



## Adicción al Facebook y autoestima en estudiantes de enfermería

### Facebook addiction and self-esteem in nursing students

Pedro González-Angulo<sup>1</sup>, Jasmín Urania Camacho Martínez<sup>2</sup>, Francisco Antonio Cerino Avalos<sup>3</sup>, Jesús Ramos Verónico<sup>4</sup>  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

CDID “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”<sup>5</sup>

Recibido: 18/12/2023

Aceptado: 28/03/2024

### Resumen

**Introducción:** Facebook es una de las redes sociales utilizada para socializar o conocer personas de distintos lugares del mundo, sin embargo, puede causar adicción a su uso, esto puede estar relacionado con la baja autoestima, porque es un medio por el cual se pueden sentir apreciados o valorados por sus amigos en esta red social. **Objetivo:** Determinar la relación entre Facebook y la autoestima en estudiantes de enfermería del sur de México. **Métodos:** Esta investigación es de tipo cuantitativo, descriptivo y correlacional, con una muestra de 196 estudiantes universitarios que cursan la licenciatura en enfermería, en una universidad pública del estado de Tabasco, mayores de 18 años; seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los instrumentos que se utilizaron fueron la “Escala de Adicción de Facebook de Bergen” y el “Escala de Autoestima de Rosenberg”. Para el análisis de los datos se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. **Resultados:** El nivel de adicción al Facebook presentó de leve (64.8%) a moderada (27%) y respecto al nivel de autoestima la mayoría presentó un nivel elevado (70.4%) y media (19.4%). De mismo modo, se identificó relación entre la adicción al Facebook y la autoestima ( $r_s = -.30, p < .01$ ), así como entre la adicción al Facebook ( $r_s = -.247, p < 0.01$ ), y la edad de inicio de uso de Facebook. **Conclusión:** La adicción al Facebook está relacionada con la autoestima de manera negativa, es decir, que en la medida que disminuya la autoestima, puede incrementar el nivel de adicción al Facebook.

*Palabras clave:* Facebook, Autoestima, Adicción, Universitarios, correlación.

<sup>1</sup> Correspondencia remitir a Doctor, Profesor Investigador, División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Jalpa de Méndez, Tabasco. [pedrogonzalez8203@gmail.com](mailto:pedrogonzalez8203@gmail.com). <https://orcid.org/0000-0001-6098-1945>

<sup>2</sup> Doctora, Profesora Investigadora, División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Jalpa de Méndez, Tabasco. <https://orcid.org/0000-0002-9374-9023>

<sup>3</sup> Licenciado en Enfermería. División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Jalpa de Méndez, Tabasco. <https://orcid.org/0009-0006-5035-8328>

<sup>4</sup> Estudiante de la Maestría en Enfermería División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Jalpa de Méndez, Tabasco. <https://orcid.org/0009-0002-0761-3945>

<sup>5</sup> Correspondencia remitir a: [revistacientificaeureka@gmail.com](mailto:revistacientificaeureka@gmail.com) o [normacopparipy@gmail.com](mailto:normacopparipy@gmail.com) “Centro de Documentación, Investigación y Difusión de Psicología Científica”, de Asunción-Paraguay.

## Abstract

**Introduction:** Facebook is one of the social networks used to socialize or meet people from different parts of the world, however, it can cause addiction to its use, this may be related to low self-esteem, because it is a means by which they can feel appreciated or valued by their friends in this social network. **Objective:** Determine the relationship between Facebook and self-esteem in nursing students in southern Mexico. **Methods:** This is a quantitative, descriptive and correlational research, with a sample of 196 university students studying for a bachelor's degree in nursing at a public university in the state of Tabasco, over 18 years of age; selected by non-probabilistic convenience sampling. The instruments used were the "Bergen Facebook Addiction Scale" and the "Rosenberg Self-Esteem Scale". Descriptive and inferential statistical techniques were applied for data analysis. **Results:** The level of Facebook addiction ranged from mild (64.8%) to moderate (27%) and with respect to the level of self-esteem, the majority presented a high (70.4%) and medium (19.4%) level. Similarly, a relationship was identified between Facebook addiction and self-esteem ( $r_s = -.30$ ,  $p < .01$ ), as well as between Facebook addiction ( $r_s = -.247$ ,  $p < .01$ ), and age of Facebook use initiation. **Conclusion:** Facebook addiction is negatively related to self-esteem, that is, to the extent that self-esteem decreases, the level of Facebook addiction may increase.

