade, 2010)

Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) investigaron la relación entre la adicción a Facebook, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales en 60 estudiantes universitarios de la Universidad Iberoamericana de México. Los resultados mostraron que los participantes adictos a Facebook eran más propensos a la depresión, eran menos asertivos, tenían menor calidad en sus relaciones familiares y amicales, tenían más dificultades para hablar en público que aquellos participantes que no eran adictos. Asimismo, mostraron una mayor tendencia a tener baja autoestima y presentaban una percepción más devaluada de su físico, su autoconcepto e intelecto.

En resumen, el uso constante de las redes sociales está relacionado con la depresión, la falta de habilidades sociales y la baja autoestima mostrando una percepción devaluada de su autoconcepto, su aspecto físico e intelectual, mostrándose indefensos y manteniendo una percepción deteriorada sobre sus relaciones interpersonales.

En España se realizó una investigación a lo largo de cuatro años (período 2008-2011), con dos objetivos. Uno de ellos fue poder observar las coincidencias y temas que hayan adquirido una real importancia en el transcurso de esos años, y por otro lado, analizar los problemas asociados a la utilización que tienen los adolescentes de las redes sociales, así como los riesgos a los que se puede exponer un menor practicando esta actividad. Finalmente, se logró llegar a distintas conclusiones: por un lado, se puede notar que a medida que pasan los años, el acceso a las nuevas tecnologías se realiza cada vez en edades más tempranas, y por otro, la navegación en Internet no ha variado de manera significativa a lo largo de este período. (García-Jimenez, Sendín y García, 2012).

Por otro lado, Aguilar Rodriguez & Said Hung (2012) centraron su trabajo en la identidad y subjetividad en las redes sociales, más específicamente en Facebook. Este artículo fue desarrollado con el objetivo de reflexionar sobre la creación y reformulación de la identidad y subjetividad de los individuos, a través de las redes sociales, tomando como principal eje, la red social conocida como Facebook.

A raíz de esto, llegaron a la conclusión de que se debe comprender las formas como se construyen las identidades y subjetividades de los individuos en la actualidad, teniendo en cuenta las nuevas propuestas y escenarios virtuales que hoy en día han cobrado tanto valor como las reales a los que se está acostumbrado, donde las relaciones se desarrollan más por el contacto físico, y se limitaba el uso de las redes sociales virtuales como simples medios de comunicación.

En el Perú, Mejía, Paz y Quinteros (2014) estudiaron la relación entre la dependencia a Facebook y las habilidades sociales en estudiantes de una universidad privada de Lima. Participaron 300 estudiantes; utilizaron el Test de Adicción a Internet de Young, adaptado y validado por Mariani en 2005, y la Escala de Habilidades Sociales de Gismero. Se encontró una correlación inversa y significativa entre la dependencia a Facebook y las habilidades sociales de los estudiantes.

Por otro lado, Instagram fue clasificada en 2017 en un estudio de la Royal Society for Public Health (RSPH) denominado #StatusOfMind, como la red social peor valorada por ser la que más afecta negativamente a la salud mental y el bienestar de los jóvenes. Le sigue Snapchat, Facebook, Twitter y Youtube.

En 2015, Couoh Lope, Góngora Huchim, García Rivero, Macías Aguilar & Olmos Barragán realizaron un estudio con el fin de identificar la relación entre ansiedad y autoestima y las diferencias entre niños y niñas de educación primaria. Para ello, se utilizó la Escala de Ansiedad de Spence para Niños y la Escala de Autoestima de Reyes y Hernández. Participaron 60 niñas y 49 niños de quinto y sexto año de primaria de la ciudad de Mérida, Yucatán (México), elegidos mediante un muestreo no probabilístico. Finalmente, se observó que las niñas reportaron mayor ansiedad y mejor autoestima que los varones, y que ambas variables se correlacionaron en ambos grupos. Se observó una ligera diferencia entre los sexos que rebata algunas investigaciones previas. Los resultados obtenidos demuestran la influencia del entorno social en la autoestima y la ansiedad de los participantes.

Autoestima

“La autoestima comienza a formarse desde el inicio de la vida. La manera en que los padres se vinculan con el niño en sus primeros años establece la apreciación inicial que éste realiza de sí mismo. En ese momento, la autoestima se funda en la aceptación y vinculación con los individuos más cercanos. La misma, se forma progresivamente en base a los mensajes que recibe y de las relaciones que se generan a su alrededor (Espina et. al., 2007 citados en Ochoa de Alda, 2009), originándose los pensamientos y sentimientos sobre sí mismo” (Rodríguez Redondo, 2018).

William James (1890) realizó una de las primeras aproximaciones hacia el constructo de autoestima, donde propuso tres componentes que el individuo considera en la valoración de sí mismo: el primero, son los rasgos de la personalidad, es decir, la forma de pensar, sentir y actuar; el segundo, respecta al entorno social, el cual implica el modo que tienen los demás de ver a una persona; y el tercero, se refiere a la imagen corporal y las propiedades materiales que tienen valor para cada individuo. Posteriormente, esta conceptualización fue ampliada por distintos autores que estudiaron el concepto de autoestima, enfatizando en distintos aspectos.

Rosenberg (1965) define a la autoestima como una actitud positiva o negativa hacia un objeto en particular: el sí mismo. Este autor entiende a la autoestima como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales que se crea mediante la comparación que involucra valores y discrepancias, donde el nivel de autoestima de las personas se relaciona con la percepción del sí mismo en comparación con los valores personales desarrollados mediante el proceso de socialización. Además, el autor plantea que en la medida que la distancia entre el sí mismo ideal y el sí mismo real es pequeña, la autoestima es mayor. Por el contrario, cuanto mayor es la distancia, menor será la autoestima, aun cuando la persona sea vista positivamente por otros.

Alonso Palacio et al. (2007) afirman que tanto la autoestima como las relaciones interpersonales son dos factores que van de la mano durante todo el desarrollo; por lo que si el hombre no puede tener buenas relaciones consigo mismo, no se respeta, o se conoce sinceramente, ni se acepta como es; no podrá aceptar, respetar y reconocer a los demás; por lo que fracasará en el trazado de vínculos sanos y provechosos que lo acompañen en su crecimiento personal.

Desde una perspectiva basada en las necesidades, Maslow (1987, citado en Aletia Alvarez Delgado, et. al., 2007) describió dos versiones de necesidades de estima, una baja y otra alta: la baja autoestima es la del respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, apreciación, dignidad e incluso dominio. En cierto sentido, es la autoestima que se genera por factores externos, por lo que las otras personas provocan en el individuo. En cambio, la alta autoestima comprende las necesidades de respeto por uno mismo, incluyendo sentimientos tales como confianza, competencia, logros, maestría, independencia y libertad, o sea, es la que el individuo genera en sí mismo.

Por otra parte, haciendo énfasis en lo emocional Robson (1988), señala que la autoestima es el sentimiento de alegría y aceptación que proviene de una apreciación de alguien sobre su capacidad, significación, atractivo y habilidad para satisfacer sus deseos. Desde un enfoque similar, un año después Sanchez Santa-Bárbara (1999) planteó que la autoestima incluye también aspectos de carácter social o colectivo, es decir, los que se derivan de la pertenencia a grupos o a categorías sociales (género, raza, religión, ocupación, etc.). Así, mientras la identidad social se refiere al modo en que las personas consideran los grupos sociales a los que pertenecen, la autoestima colectiva se refiere a la evaluación que hace el propio individuo y a la percepción de la evaluación que hacen otros acerca de esos grupos.

En este contexto, es importante aclarar que en la literatura psicológica se destaca el carácter multifacético de la autoestima, ya que su estudio se ha abordado como sinónimo, como parte o como constructo inclusivo de términos como “autoconcepto”, “autoreconocimiento”, “autoeficiencia”, “autocontrol” o “autoconciencia” (Caso & Hernández - Guzman, 2008, citado por Sparsci, 2013). De esta manera, tener autoestima significa tener un concepto positivo de uno mismo, un sentimiento de que se es digno, agradable y competente. Entonces, una forma de definir la autoestima se centra en las respuestas psicológicas que la persona sostiene de su *self*: puede verse como una función o un componente de la personalidad. En este caso, la autoestima se considera como parte de uno mismo o sistema del *self*, normalmente vinculada a la motivación y/o autorregulación (Diaz Guzman, 2008).

