



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE SALUD Y NUTRICIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

**ADICCIÓN A INTERNET Y AUTOESTIMA EN
ADOLESCENTES DE 16 AÑOS DE LA CEP. SAGRADO
CORAZÓN DE JESÚS LIMA-PERÚ Y HONJO HIGH SCHOOL
SAITAMA - JAPÓN. 2016**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

AUTORA:

Bach. Kobayashi Rojas, Maria Jenny

LIMA – PERÚ

2018

ASESOR DE TESIS

Mg. Néstor Ollaís Rivera

JURADO EXAMINADOR

PRESIDENTE

Dra. Marcela Rosalina Barreto Munive

SECRETARIO

Dr. Yrineo Eugenio Cruz Telada

VOCAL

Dr. Juan Bautista Caller Luna

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi familia, padres, suegros, compañeros y amigos por el gran apoyo que han sido en estos años de carrera, por su apoyo incondicional y constante en el cumplimiento de mi meta profesional.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial a mi suegro Isaac Fredy Chávez Gutierrez, quien ha sido una figura clave en los cinco años de carrera, también a mi madre, María Rojas, mi esposo, Iván Chávez Kanashiro y mi hija, Priscila Chávez Kobayashi por ser los que me acompañaron y me alentaron en todo momento, ustedes son la fuerza interior que me motiva día a día para ser una mejor versión de mí misma.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar si existe diferencia significativa en la adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Tiene un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo - correlacional – comparativo y el diseño de la investigación es no experimental. Se empleó un muestreo no probalístico intencional, incluyendo alumnos de ambos sexos con la edad de 16 años con una población que está constituida por 186 estudiantes.

Del total se encontró diferencias entre las puntuaciones de relación observables para las variables *adicciones a internet* y la *autoestima* reportó que para el caso del grupo Perú ($n = 23$) la correlación apreciada fue inversa, de baja intensidad ($r_s = -.168$) y no significativa ($p = .444$), mientras que para el grupo de Japón ($n = 29$) la relación entre las variables tuvo el carácter inverso, de intensidad moderada y no significativa ($r_s = -.320$; $p = .091$); el análisis del tamaño del efecto para ambos grupos (*coeficiente de determinación, r_s^2*) expuso que para el grupo de Perú las *Adicciones a internet* explican en un 2.8% a la *autoestima*, mientras que en el caso de Japón la variabilidad explicada entre variables es de 10.2%. Se concluyó que existen diferencias significativas medidas a través del tamaño del efecto, por lo que se rechazó la hipótesis nula de trabajo y se afirmó que existen diferencias significativas en la relación de las adicciones a internet y la autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Palabras claves: internet, adicción, autoestima, adolescentes

ABSTRACT

The objective of this research is to determine if there is a significant difference between Internet addiction and self-esteem among 16-year-old adolescents from the H.S. Sagrado Corazón de Jesús Lima - Peru and the Honjo High School of Saitama-Japan.

It has a quantitative, descriptive - correlational - comparative level approach and non - experimental research design. An intentional non-probabilistic sampling was used, including students of both sexes aged 15 and 16 years with a population that is constituted by 186 students. Of the total differences were found between the observable relationship scores for the Internet addiction variables and the self-esteem reported that for the case of the Peru group (n = 23) the correlation appreciated was inverse, low intensity ($r_s = -.168$) and not significant ($p = .444$), while for the Japanese group (n = 29) the relationship between the variables had the inverse character, of moderate intensity and not significant ($r_s = -.320$, $p = .091$); The analysis of the effect size for both groups (coefficient of determination, r_s^2) showed that for the Peru group, Internet addictions account for 2.8% of self-esteem, while in the case of Japan the variability explained between variables is of 10.2%. It was concluded that there are significant differences measured through the size of the effect, so the null hypothesis of work was rejected and it was affirmed that there are significant differences in the relationship of Internet addictions and self-esteem among 16-year-old adolescents of the CEP, Sacred Heart of Jesus Lima-Peru and the Honjo High School of Saitama-Japan.

Keywords: Internet, addiciton, self-esteem and teenagers.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
INTRODUCCIÓN	15
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1 Planteamiento de Problema	17
1.2 Formulación del problema.....	20
1.2.1 Problema general.....	20
1.2.2 Problemas Específicos.....	20
1.3 Justificación del estudio	21
1.3.1 Justificación teórica.....	21
1.3.2 Justificación metodológica.....	21
1.3.3 Justificación Practica.....	21
1.4 Objetivos de la investigación.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos.....	22

II.	MARCO TEÓRICO	24
2.1	Antecedentes de la Investigación.....	24
2.1.1	Antecedentes nacionales.....	24
2.1.2	Antecedentes internacionales.....	31
2.2	Bases teórica	39
2.2.1	Internet.....	41
2.2.1.1	Definición de internet.....	41
2.2.1.2	Reseña histórica de Internet.....	42
2.2.1.3	Servicios de internet.....	44
2.2.1.4	Redes Sociales.....	45
2.2.1.5	Tipos de redes sociales.....	47
2.2.1.6	Correo electrónico	50
2.2.1.7	Juegos en Línea	50
2.2.1.8	Usuarios de internet en el mundo.....	51
2.2.1.9	Usuarios de Internet en Perú	53
2.2.1.10	Usuarios de internet en Japón.....	54
2.2.1.11	Adicción.....	55
2.2.1.12	Adicción no química	56
2.2.1.13	La adicción a Internet y definición	58
2.2.1.14	Efectos negativos de la adicción a internet.....	68
2.2.1.15	La adolescencia.....	69
2.2.1.16	Adolescentes en Japón	76
2.2.1.17	Adolescencia en Perú	80
2.2.2	La autoestima	85
2.2.2.1	Elementos de la autoestima	87
2.2.2.2	Concepto de autoestima.....	92
2.2.2.3	Importancia de la autoestima.....	94

2.2.2.4 Desarrollo de la autoestima	95
2.2.2.5 Niveles de autoestima	97
2.2.2.6 Dimensiones de la autoestima.....	98
2.2.2.7 Autoestima en adolescentes	99
2.2.2.8 La autoestima en adolescentes japoneses.....	101
2.2.2.9 Autoestima en los adolescentes peruanos	104
2.2.2.10 Autoestima y adicción a Internet.....	106
2.3 Definición de términos básicos.....	107
III. MARCO METODOLÓGICO	114
3.1 Hipótesis de la investigación	114
3.1.1 Hipótesis general	114
3.1.2 Hipótesis Específicas.....	114
3.2 Variables de estudio.....	117
3.2.1 Definición conceptual.....	117
3.2.2 Definición Operacional de variables.....	118
3.2.3 Matriz de Operacionalización de las variables	119
3.3 Tipo y nivel de investigación de investigación.....	120
3.4 Diseño de la investigación	121
3.4.1 Nivel de investigación:	121
3.4.2 Diseño de la investigación	121
3.5 Población y Muestra de estudio	122
3.5.1 Población	122
3.5.2 Muestra.....	123
3.6 Técnica e instrumento de Recolección de datos.....	124
3.7 Método de análisis de datos	124
3.7.1 Método de recolección de datos	124

3.7.2 Instrumentos de recolección de datos	126
3.7.2.1 Instrumentos de la V1: Test de Adicción a Internet (IAT)	127
3.7.2.2 Instrumentos de la V2: Autoestima	130
3.8 Aspectos éticos	132
3.9 Propuesta de valor.	134
IV. RESULTADOS	136
4.1 Resultados	136
V. DISCUSIÓN	142
5.1. Análisis de discusión de resultados	142
VI. CONCLUSIONES	147
6.1 Conclusiones.....	147
VII. RECOMENDACIONES	148
7.1 Recomendaciones.....	148
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	149
ANEXOS	165
Anexo 1: Matriz de consistencia	166
Anexo 2: Matriz de definición conceptual y operacionalización de las variables	168
ANEXO 3: Instrumentos.....	170
ANEXO 4. Análisis del diagrama de Cajas – Bigotes para el Cuestionario de Adicción a Internet y sus dimensiones	174
ANEXO 5. Análisis del diagrama de Cajas – Bigotes para la escala de Autoestima de Rosenberg.....	175
ANEXO 6. Análisis de Confiabilidad del Test de Adicciones a Internet.	176

ANEXO 7. Análisis de Confiabilidad del Cuestionario de Autoestima de Rosenberg.	178
ANEXO 8. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) de la Escala de Autoestima de Rosenberg	179
ANEXO 9. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) del Cuestionario de Adicciones a Internet.....	180
ANEXO 10. Análisis de Normalidad de las variables de investigación y dimensiones componentes.	181

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población Japón	122
Tabla 2. Población Perú.....	123
Tabla 3. Muestra	124
Tabla 4: Diferencias de adicción a Internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.	136
Tabla 5: Diferencia en la relación de la dimensión consecuencia del uso de Internet y autoestima entre los adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.	137
Tabla 6: Diferencias entre la dimensión factores cognitivos-emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.	138
Tabla7: Diferencias entre la dimensión control de tiempo y autoestima entre adolescentes de ambas IE	139
Tabla 8: Relación entre el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de ambas IE.....	140
Tabla 9: Niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.	141
Tabla 10: Análisis de Confiabilidad del Test de Adicciones a Internet.....	176
Tabla 11: Propiedades descriptivas, asimetría, curtosis y correlación ítem-test-corregido del cuestionario de Autoestima de Rosenberg	178
Tabla 12: Prueba de contraste de normalidad, estadísticos, asimetría, curtosis, prueba de significación.....	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figure 1: Diagrama de cajas y Bigotes para el cuestionario de Adicciones frente a Internet.....	174
Figure 2: Diagrama de cajas y bigotes para la escala de Autoestima de Rosenberg.....	175

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la influencia que tiene los avances tecnológicos en la vida diaria de la mayoría de las personas es innegable, sólo basta entrar a un establecimiento o subir a un medio de transporte público y observar a más de uno conectado a internet, incluso podemos ver a niños de muy corta edad conectados a internet a través de algún dispositivo electrónico, algo que no solíamos ver a comienzos de la década de los noventa. No se puede negar los grandes beneficios que brinda el internet, pero, por otro lado, no se puede dejar de ver los efectos negativos que trae su uso excesivo. Lo que nos plantea la siguiente paradoja “La mayor disponibilidad de bienes de consumo, se relaciona con la aparición de ciertas patologías antes inexistentes” (Diener & Seligman, 2004)

De cierta manera todos hemos cambiado, ya no esperamos más al cartero, ahora revisamos nuestro correo electrónico; antes las llamadas las hacíamos desde un teléfono fijo y eventualmente de celulares, en muchos casos cuidando el tiempo de conexión por los costos que esto implicaba, sin embargo, ahora no tenemos esa preocupación, pues desde algún dispositivo electrónico que tenga conexión a internet nos podemos comunicar sin costos adicionales, la comunicación puede ser también audiovisual. En internet encontramos todo tipo de información y entretenimiento como, por ejemplo, los juegos en línea. El uso tan generalizado a internet como a las Tecnologías de la información y la Comunicación), promueve la aparición de nuevos problemas y patrones de comportamiento capaces de implicar un abuso y cierta dependencia hacia ellas. (Sánchez, Carbonel, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst, 2008).

Como se puede ver el internet es muy atractivo pues a través de él se tiene acceso a mucha información, acceso a las redes sociales y también entretenimiento pues se encuentra todo tipo de juegos, sobre todo los tan populares juegos en línea, etc. ¿No les parece todo esto muy

atractivo? Pero este acceso a internet sin límites: ¿Podría generar adicción?, ¿Qué sector de la población está más expuesta?, al cambiar la forma de comunicarnos (sin el contacto “face to face”) podríamos preguntarnos ¿Cómo se relaciona esto con la autoestima?, ¿Cómo nos encontramos en relación a los países desarrollados? (en este caso Japón) donde el internet tiene un mayor alcance a nivel nacional y la velocidad de las conexiones es mayor. Greenfield (1999) afirma que internet posee tres cualidades que lo hacen potencialmente adictivo: velocidad, accesibilidad e intensidad de información a la que se accede. De esta manera es que compara internet a las drogas, en que la absorción es proporcional al potencial adictivo de las mismas.

Esta investigación pretende crear un precedente en la investigación comparativa entre Perú y Japón sobre la relación de adicción a internet y autoestima en adolescentes, para que las entidades gubernamentales puedan crear políticas de prevención y protección para los más jóvenes que finalmente son el futuro del país.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 *Planteamiento de Problema*

En las últimas décadas tanto los avances de las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) como el internet han traído a nuestra sociedad cambios en el estilo de vida, se sabe que hasta comienzos de la década de los 90 era común ver a los niños y jóvenes interactuar por medio del juego psicomotor, cognitivo y/o social y por supuesto las conversaciones eran “face to face”.no se puede negar que, desde que hizo su aparición internet ha crecido de manera exponencial y en la actualidad los dispositivos electrónicos como las tabletas, celulares inteligentes, consolas de juego y computadoras han transformado las conductas de la sociedad; por ejemplo: hoy en día es muy común ver que los adolescentes porten celulares de última generación, que los juegos online sean los más populares y que las comunicaciones virtuales, ya sea por chat o video conferencia, sean los agentes que le roban horas de sueño a nuestros adolescentes. Todos estos cambios son los que en algunos casos han generado una alerta de sobre sí su uso sin límites podría denominarse una adicción, resultando tal afirmación en objeto de controversia, cualquier inclinación cabe señalar, hacia alguna actividad placentera puede desembocar en una adicción, exista o no la presencia de una sustancia química de por medio (Choliz y Marco, 2012).

Cuando se discurre sobre adicción a Internet, esta se refiere a una adicción comportamental, puesto que no está relacionada con la ingestión de sustancias químicas; de la misma manera que sucede en cualquier tipo de adicción, las conductas adictivas a las nuevas tecnologías son controladas inicialmente por reforzadores positivos (navegar en internet), pero terminan siendo controladas por reforzadores negativos (conectarse a internet para liberarse del aburrimiento y la tensión emocional). Es decir, como ocurre con las adicciones a sustancias químicas, las personas

pueden volverse adictas a una determinada conducta (uso de Internet, juego, sexo, compras, etc.), experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden realizarla, caracterizado fundamentalmente por irritabilidad, estado de ánimo disfórico (triste, ansioso e irritable) y malestar emocional (Echeburúa, 1999).

La adolescencia es una etapa muy vulnerable en el ser humano por lo mismo existe mayor riesgo a adquirir adicción a internet, debido a los cambios, la confusión, consolidación de la identidad personal y sentimientos de frustración experimentados; en algunos casos a esto se añade el consumo de alcohol, la ansiedad, inseguridad o profundos vacíos internos así como la necesidad de establecer las primeras relaciones íntimas y amorosas, siendo precisamente el internet quien proporciona esas bondades. (Echeburúa et al. 2009; Morales. 2013).

La relación entre la adicción a Internet y la autoestima ha sido investigada en varios estudios en países asiáticos y europeos. Estos estudios han revelado que los rasgos de personalidad, la autoestima y los trastornos psiquiátricos están asociados con la adicción a Internet (Griffiths M. (1996).

La baja autoestima también se ha mencionado en algunos estudios de la Dra. Young. En algunos otros estudios, la autoestima se ha convertido en un factor asociado con el uso de Internet y la adicción a Internet. Además, algunas investigaciones sobre la autoestima y el uso de Internet incluyen estudios que examinan el uso que los adolescentes hacen de algunos sitios de redes sociales y su asociación con su autoestima. Estos estudios han demostrado que los adolescentes con baja autoestima tienden a pasar más tiempo en las redes sociales que los que tienen una mayor autoestima, que la gran mayoría de los adictos a Internet tienen una historia de depresión y ansiedad. Young y Rogers (1998).

En el Perú el Ministerio de Salud, informó que en el 2012 atendió a 190 adolescentes entre 12 y 17 años con problemas de adicción a internet

en el 2013 este número se elevó a 201 casos. Por otro lado, en un informe del INEI Perú (Instituto Nacional de Estadística e Informática), podemos ver que en el año 2007 el 46.4% de la población mayor de seis años en Lima Metropolitana hacia uso de internet, pero esto ha ido en aumento y en el año 2015 llegamos al 59.4%, esto quiere decir que hubo un incremento del 13% en sólo 8 años y la tendencia va en aumento, no sólo para la capital sino para todo el país. [MINSAL], 2012 y [INEI], 2007.

Los países asiáticos que se encuentran entre los primeros puestos de la clasificación mundial del IDT (Índice de Desarrollo de las TIC), han realizado muchos estudios acerca de la adicción a Internet. En China, las tasas de prevalencia según los siguientes autores varían entre el 10,2% de los usuarios moderados y el 0,6 % de los severamente adicto (Lam, Peng, Mai, y Jing, 2009), entre el 2,4% y el 5,52% en la provincia de Hunan (Cao, Su, Liu, y Gao 2007; Deng, Hu, Hu, Wang, y Sun, 2007) y de 6.44% en la provincia de Shaanxi (Ni, Yan, Chen, y Liu, 2009), el 6,7% en Hong Kong (Fu, Chan, Wong, y Yip, 2010) y el 8,8% en Shanghai (Xu et al., 2012). En Taiwán, el 17,9% de los estudiantes fue adicto (Tsai et al., 2009). En los estudiantes de secundaria de Corea del Sur, el 16% eran potenciales usuarios en situación de riesgo, y el 3,1% eran usuarios de alto riesgo (Seo, Kang, y Yom, 2009). Otros estudios realizados en Corea del Sur han encontrado 1,6% (Kim et al., 2006), 3,5% (Whang, Lee, y Chang, 2003), 4,3% (Jang, Hwang, y Choi, 2008), 10,7% (Park, Kim, y Cho, 2008), y el 20,3% (Ha et al., 2007) de los adolescentes con adicción a Internet. Corea del Sur se encuentra en el puesto 1 del IDT y esto se ve reflejado en el 90% de la población que tiene acceso a banda ancha (internet), este fenómeno ya generó víctimas, desde millones de usuarios obsesionados hasta casos de muerte frente a la pantalla.

Por todo lo antes expuesto, sostengo que es de vital importancia realizar este trabajo de investigación para conocer de primera mano cómo se comporta nuestra muestra peruana (puesto 104 en el índice de desarrollo de las TIC) en relación a la muestra en Japón (puesto 11 en el índice de desarrollo de las TIC). Por otro lado, cabe resaltar que hasta el

momento de la redacción de este trabajo no encontré ningún estudio comparativo de este tema entre Perú y Japón. Finalmente, espero que esta investigación sirva de referencia para que se desarrollen programas de iniciativas gubernamentales en el Perú que contemplen acciones de prevención, riesgos y peligros por el uso desmedido de estos recursos, para así favorecer el bienestar individual y familiar de los adolescentes.