*Key words:* Facebook, Self-esteem, Addiction, College students, correlation.

El uso de las redes sociales ha aumentado en la última década, debido a la facilidad de acceso, a la rapidez de las respuestas, a la forma de comunicación que proporciona entre los usuarios y, además, porque no existe una limitante en cuanto a información o ubicación geográfica (Aparicio et al., 2019). Debido a esto, se estima que aproximadamente existen 3.81 millones de usuarios de las redes sociales, que equivale al 49% de la población en el mundo, dicha cifra sufrió un aumento considerablemente durante la pandemia por Covid-19 a partir del año 2020, ascendiendo a 4.6 millones de personas (Expansión, 2021; Kemp, 2020).

En el año 2022 en México, el grupo de edad de la población en el que se concentró el mayor porcentaje del uso de internet fue en el de 18 a 24 años (95.1%) en el cual se encuentran en su mayoría los jóvenes que están realizando sus estudios en el nivel universitario. El principal uso del internet que reportaron fue para comunicarse (93.8 %), para acceder a redes sociales (90.6 %) y para entretenimiento (89.6 %), registrando un promedio de 5.9 horas al día. Lo cual indica que los jóvenes en este rango de edad pasan mucho tiempo al día conectados a internet y usando las redes sociales (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2023).

De las redes sociales más usadas en este país se encuentra el Facebook (92.9%), seguida de WhatsApp (92.2%) y de Facebook Messenger (80.3%) (Statista, 2022). Facebook es un sitio web de redes sociales, que fue creado en el año 2004 originariamente para estudiantes de la Universidad de Harvard, en Estados Unidos de Norteamérica, pero posteriormente, fue de acceso abierto a cualquier otra persona que tenga una cuenta de correo electrónico. En septiembre de 2006 se abrió a todos los públicos, siendo una red social gratuita, cerrando ese año con más de 140 millones de usuarios en todo el mundo. Desde que Facebook apertura su uso a nivel mundial, se han registrado 150 mil millones de usuarios conectados, cerca de 1.13 billones de likes y 250 mil millones de fotos compartidas en esta red social (Gómez-Hurtado et al., 2018).

Si bien las redes sociales pueden ayudar o facilitar el aprendizaje de las personas, a tener una mayor comunicación con los seres queridos o amigos que estén incluso del otro lado del mundo, su uso prolongado puede generar una adicción, la cual afecta como se ha descrito mayormente a los jóvenes, y como cualquier adicción puede provocar ansiedad, problemas psicológicos, e incluso irritabilidad, generada por la necesidad de mantenerse conectados a las redes sociales y no poderlo hacer. Dichas redes sociales que aunque son mayormente usadas por los adolescentes y jóvenes, también son utilizada por padres jóvenes, que aprovechan este espacio para compartir fotos o eventos especiales con sus hijos y miembros de su familiar en espacios virtuales como los proporciona Facebook, Instagram o Twitter, que a pesar de ser algo simple, puede generar en las personas una dependencia hacia la aprobación de los demás, misma que se pueden percibir reflejada en el número de “Likes” o “reacciones” que obtienen en cada foto que comparten (Ochoa y Barragán, 2022).

Hoy en día, los jóvenes presentan cierta dependencia de los “Likes” que puedan llegar a tener sus publicaciones en redes sociales, lo que genera que estén más pendientes del número de reacciones que generen. Por tal motivo, se esfuerzan cada día por mostrar sus vidas a través de una cámara para que sus seguidores vean lo que hacen en cada momento, esto conlleva a que no disfruten de la propia realidad, ni de lo que viven en el momento (Martín y Medina, 2021).

Una de las razones por las cuales la sociedad de hoy en día desea tener tantos “Likes” es porque lo que más importa es la imagen que las personas dan a otros y las respuestas que reciben de los demás, es decir, se depende de las respuestas que vengan de personas externas a su círculo social. El hecho de que los usuarios dependan del número de “Likes” que reciban puede estar relacionado con una autoestima baja. Esto hace que ese número de “Likes” influya de manera considerable a la hora de valorarse a sí mismos y dejarse influenciar por los demás (Martín y Medina, 2021). Esto se ha documentado en algunos estudios que refieren que la autoestima está relacionada con la adicción a las redes sociales como el Facebook, afectando la conducta, la percepción de sí mismo y la dependencia de las opiniones de los demás (Portillo et al., 2021; Collantes y Tobar, 2023; Challco et al., 2016)