En concordancia con lo anterior, autores afirman que la autoestima posee un papel significativo, ya que de esta dependen la satisfacción en los éxitos y fracasos, el bienestar psicológico y las relaciones sociales: poseer una autoestima positiva es vital para la vida personal, profesional y social, permite el sentido de la propia identidad, conforma su marco de referencia, desde el que se interpreta la realidad externa y las

vivencias afectando el rendimiento personal, incrementando las perspectivas, su motivación, ayudando a su salud y equilibrio mental (Mejía Estrada, Pastrana Chávez & Mejía Sanchez, 2011). De esta manera, la autoestima se construye con individuos significativos que rodean al sujeto, y es necesaria para afrontar la vida con seguridad y esmero (Nin Márquez & Santellán, 2016), de modo que el ámbito social y emocional es significativo para el desarrollo de la valoración del sí mismo, ya que mucho de lo que se piensa de sí mismo, se funda en lo que piensen y en cómo se comportan los demás sujetos (Rodríguez Redondo, 2018).

En resumen, se puede entender que existen dos fuentes que sustentan a la autoestima: una fuente interna (el propio sentido de competencia al enfrentarse con el entorno) y una externa (la estima que otras personas tienen de un individuo).

Ansiedad social

La ansiedad es considerada un estado emocional displacentero, vinculado a pensamientos negativos, que involucra la evaluación cognitiva que el individuo hace acerca de la situación que percibe como amenazadora (Lazarus & Folkman, 1986). Dicha valoración surge, por una parte, del proceso de negociación entre las demandas y recursos del medio ambiente y, por otra, de las creencias, prioridades y metas, dando como resultado una reacción emocional, cuya intensidad depende de la percepción de amenaza a la seguridad, autoestima y estabilidad personal (Moscoso & Oblitas, 1994).

En otros términos, hay autores que sostienen que la ansiedad es una respuesta innata cuyo fin es la supervivencia: ésta se dispara ante el peligro, de modo que genere una reacción eficaz para la supervivencia. En este sentido, se entiende a la ansiedad como adaptativa, ya que permite afrontar situaciones difíciles. No obstante, ésta también puede dispararse en situaciones que no suponen ningún riesgo, pero la persona evalúa como amenazante o cuando ante una situación concreta es necesario actuar de determinada manera. En este sentido, vale considerar que la ansiedad es problemática cuando se activa en situaciones que la mayoría de las personas no perciben como amenazantes o cuando se experimenta en un grado extremo en situaciones donde la mayoría de la gente se sentiría sólo moderadamente ansiosa (Pastor & Sevilla, 2005).

La Ansiedad Social (AS) es un sentimiento desagradable de temor y de autoconciencia negativa, acompañada de manifestaciones fisiológicas molestas en situaciones sociales (Leitenberg, 1990). Diferente es el trastorno de ansiedad social (o fobia social), siendo una verdadera enfermedad psicológica. La cual se manifiesta por

un miedo irracional y excesivo frente a situaciones e interacciones sociales, por temor a parecer ridículo y a ser juzgado por los otros.

En el caso de la ansiedad social, es caracterizada por Barlow (2002) como el miedo a la evaluación social negativa. A su vez, Walsh (2002) sugiere que es el resultado del aprendizaje social de formas exageradas y/o incorrectas de significar los eventos sociales. Los teóricos cognitivos estudiosos de este asunto sugieren que, en la ansiedad social, estas distorsiones cognitivas se presentan frecuentemente en forma de miedos a la evaluación negativa por parte de los demás (Clark & Wells, 1995; Rapee & Heimberg, 1997) lo que desencadena como consecuencia, una evitación de la misma.

El miedo a la evaluación negativa puede definirse como la aprensión o malestar psicológico proveniente de preocupaciones acerca de ser juzgado desfavorablemente o tratado con hostilidad por otros.

Juventud

Actualmente, como consecuencia de la prolongación del ciclo vital y del incremento de la población adulta, la psicología evolutiva fue urgida a estudiar y comprender a la juventud. Sobre lo cual vale aclarar que la distinción de etapas después de la adolescencia es difícil, debido a la imposibilidad de determinar hitos y momentos claves comunes a todas las personas en el transcurso de este periodo del ciclo vital (Griffa & Moreno, 2015)

No obstante, la literatura actual señala que es posible distinguir una primera etapa entre los 18 y 25 años llamada juventud o “segunda adolescencia” y otra etapa llamada adultez joven o adultez temprana (25 a 30 años). En esa misma línea, Berger (2015), denominó dicho periodo como “adultez emergente”, es decir, el periodo de la vida durante el cual los jóvenes entre 18 y 25 años continúan con su educación y con la exploración, postergando el matrimonio, la paternidad y el desarrollo profesional.

A la vez, Grifa (2015) menciona que la adultez emergente es una etapa de encuentro o de conflicto entre generaciones, de la continuidad o discontinuidad entre las edades, caracterizándose como un período en el que se comienza a plasmar el proyecto vital y la vocación, aunque todavía deben efectuarse importantes elecciones de vida.

Dichas elecciones -a diferencia de las propias del período adolescente- se deciden transitando un camino, poniendo a prueba o modificando su proyecto de vida (Berger, 2015).

Por otra parte, Regina Novaes, en un recorrido extenso y abierto señala elementos que permiten caracterizar a los jóvenes de fines de la primera década del siglo XXI, como reflejo de lo social, tal como dice la autora “comprender mejor las cuestiones específicas de la juventud es también develar lógicas y dinámicas societarias del mundo actual” (Filardo, 2009).

Carlos Muñoz describe tres mecanismos –tipos ideales- utilizados para dotar de sentido a la juventud. El “Naturalismo” utiliza como principal argumento que se es joven por la edad cronológica, el “Relativismo” argumenta en torno al espíritu joven y desnaturaliza la edad como criterio clasificatorio de los sujetos como “jóvenes”, mientras que el “Construccionismo” argumenta en relación a roles y estatus sociales atribuidos a las clases de edad (juventud y adultez, por ejemplo), lo que permite ver cuando, y a partir de qué se deja de ser joven (Filardo, 2009).

Para concluir, según Barrera y Vinet (2017) este periodo abarca entre los 18 y los 29 años y es culturalmente construido y no de carácter universal, dada la escasez de estudios.

Redes sociales

Las redes sociales son entendidas como sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios (Prato, 2010).

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. Las redes sociales son una nueva forma de comunicarnos entre las y los usuarios del Internet, su uso es irrestricto y cada vez aumenta la comunidad de usuarios de estas herramientas en la red.

Lozarec (1996) define las redes sociales como un conjunto bien delimitado de individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, entre otros, vinculados unos a otros a través de una relación o conjunto de relaciones. En la actualidad, dicho concepto ha sido modificado debido a la presencia de las nuevas tecnologías de la información, el Facebook, Twitter, WhatsApp, Tuenti, Google, entre otros sistemas de interacción social, de tal manera que el concepto ha derivado hacia ellos debido a los motivos por los que fueron desarrollados (Delgado, et.al., 2016).

Estas tecnologías son conocidas como TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), las cuales transforman la vida cotidiana de los sujetos cuando deben aplicarlas para enfrentar nuevos desafíos. Esto implica que el uso de las TIC es muy importante para el desarrollo individual y colectivo (Zermeño, Arellano & Ramírez, 2005).

En la actualidad, Internet es una herramienta de entretenimiento y de búsqueda de información pero, además, un importante medio de comunicación interpersonal (Sádaba, 2011; Valkenburg y Peter, 2007).

Los sitios como Facebook son relativamente nuevos y su difusión ha traspasado culturas, ya que se considera una nueva forma de comunicación y socialización. Si bien esta comunicación juega un papel muy importante dentro de las nuevas generaciones, también es importante analizar las formas en que produce cambios en las redes sociales físicas y reales (Magnuson y Dundes, 2008)

A continuación, se llevará a cabo un apartado donde se expondrán investigaciones de las variables utilizadas en este trabajo, enlazadas entre sí.

Redes sociales y jóvenes adultos

En cuanto a las nuevas herramientas tecnológicas, el ser humano tiene que ir adaptándose a ellas en la medida en que éstas surgen.

Este rápido auge de Internet ha venido acompañado de un notable cambio en el acceso a la información pero, sobre todo, de un cambio en la forma en que nos relacionamos con los demás. La figura de los pares se torna central a partir y durante estos períodos del desarrollo; ya que a través de ellos los jóvenes pueden encontrar nuevos nichos de pertenencia y participación social, que según la frecuencia y la calidad de sus *feed backs*, le permiten ir introduciéndose dentro de un entramado o red social personal que los cohesionan con su entorno desde tres estratos o niveles distintos de interacción, vinculación, compromiso y participación; asimismo concebidos como nivel macro, es decir, su comunidad; en nivel mayor de profundidad su red social personal; y a nivel micro, sus vínculos más íntimos (Herrero y Gracia, 2006; Rodríguez y Enrique, 2007; Méndez Bustos y Barra Almagiá, 2008).