1.2 Formulación del problema

Formular el problema de investigación es fundamental, a través de ella se inicial la exploración. “Es la concreción del planteamiento en una pregunta precisa y delimitada en cuanto a espacio, tiempo y población (si fuera el caso)”. (Fidias G. Arias, 2006, p. 41)

1.2.1 Problema general

¿Existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

1.2.2 Problemas específicos

¿Existe diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

¿Existe diferencia significativa en los factores cognitivos y emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

¿Existe diferencia significativa en el control del tiempo a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

¿Existe diferencia significativa en el tiempo de acceso a internet y adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón?

¿Existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón?

1.3. Justificación del estudio

Este trabajo de investigación se justifica en tres aspectos fundamentales.

1.3.1. A nivel de la justificación teórica. En el cual se busca ampliar el conocimiento de cómo se comportan estas variables y las relaciones entre ellas, de modo que permitan servir de soporte teórico para futuras investigaciones que se realicen en temas de interés con este trabajo.

1.3.2. A nivel metodológico, En la actualidad no se evidencia una investigación sobre estudios de nivel descriptivo comparativo-correlacional de enfoque cuantitativo, entre Perú y Japón. Los resultados de este estudio servirían de referencia para que se desarrollen programas de iniciativas gubernamentales que contemplen acciones de prevención, riesgos y peligros por el uso desmedido de estos recursos, favoreciendo así el bienestar social. Los instrumentos que se utilizaran en este estudio cuentan con validez internacional y han sido ampliamente utilizados en ambos continentes.

1.3.3. A nivel de la justificación práctica. En la actualidad internet se ha convertido en una necesidad para casi todos a nivel mundial, quiero decir que está presente diariamente en el ámbito familiar (Ej. Cuando nos comunicamos vía whatsapp), social (Ej. Cuando hacemos una video con algún amigo que este en otro país),

educacional (cursos, carreras, especialidades online), religioso, cultural (Promoción de eventos culturales a través de la red) y político (Pequeñas declaraciones que hacen políticos a través de Twitter), etc; el mismo y de manera vertiginosa y progresiva se ha posicionado como la fuente de información más importante del mundo, (Mayer, Ángel, 2011).

1.4 *Objetivos de la investigación*

1.4.1 Objetivo general

Analizar si existe diferencia significativa en la adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

1.4.2 Objetivos específicos

Determinar sí existe diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Determinar sí existe diferencia significativa en los factores cognitivos y emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Determinar sí existe diferencia significativa en el control del tiempo a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Determinar si existe diferencia significativa en el tiempo de acceso a internet y adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Determinar si existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Antecedentes nacionales

En la presente investigación se pueden apreciar algunos estudios que se han realizado en Perú, aun no se han realizado muchos estudios acerca de la adicción a internet y su relación con la autoestima, cabe señalar que no encontré a la fecha alguna investigación de este tema que tuviese como muestras la peruana y la japonesa.

Medina, R. (2016). En la investigación realizada. *“Adicción a Internet y habilidades sociales en los estudiantes del nivel secundario de una institución educativa privada de Lima Sur, 2015”*. (Tesis para la obtención del título profesional de psicólogo) Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. La muestra estuvo constituida por 200 estudiantes de ambos sexos que oscilan entre los 13 a 17 años de edad que fueron seleccionados a través de una muestra no probabilística por conveniencia. Los instrumentos que se utilizaron fueron: El test de adicción a Internet (IAT) y la Escala de Habilidades Sociales (EHS). El objetivo principal fue determinar si existe relación significativa entre adicción a Internet y las habilidades sociales en los estudiantes del nivel secundario de una institución educativa privada de Lima sur, 2015.

Los resultados no arrojaron una relación significativa entre adicción a Internet y las habilidades sociales ($r=-.071$; $p>0.05$) y aunque tampoco se encontraron participantes con adicción a internet, arrojaron que el 86,5% de los participantes evidencia un uso normal de Internet, mientras que el 13,5% se encuentran en riesgo de adicción siendo los participantes de 13 a 15 años los que se encuentran en mayor riesgo al igual que las mujeres que hacen un mayor uso de internet a diferencia de los hombres. En cuanto a las habilidades sociales arrojaron que el 25% de los participantes evidencia un bajo nivel de habilidades sociales, es decir, le cuesta relacionarse con los demás, mientras que el 48,50% tiene un nivel medio

de habilidades sociales y un 26,50% con un nivel alto, lo que evidencia que la capacidad para relacionarse es muy buena.

A consecuencia de este resultado, esta investigación en su capítulo de discusión señala que es importante que podamos entender que es posible que existan otros factores que intervengan en la adicción a internet en estudiantes de secundaria como baja autoestima y alteraciones psicopatológicas

Matalinares, Díaz, Arenas, Rivas, Ornella, Baca, Uceda, Fernández, Villavicencio, Sánchez, Leyva, y Ventura, (2016 Oct/Marz). Publicaron un artículo de investigación titulado: *“Soledad, apoyo comunitario percibido y adicción a internet en adolescentes de Perú”*. *Revista Digital EOS Perú*. La población del estudio está constituida por 1,730 adolescentes, 835 varones y 895 mujeres, con una edad que fluctúa entre los 13 y 17 años, extraída de 10 provincias representativas del Perú. Los instrumentos que se utilizaron fueron: La escala de soledad diseñada por De Jong Y Triburg (2006); la escala de Apoyo Comunitario Percibido diseñada por Gracia y Herrero (2006) y el test de adicción a internet de Young (1998) adaptado a la realidad nacional por Matalinares, et al (2016).

El objetivo principal de este estudio fue establecer si existe relación entre la soledad, el apoyo comunitario y la adicción a internet en adolescentes. Los resultados arrojaron una relación significativa y directa entre la adicción a internet y soledad y una relación indirecta entre apoyo comunitario percibido y soledad, finalmente, no se encontró relación entre adicción a internet y apoyo comunitario percibido.

El estudio también informa que el lugar en donde mayormente se conectan los adolescentes es su casa, aunque en estudios previos realizados por Matalinares et al. (2013), autora de esta investigación también, señalan que el lugar de conexión eran las cabinas de internet, realidad que se modificó en 4 años. De la misma manera sostiene que los

adolescentes se mantienen de entre una y cinco horas conectados a internet (46,2%) y de cinco a más horas el 18.7% lo que evidencia también cambios a su estudio anterior, marcado por un incremento del 9% del uso excesivo de internet en los últimos 4 años. A nivel descriptivo arrojo que el 43% de los adolescentes de este estudio presentan adicción a internet, lo que significa un incremento del 4% en 4 años. Estos datos son sumamente relevantes para esta tesis puesto que evidencian la gran problemática que sigue creciendo lenta y silenciosamente entre los adolescentes de nuestro país.

En el análisis correlacional entre las variables adicción a internet y soledad, los resultados arrojan que ante una mayor percepción de soledad los adolescentes tienden a presentar un uso excesivo de internet categorizado como adicción a internet. Kupersmidt et al. (1999) y Cuny, (2001) sugiere que tanto niños como adolescentes que experimentan sentimientos de soledad pueden asociarlo a distintos problemas emocionales como puede ser: una baja autoestima, depresión y ansiedad social. Como queda evidenciado en este párrafo es de gran importancia poder realizar una investigación con las variables, adicción a internet y autoestima para aportar mayor información que ayude a ampliar el panorama de la percepción y concepción de este fenómeno.

Salcedo, C. (2016). Realizó la investigación titulada. *“Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima”*. (Tesis para optar el grado académico de magister en psicología clínica). Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú. Esta es una investigación no experimental, de tipo descriptivo – correlacional, de diseño transversal. En este estudio el objetivo principal es determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la autoestima.

La muestra de este estudio estuvo constituida por 346 alumnos, 112 varones y 234 mujeres, todos ellos estudiantes de educación superior de

una escuela de psicología de una universidad particular de Lima, todos con estado civil soltero y sus edades fluctuaban entre los 16 y 25 años y pertenecen a un status socio económico promedio. Los instrumentos que utilizaron en esta investigación fueron: El cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y El inventario de autoestima de Stanley Coopersmith Self-Esteem Inventory (SEI) para adultos. La hipótesis general fue que existe relación entre adicción a redes sociales y autoestima y en las específicas es que existe relación significativa entre adicción a redes sociales y autoestima.

Los resultados arrojaron que, si existió relación significativa inversa entre la adicción a redes sociales y la autoestima en general, aceptando así su hipótesis que señala que los alumnos que puntúan alto en la prueba de autoestima, puntuaran bajo en el cuestionario de redes sociales y viceversa.

Información adicional mostró que el 100% de los sujetos son usuarios de internet y el 70% de la muestra reporto uso elevado; las aplicaciones de mayor uso son: Youtube, Whatsapp, Twitter y Facebook. También señalan que el 98.4% de la muestra se conecta a internet a través del celular y lo hace mayormente en sus casas y el tiempo que invierten en redes sociales se halló que 39% se conecta de 2 a 3 veces por día y el 22.3% se conecta de 1 a 2 horas por día, el 20.2% de 3 a 6 horas diarias, el 15.6% de 7 a 12 horas diarias y un 2.9% se conecta todo el día. Por lo que se concluye que el 40% de la muestra se conecta más de 3 horas diarias a las redes sociales.

Estos datos permitieron postular que, al presentarse un uso excesivo de las redes sociales, se observan dificultades en las actitudes con respecto a sentirse aceptado por su medio social o al sentirse apreciado, etc. También se observa que las mujeres utilizan más las redes sociales que los hombres y las edades con mayor uso de las redes sociales en este estudio oscilaron entre de 21 a 25 años.

Pomalima, Palpán, Caballero, y Cruz (2016). La investigación se tituló de la

siguiente manera. Prevalencia de riesgo de la conducta adictiva entre los adolescentes de Lima Metropolitana y Arequipa (Perú). *Fundación Mapfre*. El presente estudio fue realizado por un equipo de médicos liderado por el doctor Pomalima psiquiatra, experto en niños y adolescentes y el trabajo de campo y análisis estadístico de los resultados lo realizó el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú. A través de la Fundación Mapfre.

El objetivo principal fue, conocer la prevalencia de riesgo a una conducta adictiva a Internet en los adolescentes de Lima Metropolitana (Lima y Callao) y Arequipa. También están los objetivos específicos: conocer el estado de las conductas adictivas a Internet y Conductas de Riesgo entre los Adolescentes Peruanos. Informar a los padres y educadores el uso de las TIC, los riesgos asociados con ellas y la manera de detectar señales de problemas en sus hijos.

En el estudio los autores mencionaron que, en el nivel socioeconómico A/B existe un mayor riesgo de padecer adicción a internet. Informaron que para ese año (2016) se estimaba que un millón doscientos mil adolescentes en el Perú, lo que vendría a ser en ese entonces el 16,2% de toda la población de entre 13 y 17 años, estaban en riesgo de presentar una conducta adictiva al internet. Los resultados arrojados son: que la conducta adictiva es mayor en hombres (17,5%) que en mujeres (14,8%). Entre los síntomas antes del riesgo señalan puede ser el descuido personal y bajo rendimiento académico, ambos predictores de problemas psicológicos como la depresión y el pensamiento suicida. En los casos más severos se evidencia una pérdida de control y síntomas de abstinencia como la ansiedad, irritabilidad, agresividad y depresión.

Según este estudio, lo que más hacían los jóvenes al conectarse a internet es comunicarse por correo o redes sociales (96,1%), usar videojuegos (70,1%), comprar y vender servicios o productos (29,9%) y hacer operaciones con la banca u organizaciones estatales (17,3%). Este

último hallazgo ha hecho saltar las alarmas, ya que se trata de adolescentes, se presumiría que hacen apuestas, compran juegos y otras transacciones de dinero real.

El investigador principal de este estudio Rolando Pomalima, sugirió que el problema se podría deber a que los adolescentes se quedan solos en casa mientras sus padres trabajan, por lo que recomendó a los padres dedicar tiempo a sus hijos. También señaló: "Si la familia protege y cuida (a los menores) hará que el niño o niña tenga un apego seguro y tendrá capacidad de enfrentar algún tipo de problemática. En cambio, si hay familias inestables, sin reglas claras, muy sobreprotectoras o muy autoritarias, los menores pueden ser muy ansiosos o ambivalentes y allí el riesgo de tener alguna adicción es mayor".

Como vemos el tema de la adicción a internet está también presente en nuestro país, la preocupación de que nuestros adolescentes puedan afectarse es real, por lo mismo investigaciones como ésta son sumamente relevantes para poder conocer más acerca de este fenómeno y así el gobierno pueda crear políticas de prevención que ayuden a los padres a adoptar mecanismos de defensa que protejan a los más jóvenes que son finalmente el futuro del país.

Ikemiyashiro, J. (2017). El título de esta investigación fue. "*Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de lima metropolitana*" (tesis para optar el título profesional de licenciado en psicología) Universidad San Ignacio de Loyola. Lima – Perú.

El objetivo de esta investigación fue, describir la relación entre el uso excesivo de las redes sociales virtuales y las habilidades sociales en un grupo de adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana y conocer e indagar si existe relación significativa entre el uso excesivo de las redes sociales virtuales y las habilidades sociales. La muestra la conformaron 333 personas de las cuales se excluyeron a 11 por no cumplir

con los requisitos de edad. 51.2% fueron hombres y el 48.8% fueron mujeres. La edad promedio de hombres fue de 23 años y de 22 años para las mujeres. Los instrumentos que se utilizaron fueron el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Escurra y Salas (2014) y la Escala de Habilidades Sociales (EHS) de Gismero (2005) adaptada para el Perú por Ruiz (2006).

Lo que arroja la investigación en función al objetivo general fue que se encontró que el uso de las redes sociales virtuales se relaciona de forma negativa e inversa con las habilidades sociales (-,333) de adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana. Esto quiere decir que independiente de que la adicción a internet sea baja, media o alta las habilidades sociales de los participantes se mantienen en niveles adecuados. A pesar de esto los factores del test ARS arrojaron que el factor más fuerte es la obsesión por las redes sociales.

Para finalizar, señala que, sería interesante adicionar otras variables como son: el estrés, la auto eficacia, la ansiedad, la aceptación social, el auto reflejo, etc. Para de esta manera poder entender el alcance de las redes sociales en el ser humano.

Palomares, G. (2018). Tituló su investigación de la siguiente manera. *“Relaciones intrafamiliares y adicción a internet en estudiantes de secundaria de una institución de Villa María del Triunfo”* (tesis para optar el título profesional de licenciado en psicología). Universidad Autónoma del Perú. Lima – Perú.

Para realizar la investigación el total de la muestra fue de, 1,320 estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa República de Ecuador; la cual, pertenece a la UGEL 01 San Juan de Miraflores en Lima Sur. Los instrumentos que se utilizaron fueron la Escala de Relaciones intrafamiliares E.R.I. y el Test de Adicción a internet de Young (IAT). El objetivo principal de esta investigación fue determinar las relaciones entre

la variable relaciones intrafamiliares con la adicción a internet en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Villa María del Triunfo.

Los resultados indicaron que, el nivel de la adicción a internet en dicha institución es de 32.8% en el nivel bajo, 23.1% en promedio bajo, 20.6% en promedio alto y 23.4% en el nivel alto lo que evidencia que la adicción a internet hoy por día ya es un problema en la población adolescente en general. También mencionaron que no había diferencias significativas en cuanto al sexo y la edad. Referente a los objetivos, los resultados señalan que si existe una relación significativa inversa entre ambas variables. Por otro lado, arrojo también que no existe relación significativa ($p > 0.05$) entre las dimensiones de las relaciones intrafamiliares (D1: Unión y apoyo, D2: Expresión, D3: Dificultades) intrafamiliares y las dimensiones de la adicción a internet (D1: consecuencias del uso del internet, D2: Factores cognitivos y emocionales y D3: Control del tiempo) en la muestra.

Este estudio evidencio la problemática de adicción a internet en adolescentes de nuestro país y nos exhorta a determinar los factores de riesgo para tener una visión más amplia del problema y que es justamente lo que intenta hacer mi estudio.

Antecedentes internacionales

Satoko, E. y Masahiro, T. (2013). Esta investigación fue titulada así: *"La relación entre la soledad y la dependencia de teléfonos móviles con adicción a Internet en estudiantes de medicina japoneses"*. Desarrollada con el apoyo de la universidad de Shimane, Centro de Servicios de Salud Izumo-Shimane y el Departamento de Farmacología de la Osaka Dental University - Japón.

La base fundamental para la realización de este estudio fue, el

hecho que internet se ha convertido parte de la vida de los japoneses desde 1995 aproximadamente. Con 96 millones de usuarios en el 2011, lo que correspondía a una tasa de penetración de alrededor del 80%, ha dejado ver que, aunque tiene sus puntos positivos también han surgido diversos problemas sociales, incluidos cambios en las relaciones interpersonales, uso excesivo e incluso dependencia. Para este estudio reclutaron a 139 estudiantes universitarios de primer año de la Facultad de Medicina de la Universidad de Shimane en Japón, los sujetos completaron un conjunto de cuestionarios diseñados para evaluar la adicción a Internet, factores de estilo de vida relacionados con la salud, soledad, estado depresivo, patrones de comportamiento y la dependencia del teléfono móvil. La edad promedio para los hombres fue de 19.3 ± 2.0 y para las mujeres fue de 18.7 ± 1.0 años.

Los instrumentos que se utilizaron fueron: El test de adicción a internet de Young (IAT). De acuerdo con los criterios de Young, los pacientes con puntuaciones superiores a 40 se clasificaron como adictos; La soledad se evaluó usando la escala de soledad UCLA; el estado depresivo se evaluó utilizando el Beck Depresión Inventory-II (BDI-II) y la dependencia del teléfono móvil se evaluó mediante el Cuestionario de Dependencia del Teléfono Móvil (MPDQ)

Los resultados arrojaron que las puntuaciones de adicción a Internet oscilaron entre 20 y 87 (media 38,4), mientras que la frecuencia de estudiantes adictos fue del 42,9%. Los resultados de regresión logística univariante revelaron una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Internet y el departamento universitario (OR = 2,53, $p < 0,05$), estado depresivo (OR = 4,33, $p < 0,005$), dependencia del teléfono móvil (OR = 1,05, $p < 0,05$). Y soledad (OR = 1.12, $p < 0.001$).