Facebook es una de las redes sociales más conocidas en el mundo y es una de las principales que tiene un mayor número de usuarios, superando los dos billones de usuarios activos. En esta red social se puede ver mayormente reflejado la posibilidad de tener mayores vistas y/o reacciones en las publicaciones, lo genera la constante necesidad de tener un mayor número de “Likes”. Ahora bien, si se analiza esta situación desde el punto de vista de la fisiología, el uso de las redes sociales como Facebook puede provocar cambios en los neurotransmisores como la oxitocina, la adrenalina, la dopamina, la serotonina, la testosterona y el cortisol. Por lo tanto, cuando se realiza una publicación se activan los centros de recompensa y se incrementa la sensación de felicidad cuando se obtiene un mayor número de “Likes”, es por esto por lo que se busca constantemente esta sensación de satisfacción (Giraldo et al., 2021; Martín y Medina, 2021).

En el estado de Tabasco no se identificaron estudios que utilizaran estas variables en esta población, y como se expresó en los párrafos anteriores, la adicción al Facebook puede representar un problema grave para la población joven que se encuentra estudiando en un nivel universitario y que esta problemática puede estar relacionada con los bajos niveles de autoestima, pero es necesario generar la evidencia necesario que lo demuestre. Es por esta razón que surge la necesidad de poder realizar esta investigación.

## **Hipótesis**

Existe una relación significativa entre la adicción al Facebook y la autoestima en los estudiantes de enfermería.

## **Objetivo General**

Determinar la relación entre Facebook y la autoestima en estudiantes de enfermería de sur de México.

## **Objetivos Específicos**

Describir las características socio demográficas de los estudiantes de enfermería.

Identificar los niveles de adicción al Facebook y de autoestima en la población estudiada.

Detallar los componentes de la escala de adicción al Facebook de los participantes.

Analizar el efecto de la autoestima sobre la adicción al Facebook en los estudiantes de enfermería.

## **Método**

### **Diseño**

El estudio fue de tipo cuantitativo, con un diseño descriptivo, correlacional, de un corte transversal. La población estuvo conformada por 400 estudiantes de la Licenciatura en enfermería de una universidad pública del estado de Tabasco. La muestra para este estudio se integró por 196 estudiantes, elegidos por un muestreo no probabilístico por conveniencia, con una edad de 18 a 25 años, de sexo indistinto y que aceptaron participar en el estudio.

### **Instrumento**

Para la recolección de datos se utilizó una Cédula de Datos Personales, la “Escala de Adicción de Facebook de Bergen” y el “Escala de Autoestima de Rosenberg”. La Cédula de datos personales estuvo integrada por tres preguntas, edad, sexo y edad en la que inició el uso del Facebook.

La Escala de Adicción de Facebook de Bergen (Andreassen et al., 2012), tiene como objetivo principal evaluar el nivel de adicción a Facebook por medio de seis criterios (relevancia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída).

Esta escala está compuesta por 18 ítems, tres para cada una de las seis funciones básicas de la adicción: relevancia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída. Cada ítem cuenta con respuestas en una escala Likert de 5 puntos que varía de (1) muy raramente a (5) con mucha frecuencia. Adicionalmente se preguntó a que edad inicio comenzó a utilizar Facebook. Las puntuaciones más altas indican una mayor adicción a Facebook. El punto de corte de los estudiantes con uso natural de Facebook (cero-20), adicción a Facebook (20-39), adicción moderada a Facebook (40-69) y adicción severa a Facebook (70-90). Tiene un coeficiente Alfa de Cronbach de .88.

La escala de Autoestima de Rosenberg (1965), tiene como objetivo explorar la autoestima personal entendida como los sentimientos de valía personal y de respeto a sí mismo. Consta de 10 ítems, con respuestas de tipo Likert de 4 puntos, que van de 1 “muy de acuerdo” a 4 “muy en desacuerdo”. Cinco ítems están redactados positivamente y cinco negativamente. Las respuestas de los ítems 1 al 5 se puntúan de 4 a 1 y los ítems del 6 al 10, de 1 a 4. De acuerdo con esta puntuación se puede tener un rango de 10 a 40 puntos. Como puntos de corte para su interpretación se consideran los siguientes: de 30 a 40 (autoestima elevada o normal), 26 a 29 (autoestima media), y menos de 25 (autoestima baja). Esta escala presenta una confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0.86.