En principio, los jóvenes se conectan a las redes sociales en busca de comunicación, soporte y entretenimiento (Ross, Orr, Sisic, Arsenault, Simmering & Orr, 2006). Por otro lado, también son utilizadas para mantenerse en contacto con personas con las que ya se ha iniciado una relación fuera de internet (Kuss & Griffiths,

2011; Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009). Como afirman Thomson y Loughheed (2012), las redes sociales como "Facebook proporcionan una vía a los adultos jóvenes para expresarse e interactuar entre ellos". A ello debe agregarse la gran afinidad, casi natural, entre los jóvenes y las nuevas tecnologías.

Todas estas observaciones explican la alta popularidad de las redes sociales entre los adolescentes y los adultos jóvenes.

Andreassen (2015) observa que el conectarse a las redes sociales puede considerarse una conducta normal de la vida moderna. Las redes sociales satisfacen necesidades humanas: sirven para atender el carácter social del ser humano y ello puede explicar su rápida popularización (Pérez, 2013). La necesidad de compañía en un mundo en que la vida urbana moderna tiende a separar a los individuos es ampliamente satisfecha por las redes sociales (Griffiths, Kuss & Demetrovics, 2014) y éstas pueden satisfacer también otras dos necesidades muy importantes: seguridad y logro (Kadushin, 2012).

Redes sociales, autoestima y ansiedad social

Según Cartagena (2016) la adhesión a estas prácticas más allá de perseguir la intención de transmitir un mensaje a alguien o presumir de algo; termina exponiendo la propia autoestima en las redes sociales.

En relación a ello Zuo (2016) plantea que con el uso de las redes sociales se ha intensificado el hábito de compararse con otros para obtener información sobre uno mismo a partir de esa comparación; pero que esta práctica, al realizarse desde los ideales poco realistas que pondera la sociedad posmoderna (cuerpos perfectos, vidas perfectas, éxito y felicidad objetivados e inacabables), genera desesperanza y daño en nuestra autoestima.

Así como los usuarios se adaptan a una vida con acceso a estas redes vía internet, las redes sociales también se adaptan a las respuestas de los usuarios. Ha pasado que se tomen medidas pensadas para reducir la presión social en los jóvenes a los que la sensación de ser valorados continuamente por otros usuarios, les lleva a tener preocupación constante por su propia imagen, por tener que estar conectados continuamente para no perderse de nada, e incluso a exponerse al acoso, la ansiedad y los problemas para conciliar el sueño.

La lógica de ser permanentemente validado y aprobado por los demás, es una variable muy importante aunque no es la única (Ubieto, 2019).

Las relaciones con los demás, especialmente con personas extrañas pueden generar cierto miedo que suele tener un carácter evolutivo con tendencia a desaparecer paulatinamente. Pero a pesar de ello, si la ansiedad manifestada es intensa o muy intensa (debido a que no se ha extinguido tras unos instantes después de haberse iniciado o tras la exposición repetida a varias situaciones sociales) pierde su carácter adaptativo y se convierte en un trastorno incapacitante para las relaciones sociales, con el consiguiente deterioro para la calidad de vida de los adolescentes que deben relacionarse en el contexto escolar y social. La consecuencia de ello es el aislamiento del individuo y el deterioro de su autoestima (Salaberría, 1993; Salaberría & Echeburúa, 2003)

Método

Tipo de diseño:

Para la elaboración del presente estudio se ha establecido un diseño no experimental con corte transversal, ya que no se llevará a cabo manipulación de variables, sino que se observarán los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para llevar a cabo su análisis (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009, citado en Hernández Sampieri, Baptista Collado & Lucio, 2014).

Tipo de estudio:

Se llevará cabo un estudio con abordaje cuantitativo de tipo descriptivo – correlacional de corte transversal, en el cual se describirán las variables y se analizará la relación entre estas en un momento determinado.

En este tipo de estudio se busca obtener información que profundice el conocimiento de propiedades específicas y relevantes de perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, donde la información o resultados son descriptos con la mayor claridad, fidelidad y formalidad posible (Hernández Sampieri, Baptista Collado & Lucio, 2014).

Asimismo, se trata de un estudio de tipo correlacional. Se proponen definir la relación o grado de asociación que se presupone que existe entre la autoestima y la ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales según las hipótesis formuladas.

Objetivos

General:

Analizar la relación entre autoestima y ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales.

Específicos:

1. Describir los niveles de autoestima y de ansiedad social en usuarios de redes sociales.
2. Analizar si existen diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo, edad y tipo de red social.

Hipótesis:

1. La autoestima correlaciona de manera negativa con la ansiedad social
2. Los usuarios de mayor edad presentan mayor autoestima que los de menor edad.
3. Los usuarios de menor edad presentan mayor ansiedad social que los de mayor edad.
4. Las mujeres presentan menor autoestima y mayor ansiedad social que los hombres.

Muestreo:

Se conformará una muestra no probabilística de tipo incidental con aproximadamente 300 usuarios de redes sociales de ambos sexos, con una edad comprendida entre 18 y 29 años.

Para la delimitación de los sujetos de la muestra del estudio, se siguieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Criterios de inclusión: se incluirán en el presente estudio todos aquellos usuarios de redes sociales con una edad comprendida entre 18 y 29 años y residan en CABA o GBA.

Criterios de exclusión: se excluirán todos aquellos participantes que se encuentren por fuera del rango de edad propuesto, residan fuera de CABA o GBA y/o no hagan uso de las redes sociales propuestas para el análisis en el presente estudio (Instagram, Facebook, Twitter).

Muestra:

Se recolectó una muestra de 312 usuarios de redes sociales, el 61.66% mujeres ($n = 193$) y el 38.24% hombres ($n = 120$) (ver gráfico 1), con una edad comprendida entre 18 a 29 años ($ME = 23.76$; $DE = 2.601$).

De estos, el 48.2% ($n = 151$) se encuentra en el rango de edad de 18 a 23 años y el 51.8% ($n = 161$) entre 24 y 29 años (ver gráfico 2). Asimismo, el 80.8% ($n = 252$) manifestó utilizar con más frecuencia la red Instagram, mientras que el 9.9% ($n = 31$) mayormente utiliza Facebook y el 9.3% ($n = 29$) Twitter (ver gráfico 3). En cuanto a la frecuencia de uso de estas, el 46.6% (145) utiliza las redes de 1 a 3h diarias, el 38.0% ($n = 119$) hace un uso de 3 a 6h diarias y el 15.3% ($n = 48$) presenta una frecuencia de uso de redes sociales de más de 6h diarias (ver gráfico 4).