Por lo que se concluye que hubo una correlación positiva significativa entre la dependencia del teléfono móvil y la adicción a Internet a diferencia de cuando se usa una computadora personal. La dependencia del teléfono móvil y la adicción a Internet tienen características comunes

con respecto a dos factores; uso excesivo y anhelo intermitente para participar en actividades relacionadas con TI (Tecnología de la información). En la hipótesis inicial sobre la relación entre la soledad y el uso de Internet, se demostró que el uso de Internet causa soledad al aislar a los individuos del mundo real y privarlos de una conexión con los contactos del mundo real.

En resumen, los hallazgos sugieren que los estudiantes universitarios con sentimientos de soledad (que podría estar ligado a la baja autoestima y los procesos mentales) y dependencia del teléfono móvil son propensos a tener un mayor nivel de adicción a Internet. Para identificar a las personas con alto riesgo de adicción a Internet, es importante considerar esos factores.

Blachnio, A. Przepiorka, A. Senol, E. Durak, y Sherstyuk (2014). Esta investigación fue titulada como: *“El papel de la autoestima en la adicción a Internet: una comparación entre muestras turcas, polacas y ucranianas”*. Desarrollada por La Universidad Católica Juan Pablo II de Lublin, Polonia; y la Universidad Abant İzzet Baysal en Turquía. Es importante señalar que la Dra. Aneta Przepiorka, una de las autoras de este trabajo, recibió el apoyo de la Fundación para la Ciencia Polaca (FNP).

En esta investigación se utilizó el término adicción al Internet tomando en cuenta los criterios de adicción del DSM – IV, ya que se piensa que éste incluye ciertas características como: Una tolerancia al uso desmedido, ansiedad cuando no se utiliza, deficiencias funcionales importantes como problemas en las relaciones, incapacidad para limitar su uso y la relación de refugio que se puede crear para evadir problemas cotidianos o para estimularse.

Es importante señalar que, aunque a la fecha la adicción a Internet es reconocida como un grave problema de salud en algunos países, como

Corea del Sur, no se clasificó como un trastorno de diagnóstico en el DSM-5, lo que podría deberse a la necesidad de más investigación en el campo, por lo mismo mi investigación pretende aportar información relevante para describir sus características.

El objetivo principal del estudio fue, responder a la pregunta de si la autoestima es un predictor de la adicción a Internet, para lo cual se utilizó una muestra de 1.011 participantes de Polonia, Ucrania y Turquía (incluidas 681 mujeres, que era el 67% de la muestra), con edades comprendidas entre 13 y 56 años, con una edad media de 21,48. Para el reclutamiento de los participantes se utilizó la técnica de muestreo no probalístico llamado bola de nieve a través de una de las redes sociales más populares del momento, Facebook.

Para la recolección de datos, los autores antes mencionados utilizaron los siguientes test psicométricos: La Prueba de Adicción a Internet de Young y la escala de autoestima de Rosenberg. Las mismas herramientas que se utilizó en el desarrollo de la investigación en curso. Los resultados, las correlaciones entre las variables señalaron que cuanto más largo era el tiempo de uso diario de Internet, más altas eran las puntuaciones obtenidas en la prueba de adicción a Internet en los tres países.

En la muestra ucraniana, cuanto mayor era el tiempo de uso de Internet en años, más altas eran las puntuaciones en la prueba de adicción a Internet. Además, en cada una de las tres muestras, la adicción a Internet estaba negativamente relacionada con la autoestima. Es decir, las personas con bajos niveles de autoestima obtuvieron una puntuación más alta en la prueba de adicción a Internet. Además, los participantes con un alto nivel de adicción a Internet usaron Internet intensamente todos los días. Se concluyó dando respuesta al objetivo principal, el nivel de autoestima puede ser un buen predictor de la adicción a Internet, sobre todo las personas que se evalúan a sí mismas con gran autocrítica y se

consideran indignas son más propensas a la adicción a Internet. Por lo antes expuesto, tal como señala esta investigación hace falta más estudios al respecto para proporcionar una mejor comprensión del fenómeno de la adicción a Internet y su relación con la autoestima.

Seabra, L. Loureiro, M. Pereira, H. Monteiro, S. Marina, R. Graça, y Esgalhad (2014). Realizaron la siguiente investigación: “*La relación de la adicción a Internet con la autoestima y la depresión en estudiantes universitarios*”. El objetivo principal de este estudio fue investigar la relación de la autoestima y la depresión con la adicción a Internet en estudiantes universitarios. Para lo cual este estudio utilizó una correlación descriptiva-analítica que involucró a 408 estudiantes (150 mujeres y 258 hombres) de la Universidad de Birjand Islamic Aza. Los instrumentos utilizados fueron: El Inventario de Depresión de Beck (BDI), El Inventario de Autoestima de Cooper Smith (CSEI) y la Prueba de Adicción a internet (IAT).

Los resultados indicaron que el 40.7% de los estudiantes tenían adicción a Internet. Una correlación significativa surgió entre la depresión, la autoestima y la adicción a Internet. El análisis de regresión indicó que la depresión y la autoestima fueron capaces de predecir la varianza de la adicción a Internet hasta cierto punto. Este estudio concluye diciendo que puede ser importante evaluar la autoestima y la depresión en personas con adicción a Internet. Estas variables deben ser el objetivo de una terapia cognitivo-conductual efectiva en personas con adicción a internet.

Sahagún, C. Martínez, B. Delgado, Q. y Salamanca, G. (2015). Realizaron una investigación titulada. La 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. La investigación mostró evidencias de un incremento en el uso de redes sociales, dichas plataformas de Internet se han desarrollado considerablemente en pocos años, afectando positiva y negativamente la interrelación, así como los procesos de socialización habituales especialmente a los adolescentes. El

objetivo de este estudio fue conocer la relación entre la adicción a redes sociales y problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años de la Unidad de Medicina Familiar 171 del Instituto de Mexicano del Seguro Social.

Fue un estudio epidemiológico de asociación del tipo transversal descriptivo, el cual incluyó a 102 adolescentes entre 15 a 19 años de edad que acudieron a la Unidad de Medicina Familiar 171 del Instituto Mexicano del Seguro Social. Los instrumentos que se aplicaron fueron: La escala de adicción a Internet de Lima, y el test de Rosenberg. Los resultados arrojaron que los participantes con adicción a Internet correspondieron al 66.7% y sin adicción al 33.3%, por otro lado, la autoestima normal fue 37.3% y el 62.7% para problemas de autoestima OR 1.283, IC 95% (0.551-2.987) $p=0.909$.

Como se sabe la relación entre un alto uso del Internet y el incremento en los trastornos de conducta ha aparecido en distintos estudios. Sin embargo, el presente trabajo no ha encontrado asociación en la población analizada, aunque sí predominaron los problemas de autoestima 62.7% y alto porcentaje de adolescentes con adicción a Internet 66.7%. Cabe señalar que en este estudio no existió asociación entre problemas de autoestima con adicción a redes sociales.

Mei, S., Yau, Y. Chai, J. Guo, J. y Potenza, M. (2016) el título de esta investigación fue: “El uso problemático de Internet, bienestar, autoestima y autocontrol: datos de una encuesta de una escuela secundaria en China” Esta investigación recibió la aprobación de la Junta de Revisión Institucional de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Jilin y de la Oficina de Educación de la Provincia de Jilin. Los autores evidencian el pro y contra sobre el uso de Internet en china, señalan el aumento drástico en la última década, Internet se ha convertido en una importante herramienta académica, comercial y recreativa. Los datos del Centro de Información de China Internet Network sugieren que China finalizó 2014

con una población total de Internet de 632 millones de personas, de las cuales el 24% eran adolescentes menores de 19 años (CNNIC, 2014).

Con el creciente número de usuarios de Internet, existe la preocupación de que un subconjunto de individuos pueda exhibir patrones adictivos. Si bien el uso moderado de Internet puede mejorar la calidad de vida, como la ampliación de los círculos sociales, el control disminuido del uso de Internet puede ser problemático e impactar negativamente en la función diaria, la salud y el bienestar) particularmente porque los comportamientos pueden volverse habituales y compulsivos a lo largo del tiempo (Brewer y Potenza, 2008; Leeman y Potenza, 2013).

Para realizar este estudio obtuvieron datos entre octubre de 2009 y octubre de 2010 de 5 escuelas primarias (edad media = 13.62 años, SD = 1.16) y 5 escuelas secundarias (edad promedio = 16.81 años, SD = 1.02) en la provincia de Jilin ubicada en el noreste de China. La muestra analítica final incluyó a 1.552 adolescentes. Los instrumentos que se utilizaron fueron: El cuestionario de diagnóstico de Young para la adicción a Internet (YDQ) y la escala de autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1989), versión China.

Los resultados arrojaron puntuaciones medias de bienestar y las variables de diferencias individuales entre los adolescentes con usuarios de Internet adaptativos, desadaptados y problemáticos. Se observaron diferencias significativas entre grupos para el bienestar ($X^2(2) = 80.39, p < .001$) y la autoestima ($X^2(2) = 40.33, p < .001$), con las puntuaciones medias más altas y más bajas para Ambas variables observadas en los grupos de uso adaptativo y problemático, respectivamente. Se observaron diferencias significativas entre la gravedad de la PIU (uso patológico de internet) y las medidas de autocontrol, impulsividad ($X^2(2) = 52.98, p < 0.001$), autocentrado ($X^2(2) = 73.46, p < 0.001$) y tareas simples ($X^2(2) = 37.76, p < 0.001$). Los puntajes más altos representan un menor autocontrol. Las puntuaciones medias más altas observadas en el grupo de

uso problemático, lo que significa que los usuarios con uso problemático de Internet tienen un menor autocontrol que los otros grupos. En conclusión, el presente estudio sugiere que el 5.5% de los estudiantes demostraron PIU y el 22.2% demostraron un uso desadaptativo. Los individuos que informaron una mayor autoestima tenían menos probabilidades de ser usuarios desadaptativos, y la asociación con PIU (uso patológico de internet) tendió en la misma dirección, aunque no fue estadísticamente significativa en $P < 0.05$.

Las investigaciones y/o estudios realizados tanto a nivel nacional como internacional manifiestan hoy en día, la existencia de un fenómeno al cual se le puede denominar “adicción al internet”. El uso de estas tecnologías ha superado la comunicación interpersonal, también cabe señalar que en más de un estudio al igual que la investigación en curso se utilizó las mismas herramientas de recolección de datos, cuestionario de adicción de internet de Young (IAT), y la Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE), como herramienta de investigación.

Para fines de la investigación en curso es importante señalar también que Investigaciones previas han postulado a la autoestima como medida de bienestar psicológico (Meerkerk, van den Eijnden et al., 2010), y la baja autoestima puede representar un factor de riesgo para PIU (uso patológico de internet) (Douglas, Mills et al., 2008; Yang, Tung 2007; Kim, Davis 2009). Es posible que las personas con baja autoestima puedan tener dificultades para controlar el comportamiento de la PIU o la adicción a internet, enfrentar diferencias entre las realidades e ideales, y comprender las posibles consecuencias negativas. La baja autoestima puede llevar a los individuos a buscar alivio temporal a través de actividades que alteran la mente (Greenberg, Lewis, et al., 1999).

Casi la totalidad de investigaciones anteriormente mencionadas, respaldan la idea que el empleo o uso desmesurado de internet puede

tener desenlaces perjudiciales para el consumidor. Se dice “casi” y no todos, por reconocer que hay autores e investigaciones que niegan una relación directa e indirecta en cuanto a la adicción al internet y autoestima, sin embargo, estos estudios preliminares proporcionan una perspectiva amplia de que se enfrenta un fenómeno fluctuante, del que no se tiene mucha información todavía. La importancia de esta tesis que aporta en determinar las relaciones específicas entre la autoestima y la PIU o adicción a internet.

2.2 Bases teórica

Para dar un entendimiento pormenorizado de las teorías en la que se fundamenta la actual investigación, se presentan conceptos teóricos básicos que explican los distintos temas desplegados dentro de la investigación. Qué es: Internet, adicción a Internet, redes sociales, adolescencia, y cómo son: los adolescentes de Perú y Japón y cómo es: la autoestima en ellos. Destacando las teorías y conceptos relacionados en adicción a Internet (V1) y autoestima (V2), por ser componentes básicos para la ejecución del estudio en evolución.

Las teorías fundamentales aplicadas dentro de la investigación, serán los postulados referidos a la Autoestima y Adicción a Internet, en cual se señala la relevancia de dos autores y sus respectivas teorías, así se nombra a la Dra. Kimberly Young. (Adicción a Internet), y el Dr. Morris Rosenberg (Escala de Autoestima). Young es psicóloga experta reconocida mundialmente en trastornos de la adicción a Internet y comportamiento en línea, fundadora y directora del Centro para el Tratamiento y Recuperación de la Adicción a Internet (EE. UU). Autora de muchas investigaciones científicas, mencionados a continuación por la trascendencia y relación con el estudio en curso. “Cómo reconocer la Adicción a Internet y una estrategia ganadora para la recuperación” (1998). “Enredado en la Web comprender el cibersexo de la fantasía a la Adicción” (2001). “Adicción a Internet las consecuencias de un nuevo fenómeno Clínico” (2004).

“Comprender y tratar la Adicción a los Juegos en Línea” (2009). “Adicción al Trastorno de Internet” (IAD), “La influencia de Cyberporn (cualquier pornografía accesible en línea o en Internet) por niños y adolescentes”, entre otros. Especialmente por su aporte invaluable como es la creación del: primer cuestionario validado y fiable sobre el empleo adictivo de internet. “El test de Adicción a Internet” (1998). IAT siglas en inglés. Herramienta de investigación que sirve como base esencial a todo autor-investigador comprometido-interesado en el estudio de este fenómeno denominado adicción a Internet, cada vez más presente en nuestra sociedad, el cual va en ascenso en el mundo entero. La herramienta de investigación también fue empleada en este estudio.

Otra de las teorías con mayor relevancia dentro de esta tesis fueron los aportes del Dr. Canadiense, Morris Rosenberg (1922-1992). Fue creador de numerosos libros y artículos tales como: “La Sociedad y la Autoestima del Adolescente” (1965). “Ocupaciones y Valores” (1957). “Autoestima en Blanco y Negro” (1971). “Concebir el Yo” (1979). Rosenberg fue y es conocido mundialmente por su trabajo sobre el autoconcepto, particularmente la dimensión de la autoestima, tras la publicación de su libro “*Society and the adolescents self-image*” (1965) dio a conocer un Instrumento nombrado, Escala de Autoestima de Rosenberg, fue y es en la actualidad un pilar fundamental como herramienta base, referente y más empleada para la valoración de la autoestima en las prácticas clínicas e indagaciones científicas. Este instrumento psicológico ha sido validado en adolescentes, adultos, personas mayores, en un gran número de países y ha sido aplicado en investigaciones transculturales de más de cincuenta y tres países. (Schmitt, DP, y Allik, J. 2005). Escala empleada en esta investigación por sus propiedades ya mencionadas.

Las teorías antes mencionadas son bases fundamentales dentro de esta investigación más cabe señalar que se revisó variedad de investigaciones, obras, aportes y modelos, para dar mejor entendimiento y enriquecen en mayor o menor profundidad a los postulados más relevantes en esta tesis. Antes de mencionar los diferentes modelos, es importante

aclarar que el termino adicción a Internet ha creado una inmensa controversia en la comunidad científica por los investigadores en este campo de la tecnología, es así que algunos autores se refieren o han formulado modelos sobre adicción a Internet denominándolo el uso problemático de Internet. Sin embargo, todos parten como base de los fundamentos de Young.

Una de las teorías es el MCC, propuesta por David (2001). Señala que el empleo problemático de Internet, surge de cogniciones ambiguas junto con comportamientos que mantienen o intensifican la respuesta desadaptativo, la importancia de este modelo es que integra el factor cognitivo, no se basa solo en la tolerancia o la abstinencia toma en cuenta los juicios o pensamientos de las personas. Otra teoría es la Caplan (2005), señala que la exposición a Internet junto a una carencia en hh.ss impulsa al sujeto a la interacción online, el cual da lugar al uso compulsivo de Internet los cuales dan resultados negativos para el consumidor. La perspectiva psicosocial de la adicción a Internet propuesto por Suissa (2015) estima que para deducir el fenómeno no solo hay que concentrarse en el individuo con adicción sino también en el entorno y los vínculos comunitarios que se originan de los comportamientos adictivos. También postula que los sujetos con baja autoestima emplean el Internet para menguar la aflicción temporalmente, sin resolver el problema original. Al no ser abordado el problema desde la raíz general emociones negativas, ante los cuales el sujeto experimenta la necesidad de volver a demandar el uso del Internet para lograr bienestar.

2.2.1 Internet

2.2.1.1 Definición de internet

Una definición bastante generalizada indica que Internet es una red conformada por miles de redes y ordenadores entrelazados en todo el planeta mediante cables y señales de telecomunicaciones, que emplean una técnica común para la trasmisión de datos. El reglamento o protocolo

de comunicaciones que emplea internet se llama con sus siglas en Ingles, TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) en español (Protocolo de Control de Trasmisión/ Protocolo de Internet). Estos protocolos tienen la función de definir cuidadosamente el movimiento de la información desde el remitente hasta el destinatario. La Internet que utilizamos a diario la mayoría de personas es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, garantizando que las redes que la componen funcionen como una sola de manera que puedan intercambiar datos ente ellas con alcance mundial (Bonilla & Cliche, 2001).

Cabe señalar que la conexión a internet se puede realizar a través de cualquier dispositivo electrónico como pueden ser computadoras, celulares, tabletas, entre otros, mediante una conexión de cables, a línea telefónica u ondas inalámbricas wifi (tecnología de comunicación inalámbrica que es la abreviación de la marca comercial “Wireless Fidelity” o “Fidelidad sin Cables”), que es lo que se utiliza actualmente con mayor frecuencia cuando deseamos acceder a internet.

2.2.1.2 Reseña histórica de Internet

Para fines de este estudio se consideró relevante poder conocer cuál fue el origen de internet, Cómo se creó y llego hacer el medio de comunicación más importante del mundo. Se sabe que al terminar la II Guerra Mundial, las dos potencias de la época, Estados Unidos de América (liderando el bloque occidental - capitalista) y la antigua Unión Soviética (liderando el bloque oriental – comunista), se encontraban enfrentados política, económica, social, informativa y deportivamente, en la denominada “Guerra Fría”, que finalizó con la caída del muro de Berlín (9/NOV/1989).