### **Procedimiento**

Esta investigación se diseñó tomando en cuenta lo estipulado en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de investigación, en su última actualización (DOF, 2014), valido para estudios realizados en México, se consideró el uso de un consentimiento informado, la participación voluntaria resguardando la confidencialidad de los datos personales, además de tener el derecho de retirarse en cualquier momento que lo desearan.

Como primer paso se solicitó la autorización al director de la institución educativa para aplicar los instrumentos. Posteriormente, se requirió los listados de los estudiantes por cada semestre para poder seleccionar la muestra, de acuerdo con el horario disponible para entrevistarlos y cuidando en todo momento no interrumpir las actividades académicas.

El día de la aplicación de los instrumentos se acudió en los horarios preestablecidos a cada una de las aulas con los estudiantes, se les explicó el objetivo de la investigación y en qué consistía su participación, se les proporcionó el consentimiento informado y a los que lo firmaron aceptando participar en el estudio, se les entregó en formato físico los instrumentos. Los investigadores estuvieron presentes para resolver cualquier duda con respecto a la investigación o a los instrumentos.

### **Análisis**

Los datos fueron procesados en el paquete estadístico IBM SPSS Statistics versión 25 para Windows. Se utilizó estadística descriptiva como frecuencias y porcentajes, así como medidas de tendencia central (media y mediana) y de dispersión (desviación estándar). Se analizó la distribución de los datos mediante la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. Al no mostrar los datos una distribución normal, se decidió utilizar pruebas no paramétricas para los coeficientes de correlación, usando la prueba de correlación de Spearman. Para determinar el efecto de la autoestima sobre la adicción a Facebook se realizó un Modelo de Regresión Simple.

### **Resultados**

Respecto a las características demográficas de la muestra se presenta la tabla 1, donde el 75.5% son mujeres. En cuanto a la edad, la mayor parte de la población se encuentra en el grupo de 18 a 19 años (90.3%), aunado a esto, la edad en el que refieren que inician el uso del Facebook es entre los 11 a 15 años (82.2%), con una media de edad de 13.5 años.

**Tabla 1***Características demográficas de la muestra*

Características		<i>f</i>	%
Edad	18-19 años	177	90.3
	20-23 años	19	9.7
Género	Masculino	48	24.5
	Femenino	148	75.5
Edad de inicio de uso de Facebook	7 a 10 años	11	5.6
	11 a 15 años	161	82.2
	16 a 19 años	24	12.2

*Nota.* *f* = frecuencia, % = porcentaje, *n* = 196

En la Tabla 2 se puede observar que el nivel de adicción al Facebook en el 64.8% de la muestra fue leve, seguido de un nivel moderado (27.0%). Respecto a la autoestima el 70.4% informó un nivel elevado, seguido de un nivel medio (19.4%). Lo que puede indicar que los estudiantes encuestados tienen un buen nivel de autoestima y que por esta razón pueden tener un nivel de adicción de leve a moderada.

**Tabla 2***Nivel de adicción al Facebook y autoestima*

Nivel		<i>f</i>	%
Adicción al Facebook	Uso natural	15	7.7
	Leve	127	64.8
	Moderada	53	27.0
	Severa	1	0.5
Autoestima	Baja	20	10.2
	Media	38	19.4
	Elevada	138	70.4

*Nota.* *f* = frecuencia, % = porcentaje, *n* = 196

Para analizar a mayor detalle la escala de adicción al Facebook se describen las medidas de tendencia central de los seis componentes de la escala (Tabla 3), observándose que la media más alta fue del componente denominado “Abstinencia” ( $M=6.10$ ,  $DE=2.65$ ), este componente hace referencia a que los individuos experimentan emociones desagradables cuando se suspende la actividad o se reduce repentinamente.



El siguiente componente con una media mayor fue la “Tolerancia” ( $M=6.03$ ,  $DE=2.85$ ), este componte se refiere a que se requiere un incremento en la cantidad o frecuencia de la actividad para lograr el efecto previo, es decir, que se requiere cada vez más de mayor tiempo en el uso de la red social. El tercer componente fue la “Modificación del estado de ánimo” ( $M=5.11$ ,  $DE=2.49$ ), esto se refiere a que la actividad en este caso el uso del Facebook puede modificar o mejorar el estado de ánimo. Estos datos revelan que el uso excesivo de esta red social puede modificar aspectos la conducta, como el estado de ánimo de las personas, la necesidad de pasar más tiempo usándola o bien esa sensación de desagrado cuando no se tiene acceso a la red social, estos comportamientos que se observan con esta adicción conductual, son similares a los que presentan los pacientes con una adicción a sustancias químicas.