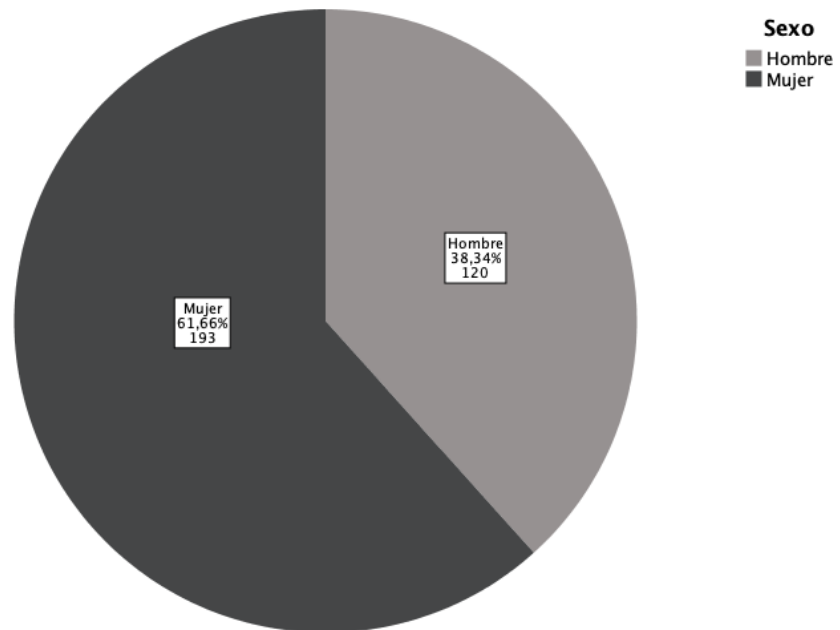


Gráfico 1. Sexo de los participantes

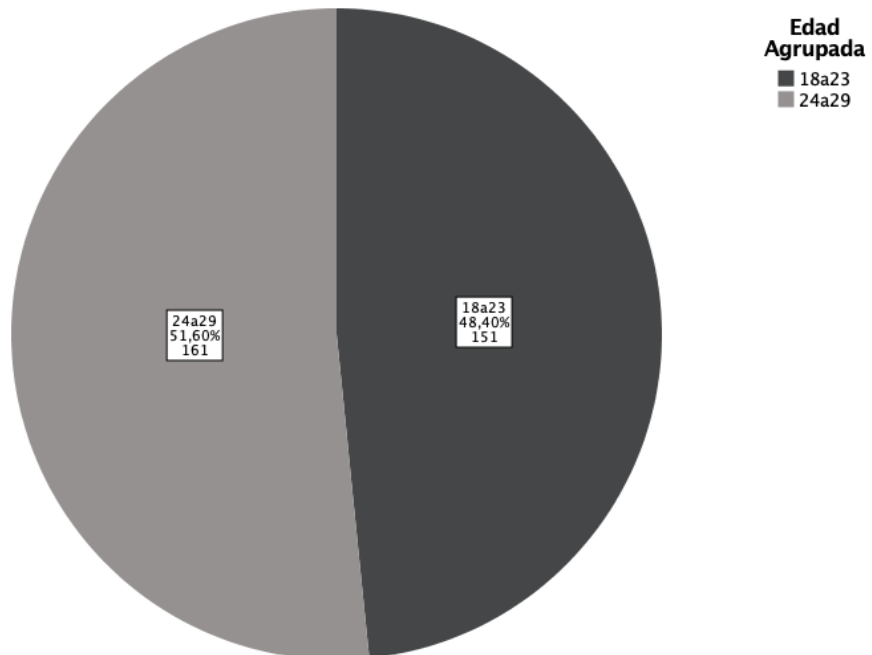


Gráfico 2. Recuento de grupos de edad

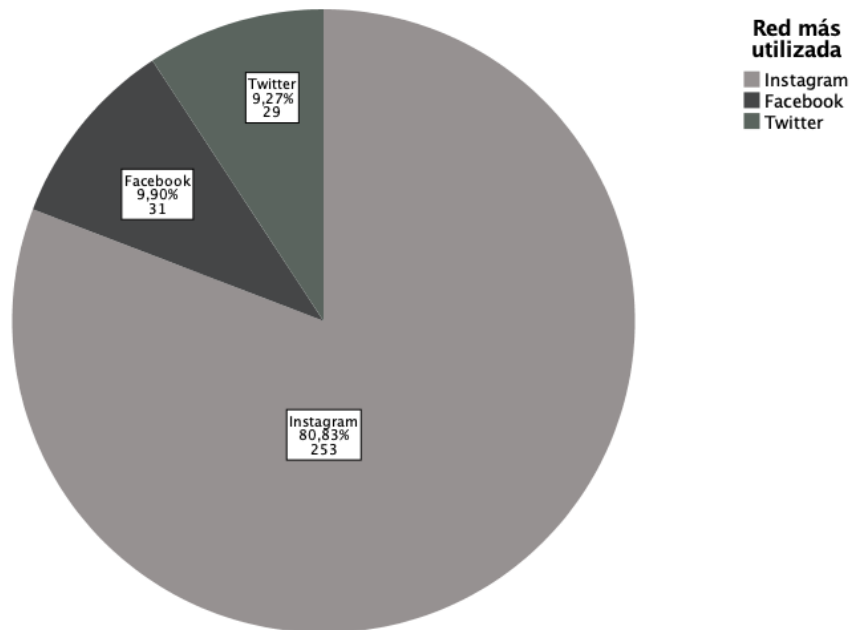


Gráfico 3. Recuento tipo de red social más utilizada

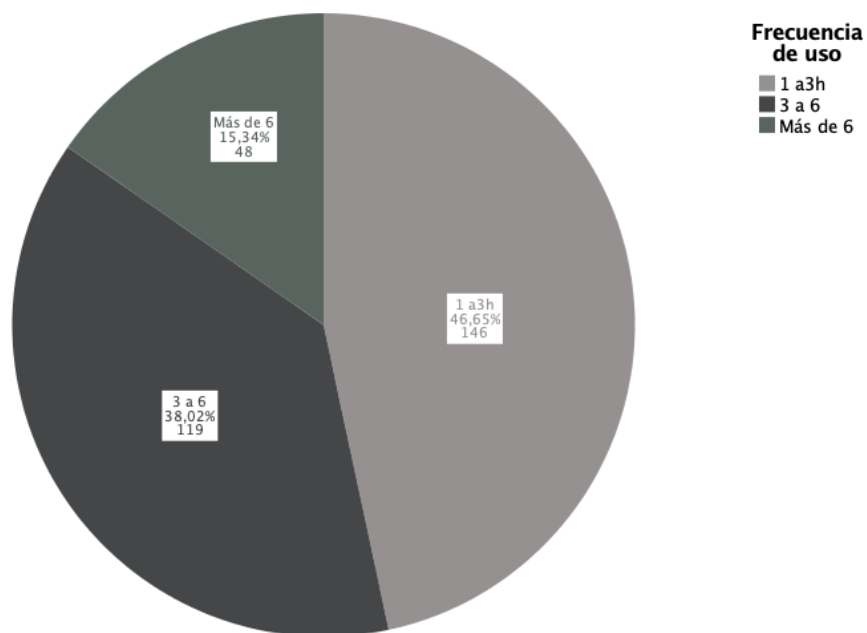


Gráfico 4. Recuento frecuencia de uso de red social

Instrumentos:

Cuestionario sociodemográfico: se diseñó un cuestionario *ad hoc* donde se incluyeron preguntas respecto a variables sociodemográficas tales como sexo, edad y frecuencia de uso y tipo de red social (Instagram, Facebook, Twitter).

Escala de autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965, adaptada por Casullo & Góngora, 2009): es un instrumento compuesto por 10 ítems que evalúa la autoestima de

forma unidimensional, entendida como la actitud positiva o negativa que un individuo tiene hacia sí mismo (Rosenberg, 1965). La escala se valora mediante un formato Likert de 4 puntos (1 significa “extremadamente en desacuerdo” y 4 “extremadamente de acuerdo”). Contiene cinco reactivos de carácter directo formulados en forma afirmativa (ítems 1, 2, 4, 6 y 7) y cinco reactivos de carácter inverso, formulados de forma negativa (ítems 3, 5, 8, 9 y 10). En cuanto a las puntuaciones, de 30 a 40 puntos es autoestima elevada, considerada normal. De 26 a 29 puntos es autoestima media, no presente problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla. Menos de 25 puntos es autoestima baja, es decir, existen problemas significativos de autoestima.

La escala ha sido traducida y validada en castellano, donde la consistencia interna de las subescalas se encuentra entre 0.76 y 0.87. Asimismo, el coeficiente de fiabilidad de la escala es de 0.80 (Góngora & Casullo, 2009). En la presente investigación, la Escala de Autoestima de Rosenberg presentó una confiabilidad elevada ($\alpha = .87$).

Escala de ansiedad social de Liebowitz (LSAS, Liebowitz 1987; adaptada por Bobes, Badía, Luque, García, González & Dal Re, 1999): es un instrumento que mide la ansiedad social en términos de miedo y evitación de interacciones sociales y de situaciones de desempeño (ejecución de conductas frente a los demás) que se compone por 24 reactivos: cada uno presenta una situación determinada que debe ser clasificada en una escala de tipo Likert de cuatro grados dependiendo de la ansiedad que provoca y de la frecuencia con que se evita, de modo que pueden obtenerse dos puntuaciones totales de 0 a 72 puntos para cada una de las dimensiones (grado de ansiedad y grado de evitación), donde el cero representa un grado nulo y el 72 el máximo grado. Además, se cuenta con puntos de corte para clasificar la gravedad de la ansiedad social: menor o igual a 51 (ansiedad social leve), desde 52 hasta 81 (ansiedad social moderada) y mayor o igual a 82 (ansiedad social grave) (Zubeidat, Fernández & Sierra, 2006). Bobes, et al. (1999) proponen las siguientes puntuaciones promedio para la versión española: de 19.6 a 32.7 (rango = 0-72) para la subescala de ansiedad social, y de 19.6 a 26.1 (rango = 0-72) para la de evitación total.

En cuanto a sus propiedades psicométricas, la LSAS se caracteriza por ser altamente confiable ($\alpha = 0.96$), con una fuerte validez convergente, alta validez discriminante y sensibilidad al tratamiento (Balon, 2003). En la presente investigación,

los Alfa de Cronbach arrojaron niveles de confiabilidad elevados tanto para la dimensión ansiedad ($\alpha = .91$) como para la dimensión evitación ($\alpha = .89$).