Lo que dio inicio a lo que todos conocemos hoy, como internet, se debió a fines militares, es así que a finales de los 70's, con la entrada a los misiles intercontinentales resultaba evidente la necesidad de implementar algún sistema que pudiese reaccionar casi inmediateamente, el camino más

fiable sería dejando a los ordenadores que actúen, mediante una modalidad de red, la cual no fue del agrado de los militares estadounidenses. Ellos estaban más interesados en contar con una red que no necesitara de nodos centrales, de esta forma, si alguno de los nodos fuese dañado por el enemigo los demás seguirían funcionando.

De esta manera hace su aparición ARPANET (1969), fue la primera red sin nodos centrales, de la que formaban parte: La Universidad de California Los Angeles (UCLA), Universidad de California Santa Barbara (UCSB), Universidad de Utha y Stanford Research Institute (SRI). El 29 de octubre de 1969 tuvo lugar la primera transmisión entre la UCLA Y la SRI.

Para el año 1971, ya contaban con 15 nodos y es en el año 1973 que ARPANET se internacionaliza, con la incorporación de la Universidad College of London (en esos años Gran Bretaña) y NORSAR. Aproximadamente nueve años después, en el 1982, ARPRA declaró estándar el protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), de esta manera aparece la primera definición de Internet: Conjunto de internet (Interconnected Network, redes interconectadas; Internet deriva de la contracción) conectadas mediante TCP/IP).

No fue hasta principio de los años noventa que internet dio el salto al ámbito personal, gracias al británico Tim Berners-Lee, quien en los años ochenta empezó a elaborar un programa, Enquire, que permitía no sólo almacenar sino también recuperar información mediante asociaciones no deterministas. En base a este programa es que en octubre de 1990, emprendió la elaboración del HTML (Hyper Text Markup Language (Lenguaje de programación donde se escriben las páginas Web)) que permite combinar texto, imágenes y establecer enlaces a otros documentos.

Tim Berners, también es el responsable del primer servidor World Wide Web y también del primer programa cliente (WorldWideWeb), este

trabajo fue puesto en Internet y desde entonces se ha extendido exponencialmente en el mundo entero.

De esta manera cuando abrimos una página Web publicada en Internet, no vemos su código HTML, únicamente su contenido, ya que un programa se ha encargado de descifrar su código. Estos programas son: Internet Explorer, Navigator Netscape, Opera, entre otros; a estos programas se les denomina browsers.

El término browser resulto complicado para el público en general y su traducción literal tampoco sonaba muy sugerente. Por esos años el Navegador Netscape era el programa líder, por tal motivo los términos “navegador” y “navegar” se popularizaron al referirse a cualquier browser o la acción de visitar alguna página Web.

En el año 1994 la empresa Netscape lanzo su navegador y al año siguiente tenía el 80% del mercado, sin embargo, en el 1995 Microsoft lanzo su Internet Explorer y se apropió del mercado rápidamente, puesto que lo ofrecía gratuitamente. Pero en el año 1998 Microsoft se consolida en el mercado, ofreciéndolo como un elemento operativo de Windows, de esta manera, se consolido en el mercado hasta la actualidad. (Vicente Trigo Aranda, Historia y evolución del internet, 2004).

2.2.1.3 Servicios de internet

Se denomina servicio a las posibilidades que ofrece internet esta red posee una serie de servicios que, en mayor o menor magnitud, tiene que ver con las funciones de comunicación, interacción e información. El proveedor de servicios de Internet (ISP siglas en inglés de *Internet service provider*) son empresas que ofrecen conexión a Internet.

Los proveedor de servicios de Internet conecta a sus consumidores a Internet por medio de distintas tecnologías como: servicio de noticias

(news), correo electrónico (e-mail), acceso remoto (telnet), transferencia de ficheros (ftp, File Transfer Protocol o Protocolo de Transferencia de Archivos). También están las herramientas que facilitan el trabajo: Whois, Archie, Wais, Gopher, WWW. Los consumidores de la red son usuarios y ordenadores, ellos disponen de un identificador de usuario, cada procesador puede asignar entrada a la red a uno o varios consumidores.

2.2.1.4 Redes Sociales

Es importante señalar que actualmente no se tiene una definición unánime y clara de lo que es una red social, sin embargo varios autores coinciden en que: *“... es un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”* (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011). Del mismo modo, Boyd y Ellison (2007), señala que, *“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”* la tendencia y terminología de estos vínculos pueden cambiar o modificarse de un lugar a otro.

El uso de las redes sociales va en aumento cada momento, en la actualidad prácticamente todas las poblaciones viven enganchados a la red de una u otra forma, no solamente desde los móviles también de los ordenadores, Tablet, recientemente hasta de un televisor. Se valora que el gran incremento en cuanto al acceso a Internet y Redes Sociales están relacionados a planes de datos y teléfonos inteligentes cada vez más fáciles de adquirir. El problema con las redes sociales surge cuando estas técnicas se mezclan con personalidades adictivas o vulnerables emanando la dependencia. *“El riesgo es que el mundo digital pasea a ser el centro de atención y la persona esté cada vez menos comprometido en el mundo físico de las relaciones”* Young, (1996). Las redes sociales no atraen ni afectan del mismo modo a todos y que su impacto depende de muchos

factores, temperamentales, genéticos, ambientales y educativos “*a menudo tratamos a adolescentes con ansiedad social que acuden a las redes para encontrar la validación y la compañía que les falta en la vida real*” afirma “puede sonar paradójico, pero la gente con peores habilidades sociales es la más propensa a lanzarse a socializar online y adquirir malos hábitos” (Young, 1996 citado por Herrera s.f.).

Existen infinidad de redes sociales (RRSS), los que obedecen a una agrupación más general por tener mayores niveles de visitas, registros oficiales son: redes profesionales, redes generalistas y redes especializados, conforme a Celaya (2008). Teniendo en cuenta la dimensionalidad social de las redes, nos centraremos en las redes on-line. Su tipología se plantea diferenciando entre generales u horizontales y verticales o especializadas. Las redes sociales horizontales van dirigido a un público genérico, su principal función es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrece. Según las organizaciones, eMarketer, We Are Social y Hootsuite las redes sociales más consumidas por los usuarios son:

- Facebook: con 1.650 millones de usuarios. Tipología. General.
- WhatsApp: con 1.200 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- You Tube: con 1.000 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- WeChat: con 889 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- QQ: con 869 millones de usuarios. Tipología. Mensajería (china).
- Instagram: 600 millones de usuarios. Tipología. Foto/Videos.
- Qzone: 597 millones de usuarios. Tipología. General.
- Tumblr: 550 millones de usuarios. Tipología. General.
- LinkedIn: 430 millones de usuarios. Topología. Negocios.
- Twitter: 319 millones de usuarios. tipología. Mensajería.
- Weibo: 313 millones de usuarios. Tipología. Mensajería (china).
- Snapchat: 300 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- Baidu Tiaba: 300 millones de usuarios. Tipología. General (china).
- Skype: 300 millones de usuarios. Tipología. General (china).

- Viber: 260 millones de usuarios. Tipología. General.
- Reddit: 250 millones de usuarios. Tipología. Agregador.
- Line: 220 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- SoundCloud: 200 millones de usuarios. Tipología. Música.
- Badoo: 200 millones de usuarios. Tipología. Contactos.
- Vine: 200 millones de usuarios. Tipología. Contactos.
- Pinterest: 150 millones de usuarios. Tipología. Foto/Videos.
- YY: 122 millones de usuarios. Tipología. Videos (chinos).
- Flickr: 112 millones de usuarios. Tipología. Foto/Videos.
- Google+: 111 millones de usuarios. Tipología. General.
- Telegram: 100 millones de usuarios. Tipología. Mensajería.
- VK: 90 millones de usuarios. Tipología. General (Rusia).
- Spotify: 90 millones de usuarios. Tipología. Música.
- Slideshare?: 85 millones de usuarios. Tipología. Foto/Videos.
- Taringa: 75 millones de usuarios. tipología. General.
- Tagget: 25 millones de usuarios. Tipología. General.

2.2.1.5 Tipos de redes sociales

Su tipología se plantea diferenciando entre generales u horizontales y verticales o especializadas.

a) Redes sociales directas

Son aquellas en donde existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común e interactúan en igualdad de condiciones. Todos los miembros de estos grupos pueden controlar la información que comparten y crear perfiles que gestionarán tanto la información personal como la interacción con los demás. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011). Las redes sociales directas se clasifican según su finalidad, modo de funcionamiento, grado de apertura y según su nivel de integración.

Por ello tenemos que las Redes sociales de ocio: En esta red los

usuarios buscan mejorar sus relaciones personales mediante actividades que le supongan una diversión o entretenimiento a través de la interacción con otros usuarios ya sea de forma escrita o visual. En otras palabras, la principal función de esta red es potencializar las relaciones personales entre los usuarios. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011).

Redes sociales de uso profesional: El objetivo principal que tiene el usuario es poder promocionarse profesionalmente, mantenerse actualizado en su especialización o campo y también incrementar sus contactos. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011).

Por su nivel, las Redes sociales de contenido: Ofrece a sus usuarios compartir diversos contenidos como fotografías, las cuales pueden almacenar, guardar, buscar o compartir. Las aplicaciones más conocidas son Pinterest y Fotolog. También pueden escuchar, clasificar, y compartir con sus contactos música que sea de su agrado. De la misma manera sucede con videos, documentos, presentaciones, noticias y lecturas. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011)

Redes sociales de microblogging: Ofrece a sus usuarios un servicio de envío y publicación de mensajes cortos y al mismo tiempo la oportunidad de poder seguir a otros usuarios de la red. El más conocido a nivel mundial es Twitter (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011).

Según grado de apertura. Se toma en cuenta la capacidad de acceso y nivel de restricción que se aplica.

Redes sociales públicas: Estas tienen un acceso libre para cualquier persona que disponga de algún dispositivo electrónico con acceso a internet sin que esto implique pertenecer a una organización.

Redes sociales privadas: Pueden acceder a ellas cualquier tipo de usuario, pero deben pertenecer a un grupo específico que suele hacerse

cargo del coste del mismo. NotiActual, (2010)

Según su nivel de integración. El nivel de afinidad e interés de preferencia profesional son los que los definen.

Redes sociales de integridad vertical: Suelen ser utilizadas por un grupo de usuarios con la misma formación, interés o pertenencia profesional. Los contenidos que se comparte en estas redes suelen ser comprobadas y verificadas. Cabe señalar que acceder a estas redes puede suponer un coste a los propios usuarios. Estas redes son mucho menos populares que las de integridad horizontal.

Redes sociales de integración horizontal: Suelen ser utilizadas por todo tipo de usuarios sin que estos tengan a su vez un interés común en un tema específico como ocurre en las de integridad vertical. Entre las más conocidas podemos mencionar a Facebook, Line, You Tube, Wikipedia, LinkedIn, entre otras.

b) Redes sociales indirectas

Son aquellas en donde los usuarios no suelen disponer de un perfil visible (los demás usuarios no pueden verte) y existe un individuo o persona que controla y dirige la información o discusiones vertidos lo que conocemos como foros o blogs. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco,D. 2011). Las redes sociales indirectas se clasifican en foros, blogs.

Foros: Utilizados mayormente por expertos en un tema específico como herramienta de reunión de carácter informativo. Adicionalmente puede realizar valoraciones, opiniones y valoración en sentido unidireccional o bidireccional.

Blogs: Lugares actualizados en donde suele existir una recopilación cronológica de material informativo ya sea de uno o varios autores que a su

vez cuentan con enlaces. (Ureña, A., Ferrari, A., & Blanco, D. 2011)

2.2.1.6 Correo electrónico

No podemos negar que el servicio más utilizado en internet son las redes sociales, a pesar de esto debemos señalar también que el correo electrónico ha venido de cierta manera a reemplazar el servicio de correo ¿Cómo lo logró? Este tipo de mensajería es prácticamente instantánea, no supone un coste y si lo es, es mínimo y no requiere un tiempo adicional para ir a depositarlo a un buzón, ¿Muy conveniente verdad? Sin duda alguna las razones principales por las que se ha desplazado al servicio de correo.

Remontando en la historia el primer programa para enviar correos electrónicos fue el SNDMSG, acrónimo de “send message” (se requería que las computadoras estuviesen conectadas a un programa) del ingeniero Ray Tomlinson en 1971, se utilizaban entre ordenadores que formaban parte de ARPANET. Es interesante comentar que Tomlinson en su afán de separar el nombre de usuario del servidor descubrió la arroba (@) en una máquina de teletipo. El correo electrónico permaneció operando en el mismo sistema sin mayores cambios por más de veinte años y no es hasta la aparición del Hotmail que el correo electrónico es lo que todos conocemos hoy en día. (Vicente Trigo Aranda, Historia y evolución del internet, 2004).

2.2.1.7 Juegos en Línea

A diferencia de la televisión o el cine en donde el usuario es un consumidor pasivo en los video juegos el usuario pasa de ser espectador a protagonista. Es decir, interactúa con diferentes variables y desempeña diferentes roles a través de personajes o avatares desde perspectivas, que cabe remarcar, imposibles de realizar en la realidad. Los video juegos han sido definidos como juegos electrónicos que se sirven de la tecnología

informática y permiten la interacción en tiempo real del jugador con la máquina, donde la acción se desarrolla sobre un soporte visual (Tejeiro – Salguero y Pelegrina del Rio, 2003).

Los video juegos en línea son aquellos que son jugados vía internet y su gran atractivo principalmente reside en la posibilidad de compartir escenario con un gran número de personas gracias a una conexión a internet. Este tipo de juegos ha originado una serie de términos o siglas como: MMOGs (Massive Multiplayer Online Games o Videojuegos de Red Multijugador), y los MMORPGs (Massive Multiplayer Online Role- Playin Games o Videojuegos de Rol Online) Ambos hacen referencia a los juegos en línea en donde participan decenas, cientos o miles de jugadores simultáneamente.

2.2.1.8 Usuarios de internet en el mundo

La unión internacional de telecomunicaciones en su informe sobre la medición de la sociedad de la información del 2015 señala que una de sus principales conclusiones fue que los países menos avanzados (PMA) están avanzando en su conectividad. En el 2015 el 6,7 por ciento de los hogares en estos países tenía acceso a internet, cifra que contrasta con el 46% en los hogares de todo el mundo y más del 80% en los hogares de los países más desarrollados.

Un dato muy interesante es el hecho de que en los últimos años el precio de los servicios de telefonía móvil celular continúa bajando en todo el mundo, a medida que el número de abonos móviles celulares se acerca a 7,300 millones y la población cubierta por la red móvil llega a cerca del 95%. En los países menos adelantados, la canasta de precios de las comunicaciones móviles continuó su descenso, hasta el 14% del INB (Ingreso Nacional Bruto) por cápita para finales del 2014, en contraste con el 29% del 2010.

La Comunidad Mundial sobre la sociedad de la información señala que se ha producido un incremento considerable en el acceso y la

utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) sobre todo a lo que se refiere a los servicios de telefonía móvil e internet. El 95% de la población mundial está cubierta por las redes móviles y celulares, mientras que el número de abonados a telefonía móvil celular se ha incrementado de 2,200 millones en 2005 a unos 7,100 millones en 2015.

Debido a la sustitución del móvil también se ha observado un descenso lento pero constante en el número de abonados a la telefonía fija, que de 1250 millones en el 2005 paso a alrededor de 1.060 millones para el 2015. Este informe también señala que los países en desarrollo (Perú) se encuentran aún en la zaga de los países desarrollados (Japón) en lo que respecta al acceso de las TIC (Tecnología de información y Comunicación). La brecha digital no sólo se observa entre países, sino que también dentro de ellos, en particular entre las zonas urbanas y rurales. También se observa la persistencia de una brecha entre géneros (hombre/mujer) y la diferencia se puede incrementar entre personas con ingresos más altos y las con ingresos más bajos.

La metas y objetivos a concretar para el 2020 por parte de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) son: que el 55% de los hogares en el mundo tengan acceso a internet, que el 60% de las personas físicas en el mundo puedan usar internet y que las telecomunicaciones TIC sean el 40% más asequibles en el mundo entero.

Según el cuadro de calificación y clasificación mundial del IDT (Índice de Desarrollo de las TIC) Japón se encuentra en la onceava posición de la tabla, con un IDT del 8,47 en el 2015, en contraparte Perú se encuentra en la posición 104 con un IDT de 4,26. Como podemos observar existe una diferencia sustancial entre ambos países en lo que respecta a desarrollo de las TIC. (Unión Internacional de Telecomunicaciones 2015 (UIT) Brahima Sanou).

2.2.1.9 Usuarios de internet en Perú

IPSOS señala en su informe del internauta de junio del 2016, que el 39% de la población total del Perú Urbano se conecta a Internet por lo menos una vez al mes, lo que significa que 12'387,000 personas conectadas. Sin embargo, en la población de 8 a 70 años, la penetración alcanza el 62% del total. El internauta peruano continúa siendo el adulto joven, hombre o mujer, soltero de 27 años del NSE (Nivel Socioeconómico) C y que a la fecha del estudio se encuentra trabajando o estudiando. En contraste en el año 2000, el internauta promedio era un hombre de 21 años de los NSE (niveles socioeconómicos) BC y se dedicaba a estudiar.

Los resultados del estudio arrojan que la tendencia creciente de Internet en el Perú se mantiene, siendo Lima la de mayor concentración en relación al interior. Son los smartphones, computadoras y laptop los dispositivos con mayor conexión a internet. También se encontró que el lugar principal de conexión es la casa y que 4 de 10 internautas buscan WiFi cuando visitan establecimientos públicos, en mayor proporción los NSE altos. (IPSOS PERU Hábitos y actitudes hacia el Internet 2016).

El perfil del internauta peruano es un trabajador dependiente de aproximadamente 35 años y que son quienes han comprado más productos por internet. Por otro lado, el internauta independiente tiene 37 años y pertenece al nivel socioeconómico C y D. Siete de cada diez personas de este grupo declaran que siempre buscan WiFi. Finalmente, el internauta ama de casa y desocupado son mujeres de 35 años de edad y pertenecen al NSE BCD. Se conectan a internet con menos frecuencia. La mitad de las internautas mujeres son madres y se conectan 5 veces por semana a internet, por otro lado, el internauta hombre busca información antes de comprar un producto y es quien más compra por internet. Se conecta 6 veces a la semana a internet. (IPSOS, Perfil del Internauta, 2016).

El Perú, el Ministerio de Salud (MINSA) informó que el 2012 atendió a 190 adolescentes entre 12 y 17 años con problemas de adicción a Internet, y en el 2013 este número se había elevado a 201 casos (Perú 21, 2014).