**Tabla 3**

*Componentes de la escala de adicción al Facebook*

Componente	<i>M</i>	<i>Md</i>	<i>DE</i>	<i>Min</i>	<i>Máx.</i>
Relevancia	4.94	5.0	1.92	2	10
Modificación del estado de animo	5.11	4.0	2.49	3	12
Tolerancia	6.03	5.0	2.85	3	14
Abstinencia	6.10	6.0	2.65	3	15
Conflicto	4.87	4.0	2.47	3	14
Recaída	3.86	3.0	1.83	2	12

*Nota.* *M* = Media, *Md* = Median, *DE*= Desviación Estándar, *Min*= Mínimo, *Máx*= Máximo, *n* = 196

Para dar respuesta al objetivo general se analizó la relación entre el nivel de adicción al Facebook y la autoestima, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman (Tabla 4), se incluyó en este análisis la edad de inicio de uso de Facebook y los 6 componentes de la escala de adicción al Facebook, no se incluyó en esta tabla la edad de los participantes porque no presentó resultados significativos.

Como principal resultado se puede observar que el nivel de adicción al Facebook presentó una relación negativa y significativa con el nivel de autoestima ( $r_s= -.30$ ,  $p<.01$ ). Así mismo, la autoestima presentó una correlación negativa y significativa con los seis componentes de la escala de adicción al Facebook, pero dichas correlaciones se consideran bajas.

También se puede observar que la edad de inicio de uso de Facebook se relaciona de manera negativa y significativa con el nivel de adicción al Facebook ( $r_s = -.24, p < .01$ ) y con 5 componentes de esta misma escala, sin embargo, no presentó relación significativa ( $p > .05$ ), con el componente denominado “recaídas” y de igual forma con la autoestima.

**Tabla 4**

*Correlación del nivel de adicción a Facebook y la autoestima*

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Edad de inicio de uso de Facebook	1								
2. Nivel de adicción al Facebook	-.24**	1							
3. Relevancia	-.17*	.76**	1						
4. Modificación del estado de ánimo	-.18*	.71**	.41**	1					
5. Tolerancia	-.18*	.82**	.65**	.54**	1				
6. Abstinencia	-.25**	.76**	.48**	.51**	.56**	1			
7. Conflicto	-.19**	.70**	.45**	.51**	.46**	.51**	1		
8. Recaída	-.08	.68**	.41**	.42**	.53**	.52**	.45**	1	
9. Autoestima	.08	-.30**	-.21**	-.26**	-.21**	-.24**	-.27**	-.21**	1

*Nota.* Correlación de Spearman, \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$ , 1= Edad de inicio de uso de Facebook, 2= Nivel de adicción al Facebook, 3= Relevancia, 4= Modificación del estado de ánimo, 5= Tolerancia, 6= Abstinencia, 7= Conflicto, 8= Recaída, 9= Autoestima

A pesar de presentar relaciones bajas entre la autoestima y la adicción al Facebook, se decidió explorar el efecto de esta variable, por lo tanto, se realizó un Modelo de Regresión Lineal simple para identificar el efecto entre estas dos variables (Tabla 5). Se observó un efecto significativo en este modelo ( $F_{(196)} = 2.64, p > .05$ ), identificándose que la autoestima tiene un efecto predictor significativo sobre la adicción al Facebook ( $B = -0.720, p < .001$ ), con una varianza explicada del 6.7%, sin embargo, se necesita realizar estudios con una población más numerosa para verificar si este efecto puede ser mayor.

**Tabla 5.**

*Modelo de Regresión Lineal Simple para la adicción al Facebook*

Variable	B	SE	t	p	95%IC
Autoestima	-.720	.193	-3.72	0.001	[-1.10, -.33]

Nota. N= 196, B= Beta, SE= Error Estándar, t= t de Student, p= significancia, IC= Índice de Confianza, R<sup>2</sup>= 6.7