Procedimiento de recolección de datos

Se llevó a cabo un muestreo tipo bola de nieve, donde la recolección de datos será realizada mediante la plataforma Formularios Google y se utilizarán e-mails y redes sociales para invitar colaboradores. Para ello, se confeccionará un documento conformado por la batería de instrumentos precedida de un consentimiento informado donde se informarán los objetivos de la investigación y se solicitará la aceptación del participante para formar parte del estudio. A la vez, en este último se informará el carácter confidencial, anónimo y voluntario del trabajo y que los datos recolectados para este serán de uso exclusivamente académico.

Procedimiento de análisis de datos:

Para llevar a cabo el análisis de datos, se confeccionó una matriz en el software estadístico *SPSS Statistics 25*, con el cual se realizará una *r* de Pearson para complementar con el objetivo general, análisis de frecuencias para el primer objetivo específico y pruebas *t* de *Student* y ANOVA para el segundo objetivo específico.

Relevancia y justificación

Es de gran importancia la realización del presente trabajo para poder así identificar la relación entre estas variables. La autoestima posee un papel significativo, ya que de esta dependen la satisfacción en los éxitos y fracasos, el bienestar psicológico y las relaciones sociales (Mejía Estrada, Pastrana Chávez & Mejía Sanchez, 2011), por lo que en cuanto a esta última, es conocido que la ansiedad social se manifiesta cuando las personas se preocupan particularmente por situaciones como hablar en público o con figuras de autoridad, actuar frente a un grupo, al ser llamados o examinados en clase, al tener relaciones sexuales (Mora & Lobo Di Palma, 2011), es decir, a toda situación que implique una relación social. Los jóvenes establecen su autoestima y regulan su ansiedad social –entre otras cosas- a través de una mirada externa. Lo que, en la actualidad, con las grandes revoluciones sociales que ha traído Internet, (Nass De Ledo, 2011) puede estar directamente relacionado con el uso de las redes sociales como vías de comunicación y exposición.

Teórica:

La realización de este trabajo de investigación podría aportar a la teoría ya existente nuevas visiones e información para posibles futuros estudios acerca de esta temática.

Práctica:

Los resultados obtenidos de este trabajo de investigación podrían ser útiles para terapeutas y profesionales que trabajen con jóvenes que se encuentren en conflicto con estas variables.

Social:

En concordancia con lo anterior, los resultados del trabajo podrían beneficiar a gran parte de la sociedad que se encuentre en conflicto con estas variables, ya que al tener conocimiento de los aspectos positivos y/o negativos de las mismas, podrían tomar conciencia y poder mostrarse ante los demás de forma más laxa sin los determinismos que las redes sociales incursionan a los individuos.

Resultados

Relación entre autoestima y ansiedad social

Conforme al objetivo general de la presente investigación, se realizó una correlación de Pearson para analizar la relación entre la autoestima y la ansiedad social. En primer lugar, se observó una correlación negativa media entre autoestima y ansiedad ($r = -.495$; $p < 0.1$), es decir, a mayor autoestima, menor ansiedad.

En segundo lugar, se observó una correlación negativa media entre autoestima y evitación ($r = -.488$; $p < 0.1$), esto es, a mayor autoestima, menor evitación.

En último lugar, se observó una correlación positiva moderada entre las dimensiones de ansiedad social evitación y ansiedad ($r = .792$), es decir, a medida que aumenta una, también aumenta la otra.

Tabla 1. Correlación entre autoestima y ansiedad social

	Autoestima	Ansiedad	Evitación
Autoestima	1	-.495**	-.488**
Ansiedad	-.495**	1	.792**
Evitación	-.488**	.792**	1

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Estadísticos descriptivos de autoestima y ansiedad social

A continuación, se presentan en la tabla 2 los estadísticos descriptivos correspondientes a autoestima y a las dimensiones de ansiedad social.

En lo que respecta a autoestima, se observó que los participantes obtuvieron una puntuación media de 29.65 ($DE = 6.687$), con un mínimo de 10 y un máximo de 40. Por su parte, en lo que respecta a ansiedad social se observó en la dimensión ansiedad una media de 20.43 ($DE = 12.028$), con una puntuación mínima de 0 y una puntuación máxima de 72. Asimismo, en la dimensión evitación la media obtenida fue de 18.94 ($DE = 11.624$), también con una puntuación mínima de 0 y una puntuación máxima de 72 (ver tabla 2).

Tabla 2. Estadísticos descriptivos de autoestima y ansiedad social

	Media (DE)	Mínimo	Máximo
Autoestima	29.65 (6.687)	10	40
Ansiedad	20.43 (12.028)	0	72
Evitación	18.94 (11.624)	0	72

Diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo

Siguiendo el segundo objetivo específico, se presentan en la tabla 3 los resultados correspondientes a la prueba t de *Student* para dar cuenta de las diferencias en autoestima y ansiedad en función del sexo de los participantes.

En principio, se observaron diferencias estadísticamente significativas en autoestima ($t_{(312)} = 3.562$; $p < 0.1$) a favor de los hombres ($ME = 31.33$; $DE = 5.828$) sobre las mujeres ($ME = 22.72$; $DE = 12.090$). Seguidamente, en lo que respecta a ansiedad social también se observaron diferencias: existen diferencias estadísticamente significativas en la dimensión ansiedad ($t_{(312)} = -4.393$; $p < 0.1$), donde las mujeres ($ME = 22.72$; $DE = 12.090$) puntuaron más elevado que los hombres ($ME = 16.75$; $DE = 11.013$). De manera similar, también se observaron diferencias estadísticamente significativas en la dimensión evitación ($t_{(312)} = -4.080$; $p < 0.1$) a favor de los hombres ($ME = 15.63$; $DE = 11.075$) sobre las mujeres ($ME = 21.01$; $DE = 11.506$).

Tabla 3. Diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo

	Sexo		$t_{(312)}$
	Hombre	Mujer	
	$n = 120$ Media (DE)	$n = 192$ Media (DE)	
Autoestima	31.33 (5.828)	28.61 (6.984)	3.562**
Ansiedad	16.75 (11.013)	22.72 (12.090)	-4.393**
Evitación	15.63 (11.075)	21.01 (11.506)	-4.080**

** . La diferencia es significativa en el nivel 0.01

Diferencias en autoestima y ansiedad social según edad

A continuación, se presentan en la tabla 4 los resultados correspondientes a la prueba *t* de *Student* para analizar las diferencias en autoestima y ansiedad social en función del grupo de edad.

En lo que respecta a autoestima, se observaron diferencias estadísticamente significativas ($t_{(312)} = -4.589$; $p < 0.1$) donde los participantes de 24 a 29 años ($ME = 31.30$; $DE = 5.875$) obtuvieron una media más elevada que el grupo de 18 a 23 años ($ME = 27.93$; $DE = 7.078$). En cuanto a ansiedad social, se observaron diferencias estadísticamente significativas en la dimensión ansiedad ($t_{(312)} = 3.482$; $p < 0.1$) a favor del grupo de mayor edad ($ME = 18.13$; $DE = 10.597$) sobre el grupo de menor edad ($ME = 22.79$; $DE = 12.324$). Asimismo, existen diferencias estadísticamente significativas en la dimensión evitación ($t_{(312)} = 3.411$; $p < 0.1$) a favor del grupo de mayor edad ($ME = 16.79$; $DE = 10.597$) sobre el de menor edad ($ME = 21.21$; $DE = 12.288$).

Tabla 4. Diferencias en autoestima y ansiedad social según edad

	Edad		$t_{(312)}$
	18 a 23 años	24 a 29 años	
	$n = 151$	$n = 161$	
	Media (<i>DE</i>)	Media (<i>DE</i>)	
Autoestima	27.93 (7.078)	31.30 (5.875)	-4.589**
Ansiedad	22.79 (12.324)	18.13 (11.305)	3.482**
Evitación	21.21 (12.288)	16.79 (10.597)	3.411**

** . La diferencia es significativa en el nivel 0.01

Diferencias en autoestima y ansiedad social según red social utilizada con más frecuencia

Se presentan en la tabla 5 las diferencias en autoestima y ansiedad social en función de la red social más utilizada por los participantes.

Respecto a ello, solo se observaron diferencias estadísticamente significativas ($F_{(312)} = 3.330$; $p < 0.5$) en la dimensión ansiedad. Concretamente, se observó que esta es mayor en los usuarios de Facebook ($ME = 25.65$; $DE = 13.958$) sobre los usuarios de Instagram ($ME = 19.78$; $DE = 11.610$).