En una encuesta nacional realizada en Japón el año 2011 reporto que el 78.2% de la población son usuarios de internet. La manera como acceden a internet es a través de sus computadoras, de sus celulares, máquinas de video juegos e incluso a través de la televisión, cabe señalar que el 68.6% de los usuarios a internet pueden acceder no solo a través de sus computadoras sino también a través de sus celulares. El 90% de usuarios a internet tienen de 13 a 49 años de edad. Casi el 75% de los adolescentes y el 90% de los adultos jóvenes acceden a internet a través de sus celulares (Sato T. 2006). Existe una preocupación constante en la dependencia que rodea a los adolescentes específicamente en el uso de sus celulares para enviar mensajes de texto. (Igarashi T, Motoyoshi T, Takai J, Yoshita T, 2008)

A nivel del Perú se puede encontrar, que para fines de esta investigación es importante señalar el crecimiento que ha tenido el internet en nuestro país en los últimos años, en La Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL, 2016) de Opsitel, señaló que en el año 2012 el 44.6% de la población en Perú hacía uso de internet, sin embargo, para el año 2016, sólo cuatro años después, esta cifra se elevó en 13,2% llegando internet a penetrar en 57.8% de la población del Perú. Sólo en Lima en el año 2012 la población que hacía uso de internet fue el 59,0%, mientras que, en el 2016, el porcentaje se elevó al 71,3% de la población, lo que significó un aumento del 12.3% en cuatro años. Lo que demuestra el nivel de penetración que tiene internet en el Perú y que al parecer según estadísticas va en aumento.

2.2.1.10 Usuarios de internet en Japón

Japón, oficialmente Nihon-koku o Nippon-koku, es un país insular en el

este de Asia. Japón, oficialmente Nihon-koku o Nippon-koku, es un país insular en el este de Asia. Situado en el Océano Pacífico, La población comenzó hacer uso de internet a comienzos del año 1993 y que ha ido creciendo.

Desde finales del 2013, el número de personas que utilizaron internet hasta finales del 2015 (individuos de edades mayores de 6 años; conectados a internet a través de cualquier dispositivo electrónico que puede incluir computadoras, lap tops, celulares inteligentes, tabletas y consolas de juego) Excedieron los 100 millones de personas.

Para fines de esta investigación es importante señalar también el crecimiento que ha tenido internet en Japón en los últimos años. El Ministerio de Asuntos Internos y Comunicación de Japón, en su edición y publicación de su oficina Estadística (2017), en la parte que refiere al uso individual de internet por grupo de edad, señala que el grupo de entre 13 a 59 años de edad excede el 90% de uso y que existe una tendencia en expansión de uso entre personas del grupo de 60 a 79 años de edad.

2.2.1.11 Adicción

La OMS (Organización Mundial de la Salud), señala que, una adicción es un estado de intoxicación crónica y periódica originada por el consumo repetitivo de una droga, natural o sintética y se caracteriza por: una compulsión a seguir consumiendo de cualquier forma, tendencia a aumentar la dosis, genera dependencia física y psíquica de los efectos y genera consecuencias perjudiciales para la propia persona y la sociedad en general.

Por su parte, la American Society of Addiction Medicine, ASAM (2011), dice que la adicción es una enfermedad primaria, crónica, que afecta los circuitos cerebrales relacionados con la recompensa, motivación y memoria. El mal funcionamiento de estos circuitos conduce a manifestaciones biológicas, psicológicas, sociales y espirituales

características. Esto se refleja cuando vemos que una persona patológicamente persigue la recompensa y / o alivio por medio del consumo de sustancias y otros comportamientos.

La ASAM (2011) afirma que la adicción se caracteriza por:

- Incapacidad de abstenerse sistemáticamente.
- Deterioro en el control del comportamiento.
- Anhelos del aumento de "necesidad de uso" de drogas o experiencias gratificantes;
- Problemas en las relaciones personales.
- Respuesta emocional disfuncional.

2.2.1.12 Adicción no química

Para muchas personas el concepto que le atribuyen a la palabra adicción está automáticamente asociada al consumo de drogas sean estas legales o ilegales, sin embargo, en la actualidad la adicción a internet es una problemática que no cumple las características para una adicción con dependencia a alguna sustancia, pero si cumple con los elementos necesarios para que sea catalogado como adicción o dependencia sin sustancia (Stein, 1997)

Kimberly Young (1996) una doctora estadounidense reconocida por su trabajo en el tema y creadora del *Center for On-Line Addiction* considera que "*La adicción a Internet es un deterioro en el control de su uso que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos*". En otras palabras, la persona con el desorden de adicción a internet es aquella que realiza un uso excesivo de este fenómeno (internet) y que además provoca un cambio negativo en su relación con sus objetivos personales, interacción con sus amigos y familiares y un bajo rendimiento en sus actividades académicas o profesionales.

Por su parte Echeburúa (1994) sostiene que lo que caracteriza a una adicción psicológica no es el tipo de conducta implicada, sino la naturaleza de la relación que el individuo establece con ella, es decir, la forma en que se realiza esa actividad y Griffiths (1997) señala que las "adicciones tecnológicas", que se definen como adicciones no químicas involucran la interacción hombre-máquina. Estas pueden ser pasivas (como la televisión) o activas (como los juegos de ordenador o Internet). Ambos autores coinciden en que el tipo de relación o interacción que exista entre un sujeto y una actividad podrían definir una adicción no química. Por otro lado; Griffiths (1998) señala que cualquier comportamiento que cumpla con estos seis criterios será definido operacionalmente como adicción:

- **Saliencia:** Se convierte en la actividad más importante en la vida de la persona y domina su pensamiento, sentimientos y comportamiento (ej. La persona seguirá pensando en la próxima sesión en línea cuando esté fuera de ella).
- **Modificación del Humor:** Se usa como una estrategia de afrontamiento cuando una persona experimenta una excitación de sentimientos "elevados" o, paradójicamente, tranquiliza el sentimiento de "escape" o "entumecimiento".
- **Tolerancia:** Se asume con una mayor cantidad de uso de Internet que se requiere para lograr el efecto de modificación del estado de ánimo anterior.
- **Síndrome de Abstinencia:** Hace que una persona experimente un estado de sentimientos (ej. irritación) o físico (ej. temblores) cuando interrumpe o reduce su uso de Internet.
- **Conflicto:** Causa conflicto a la relación interpersonal, trabajo, vida social, intereses e intereses, entre otros.

- **Recaída:** Crea una tendencia para que la persona vuelva a patrones anteriores de uso de Internet después de períodos de abstinencia o control.

Según Echeburúa y Corral (1994) señalan que cualquier conducta que genere de alguna manera placer, presión social y alguna vulnerabilidad psicológica se pueden considerar como factores que podrían predisponer a una persona a desarrollar una conducta adictiva, que originarían una falta de actividades gratificantes y una dependencia de autocontrol y del control de los impulsos

Aunque aún no esté incluido en el DSM-V la adicción a Internet puede considerarse una adicción específicamente psicológica - no química (como la adicción al sexo, las compras, el trabajo, los videojuegos, la televisión, entre otros), con características comunes como son: la pérdida de control, la aparición de síndrome de abstinencia, la fuerte dependencia psicológica, la interferencia en la vida cotidiana y pérdida de interés por otras actividades (Echeburúa, 1994).

Por lo antes expuesto, vemos que tanto Young, como Echeburúa, Griffiths y Coral están de acuerdo en entender que una adicción no es una actividad específica que genere la adicción, sino la relación que se mantiene con ella. Esta relación tiene efectos negativos que van destruyendo la vida del adicto en el ámbito familiar, laboral y social pues el sujeto se muestra incapaz de poder controlarlo.

2.2.1.13 La adicción a Internet y definición

La conceptualización y la definición de la adicción a Internet aún son ampliamente debatidas, mientras que el público en general se refiere el término AI (Adicción a Internet) al uso excesivo de Internet, la definición médica se basa más en el acto compulsivo de usar el internet.

A pesar de esto, dentro de la comunidad médica hay una falta de estandarización basada en evidencia y criterios claros de evaluación clínica para su definición. Esto ha originado que se utilice una variedad de terminologías y se haya dos grandes perspectivas, que se posicionan ya sea a favor o en contra de este tipo de adicción. Así tenemos a los siguientes autores y sus terminologías:

Del mismo modo existen postular de las diversas organizaciones que nos manifiestan que:

IAD: Internet Addiction Disorder: Desorden de adicción a internet.

Goldberg, (1995): lo describió como un trastorno de características adictivas compulsivas determinado por la existencia de tolerancia, dependencia y síndrome de abstinencia. Young (1996): lo definió como: *“un deterioro en el control de su uso, manifestándose un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos; generándose en la persona adicta una distorsión de sus objetivos personales o profesionales”*

PIU: Pathological Internet Use: Uso patológico de internet.

Moraham, Martin y Schumacker (1997) define el “Uso Patológico de Internet” como aquel uso de internet que presenta patrones alterados. El PIU se caracteriza por una condición de uso de internet que causan una serie de síntomas específicos, incluyendo la modificación de la conducta, el incumplimiento de las obligaciones habituales y el sentimiento de culpa y deseo.

Ciberaddiction: Ciberadicción.

Lacoste (1998): define la “Ciberadicción” como *“la pérdida de control frente al uso racional de internet”* en otras palabras, si una persona descuida sus obligaciones ya sean profesionales o familiares de forma reiterada, se podría estar entrando en una situación de adicción.

Los defensores de la adicción a internet afirman que el motivo por el que éste no está presente en el DSM – IV es debido a la “novedad” relativa del trastorno. Sin embargo, en el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM – 5; APA, 2013^a) propone establecer una categoría de adicciones comportamentales, actualmente solo reconoce al “desorden de juego” como diagnóstico (APA. 2013c), con el desorden de juego en internet incluido en el apéndice de requerimiento de mayores investigaciones (APA, 2013b).

Suler (1996), clasifica los tipos de internet dependiendo del uso que se hace en internet. Señala que existen dos tipos de usos que realizan las personas adictas:

- Sujetos aficionados a sus ordenadores y las utilizan para recoger información, jugar en solitario, obtener nuevos programas entre otros, pero sin establecer contacto interpersonal, solo el impredecible para conseguir sus objetivos.
- Sujeto que frecuenta los chats, juegos online, redes sociales y listas de correo. Todos tienen en común la búsqueda de estimulación social. Las necesidades de filiación, ser reconocidos, poderosos o amados se encuentran en este tipo de uso de la red.

Griffith (1996) señala que las “adicciones psicológicas” estarían dentro de las no químicas y pone de manifiesto la relación (hombre – máquina). Para el existen dos tipos de adicciones tecnológicas:

Las pasivas: La televisión.

Las activas: los juegos de PC o internet. Las que considera una modalidad dentro de las adicciones conductuales.

Echeburrú y Fernandez (2003) defiende la existencia de la “adicción a internet” apoyándose en la idea de que posee características comunes a

las adicciones a sustancias nocivas como son: la pérdida de control, síndrome de abstinencia, el acaparamiento total de la vida de la persona a causa de la dependencia, con sus notables y serias implicaciones de la vida individual y familiar de quienes la sufren. Echeburúa y Corral (1994) afirman que “cualquier conducta normal placentera es susceptible de convertirse en un comportamiento adictivo”. Cuatro son las consecuencias, que Echeburúa (2003), plantea como definitorias de estos trastornos adictivos:

- Pérdida de control
- Fuerte dependencia psicológica
- Pérdida de interés por otras actividades gratificantes.
- Interferencia grave en la vida cotidiana.

Podemos inferir que los autores que apoyan la existencia de adicción a internet, afirman que no sólo el tiempo es un factor clave para determinar esta adicción, sino que afecta la conducta del sujeto en función a la intensidad, frecuencia o cantidad de tiempo invertido, además del grado de interferencia con las relaciones familiares, académicas, laborales y/o sociales. Los componentes fundamentales de los trastornos adictivos serían la pérdida de control y la dependencia.

Por último, preguntas como: ¿A qué se es adicto? Por ejemplo, una persona que visita compulsivamente páginas con contenido sexual es adicta a ¿A internet?, o ¿Al sexo? (Echeburúa, 1999) Nos dice que internet podría ser, en la mayoría de los casos, sólo un medio o "lugar" donde alimentar otras adicciones o trastornos (adicción al sexo, ludopatía o parafilias) por ese motivo también señalan que existen casos de adicción a Internet en sí y defiende la necesidad de diferenciar los “adictos en la Red” con los “adictos a internet”, que ya existen compradores compulsivos, ludópatas y adictos al sexo que ha hallado en la red un camino para calmar sus ansias, pero no serían parte de los adictos a internet.

Como podemos apreciar poder definir este fenómeno como adicción a internet no es algo sencillo y aún muy polémico, sin embargo, en países desarrollados en donde la conexión a internet es muy rápida, Ej. Korea, China, Japón ya ha cobrado sus primeras víctimas, me pregunto ¿El que la sociedad médica se ponga de acuerdo en el término que debemos utilizar va solucionar las vidas de todas aquellas personas que sufren esta adicción? ¿Qué debemos esperar para tomar acción?

Postura que niega la existencia de la adicción a internet

Autores como Holmes (1997), Estallo (2001) y Grohol (2003) entre otros niegan la existencia de la adicción a internet y lo argumentan de la siguiente manera:

El tiempo de uso a internet no puede ser considerado como un factor para detectar adicciones, ya que no se ha definido aún cual es la “normalidad o anormalidad” en el tiempo de uso a internet. Por motivos profesionales o de estudios muchas personas permanecen conectadas largas horas y esto no puede constituir una adicción.

El tiempo de uso a internet no sirve como criterio para definir una adicción, ya que estas siempre se han definido en función a la sustancia que las causa. El término de “adicción a internet” surgió de una broma de Iván Goldberg, sin ningún fundamento científico. Se producen sesgos en la selección de población sobre la que se realizan la mayoría de estudios que defienden la existencia de la adicción a internet.

Para esta adicción se han tomado prestados criterios diagnósticos del juego patológico (adicción no química). Las escalas que valoran la adicción a internet se basan en el juego patológico, por lo que compromete seriamente la validez de esos instrumentos. Los estudios que tratan de probar la existencia de la adicción a internet, no se tomaron en cuenta los antecedentes clínicos, discapacidades, soledad, déficits y dificultades de

relación interpersonal, entre muchos otros que podrían ser un condicionante en el diagnóstico.

La adicción a internet no se recoge en el DSM IV, el manual de Asociación Americana de Psiquiatría más actualizado y tampoco ha sido aceptado por la Asociación Americana de Psicología. La adicción a internet no se parece a las adicciones de los manuales de psiquiatría y psicología. Para que pueda considerarse una adicción debe darse un abuso del recurso en cuestión y unas condiciones de tolerancia y dependencia. Cada vez sería necesario un uso mayor de internet y si no fuera así, el usuario debería experimentar síntomas similares a la abstinencia.

Por lo tanto, estos autores afirman que la adicción a internet es un acto de sensacionalismo y alarma social innecesaria y que se debería ser más prudente. Estallo, (2001) propone que el uso de internet puede darse algún tipo de comportamiento compulsivo, como en cualquier otro aspecto de la vida, sin embargo, no tiene nada que ver con una adicción. Todos los autores que se mencionaron en este apartado piensan que no se debe utilizar el término “adicción a internet” ya que en el caso que las personas pudieran ser adictas lo serían a uno o varios contenidos del mismo (juegos online, apuestas, redes sociales, etc.) y no a todo internet.

Postura Intermedia

Dentro de la postura intermedia se encuentran autores detractores de la adicción a internet que procuran explicar los síntomas parecidos a este fenómeno que aparecen por el uso de internet, así tenemos a: Creasey & Myers (1986) postulan que cuando se es un nuevo usuario o se descubre un nuevo recurso de internet se produce una fase de encanto, lo que va a originar tiempos elevados de consumo y cierta “obsesión”, después aparece una caída del uso que corresponde a una percepción más objetiva de lo que es internet, apareciendo una fase de desencanto. Finalmente aparece la fase de estabilidad donde el uso a internet en sí mismo halla su espacio natural en las actividades del sujeto.

Por lo antes expuesto, hacen un llamado a la prudencia pues consideran que las observaciones realizadas sobre sujetos recién llegados a la red pueden encontrarse en la primera fase o “fase de encanto”.

Del mismo modo diversas Investigaciones que sostienen la existencia de la “adicción a internet”, asumen que:

Criterios diagnósticos. El psiquiatra, Iván Goldberg quien residía en Nueva York por los años 1996 después de leer el DSM IV en inglés, y a forma de parodia se inventó una nueva enfermedad a la que llamo “Internet Addiction Disorder” (IAD) la cual describió y colgó en internet; no contaba con recibir días después decenas de mensajes de personas que se identificaban con esta “nueva enfermedad”.

Este psiquiatra fue el primero en establecer un conjunto de criterios para el diagnóstico del desorden de adicción a Internet (IAD) al que prefiere llamar uso patológico de ordenadores, basado en los criterios diagnósticos del abuso de sustancias: Un patrón desadaptativo de uso de internet, que conlleva a un deterioro o malestar clínicamente significativo, expresado por tres o más de los siguientes postulados en algún momento de un periodo continuado de doce meses:

Tolerancia, definida por cualquiera de los siguientes:

- Una necesidad de incrementar notablemente la cantidad de tiempo en Internet para lograr satisfacción.
- Notable disminución de los efectos con el uso continuado de la misma cantidad de tiempo en Internet.

Abstinencia, manifestado por cualquiera de las siguientes características:

El característico síndrome de abstinencia.

- Cesación o reducción de un uso de Internet que ha sido grande y prolongado.

- Dos o más de los siguientes, desarrollados algunos días durante un mes antes:
 - Agitación psicomotora
 - Ansiedad.
 - Pensamientos obsesivos acerca de lo que estará sucediendo en Internet.
 - Fantasías o sueños a cerca de Internet.
 - Movimientos de tecteos voluntarios o involuntarios.

- Los síntomas causan malestar o deterioro en el área social, laboral u otra área importante de funcionamiento.
 - El uso de Internet o un servicio similar está dirigido a aliviar o evitar los síntomas de la abstinencia.

- Se accede a Internet con más frecuencia o por periodos más largos de lo que inicialmente se pretendía.

- Deseo persistente o esfuerzos infructuosos de controlar o interrumpir el uso de Internet

- Se emplea mucho tiempo en actividades relacionadas al uso de Internet (Ej. Comprando libros sobre Internet, probando nuevos navegadores, indagando proveedores de Internet, organizando fichero o descargando materiales)

- Actividades sociales, ocupacionales o recreativas se dejan o reducen a causa del uso de Internet.