**Discusión**

En este estudio el mayor porcentaje de población fueron de sexo femenino, lo cual es una constante en la licenciatura en enfermería en donde entre el 80 y el 90% son mujeres. Como objetivo principal de esta investigación se contempló determinar la relación entre la adicción a Facebook y la autoestima en estudiantes de enfermería de sur de México. Los resultados que se obtuvieron en este estudio indican que existe un relación negativa y significativa entre la adicción a Facebook y la autoestima ( $r_s = -.30, p < .01$ ), es decir, que a mayor nivel de adicción al Facebook, menor será el nivel de autoestima en los estudiantes universitarios, aunque la correlación fue baja, esto concuerda con lo reportado por Portillo et al. (2021), ( $r = -.399, p < .05$ ), con Collantes y Tobar (2023) ( $r_s = -.281, p < .01$ ) y con Chalco et al. (2016), ( $r = -.287, p < .001$ ), esto confirma que los niveles de autoestima pueden relacionarse con el desarrollo de la adicción al uso de las redes sociales como el Facebook, por lo cual, el uso de las mismas, debe restringirse a edades tempranas, ya que como lo revelan los resultados de este estudio cada día inician a usar estas redes sociales a una menor edad y muchas veces sin supervisión por parte de los padres.

Respecto al nivel de adicción a Facebook, la muestra informó un nivel de leve a moderada, esto coincide con García y Puerta-Cortez (2020), en adolescentes, con Correa-Rojas et al. (2022), en universitarios de Lima y con Sayeed et al. (2020), en universitarios de Bangladesh, esto puede deberse a que posiblemente los jóvenes todavía no perciben el uso de Facebook como una adicción, y por los niveles de relajación o felicidad que provoca, puede desvirtuar la percepción que se tiene sobre su uso.

En cuanto al nivel de autoestima, los resultados mostraron que el mayor porcentaje de los participantes informó un nivel de elevada a media, es decir, que los estudiantes tienen una alta percepción positiva de ellos mismos, lo cual puede influenciar en la percepción que se tiene sobre la adicción a Facebook. Estos resultados difieren de Sahagún-Cuevas et al. (2015), y Portillo et al. (2021). Pero coincide con Dura y Crispin (2020), esto puede deberse a la diversidad de contextos en los que se desarrollan los universitarios, en los que pueden influir la cultura y la forma de apreciación que se tiene sobre si mismos.

La adicción al Facebook es un problema que sigue creciendo día con día, cada vez es mayor el tiempo que se pasa en las redes sociales y siguen apareciendo otras redes como actualmente es el Tik Tok, que son más utilizadas por la población joven o incluso adolescentes. Aunado a esto, muchos de los padres de familia actualmente son jóvenes que han sido influenciados por estas redes sociales y como consecuencia, cada vez a una edad más temprana se permite el uso de dichas redes, tal como lo demuestran los resultados de esta investigación que a menor edad se puede presentar una mayor adicción al Facebook. Lo cual puede ir generando dependencia, además de influir en la forma de percepción de su personalidad, causando a edades posteriores problemas de identidad, depresión o ansiedad, influyendo, conjuntamente, en la aparición de algunos otros trastornos de salud mental (Gómez-Hurtado et al., 2018; Martín y Medina, 2021; Portillo et al., 2021).

## **Conclusiones**

Se puede concluir que la adicción al Facebook está relacionada con la autoestima de manera negativa, es decir, que en la medida que disminuya la autoestima, puede incrementar el nivel de adicción a Facebook, sin embargo, los resultados de esta investigación se deben tomar con cautela debido al tamaño de la muestra y a las correlaciones bajas que se identificaron, por lo que se requiere de realizar más estudios para poder determinar que esta relación sea significativa.

Así mismo, aunque existe una variedad de opiniones y resultados sobre esta variable, también es evidente que no hay muchos estudios que consideren a la autoestima como un factor protector o predictor de dicha adicción sobre todo en población universitaria, ya que la mayoría de la bibliografía versa hacia la población adolescente, por lo tanto, sería ideal poder realizar un mayor número de investigación en esta población en las que se consideren las variables estudiadas, así como otro tipo de análisis como regresiones lineales o los análisis de mediación y moderación. Aunque en este estudio se realizó un análisis de regresión lineal, no se identificaron estudios en lo que se realizara este mismo análisis con estas variables y en esta misma población.