Tabla 5. Diferencias en autoestima y ansiedad según red social

	Red Social			$F_{(312)}$	Post hoc Bonferroni
	Instagram	Facebook	Twitter		
	$n = 252$	$n = 31$	$n = 29$		
	Media (DE)	Media (DE)	Media (DE)		
Autoestima	29.92 (6.591)	28.03 (7.382)	28.97 (6.700)	1.275 ns	--
Ansiedad	19.78 (11.610)	25.65 (13.958)	20.52 (12.497)	3.330*	(a) y (b)
Evitación	18.79 (11.496)	20.29 (12.734)	18.79 (11.854)	.230 ns	--

*. La diferencia es significativa en el nivel 0.05

ns . La diferencia no es estadísticamente significativa.

Diferencias en autoestima y ansiedad social según frecuencia de uso de redes sociales

A continuación, se presentan las diferencias en autoestima y ansiedad en función de la frecuencia de uso de las redes sociales.

En lo que respecta al autoestima, se observaron diferencias estadísticamente significativas ($F_{(312)} = 6.534$; $p < 0.5$) entre aquellos que diariamente utilizan las redes de 1 a 3h ($ME = 30.75$; $DE = 5.886$) y aquellos que las utilizan más de 6h ($ME = 26.83$; $DE = 6.799$). Por otra parte, en lo que ansiedad social respecta, se observaron diferencias en la dimensión ansiedad ($F_{(312)} = 6.298$; $p < 0.5$) en quienes tienen una frecuencia diaria de uso de 1 a 3h ($ME = 18.06$; $DE = 10.764$) con quienes tienen un uso diario de 3 a 6h ($ME = 21.76$; $DE = 12.454$) y con quienes hacen uso de las redes más de 6h diarias ($ME = 24.33$; $DE = 12.028$). Asimismo, se observaron diferencias en la dimensión evitación ($F_{(312)} = 5.549$; $p < 0.5$) en quienes presentan una frecuencia de 1 a 3h diarias ($ME = 16.77$) con quienes utilizan las redes de 3 a 6h diarias ($ME = 20.22$; $DE = 12.239$) y quienes lo hacen más de 6h diarias ($ME = 18.94$; $DE = 11.624$) (ver tabla 6).

Tabla 6. Diferencias en autoestima y ansiedad social según frecuencia de uso de redes sociales

	Horas diarias de uso			$F_{(312)}$	Post hoc Bonferroni
	1 a 3h $n = 145$	3 a 6h $n = 119$	Más de 6h $n = 48$		
	Media (DE)	Media (DE)	Media (DE)		
Autoestima	30.75 (5.886)	29.43 (7.245)	26.83 (6.799)	6.534*	(a) y (c)
Ansiedad	18.06 (10.764)	21.76 (12.454)	24.33 (12.028)	6.298*	(a) y (b) (a) y (c)
Evitación	16.77 (10.431)	20.22 (12.239)	18.94 (11.624)	5.549*	(a) y (b) (a) y (c)

*. La diferencia es significativa en el nivel 0.05

Discusión

La presente investigación se configuró con base en el objetivo general de analizar la relación entre autoestima y ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales de la ciudad autónoma de Buenos Aires.

Conjunto con este, también se establecieron objetivos específicos que hicieron partir las hipótesis que desarrollaremos y discutiremos a lo largo de este apartado. Estos fueron: describir los niveles de autoestima y de ansiedad social en usuarios de redes sociales, y analizar si existen diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo, edad y tipo de red social.

En primer lugar, respecto a los resultados obtenidos con base en el objetivo general, se observó una correlación negativa entre las variables –autoestima y ansiedad social-. Es decir, conforme una de ellas disminuye, la otra aumenta y viceversa. Esto confirma la primera hipótesis planteada según la cual “a mayor autoestima, menor ansiedad social” (*Tabla 1*). Estos datos, son congruentes con los reportados por Canto, Hugo, Castro y Eira (2004) quienes ya hace años también observaron una correlación negativa entre autoestima y ansiedad social durante su estudio “Depresión, autoestima y ansiedad en la tercera edad: un estudio comparativo.”. En segundo lugar, también se observó una correlación negativa media entre autoestima y evitación, es decir, a mayor autoestima, menor evitación –siendo esta una de las dimensiones de la ansiedad social-. Y en último lugar, se observó una correlación positiva entre las dimensiones de ansiedad social: ansiedad y evitación, es decir, a medida que aumenta una, también aumenta la otra.

En cuanto a los objetivos específicos, el primero de ellos consistió en describir los niveles de autoestima y de ansiedad social en usuario de redes sociales. En el caso de la autoestima, es moderada y en ansiedad social en sus dimensiones –miedo y evitación- ambas son bajas.

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos específicos fue el de analizar si existen diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo, edad y tipo de red social, desarrollaremos a continuación las diferencias en apartados:

En cuanto a las diferencias en autoestima y ansiedad social según sexo, se observó que los hombres tienen mayor autoestima que las mujeres (*Tabla 3*). Con esto, se confirma la hipótesis según la cual “las mujeres presentan menor autoestima y

mayor ansiedad social que los hombres". Al mismo tiempo, estos resultados coinciden con la investigación de González-Arratia, Valdez Medina y Serrano García (2003) quienes afirmaron que el sexo del sujeto es importante en la conformación de la autoestima, ya que especialmente las mujeres tienen más baja autoestima debido a que están abandonando los roles tradicionales y estereotípicos. Por otro lado, en lo que respecta a ansiedad social, también se observaron diferencias donde las mujeres puntuaron más elevado que los hombres. Esto, tiene que ver con que el sexo femenino le da más importancia a la valoración, la aceptación o el rechazo que reciban. Ser sentimentales, amorosas, tiernas, cariños, honestas y fieles es bien visto y esperado por la sociedad en general (Mora & Raich, 2005). De igual manera, también se observaron diferencias en la dimensión de evitación a favor de los hombres sobre las mujeres, lo que refuerza el planteamiento de que las niñas suelen tener una mayor preocupación por ser aceptadas socialmente y por comportarse de acuerdo a las normas sociales (Aguilar & Olmos, 2015).

En lo que respecta a las diferencias en autoestima y ansiedad social según edad, en relación a autoestima, se observaron diferencias donde los participantes de 24 a 29 años obtuvieron un mayor puntaje que el grupo de 18 a 23 años. Esto, confirma la hipótesis según la cual "los usuarios de mayor edad presentan mayor autoestima que los de menor edad". En cuanto a ansiedad social, más específicamente en la dimensión de ansiedad, también se observaron diferencias a favor del grupo de mayor edad sobre el grupo de menor edad, lo que también confirmaría la hipótesis según la cual "los usuarios de menor edad presentan mayor ansiedad social que los de mayor edad". Esto, responde al el trabajo realizado en España a lo largo de cuatro años (período 2008-2011) donde uno de los objetivos fue analizar los problemas asociados con la utilización que tienen los adolescentes de la redes sociales, así como los riesgos a los que se puede exponer un menor practicando esta actividad, donde finalmente llegaron a la conclusión de que a medida que pasan los años, el acceso a nuevas tecnologías se realiza cada vez a edades más tempranas (García-Jimenez, Sendín y García, 2012).

Con relación a las diferencias en autoestima y ansiedad social según red social utilizada con más frecuencia, sólo se observaron diferencias estadísticamente significativas en la dimensión ansiedad. Los usuarios de Facebook presentan puntajes mayores que los de Instagram. Este resultado, no condice con el estudio de la Royal Society for Public Health (RSPH) denominado #StatusOfMind, quién clasificó a Instagram en 2017 como la red social peor valorada por ser la que más afecta

negativamente a la salud mental y el bienestar de los jóvenes. Le sigue Snapchat, Facebook, Twitter y Youtube. Esto podría estar asociado a que nuestra muestra tiene diferencias significativas entre los usuarios que utilizan estas redes sociales, ya que se presentaron aproximadamente 200 usuarios de Instagram contra menos de 50 jóvenes que eligen Facebook.

En cuanto a las diferencias en autoestima y ansiedad social según la frecuencia de uso de redes sociales, en lo que respecta al autoestima, se observaron diferencias estadísticamente significativas entre quienes diariamente utilizan las redes sociales de 1 a 3hs y aquellos que las utilizan más de 6hs. Esto, es congruente al estudio de Jiménez y Pantoja (2007) quienes encontraron que los sujetos adictos a Internet, presentaban niveles medios y bajos de autoestima. Mientras que por el contrario, los niveles del grupo de no adictos eran elevados. Las autoras, lo atribuyeron al hecho de tener la capacidad de confiar en sus propios juicios y percepciones, tener actitudes positivas hacia sí mismos y hacia el manejo de eventos críticos así como receptividad a las relaciones e intercambios con los demás. Por otro lado, Armstrong, Phillips y Salin (2000), quienes también investigaron si la baja autoestima estaba relacionada con la adicción a Internet, comprobaron que ella era un buen predictor de dicha adicción, lo que también aumentaba el tiempo que se invertía en línea. Sin embargo, la relación no es clara, ya que, al igual que la depresión, la baja autoestima puede ser una consecuencia de la adicción más que una causa de ella, es decir, que podría provocar el empleo de Internet como una escapatoria, pero también puede suceder que el uso excesivo de la web lleve a las personas a aislarse y después no tengan la misma capacidad para socializar de manera normal. Si las personas tienen una mala opinión de sí mismas y encuentran dificultades para socializar por su timidez o falta de autoestima, pueden usar la Internet como una alternativa de socialización, pues en ella se pueden abrir y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara (Navarro & Jaimes, 2007).