- Se continúa usando Internet un pesar de saber que se tiene un persistente o recurrente problema físico, social, ocupacional o psicológico que parece ser causado o exacerbado por el uso de Internet (privación de sueño, dificultades maritales, llegar tarde a las citas por

las mañanas, abandono de los deberes profesionales, o sentimientos de abandono de personas significativas).

Por su parte Young utilizo una serie de criterios diagnósticos parecidos al de Goldberg en sus primeros estudios (Young, 1996) asentando sus bases en el abuso de sustancias del DSM – IV. Sin embargo, posteriormente (Young, 1996) propuso una serie de criterios adaptados de los criterios del juego patológico, estos criterios a su entender eran más similares a la naturaleza patológica del uso de internet. Ella postulo los siguientes criterios diagnósticos de adicción a internet (Young, 1996). Se considera adicto si responde afirmativamente a cinco o más de los siguientes ítems:

1. ¿Te sientes preocupado por internet (¿piensa acerca de anteriores o futuras actividades en línea?)
2. ¿Siente la necesidad de incrementar la cantidad de tiempo usando internet para alcanzar satisfacción?
3. ¿Ha realizado esfuerzos repetidos sin éxito para controlar, disminuir o detener el uso de internet?
4. ¿Se ha sentido inquieto, malhumorado, deprimido o irritable en sus intentos de parar o detener el uso de internet?
5. ¿Se queda más tiempo del que pretendía en internet?
6. ¿Ha perdido o estado en riesgo de perder alguna relación importante, trabajo o una oportunidad educativa debido al internet?
7. ¿Ha mentido a miembros de su familia, al terapeuta o a otros para ocultar el grado de implicación con internet?
8. ¿Usa internet como camino para escapar de problemas o para aliviar un disgusto (sentimientos de impotencia, ansiedad, depresión o culpa)?

Es preciso señalar que (Young, 1999) considera que es necesario un mayor estudio de la validez y utilidad clínica de esta escala, por

supuesto, sin negar la eficiencia de la misma. En su estudio (Young, 1996) clasificó la adicción a internet en cinco subtipos

1. Adicción cibersexual: uso compulsivo de los sitios web para adultos para cibersexo y ciberpornografía.
2. Adicción a las ciber-relaciones, esto es, compromiso exagerado en las relaciones en línea.
3. Compulsiones de la red, que refiere a la obsesión a los juegos de azar, centros de día o de comercio.
4. Buscadores de información (vagabundos electrónicos), para la navegación compulsiva por Internet o las búsquedas de bases de datos.
5. La adicción a la computadora: obsesivo juego de ordenador.

En concordancia a la clasificación que le da Young a la adicción a internet, Block (2008), postula que el diagnóstico está comprendido en el espectro de desórdenes compulsivos. Contiene al menos tres subdivisiones: Juego excesivo, compulsión por búsquedas relacionadas con preocupaciones sexuales y, mensajería de texto y correspondencia electrónica. Todas estas comparten los siguientes componentes: Uso excesivo, que se asocia con una pérdida del sentido del tiempo y el descuido de las tareas diarias, Abstinencia, que incluye sentimientos de ira, tensión, depresión cuando no hay computadora o internet. Tolerancia, que incluye la necesidad de mejorar el equipo computacional, software y más horas de uso. Repercusiones negativas, que incluyen discusiones, mentir, rendimientos pobres, aislamiento social y fatiga.

Echeburúa (1999) propone un test de adicción a internet compuesto por nueve ítems de respuesta SI/NO. Puntuaciones de cuatro a seis indican un riesgo de dependencia y de siete a nueve un problema ya instaurado.

1. ¿Te sientes preocupado con Internet (pensamientos acerca de la última conexión o anticipas la próxima sesión)?
2. ¿Sientes la necesidad de incrementar la cantidad de tiempo de uso de Internet para lograr la satisfacción?
3. ¿Ha hecho repetidamente esfuerzos infructuosos para controlar, reducir o detener el uso de Internet?
4. ¿Se ha sentido inquieto, malhumorado, deprimido o irritable cuando ha intentado reducir o detener el uso de Internet?
5. ¿Se queda más tiempo conectado de lo que inicialmente había pensado?
6. ¿Ha perdido o puesto en peligro alguna relación significativa, trabajo, oportunidad educativa o profesional debido al uso de Internet?
7. ¿Ha mentido a los miembros de su familia, terapeuta u otros para ocultar su grado de implicación con Internet?
8. ¿Usa Internet como un medio de evadirse de los problemas o de aliviar un estado de ánimo disfórico (estado de ánimo triste, ansioso e irritable)?

2.2.1.14 Efectos negativos de la adicción a internet

Cuando hablamos de una adicción psicológica y una química es imposible no percibir que la segunda puede originar la pérdida de la vida (sobredosis) sin embargo, debemos señalar que a nivel fisiológicos se producen cambios, por ejemplo: La privación de sueño se produce por la inhabilidad del adicto a cortar la conexión, permaneciendo despierto hasta altas horas de la madrugada, lo cual podría dar lugar a fatiga, debilitación del sistema inmunitario y un deterioro de la salud (Young, 1999).

Por otro lado, los daños a nivel psicológico tienen consistencia con los cambios de humor, estados de ansiedad por la lentitud de las conexiones, es decir un estado de conciencia alterado (total focalización atencional), irritabilidad en caso de interrupción, incapacidad para salirse de la pantalla, etc. (Echeburúa, 1999).

En el plano intrapersonal los efectos se hacen notar son importantes pues se dejan sentir tanto en el ámbito familiar como académico y profesional (Young, 1999). El adicto se aísla del entorno y no presta atención a otros aspectos de las obligaciones sociales (Echeburúa, 1999).

Young, (1996) señala que el uso patológico de internet puede desencadenar consecuencias negativas y significativas a nivel académico, social y profesional como sucede con otras adicciones reconocidas y documentadas como son el juego patológico, la ingesta compulsiva de comida y el alcoholismo. Por este motivo señala Young (1996) que debemos prestar atención a los signos de alerta que detallo a continuación:

- a) Comprobación compulsiva del correo electrónico, b) Tendencia reiterada a anticipar la próxima conexión a la red c) Quejas de terceros respecto a que se invierte mucho tiempo conectado y d) Quejas de terceros respecto a que se gasta demasiado dinero en conexiones a Internet.

No se puede negar el poder y la influencia que tiene internet en la actualidad, solo hace falta entrar a un establecimiento público y ver a decenas de personas conectadas a internet a través de sus celulares, tabletas u otros dispositivos, si bien es cierto esta nueva tecnología es beneficiosa para la mayoría es innegable que se ha hecho imprescindible para muchos y que su uso desmedido y la relación de dependencia que construyamos con él nos podría llevar a ser adictos a internet, lo que se traduce en un riesgo a nivel fisiológico y psicológico. Por este motivo, independientemente de que ahora no exista una definición unánime no debemos menospreciar y debemos seguir estudiándolo para poder encontrar soluciones y buscar construir estrategias de prevención.

2.2.1.15 La adolescencia

El significado de adolescencia viene del latín *Adolescere*: Desarrollarse, *Olescer*, que significa crecer, entonces vendría a ser, el desarrollo de la

persona, ya sea hombre o mujer. Definición según la OMS: *“La adolescencia es el periodo de la vida en el cual el individuo adquiere la capacidad de reproducirse, transita de los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida su independencia económica”* una de cada cinco personas en el ámbito mundial entre 10 y 19 años es adolescente y 85% habita en países en vías de desarrollo.

La adolescencia como ciclo progresivo del ser humano, engloba por lo general una fase comprendida de los 11 a 20 años, en el cual él individuo logra la madurez biológica y sexual; y busca alcanzar la madurez emocional y social, (Papalia et. al., 2001); proceso de adaptación más complejo que el simple nivel biológico, e incluye niveles de tipo cognitivo, conductual, social y cultural (Schock, 1946).

Factores que dificultan la definición de adolescencia: uno, se sabe que la madurez física, emocional y cognitiva, entre otros factores, depende de la manera en que cada individuo experimenta este periodo de la vida. Dos, las grandes variaciones en las leyes de los países sobre la edad mínima para realizar actividades consideradas propias de los adultos, como votar, casarse, vincularse al ejército, ejercer el derecho al a propiedad y consumir bebidas alcohólicas. La tercera dificultad que plantea la definición del a adolescencia es que, al margen de lo que digan las leyes acerca del punto que separa la infancia y la adolescencia de la edad adulta, innumerables adolescentes y niños pequeños de todo el mundo trabajan, están casados, atienden a familiares enfermos, o participan en conflictos armados, todas estas actividades que corresponden a adultos.

Estadísticamente si bien es cierto que determinados grupos gozan de buena salud, alrededor de 16 millones de mujeres, en el rango de 15 a 19 años, dan a luz, esto representa un aproximado de 11% de todos los nacidos en el mundo, por otro lado se predice que un 45% de los jóvenes entre 15 a 24 años, presentan infecciones por VIH, sobre los adultos y al menos de 20% de los jóvenes padecen alguna enfermedad mental,

comportamientos suicidas, trastornos alimentarios, trastorno del estado de ánimo, depresión entre otros (OMS, 2011) tras estas aproximaciones mundiales se torna relevante el trabajo multidisciplinario con y por los adolescentes, ya que es una etapa donde el adolescente siente vive una revolución biopsicosocial, con la globalización, el consumismo, las nuevas tecnologías, la estructura de la familia se remodela y en la mayoría de los casos se viene abajo, la capacidad de los sistemas de apoyo de la comunidad disminuye, esto obliga al adolescente hacer elecciones difíciles sin apoyo y se someten a presiones sociales de grupo.

A pesar de que no existe una definición de adolescencia aceptada internacionalmente, las Naciones Unidas estable que los adolescentes son personas con edades comprendidas entre 10 y los 19 años. desde el punto de vista Psicológico, se le considera como una etapa de la vida humana que comienza con la pubertad y se prolonga durante el tiempo que demanda a cada adolescente la realización de ciertas tareas que le permitan alcanzar la autonomía y hacerse responsable de su propia vida.

Así mismo cabe señalar lo que declara la convención sobre los Derechos del Niño (CDN), la cual define como niño a “todo ser humano menor de 18 años”. La adolescencia es el periodo en el que una persona se prepara para ser un adulto productivo, con familia y con deberes ciudadanos. Los adolescentes no conforman un grupo homogéneo, pero los une la edad (entre 12 a 18 años) y una actitud contestaría que persigue el valor de los social en la relación consigo mismo, con los amigos, con los pares, los afectos, el placer, el juego, la música, el teatro, los deportes y la cultura en su sentido más amplio.

▪ **Fases Madurativas**

Es conveniente tener en cuenta que ninguna descripción será lo bastante buena como para explicar apropiadamente a cada

adolescente, no son un grupo homogéneo poseen una gran variabilidad en su maduración. Asimismo, los peculiares aspectos intelectuales, biológicos, emocionales y sociales pueden no acarrear el mismo orden o proporción y pueden ocurrir retrocesos, en ocasiones de tensión.

Pese a que el desarrollo y maduración sea un constante, la adolescencia se puede segregar en tres periodos: temprana (11-13 años), media (14-17 años), tardía (17-21 años) mientras las cuales el ser humano obtiene la maduración física, pensamiento abstracto y construye su propia personalidad. En este periodo de tiempo, los adolescentes deben lograr emanciparse de los padres, conformación al grupo de pares, aprobación de su aspecto físico y la instauración de la propia identidad, moral, vocacional y sexual. Tanner (1987).

- **Adolescencia temprana (11-13 años)**

La particularidad de esta fase es el acelerado desarrollo somático, con el advenimiento de los caracteres sexuales secundarios, estos cambios hacen que se pierda la imagen corporal previa. Suscitando preocupación y expectación por los cambios en el aspecto corporal, en el grupo de amigos del mismo sexo, los cuales ayudan a sobrellevar la oscilación dada por estos cambios, en él se equipará la propia naturalidad con los demás y la aprobación por sus pares de la misma edad y sexo.

El acercamiento con el sexo contrario se comienza de modo indagatoria o exploratoria, a su vez se inicia los primeros intentos de independencia y de solicitar su propia intimidad, pero sin generar considerables disputas parentales. La amplitud de su raciocinio es completamente determinada, no distingue las consecuencias futuras de su proceder y decisiones presentes. Suponen ser el centro de una gran audiencia imaginaria que asiduamente les contempla, la gran parte de sus acciones estarán moduladas por este sentimiento y con una lógica al ridículo. Su posición es existencialista, narcisista y son enormemente egocentristas.

- **Adolescencia media (14 – 17 años)**

En esta etapa el desarrollo y la maduración sexual prácticamente han llegado a su madurez plena, alcanzando rededor del 95% de la talla adulta y siendo los cambios mucho más pausados, lo que posibilita recobrar la imagen corporal. La inteligencia cognitiva va siendo capaz de emplear el razonamiento abstracto, aunque este vuelve a ser íntegramente concreto durante etapas variantes y sobre todo con la angustia.

Este nuevo potencial les faculta regocijarse con sus destrezas cognitivas iniciando cautivarse con temas idealistas y disfrutando de la controversia de percepciones por el mero entretenimiento de la discusión. Son capaces de percibir las implicaciones futuras de sus actos y decisiones, aunque su práctica sea inestable. Poseen una percepción de superioridad u omnipotencia e inmunidad con la idea mágica de que a ellos nunca les sucederá ningún contratiempo, esta noción simplifica las conductas de riesgo que acarrearán a la morbimortalidad (drogas, tabaco, alcohol, embarazo precoz, etc.) de esta etapa de la vida y que puede fijar parte de las anomalías siguientes en la etapa adulta.

La disputa por la autonomía y el alcanzar el dominio de su vida está en completa ebullición y el grupo alcanza una gran significancia, sirve para ratificar su autoimagen y concretar la norma de comportamiento para conseguir la independización, es el grupo el que decreta la manera de vestir, de conversar y de proceder, siendo las opiniones de los compañeros mucho más interesante que las que puedan transmitir los padres, este último siempre serán necesarios, sirven de advertencia y dan consistencia, los padres continúan, el grupo migra o desaparece.

La relevancia de integrar a un grupo es valiosísima, determinados adolescentes antes que mantenerse solitarios, se incorporan en grupos marginales, que pueden fomentar prácticas de riesgo y complicar la

maduración natural de la persona. El vínculo con el otro sexo es más plural, pero básicamente por la pretensión narcisista de confrontar la propia suficiencia de embelesar al otro, el enamoramiento resplandece.

- **Adolescencia tardía (17 – 21 años)**

El desarrollo ha terminado y ya son físicamente maduros, el razonamiento abstracto está completamente definido, aunque no obligatoriamente todo el mundo lo consigue, están encaminados al futuro y son susceptibles de distinguir y proceder según las implicaciones futuras de sus acciones. Es una etapa definida que puede estar descompuesto por la dificultad de los 21, cuando hipotéticamente emprenden a confrontar a las demandas reales del mundo adulto. Aunque esto parece estar aplazándose cada vez más y se podría hablar de la crisis de los 30-35, ya que frecuentemente alargan la independización por diferentes motivos, por estudios, dinero etc.

El vínculo familiar es de adulto a adulto y el grupo se pierde significancia para obtener las relaciones individuales de compañerismo o amistad, los vínculos son duraderos, capaces de correspondencia, cariño y se emprende a planificar una vida en común, familiar, nupcias y planes a posterioridad. Tanner (1987).

- **El cerebro del adolescente**

En el periodo de tiempo de la pubertad y la adultez temprana tienen lugar cambios espectaculares en las estructuras del cerebro involucradas en las emociones, el juicio, la organización de la conducta y el autocontrol. La inmadurez del cerebro ha suscitado preguntas como si es razonable hacer a los adolescentes legalmente responsables de sus actos (Steinberg y Scott, 2003).

La toma de riesgos al parecer resultar de la interacción de dos redes neuronales: 1) una red socioemocional y 2) una red de control. La primera

incrementa su actividad en la pubertad y la segunda madura de manera más gradual. Esos hallazgos pueden ayudar a explicar la tendencia de los adolescentes a mostrar poco control emocional y conductas riesgosas que ciertamente suelen ocurrir en grupos (Steinberg, 2007).

El subdesarrollo de los sistemas corticales frontales asociados con la motivación, impulsividad y la adicción.

Por lo antes expuesto no es difícil señalar que los adolescentes se encuentran en alto riesgo de utilizar el internet de una manera desmedida (Mossbarger, 2008) Las creencias y percepciones de los adolescentes acerca de ellos mismos se refleja las características de su conducta cuando usan internet, en muchos estudios ha sido revelado que los adolescentes tienden a ser diferente de quien en realidad ellos son cuando se expresan acerca de ellos mismos en sitios de citas, redes sociales y sitios de juego. Madell & Muncer (2006).

▪ **Problemas de sueño**

¿Cuántas horas duermen los adolescentes? Estudios demuestran que el adolescente promedio que dormía más de 10 horas a los 9 años, a los 16 duerme menos de 8 horas (Eaton et al., 2007). ¿Cuántas horas deberían dormir? estudios de varios autores concluyen en que los adolescentes necesitan tanto sueño o más que cuando eran más jóvenes. Sin embargo, la privación de sueño entre los adolescentes se ha convertido en una epidemia (Hansen et al., 2005).

Es importante señalar que la privación del sueño puede minar la motivación y ocasionar irritabilidad, además de afectar la concentración y el desempeño escolar, pero ¿Por qué motivo los adolescentes se quedan despiertos hasta tan tarde? Alguno de los motivos puede ser el hacer tareas hasta tarde pero frecuentemente más común es que se queden

despiertos enviando mensaje de texto o hablando con sus pares vía internet. La privación de sueño se produce por la inhabilidad del adicto a cortar la conexión (internet), permaneciendo despierto hasta altas horas de la madrugada, lo cual podría dar lugar a fatiga, debilitación del sistema inmunitario y un deterioro de la salud (Young, 1999).

▪ **Consumo y abuso de drogas**

Aunque la mayoría de adolescentes no tiene problemas relacionados al consumo de drogas, una importante mayoría si lo hace. El abuso de drogas implica el consumo dañino de alcohol o de otras sustancias que pueden dar lugar a la dependencia de las drogas o adicción, la cual puede ser fisiológica, psicológica o ambas con una tendencia a que continúe en la adultez. (Desarrollo humano, 2010).