Se espera que esta investigación pueda contribuir para que los profesionales de ciencias de la salud, sobre todo de enfermería puedan realizar el diseño de intervenciones o estrategias de prevención y tratamiento para la adicción a las redes sociales, específicamente al Facebook. Además, aquí se muestran cuáles son los componentes de la adicción que están mayormente presente en los jóvenes, lo cual, puede contribuir para una mayor comprensión de dicha conducta. Se recomienda que este tipo de estudios se pueda replicar en muestras de un mayor tamaño y en otros contextos educativos o demográficos, así como realizar estudios longitudinales para poder evaluar el comportamiento de la adicción a lo largo del tiempo. Por último, se recomienda considerar evaluar el uso de otras redes sociales que están siendo utilizadas por los jóvenes en la actualidad, como es el Instagram y el Tik Tok, por lo que valdría la pena considerar la realización de adaptaciones a los instrumentos existentes o elaborar nuevos para estas redes sociales.

## Referencias

Andreassen., C.S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., y Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517.  
<https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>

- Aparicio, O. Y., Ostos, O. L. y Cortés, M. (2019). Redes sociales, tejidos de paz. *Hallazgos*, 16(32), 17-25. <https://doi.org/10.15332/2422409X.4999>
- Correa-Rojas, J., Grimaldo-Muchotrigo, M., y Espinoza, E. M. (2022). FoMO, Adicción a Facebook y Soledad como Determinantes del Phubbing en Universitarios Limeños. *Psykhé* (Santiago), 31(2), 1-11. <https://dx.doi.org/10.7764/psykhe.2020.22579>
- Collantes, K. D., y Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios: Social Media Addiction and Its Relationship with Self-Esteem in University Students. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(1), 848–860. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>
- Challco, H. K. P., Rodríguez, V. S., y Jaimes, S. J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 9(1), 9-15. <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2014). *Reglamento de la ley general de salud en materia de investigación para la salud*. [https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg\\_LGS\\_MIS.pdf](https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LGS_MIS.pdf)
- Durán, C. J. J., y Crispin, N. D. (2020). Influencia de la autoestima en el rendimiento académico de estudiantes de la carrera de medicina de la universidad mayor de san Andrés. *Revista Médica La Paz*, 26(2), 9-15. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1726-89582020000200002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582020000200002&lng=es&tlng=es)
- Expansión, economía digital. (10 febrero 2021). *La pandemia dispara el uso de las redes sociales, un 27% más que hace un año*. <https://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2021/02/10/6022c89de5fdea59448b459b.html>
- García, M. A. C., y Puerta-Cortés, D. X. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (59), 27–44. <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/1142>

- Giraldo, Y. G., Montoya, J. F. M., Zuluaga, N. M., Echavarría, M. A., Zapata, C. T., Aguirre, N. H., Pérez, P. A., Salgado, P. A., y Betancur, J. D. M. (2021). Relación entre el uso de redes sociales y las funciones ejecutivas. *Poiésis*, 40, 57-72. <https://doi.org/10.21501/16920945.4054>
- Gómez-Hurtado, I., García, P. F., & Delgado-García, Manuel. (2018). Uso de la red social Facebook como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios: estudio integrado sobre percepciones. *Perspectiva Educativa*, 57(1), 99-119. <https://dx.doi.org/10.4151/07189729-vol.57-iss.1-art.645>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (23 junio 2023). *Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares* (ENDUTIH) 2022. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH\\_22.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf)
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media*. <https://acortar.link/lgfjM0>
- Martín, C. D., y Medina, N. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. *Revista De Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Ochoa, Q. F., y Barragán, C. M. (2022). El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *Academo (Asunción)*, 9(1), 85-92. <https://doi.org/10.30545/academo.2022.ene-jun.8>
- Portillo, R. V., Ávila, A. J., y Capps, J. W. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(1), 139-149. <http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/19171/Relacion%20de%20uso%20y%20vpr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princenton University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt183pjih>

- Sahagún, C. M. N., Martínez, C. B. A., Delgado, Q. E. G., y Salamanca, R. C. G. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en población derechohabiente del instituto mexicano del seguro social. *Revista Médica*, 6(4), 285-289. <http://www.medigraphic.com/pdfs/revmed/md-2015/md154m.pdf>
- Sayed, A., Hassan, N., Rahman, H., Samer, E. H., Banna, A., Mallick, T., Hasan, A. R., Amatul, E. M., y Kundu, S. (2020). Facebook addiction associated with internet activity, depression and behavioral factors among university students of Bangladesh: A cross-sectional study. *Children and Youth Services Review*, 118, 105424–105424. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2020.105424>
- Statista. (15 octubre 2023). *Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2022*. <https://es.statista.com/estadisticas/1035031/mexico-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>