En lo que ansiedad social respecta, se observaron diferencias en la dimensión ansiedad en quienes tienen frecuencia diaria de uso de 1 a 3hs, con quienes tienen un uso diario de 3 a 6hs y con quienes hacen uso de las redes más de 6hs. Es decir, cuanto más horas tienen de uso diario, mayor es la ansiedad.

Asimismo, también se observaron diferencias en la dimensión evitación en quienes presentan una frecuencia de 1 a 3hs diarias con quienes utilizan las redes de 3 a 6hs diarias y quienes lo hacen más de 6hs diarias. Esto, no es congruente con el estudio

realizado por Subrahmanyam y Greenfield (2008) quienes revelaron en los resultados que los adolescentes que usaban herramientas de comunicación online paralelamente a su entorno social físico reforzaban las relaciones con amigos; además, disminuía la ansiedad social frente a personas de sexo diferente. Las consecuencias de este tipo de interacción se manifestaban de manera positiva y negativa en la vida de los adolescentes; eran positivas por los beneficios de la interacción libre y dinámica entre los usuarios, pero podían ser negativas porque los adolescentes se encontraban expuestos a mensajes con diversas connotaciones negativas; por ejemplo, racismo, violencia, entre otras. Congruentemente, diversos estudios han mostrado que, principalmente, son los jóvenes competentes socialmente quienes utilizan Internet para comunicarse con otras personas. Aquéllos que tienen mayores habilidades sociales pueden considerar Internet como un modo más de estar en contacto con sus iguales (Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson y Crawford, 2002; Valkenburg y Peter, 2009) y utilizan más a menudo plataformas como las redes sociales o mensajes instantáneos para ello (Bryant, Sanders-Jackson y Smallwood, 2006). No obstante, estos resultados no excluyen que los jóvenes menos habilidosos socialmente o que experimentan ansiedad social utilicen estas plataformas para entablar nuevas amistades y compensar así sus dificultades para entablar relaciones sociales. De hecho, distintos estudios han demostrado que la comunicación online no sólo promueve una mayor desinhibición a la hora de compartir ideas y preocupaciones entre aquéllos que son competentes socialmente, sino que Internet también es un entorno donde los jóvenes ansiosos socialmente se sienten menos inhibidos que en contextos reales (Schouten, Valkenburg y Peter, 2007; Valkenburg, Peter y Schouten, 2006; Valkenburg y Peter, 2007). Lo que se puede discutir con otros estudios que afirman que el uso constante de las redes sociales está relacionado con la depresión, la falta de habilidades sociales y la baja autoestima mostrando una percepción devaluada de su autoconcepto, su aspecto físico e intelectual, mostrándose indefensos y manteniendo una percepción deteriorada sobre sus relaciones interpersonales, como en el de Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) quienes investigaron la relación entre la adicción a Facebook, la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales en 60 estudiantes universitarios de la Universidad Iberoamericana de México.

Limitaciones del estudio

Debe considerarse que el presente estudio trabajó con una muestra con diferencias significativas en cuanto al uso de las redes sociales elegidas, que al momento de los resultados, pudo interferir en cuanto a las diferencias de autoestima y ansiedad social según el tipo de red social utilizada. La disparidad de los grupos, es una limitación del estudio que puede ser considerada en futuras investigaciones que puedan regular la cantidad de usuarios de cada red social para poder así sacar resultados más fiables en cuanto a estas dimensiones. Se sugiere utilizar una muestra más amplia para que sea representativa y quizás organizada por “cupos” para que la cantidad de jóvenes por red social sean equitativas.

Conclusiones

Los resultados permitieron observar que la relación entre el autoestima y la ansiedad social es correlativa negativa. A medida que una disminuye, la otra aumenta y viceversa. Es decir, a mayor autoestima, menor ansiedad social.

Asímismo, cuanto mayor es la autoestima, menor es la evitación, siendo esta una de las dimensiones de la ansiedad social. Y en cuanto a las dimensiones ansiedad y evitación, estas se correlacionan de manera positiva. A medida que una aumenta, la otra también.

Los usuarios de redes sociales de mayor edad, tienen mayor autoestima que los de menor edad. Así también, los usuarios de menor edad presentan mayor ansiedad social que los de mayor edad.

Y para finalizar, las mujeres presentan menor autoestima y mayor ansiedad que los hombres.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar, Ian Rafael, & Olmos Barragán, Nuria Alexis (2015). Ansiedad y autoestima en escolares de educación primaria de Mérida, Yucatán. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 20(3), 121-135.
- Aguilar Rodriguez, D. E. & Said Hung, E., (2012). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*, 12, 190-207.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Alonso Palacio, L., Murcia Gandara, G., Murcia, J., Herrera, D., Gómez, D., Comas Vargas, M. & Theran, P. A. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en jóvenes estudiantes de primer semestre de la División Salud de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). *Revista Salud Uninorte*, 23, 32-42.
- Armstrong, L., Phillips, J. G. & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53(4), 537-550.
- Balon, R. (2003). Measuring Anxiety. Are we Getting what we Need? *Depression and Anxiety*, 22, 22-24.
- Barlow, D. (2002). *Anxiety and Its Disorders*. Nueva York: Guilford Press.
- Bobes J, Badía X, Luque A, García M, González MP, Dal-Re R. (1999). Documentación de las versiones en español de los cuestionarios Liebowitz Social Anxiety Scale, Social Anxiety and Distress Scale y Seehan Disability Inventory para la evaluación de la fobia social. *Medicina Clínica*, 11, 530-538.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13.
- Bryant, J. A., Sanders-Jackson, A. & Smallwood, A. M. K. (2006). IMing, text messaging, and adolescent social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 210-225.
- Canto Pech, Hugo Guadalupe, & Castro Rena, Eira Karla (2004). Depresión, autoestima y ansiedad en la tercera edad: un estudio comparativo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 9(2), 35-48.
- Cartagena, M. (2016). La Baja Autoestima en las Redes Sociales. Recuperado de <http://www.psicologiaenpositivo.org/valencia/baja-autoestima-en-las-redes-sociales/>

- Clark, D. M., & Wells, A. (1995). *A Cognitive Model of Social Phobia*. En R. G. Heimberg, M. R. Liebowitz, D. A. Hope, & F. R. Schneier (eds.). *Social phobia: Diagnosis, Assessment, and Treatment*, 69–93.
- (2018). *Conductas alimentarias disfuncionales y su relación con el nivel de autoestima en adultos*. (Tesis de grado). Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires.
- Couoh Lope, Cinthya Lorena, & Góngora Huchim, Alfonso, & García Rivero, Andrea Dianela, & Macías Aguilar, Ian Rafael, & Olmos Barragán, Nuria Alexis (2015). Ansiedad y autoestima en escolares de educación media. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 20(3).
- Delgado, Ana Esther, & Ecurra, Luis, & Atalaya, María Clotilde, & Pequeña Constantino, Juan, & Cuzcano, Abel, & Rodríguez, Rosa Emilia, & Álvarez, David (2016). Las habilidades sociales y el uso de redes sociales virtuales en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Persona*, (19), 21-35.
- Díaz Guzman, M. (2008). Obesidad y autoestima. *Enfermería Global*, 7, 1-10.
- Filardo, Verónica (2009). Juventud como objeto, jóvenes como sujetos. *Revista de Ciencias Sociales*, (25), 335-352.
- García Jiménez, A., Sendin, J. C.; García, B. C., (2012). Usos del Internet y redes sociales entre los adolescentes de España. *Sphera pública*, 12, 83-100.
- Góngora, V. C., Fernández, Liporace M., & Castro Solano, A. (2010). Estudio de validación de la escala de autoestima de Rosenberg en población adolescente de la Ciudad de Buenos Aires. *Perspectivas en Psicología*, 7, 24-30.
- González-Arratia, Norma Ivonne, & Valdez Medina, José Luis, & Serrano García, Javier Margarito (2003). Autoestima en jóvenes universitarios. *Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 10(2), 80-95.
- Griffa, M.C. & Moreno, J.E. (2015). *Claves para una psicología del desarrollo*. Buenos Aires: Lugar.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J. & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview and preliminary findings. En K. P. Rosenberg & L. C. Feder (Eds.), *Behavioral addictions. Criteria, evidence, and treatment*, 119-141.
- Herrera Harfuch, María Fernanda, & Pacheco Murguía, María Paula, & Palomar Lever, Joaquina, & Zavala Andrade, Daniela (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 40-53.