En la adolescencia existe una mayor predisposición a desarrollar una adicción a internet debido a los cambios, la confusión y la consolidación de la identidad personal y sentimientos de frustración experimentados hacen que el ingerir alcohol u otras sustancias atenúen la ansiedad, inseguridad o profundos vacíos internos, así como la necesidad de establecer las primeras relaciones amorosas e íntimas, siendo precisamente el internet quien proporciona esas bondades (Echeburúa et al. 2009; Morales, 2013).

Por la naturaleza comparativa de la investigación en curso, entre adolescente de Japón y Perú, se torna relevante conceptualizar puntos básicos de ambas muestras.

2.2.1.16 Adolescentes en Japón

En un mundo rápidamente cambiante y cada vez más interconectado, la influencia que tiene el internet en los adolescentes es un tema de mucha importancia, por lo tanto, para fines de esta investigación es importante que conozcamos cómo se comporta la muestra japonesa.

Las normas, reglas y valores tradicionales aún son poderosos con respecto a las conductas dentro de las familias, las empresas y la vida social (Arnett, 2006). Muchos cambios sociales, como la disminución del tamaño de la familia, el aumento del número de divorcios y de hogares monoparentales, en las últimas dos décadas influyeron en la vida familiar de los adolescentes japoneses. En japonés, el término "adolescencia" se traduce como *seinenki* y se refiere a adolescentes de entre 14 y 25 años.

En Japón, los niños comienzan la escuela primaria a los 6 años cumplidos antes del mes de marzo. Son seis años de educación primaria y luego tienen la media secundaria que son tres años más. En todos estos años de estudios ningún alumno repite de año, todos pasan así mismo no tengan buenas calificaciones o buen comportamiento, lo único que les podría impedir culminar sus estudios sería que tengan tres meses de ausencia en un año de estudios. Sin embargo, a partir de la secundaria superior, que son tres años de estudios, si deben tener una calificación mínima para pasar de año. Esta calificación va depender de cada institución. El último año de estudio de la media secundaria, los alumnos se preparan para dar un examen de ingreso para la secundaria superior, este colegio a donde aplican dependerá de los puntajes que pudieron conseguir en los años de estudio en la secundaria media.

En el último estudio estadístico (Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología, 2015) habían aproximadamente 6'784.329 adolescentes entre 12 y 18 años que asistieron a escuelas media secundarias y media superior en Japón. En el 2015 de los estudiantes que comenzaron ambas escuelas secundarias el 50,77% fueron hombres y 49.23% mujeres.

Los adolescentes japoneses usan uniformes y siguen las normas de la escuela, usan teléfonos móviles y se comunican con amigos en línea. Parecen estar satisfechos con sus relaciones con amigos familiares y

maestros, pero insatisfechos con la sociedad japonesa actual, su propia personalidad y su grado escolar (Kurosawa y Makino, 2005). Su tiempo libre está organizado en gran medida en torno a las demandas de trabajo escolar, juku (clases privadas después de la escuela conocidas como "cram school" o "academias" en español) y bukatsu (actividades y clubes extracurriculares apoyados por la escuela y que son obligatorios durante la secundaria). Cuando se les pregunta qué les gustaría hacer en su tiempo libre, muchos de ellos respondieron "tomar una siesta, descansar o relajarse" (Nishino & Larson 2003).

En los últimos años se han observado problemas de salud mental como la delincuencia, la intimidación, el rechazo escolar y la depresión entre los adolescentes japoneses (Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología, 2015), como se refleja en las vidas complejas y ocupadas de los niños y adolescentes. La sociedad japonesa se ha vuelto cada vez más consciente de la importancia de la atención de la salud mental. Sin embargo, fue solo hace unos años que los psicólogos escolares fueron ubicados en escuelas en Japón. Triandis (1994) llamó a Japón una "cultura apretada", lo que significa que los japoneses tienen comportamientos tradicionales o prescripciones que deberían usar cuando se enfrentan a dificultades emocionales. Por lo tanto, ir al psicólogo no es tan común como lo es en Occidente, ya que los japoneses siguen sus prescripciones culturales tradicionales. Sin embargo, ahora estamos al tanto de la asistencia que los psicólogos pueden ofrecer que las recetas tradicionales no pueden curar.

- Adolescente japonés y sus familias

La socialización de la familia japonesa se produce a través de un proceso no directivo en lugar de un control parental manifiesto (Azuma, 1994). Se enfatizan las relaciones armoniosas y la confianza mutua entre los individuos (Doi, 2005; Yamada, 2004), y los niños japoneses presumen que sus padres comparten sus necesidades e intereses (Azuma, 1994). Aunque

las madres japonesas emplean modos de comunicación indirectos y no coercitivos, también alientan a los niños a asumir la responsabilidad y el control sobre su propia pertenencia y a tomar decisiones por sí mismos (Yamada, 2004).

De acuerdo con esto, Yamada (2009) informó que los niños japoneses y los primeros adolescentes empleaban justificaciones personales para cuestiones convencionales y prudenciales mucho más que los jóvenes europeos americanos. También descubrió que, en el caso de conflictos por cuestiones personales, como la ropa o las elecciones musicales, los niños razonaban que los padres debían acceder a la petición de sus hijos. Por lo tanto, el énfasis en mantener la confianza y la armonía dentro de la familia japonesa moderna no parece contradecir la conciencia de los padres y el respeto por los reclamos de los niños a una zona de discreción personal y privacidad (Nucci, 2013).

Además, otra investigación muestra que los adolescentes japoneses principalmente informan que manejan desacuerdos con sus padres a través de la autoafirmación y que una mayor valoración de la intimidad y la deferencia se asoció con una menor autoafirmación (Sugimura, Yamazaki, Phinney y Takeo, 2009). En general, estos hallazgos confirman que los adolescentes japoneses no cumplen pasivamente con la autoridad de los adultos. Pero plantean preguntas interesantes sobre cómo los adolescentes japoneses equilibran las creencias con respecto a las obligaciones de compartir información sobre sus actividades con los padres (y su revelación real) con sus necesidades de desarrollo de la autonomía.

Los esfuerzos percibidos por los padres para controlar las áreas personales de actividad de los adolescentes japoneses se han asociado con la internalización de síntomas como la depresión (Hasebe, Nucci y Nucci, 2004). La divulgación, sin embargo, está dentro del control y la discreción de los adolescentes, y la decisión de divulgar información personal, como la identidad de los amigos, puede verse como un aumento

de la intimidad en la relación entre padres y adolescentes y no como una intrusión de los padres.

Por ejemplo, Hasebe et al. (2004) informaron que las adolescentes japonesas comparten con sus madres la visión que tienen acerca de sus enamorados. En relaciones familiares sanas y de confianza, compartir actividades de dominio personal puede verse como una contribución a la intimidad (Sugimura et al., 2009). Al mismo tiempo, sin embargo, la investigación también sugiere que los adolescentes japoneses minimizan los posibles conflictos interpersonales al evitar temas controvertidos u objetables (Markus y Lin, 1999)

Por lo tanto, los adolescentes que se involucran en actividades con riesgos prudentiales pueden ocultar estos comportamientos de los padres.

2.2.1.17 Adolescencia en Perú

Los adolescentes peruanos tienen una serie de características especiales, datos principales sobre la situación, según la Comisión Nacional de la Juventud (CO-NAJU) la población juvenil se concentra principalmente en las regiones de la costa: LIMA (30,8%), Piura (6,2%) la Libertad (5,8%). El departamento de la región sierra y selva reúnen el (36,5%) de la población adolescente. Según el INEI. En cuanto a la población adolescente hay algo más de 3, 600,000 peruanos entre 12 y 18 años de edad, lo que representa casi el 13% de habitantes. De los cuales el 50.63% son hombres y el 49.3% mujeres. El 73.5% de los adolescentes peruanos residen en áreas urbanas y el 26.5% en áreas rurales.

En cuanto a la composición racial, el Perú es un país multirracial: el 45% de la población son descendientes de indígenas y el 60% utiliza el lenguaje originario, la importancia de este dato, ya que el 62% de la toda población quechua hablante viven en pobreza, el Perú presenta un alto nivel de inequidad en la distribución de la riqueza: el 54,1% de la población (14,7 millones) es considerada pobre. La pobreza afecta a mayor número

de niños y adolescentes residentes del área rural el 74% de los adolescentes son pobres mientras que en el área urbana el porcentaje de pobreza es de 39.8%. La exclusión y la inequidad están a la orden del día para estos adolescentes.

En cuanto a la educación, solo la mitad de los estudiantes que terminan la educación básica (primaria) tienen acceso a la educación secundaria, en la zona rural el 50% llega a acceder, en las zonas urbanas el 80%, a esto se suma la deserción. En cuanto a la parte laboral el 33% de los adolescentes, entre 12 y 18 años, realizan actividades económicas y la mitad de ellos combinan el trabajo con los estudios. En cuanto a los maltratos y explotación, las encuestas revelan que un 50% de ellos/as son maltratados dentro del entorno familiar, se estima que 8 de cada 10 casos de abuso sexual tienen como victimario a un miembro del entorno familiar y que, 6 de cada 10 embarazos en niñas de 11-14 años, son producto de incesto o violación. La maternidad adolescente es cuatro veces mayor en adolescentes sin educación (37%) que con educación secundaria. El porcentaje es mayor en las provincias a comparación con la capital. Ser pobre haber nacido en ella, determina un modo de vida que, en la mayoría de los casos, perpetúa las diferencias acentuando los conflictos sociales.

En cuanto a la sexualidad y enfermedades de transmisión sexual y el VIH-SIDA, de los 17,054 casos reportados, 826 corresponden a niños y adolescentes, de todo este porcentaje la mayoría son adolescentes entre 15 y 19 años, más varones que mujeres. En la actualidad el 72% de nuevos casos se dan entre jóvenes, *“la actividad sexual en la adolescencia ocasiona diferentes efectos negativos sobre la salud”* (Kim, 2008; Louie et al., 2009) *“está asociada a un incremento en el número de parejas sexuales, lo que se relaciona con un mayor riesgo de adquirir una infección de transmisión sexual (ITS)”* (Vaccarella et al., 2006; Di Clemente et al., 2005; Pettifor et al., 2005). Así mismo el estilo de vida, el 75% de los adolescentes llevan una forma de vida mal sana, entre las conductas desfavorables están: inicio precoz de la vida sexual, consumo de

sustancias tóxicas y falta de participación en actividades que beneficiarían su desarrollo personal en integración social (Osorio & Rivera 2010). Cabe indicar que el 76,8% presenta deficiente autodominio, lo cual dificultaría su maduración (De Irala et al; 2010).

En cuanto a la salud física, la obesidad y sobre peso son los problemas que aquejan a los jóvenes, de acuerdo a la OPS/OMS, las dietas alimenticias de los países en desarrollo como en el Perú no suelen ser altas en grasa, en comparación con los países desarrollados, se dan el consumo de cereales, las dietas al ser relativamente bajas en consumo de carnes carecerían de otros nutrientes esenciales. Fundamentalmente el sobrepeso en adolescentes está vinculado a la falta de actividad física, ya que el ocio estilo de vida de la mayoría de los adolescentes en Perú, más que nada en zonas urbanas es sedentaria, su interacción se da a través de las nuevas tecnologías del internet el cual no requiere ningún esfuerzo físico. El sobrepeso afecta aproximadamente a uno de cada 10 hombres y mujeres en el Perú, suele ser más frecuente en las zonas urbanas (16,0%) y en zonas rurales (7,0%). Es importante promover actividades físicas y una alimentación balanceada.

- Problemas frecuentes en los adolescentes peruanos

Se identifican varios problemas, a nivel psicológico, físico. A nivel psicológico está el sentido de pertenencia, conflictos con la identidad por el lado físico problemas como la bulimia, el exceso de peso, problemas para socializar, todos estos problemas se presentan en la adolescencia pero tienen origen en la niñez y el abandono de los padres ya sea por separación o ambos padres trabajan, entonces se dan espacios de soledad que crean vacíos existenciales, problemas de identificación con uno de los miembros de la familia, está el sentido de pertenencia si bien la familia los padres están presentes físicamente, su presencia pasa desapercibida ya que cada uno está haciendo lo suyo en sus tiempos libres la mayoría lo dedica a los medios virtuales de la nueva tecnología, el padre con el

celular, la madre en el ordenador y el hijo con los video-juegos, no se da momentos para compartir.

Los mayores problemas que enfrenta el Perú en cuanto a su población adolescente son: el embarazo precoz, el desempleo, deserción educativa, la delincuencia juvenil, el alcoholismo. A falta de un hogar constituido los adolescentes han alterado el significado de lo que son los valores, los diversos medios de comunicación como los de difusión (prensa escrita, radio, televisión e Internet) venen personajes relativamente exitosos, por ende los adolescentes se identifican con héroes villanos ya sea mediante las películas o vidas reales, por ejemplo con delincuentes adolescentes como el Gringasho, que representa la viveza, obtención de bienes materiales mediante el asesinato y hurto. El problema radica en que los adolescentes generalmente no distinguir entre lo que es útil y lo que es dañino. Tras este panorama gris de los adolescentes, identificarse con personajes negativos indica la baja autoestima y los vacíos existenciales de los mismos.

- Adolescentes peruanos y la familia

La familia es importante para los adolescentes, pero la falta de comunicación o mala comunicación intrafamiliar aqueja a la mayoría de los hogares, en los adolescentes surgen temas difíciles de tratar o no se conversan, en el Perú el 28,1% de los adolescentes viven en hogares monoparentales y el 12% carece de núcleo familiar a raíz que un miembro ya sea el padre o madre migra al extranjero o hay divorcio entre otros motivos. En cuanto a las características de las familias en Perú las encuestas revelan lo siguiente: el 56,6% de los estudiantes viven con sus padres, el 6,1% vive sólo con su padre y el 19,7% sólo con la madre. El 17,6% no vive con ningún de los dos. El 56,7% de los casos que no viven con ambos padres, es porque están separados o divorciados. El 17% de los casos, algunos de ellos han fallecido. La media de hermanos en las familias es de 2 a 9. (Corcuera, P., De Irala, J. Osorio, A. y Rivera, R. 2010).

En cuanto a las costumbres, el 57,6% de los adolescentes suelen cenar con sus padres y el 59% ayuda normalmente con los quehaceres domésticos. Con respecto a la supervisión parental, el 66,1% de los estudiantes opinan que sus padres siguen con atención sus progresos en el colegio. Del 56,9% de los varones y el 67,8% de las mujeres adolescentes, sus padres saben a lo que se dedican en su tiempo libre. También los padres o apoderados son los que fijan el horario de retorno a casa los fines de semana. Hay un porcentaje menor en la supervisión en cuanto al uso a las nuevas tecnologías (NNTT).

En cuanto al uso excesivo y sin supervisión de las redes sociales en los adolescentes puede acarrear en múltiples problemas de diferentes índoles, la red peruana de lucha contra la pornografía infantil realizó un estudio a más de cinco mil estudiantes, revelando que solo el 11% de los adolescentes ha conversado con sus padres sobre los peligros que puede enfrentar en internet. En el mismo estudio se comprobó que el 71% de los estudiantes habían consumido fotos/videos pornográficos, el 39% intercambiada información con extraños, y el 56% había experimentado algún tipo de acoso en la red. En el Perú, el 62% (frente al 41% global) usan frecuentemente cabinas de internet (ciber/café) y el 41 de las mujeres juegan online, los jóvenes peruanos prefieren significativamente el celular (47%) frente a la red (49%); por otro lado, los videos juegos han adquirido mucha relevancia y constituyen una experiencia compartida, es el país donde hay mayor proporción de jóvenes que juegan con amigos. (Corcuera, P. De Irala, J. Osorio, A. y Rivera, R. 2010).

En cuanto al uso excesivo de las redes sociales entre los jóvenes y la posible adicción que puede darse a través de ella, entre los adolescentes peruanos se ha reportado varios casos y existen estudios donde se evidencian el incremento del problema, se debe a muchos factores, principalmente a los cambios físicos, psicológicos, vacíos existenciales y busca de popularidad que surge en los adolescentes. El individuo percibe

que las redes sociales son un medio importante para disminuir el estrés, la soledad o la depresión o compensar la baja autoestima y la falta de éxito social (Caplan & High, 2011; Griffiths, Kuss & Demetrovics, 2014). El excesivo uso de redes sociales presenta signos tales como descuido de otras actividades importantes, inquietud o angustia cuando no están conectados al internet, alteraciones físicas, ojos secos, dolor de cabeza, espalda etc.

2.2.2 La autoestima

La autoestima es la imagen que cada uno tiene de sí mismo, la misma imagen que proyectamos a los demás, es decir es el concepto que tenemos sobre nuestras debilidades, capacidades, fortalezas, nuestro talento, lo físicamente atractivo que podemos tener. La autoestima se puede tener alta o baja, dependiendo de la situación una persona con alta autoestima no tiene por qué tenerla en el trabajo, en sus relaciones personales o haciendo deporte, pero si puede tenerla en una de las áreas y una persona con baja autoestima se encuentra inferior en todas las situaciones, por ende tenerla baja o tenerla alta condiciona mucho, la persona que cree que tiene potencial que se cree capaz se involucra en objetivos más desafiantes, se presenta en un trabajo porque cree que tiene talento o recursos para conseguirlo, a diferencia que una persona con baja autoestima siempre se calificará con menos recursos y potencial que el resto. Entonces el verse de forma positiva o negativa condiciona mucho la relación que se tiene con la gente y con uno mismo.

La autoestima empieza a formarse a temprana edad, es ahí que radica la importancia el modo de comunicación que se tiene con el niño, las personas que tengan un rol de educadora, maestros, padres, hermanos y amigos tienen que tener un enorme cuidado en cómo corregir, criticar y reforzar al niño. Ya que en los niños la imagen que tienen de sí mismos es la imagen que los adultos proyectan en ellos, es de los mensajes positivos

o negativos que transmitan los adultos que los niños interiorizaran y formaran su autoestima ya sea baja o alta, Rodríguez. E. (1988).

La autoestima depende de múltiples factores internos y externos, en primer lugar, del talento, cuando se tiene un talento natural para hacer algo, da igual que seas alto, bajo, guapo o menos agraciado, sabes que para eso tienes una destreza tienes una autoestima relacionado con tu talento. Los éxitos y fracasos, cada éxito va fortaleciendo la autoestima y la gestión de fracaso entendida como aprendizaje no será motivo de malestar. La aprobación de los demás “educación recibida” de aquellas personas que nos dijeron lo bueno que somos nos elevan la autoestima. La manera de entender el entorno, enfrentar las dificultades con positivismo. El perfeccionismo es una conducta muy negativa para la autoestima, es una eterna lucha que termina frustrando y bajando la autoestima. Crítico interior aceptar debilidades y trabajar las potencialidades. La calidad de las relaciones, las relaciones personas el sentirse a gusto, sentirse integrado, tener sentimientos de pertenencia tener la aprobación de los demás también modifican nuestra conducta.