- Herrera, F., Pacheco M., Palomar, J., y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18.
- Jiménez, L. & Pantoja, A. V. (2007). Autoestima y relaciones Interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología-Segunda Época*, 26(1), 78- 89.
- Kadushin, C. (2012). *Understanding social networks*. Nueva York: Oxford University Press.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction-A review of the psychological literature. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 8(9), 37-50.
- Lazarus, R. & Folkman, S. (1986). *Estrés y procesos cognitivos*. Barcelona: Martínez Roca.
- Lee, B. & Stapinski, L. (2012) Seeking safety on the internet: Relationship between social anxiety and problematic internet use. *Journal of Anxiety Disorders*, 26, 197 – 205.
- Leitenberg, H. (1990). *Handbook of social and evaluation anxiety*. Nueva York: Plenum Press.
- Liebowitz, MR. (1987). Social phobia. *Mod Probl Pharmacopsychiatry*, 22, 141-173.
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. *Papers*, 48, 103-126.
- Magnuson, M. & Dundes, L. (2008). Gender differences in “Social portratists” reflected in MySpace profiles. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 239-241.
- Mejía, G., Paz, J., y Quinteros, D. (2014). Adicción a Facebook y habilidades sociales en estudiantes de una universidad privada de Lima. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 7(1), 7-14.
- Molina, José, & Chorot, Paloma, & Sandín, Bonifacio (2017). Miedo a la evaluación negativa y autoestima como factores predictivos del rendimiento deportivo: Papel mediador de los estados de ansiedad y autoconfianza. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 13(50).
- Mora, M. & Raich, R. (2005). *Autoestima: Evaluación y tratamiento*. Madrid: Síntesis.
- Moscoso, M. & Oblitas, L. (1994). Hacia una psicología de la salud en el año 2000: Retos y promesas. *Psicología contemporánea*, 1, 7 –15.
- Nass De Ledo, I., (2011). Las redes sociales. *Revista Venezolana de Oncología*, 23.
- Navarro, A. & Jaimes, G. (2007). Adicción a Internet, revisión crítica de la literatura. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 26 (4), 691- 700.

- Pastor, C. & Sevilla, J., (2005). Tratamiento psicológico de la fobia social. *Publicaciones del Centro de Terapia de Conducta*.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Pérez, D. (2013). Redes sociales como lugar en la educación. En A. Constante (Coord.), *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*, 51-68.
- Prato, L. & Villoria, L. (2010). Web 2.0: Redes Sociales. Argentina: Editorial Universidad Nacional de Villa María.
- Rapee, R. M. & Heimberg, R. G. (1997). A Cognitive-Behavioral Model of Anxiety in Social Phobia. *Behavior Research and Therapy*, 35, 741-756.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arsenault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. (2006). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Sánchez Santa-Bárbara, E. (1999). Relación entre la autoestima personal, la autoestima colectiva y la participación en la comunidad. *Anales de Psicología*, 15, 251-260.
- Salaberría, K. & Echeburúa, E. (2003). Guía de tratamientos psicológicos eficaces para la fobia social. En A.M. *Guía de tratamientos psicológicos eficaces I: Adultos*, 271-285.
- Schlenker, B. R. & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological Bulletin*, 92, 641-669.
- Schouten, A.P., Valkenburg, P.M. & Peter, J. (2007). Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: developing and testing and "Internet-attribute-perception" model. *Media Psychology*, 10, 292-314.
- Stassen Berger, K. (2015). *Psicología del Desarrollo: Infancia y Adolescencia*. España: Editorial Médica Paramericana.
- Subrahmanyam, K., y Greenfield, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *The future of children*, 18(1), 119-148.
- Thompson, S. H., & Loughheed, E. (2012). Frazzled by Facebook? An exploratory study of gender differences in social network communication among undergraduate men and women. *College Student Journal*, 46(1), 88-98.
- Walsh, J. (2002), Shyness and Social Phobia. *Health and Social Work*, 27(2), 137-144.
- Zermeño, A., Arellano, A. & Ramírez, V. (2005). Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre la televisión, Internet y expectativas de vida. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 11(22), 305-334.

- Zubeidat, I., Fernández, A & Sierra, J.C. (2006). Ansiedad social y fobia social: revisión de los autoinformes más utilizados en población adulta e infanto-juvenil. *Terapia Psicológica*, 24, 1, 71-86.
- Zubeidat, I., Salinas, J., & Sierra, J. (2008). Evaluación de factores asociados a la ansiedad social y a otras psicopatologías en adolescentes. *Clínica y salud*. 31 (3), 189-196.
- Zuo, A. (2014). Measuring up: Social comparisons on Facebook and contributions to self-esteem and mental health (Doctoral dissertation). Retrieved from Deep Blue, University of Michigan Library. Recuperado de http://etd.fcla.edu/CF/CFH0004704/Strickland_Amelia_C_1412_BA.pdf
- Zywica, J., y Danowski, J. (2008). The Faces of Facebookers™: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Zapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. *Journal of Computer-Mediated Communications*, 14, 1-34.

Anexos

Consentimiento informado

El presente trabajo es realizado por Camila Nuñez, estudiante de la Licenciatura en Psicología en la Universidad Abierta Interamericana. El propósito de este es el análisis de la relación entre autoestima y ansiedad social en jóvenes adultos usuarios de redes sociales.

La participación en este estudio de carácter estrictamente voluntario y los datos recolectados serán tratados de manera confidencial y anónima, siendo utilizados pura y exclusivamente para fines académicos. El mismo le tomará aproximadamente diez minutos de su tiempo y, en caso de surgirle dudas, puede contactarse a caminu4@gmail.com

Desde ya se agradece mucho su participación,

Atentamente,

Camila Nuñez

Cuestionario sociodemográfico

Sexo:

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer

Edad:

Estado civil

- ☐ Soltero/a
- ☐ En pareja – Casado/a
- ☐ Separado/a – Divorciado/a – Viudo/a

Nivel educativo:

- ☐ Primario
- ☐ Secundario
- ☐ Terciario
- ☐ Universitario

¿Qué red social utilizas con más frecuencia?

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter

¿Cuántas horas al día haces uso de ellas?

- ☐ Aproximadamente entre 1 y 3h
- ☐ Entre 4 y 6h
- ☐ Más de 6h

Escala de Autoestima de Rosenberg (1965)

Opciones de respuesta:

A. Muy de acuerdo

B. De acuerdo

C. En desacuerdo

D. Muy en desacuerdo

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

Escala de Ansiedad Social de Liebowitz (1987)

Miedo o ansiedad:		Evitación:		Temor o ansiedad	Evitación
0 Nada	1 Leve	0 Nunca (0%)	1 Ocasionalmente (1-33%)		
2 Moderado	3 Severo	2 Frecuente (33-67%)	3 Usualmente (67-100%)		
1. Hablar por teléfono en público					
2. Participar en pequeños grupos					
3. Comer en lugares públicos					
4. Beber con otros en lugares públicos					
5. Hablar con personas con autoridad					
6. Actuar, representar o dar un discurso frente a una audiencia					
7. Ir a una fiesta					
8. Trabajar mientras le están observando					
9. Escribir mientras le están observando					
10. Telefonar mientras le están observando					
11. Hablar con alguien a quien no conoce muy bien					
12. Conocer a extraños					
13. Orinar en un baño público					
14. Entrar en un cuarto cuando los demás están sentados					
15. Ser el centro de atención					
16. Hablar en una reunión					
17. Hacer un examen					
18. Expresar desacuerdo o desaprobación a personas a quienes no conoce muy bien					
19. Mirar a los ojos a personas a quienes no conoce muy bien					
20. Dar un informe a un grupo					
21. Tratar de enamorar a alguien					
22. Devolver compras en una tienda					
23. Organizar una fiesta					
24. Resistir a un vendedor insistente					

Figura 1

Escala de ansiedad social de Liebowitz (LSAS) (Liebowitz, 1987). Tomada de: Bobes J, Badía X, Luque A, García M, González MP, Dal-Re R. Validación de las versiones en español de los cuestionarios Liebowitz Social Anxiety Scale, Social Anxiety and Distress Scale y Sheehan Disability Inventory para la evaluación de la fobia social. *Medicina Clínica* 1999; 112, 14: 530-8.