En cuanto a las redes sociales y la autoestima en este aspecto está cambiando el concepto de aprobación los jóvenes se están acostumbrando a que la forma que tienen que aprobarles es a través de los me gusta, esto lleva a manipular imágenes, colgar fotos provocativas, ponen frases que hay veces no tienen idea de lo que significa o frases de autores consagrados que ni siquiera citan con tal de recibir muchos me gusta por parte de sus contactos, es normal que los jóvenes tengan cambios conductuales, físicos y por ellos se atrevan a vestirse arreglarse etc. Pero tengamos en cuenta esa parte fundamental educación en valores, trabajar el sentido del humor, personas con temas de conversación, con sueños, proyectos de vida, jóvenes altruistas, generosos y que sean aprobados con esos valores interiores con los que vivirán toda su vida ya que la juventud tarde o temprano se pierde, si esa es la forma que los demás te consideren o aprueben querrás ser eternamente joven por ende estarás sometido a

toda la esclavitud de operaciones, cirugías que hacen que tenga valor como persona. . Rodríguez, E. (1988).

Superar la falta de autoestima a través criterios puntuales, primero tener de aliado a la autoestima para bajar angustias, estrés etc. Hablarse en términos positivos, trabajar en visión de uno mismo en lo que eres y lo que puedes a llegar ser, no compararse, se debe correr riesgos y aprender de los fracasos, la única aprobación que se necesita es la de uno mismo, nuestros pensamientos no son siempre ciertos no escuchar lo negativo, plantearse objetivos alcanzables ser flexible y volver a intentar, trabajar sobre la memoria de los éxitos, hacer atribuciones internas de lo que está logrando, aceptar lo que no se puede cambiar y esforzarse con lo que sí se puede.

2.2.2.1 Elementos de la autoestima

Dado que la autoestima es componente fundamental en la personalidad taxativo en los tratos humanos y en la comunicación, diversas investigaciones afirman que es una parte elemental para que el hombre alcance la plenitud y autorrealización en la salud psicológica, física, creatividad y productividad. Quererse, amarse y tener buena autoestima tiene procesos a seguir, se considera que la autoestima tiene niveles básicamente tres, la autoestima baja, media y alta, por las cuales fluctuamos diariamente. Existe una serie de escalones que se debe recorrer y resolver para poder lograr una autoestima alta.

Al igual que la pirámide de Maslow, donde jerarquiza las necesidades del ser humano desde lo más básico hasta la autorrealización. Distintos autores consideran que, para lograr una autoestima elevada, se debe conocer todos los elementos de la misma, que no actúan separado más bien se entrelazan para asistirse uno al otro. Estos elementos son nombrados por Rodríguez, (1988). Como, “escalera de autoestima”. Con los siguientes peldaños.

➤ Autoconocimiento.

También denominado como autorreconocimiento, esto implica conocernos nosotros mismo en profundidad, en muchas ocasiones es difícil, prácticamente uno nunca llega a conocer bien a otras personas, sin embargo conocerse a uno mismo igualmente puede ser difícil, ya hay veces uno hace cosas, dice, reacciona de formas que uno no entiende y la verdadera razón podría ser que una persona casi nunca se analiza, estudia la forma como actúa, entonces el autorreconocimiento implica saber o entender quiénes somos exactamente, cuáles son nuestros principios y valores en la vida que cosas queremos lograr que cosas estamos dispuestos aceptar que cosas no, cuáles son nuestras cualidades nuestros defectos, nuestras fortalezas y debilidades todo lo que componen y forman nuestro carácter como seres humanos. Rodríguez Estrada (1998) señala que: *“El autoconocimiento es conocer las partes que componen el yo, cuáles son sus manifestaciones, necesidades y habilidades, los papeles que el individuo y a través de los cuales es; conocer por qué y cómo se actúa y siente”*

➤ Autoconcepto

Es la imagen que uno forma de sí mismo, serie de creencias y valores acerca de sí mismo que se exterioriza en el comportamiento o conducta. Intervienen componentes interrelacionados entre sí, nivel emocional-afectivo, nivel cognitivo-intelectual y nivel conductual la variación de uno de estos componentes afecta a los otros. Ejemplo, si alguien piensa que no es inteligente simplemente se sentirá mal y tendrá actitudes negativas.

El autoconcepto es un sistema organizado en el que cada individuo categoriza la información que posee de sí mismo. Rosenberg (1973),

define al autoconcepto como un aspecto de la psicología del individuo que desempeña un papel importante para la formación de sus ideas, sentimientos y conducta, destacando los siguientes puntos:

- El sí mismo presentado, se refiere a como el individuo muestra su concepto de sí mismo a otros, que se relaciona con la imagen, con el conjunto de reglas que impone la sociedad “el debes y el no debes” como parte evaluativa del medio y sus integrantes.
- El sí mismo deseado se refiere al ideal, a lo que le agradaría al individuo para percibirse a sí mismo.
- El sí mismo existe donde el individuo ve su imagen propia actual y la clase de persona que es. Para este investigador la autoestima es una actitud positiva o negativa hacia sí mismo.

➤ **Autoevaluación**

Un elemento muy importante, que permite tener una visión global de uno mismo, la autoevaluación es la capacidad de evaluar las cosas como son buenas para uno si lo satisfacen y si les hacen sentir bien, también se aprende ver lo positivo y negativo para sí mismo, se saca un juicio propio de lo bueno y lo malo sin dejar de tener en cuenta las normas y valores por las cuales están regidas nuestra sociedad.

La autoevaluación es importante porque a través de ella se desarrolla un propio juicio como consecuencia de ellos se aprende a confiar en él y no solo basarse en lo que pueden decir los demás, se toma conciencia que uno mismo es la llave para cambiar y crecer los cuales ayudan forjar caminos y convertirse en personas valiosas.

También se logra conocer y ser capaz de elegir las metas y propósitos para los cuales uno vive se trata de identificar los objetivos, establecer metas personales, profesionales, familiares y todas las áreas de la vida

para poder saber qué es lo que uno quiere, es también tener en cuenta que uno es el único responsable de las elecciones, acciones, satisfacciones de necesidades y felicidad. Para Rodríguez Estrada (1998:40) *“Implica la capacidad interna para evaluar las cosas, considerándolas como buenas si son buenas para la persona, le satisfacen, le interesan, son enriquecedoras, la hacen sentir bien, le permiten crecer y aprender sin lastimar a los demás. Y malas si no le interesan, no lo satisfacen, le hacen daño y no le permite crecer”*

➤ **Autoaceptación**

Es la aceptación de uno mismo al margen si le va bien o mal, entendiendo que no hay personas buenas o malas, no hay personas superiores o inferiores, más bien hay personas que existen que son mortales y que son imperfectas por naturaleza, entonces las personas pueden hacer cosas malas y buenas, puede ser muy bueno para algo y malo para otra cosa, por ende, es un error hacerse menos que el resto. Cada persona es superior de acuerdo a la capacidad que tiene por algo en particular.

La autoaceptación es reconocer que uno tiene un valor intrínseco de tipo humanístico vale por ser humano y existe no justifica su existencia con actos, logros o moral, más bien se busca tener una conducta moral porque es lo más adecuado para tener una mejor vida, busca tener logros porque es agradable y se disfruta más la vida, se puede disfrutar en lograr cosas, trabajar en conseguir cosas eso es bueno y está bien. También se puede buscar conseguir la aceptación de ciertas personas que son significativas. Pero es un error creer que la valía personal está depositada en ello.

La esencia del hombre es humana no su capacidad. Refiere Albert Ellis (1987) *“Ser buen terapeuta no me hace mejor persona”* la valía del ser humano no puede ser descrita a partir de una conducta. Hacemos múltiples conductas, como trabajador, padre, hijo, hermano, vecino, y

no podemos juzgarnos en función de una conducta ni que sea muy importante para nosotros. Por otro lado, Mauro Rodríguez (1998), dice *“La actitud del individuo hacia sí mismo y el aprecio de su propia valía juegan un papel de primer orden en el proceso creador”*

➤ **Autorrespeto**

El autorrespeto es una de las bases de la autoestima, implica la aceptación y valoración de la persona, estabilidad emocional, es no depender de las opiniones de otros, incluye entender las propias necesidades y estimación para satisfacerlos expresar y manejar de forma conveniente los sentimientos y emociones, sin hacernos daño ni culparnos, buscar y valorar todo aquello que nos lleve a sentirnos una persona orgullosa de sí misma, al logra el autorrespeto se atiende a las necesidades y valores de los demás, no se hará daño tampoco se juzgará ni culpará. Tiene que ver con hacerse cargo de uno mismo para dejarnos ser y dejar ser, solo así se logra disfrutar de relaciones plenamente satisfactorias, implica comprender que se puede aceptar lo desagradable y que podemos superarlo con la capacidad de aceptación.

Rodríguez, (1988). Sostiene que, “Quienes se respetan a sí mismos son capaces de: atender y satisfacer las propias necesidades y valores; expresar y manejar de forma conveniente, sentimientos y emociones, sin hacerse daño ni culparse y buscar y valorar todo aquellos que lo haga sentirse orgulloso de sí mismo. Generalmente las faltas de respeto, comienzan con faltas de respeto a uno mismo, habría que comenzar por revisar detenidamente cómo y por qué yo permito y no tanto por qué el otro lo hace” Abraham Maslow “solo se podrá respetar a los demás cuando se respeta uno a sí mismo; sólo podremos amar cuando nos amemos a nosotros mismos”

➤ Autoestima

La autoestima es el sumario de todos los elementos anteriores, la persona al conocerse y ser consciente de sus variaciones, creará su propia gama de valores y desplegará su genialidad y llevará una vida más satisfactoria en todas las áreas que le sean posible. Ya que la autoestima es una construcción social y que la referencia al contexto es intrínseca a su desarrollo. Para Rosenberg (1973), la autoestima es una actitud positiva o negativa hacia sí mismo, tiene dos connotaciones: la autoestima alta y la autoestima baja. Algo muy importante es no confundir autoestima con autoconcepto, ya que poseen distintos significados, a lo que, los autores Garagordobil, Perez & Mozaz (2008) y Lodge & Feldman (2007), proponen que el autoconcepto se apoya en las actividades del sujeto y en peculiaridades cognitivas como son las percepciones, memorias, imágenes entre otros. Por lo tanto, la autoestima es la opinión emocional que el sujeto le da a estas cogniciones y actividades descritas Lodge & Feldman (2007).

2.2.2.2 Concepto de autoestima

El concepto de autoestima se divide en dos, **auto** prefijo de origen griego que significa en sí mismo o por sí mismo y la palabra **estima** que significa depositar un valor en, entonces definir autoestima sería consignar un valor en sí mismos. La Asociación Nacional para la Autoestima (National Association for Self-Esteem) define este concepto como: “La experiencia de tener capacidad para enfrentar los desafíos de la vida y ser merecedor de la felicidad. Las personas que tienen una autoestima auténtica y saludable se ven a sí mismas como seres humanos positivos, responsables, constructivos y confiables”.

Por otro lado, Según el Diccionario de la Real Academia (2001), la palabra autoestima, significa “valoración generalmente positiva de sí

mismo”, Por lo tanto, la autoestima es el juicio valorativo que cada persona proyecta respecto de su propia persona, es el modo como se califica a sí misma. Abarca convicciones con relación a lo que es uno mismo. La persona se juzga a sí misma en base a las características y singularidades que tiene en base a ello determina si es valioso o no, atribuyendo si lo que es, siente, piensa, hace, es importante o no.

La autoestima definida por diversos autores, para fines de esta investigación se considera a Rosenberg (1996), como uno de los autores básicos, ya que, es autor del instrumento psicométrico *“Escala de Autoestima de Rosenberg”* utilizado para explorar la autoestima dentro del tema.

Por otro parte tenemos a Wilber (1995), define, *“la autoestima está vinculada con las características propias del individuo, el cual hace una valoración de sus atributos y configura una autoestima positiva o negativa, dependiendo de los niveles de conciencia que expresa sobre sí mismo”*. El autor señala que la autoestima es base para el crecimiento humano, el avanzar en el nivel de conciencia, también fomenta a realizar acciones transformadoras en el ser humano.

Por otro lado, Rosenberg (1965), propone que la autoestima es básica para el ser humano, al comprometer del desarrollo de modelos, a su vez define el establecimiento de comparaciones entre las personas y el discernimiento de quien es uno como individuo basada en su consecución. Siguiendo su investigación, Rosenberg (1996), indica que la autoestima *“es una apreciación positiva o negativa hacia el sí mismo, que se apoya en una base afectiva y cognitiva puesto que el individuo siente de una forma determinada a partir de lo que piensa sobre sí mismo”*. Según el autor la autoestima es la totalidad de los pensamientos y sentimientos de la persona con referencia a sí mismo como objeto.

Del mismo modo, Coopersmith (1996), sostiene que la autoestima *“es la evolución que el individuo hace de sí mismo, esta autoestima se expresa a través de una actitud de aprobación o desaprobación que refleja la extensión en el cual el individuo se cree capaz, significativo y exitoso”*. En este caso la autoestima implica un juicio personal de la dignidad que es expresada en las actitudes que el individuo tiene de sí mismo.

Por su parte, Corkille (2001), indica que, *“la autoestima constituye lo que cada persona siente por sí mismo, su juicio general y la medida en que le agrada su propia persona”*.

Tras las diferentes y a la vez concordantes concepciones de los distintos autores con respecto a la autoestima, se podría concluir diciendo que la autoestima es la llave que abre la puerta para triunfar en la vida y para relacionarse con el entorno de una forma satisfactoria.

2.2.2.3 Importancia de la autoestima

La importancia de la autoestima proviene del autoconcepto que se tiene de uno mismo, establecido por los padres, los abuelos, las hermanas, tías, amigos, maestros en el colegio, compañeros del trabajo, viene de la sociedad, del medio ambiente, la publicidad en las calles, en medios de comunicación que nos dicen lo que debemos ser. Todo nuestro entorno nos dice constantemente ¿quiénes somos? ¿Quiénes debemos ser? Y en función de eso cuanto nos debemos querer. Entonces la importancia radica en la propia opinión, la propia valoración acerca de uno mismo, porque cada persona es lo más importante para sí mismo. Para lograr el éxito es fundamental tener buena autoestima ya que potenciara la capacidad de las personas para desarrollar todas sus habilidades y aumentar el nivel de seguridad personal.

Mckay y Fanning (1999), mencionan que la autoestima y autoconcepto juegan un importante papel en la vida de las personas. *“Tener un autoconcepto y una autoestima positiva es de mayor importancia para la vida personal, profesional y social. El autoconcepto favorece el sentido de la propia identidad, constituye un marco de referencia desde el que interpreta la realidad externa y las propias experiencias, influye en el rendimiento, condiciona las expectativas y la motivación y contribuye a la salud y equilibrio psíquico”.*

Se podría decir que la autoestima es la suma de la confianza y respeto por uno mismo. Sentirse valioso, apto y capaz de resolver problemas cotidianos. La importancia de un autoconocimiento prudente y autocrítico para poder considerar tanto lo positivo como lo negativo de los atributos y hábitos. La autoestima es primordial en todas las etapas de la vida, pero es elemental en la infancia, más aún en la adolescencia en todos los ámbitos donde se desenvuelve. Una de las influencias más poderosas para el desarrollo de la autoestima es la educación proveniente de los padres y educadores, al recibir los múltiples mensajes enviados, los cuales producirán efectos positivos o negativos en los jóvenes.

2.2.2.4 Desarrollo de la autoestima

El desarrollo de la autoestima se da desde la infancia el niño está en proceso y construcción de sí mismo, que comienza tempranamente con la diferenciación del YO, el reconocimiento de la imagen corporal ante el espejo, el llamarse en primera persona, el reconocimiento de lo mío y en definitiva el desarrollo de la autovaloración, la autovaloración empieza con la valoración del otro con el cual se compara y más tarde con el reconocimiento y evaluación con el comportamiento propio, eso es en la etapa de los cinco o seis años aproximadamente, por lo tanto es fundamental trabajar la autoestima desde que el niño comience a diferenciarse de los demás y surge la conciencia del YO.

Rosenberg en su perspectiva sociológica de la autoestima valora que el self (yo) es una construcción social y trabaja sobre la premisa de los autovalores vinculados a la autoestima emergen de la relación de procesos culturales, sociales, familiares y otros interpersonales. (Cerviño, 2008), cabe señalar que la autoestima se desarrolla por medio de una evaluación de las propias características.

Refiere Wilber (1995), que, *“el concepto del yo y de la autoestima, se desarrollan gradualmente durante toda la vida, empezando en la infancia y pasando por diversas etapas de progresiva complejidad, cada etapa aporta impresiones, sentimientos e incluso complicados razonamientos sobre el Yo”*. El resultado es un sentimiento generalizado de valía o de incapacidad.

Por otro lado, Coopersmith (1996), establece que, *“el proceso de formación de la autoestima se inicia a los seis meses de nacimiento, cuando el individuo comienza a distinguir su cuerpo como un todo absoluto diferente del ambiente que lo rodea”*. Explica que en ese momento se comienza a elaborar el concepto de objeto, iniciando su concepto de sí mismo, a través de las experiencias y exploraciones de su cuerpo, del ambiente que lo rodea y de las personas que están cerca de él.

Apoyados en los conceptos anteriores se puede concluir que, las funciones o actividades que se debe llevar a cabo para desarrollar y educar la autoestima deben estar dirigidos a que el niño aprenda aceptarse a quererse, a sentirse satisfecho como es, tanto físicamente y aspectos relacionados con sus cualidades, aceptar sus errores, buscar solucionarlos, disfrutar sus éxitos y trabajar para disminuir sus fracasos de manera constructiva. También es importante realizar actividades donde desarrollen la confianza en sí mismos y desarrollar todo el potencial que tiene. Es recomendable que los padres y docentes tengan presente que un comentario sobre un error del niño hecho de forma inadecuada o una evaluación mal maneja puede ser tomada por el niño como un rechazo,

que traerá malas consecuencias hay veces irreparables y perjudicar en el desarrollo de la autoestima. En ocasiones se daña la autoestima del niño con expresiones o actos de rechazo inconscientes para el adulto, pero perceptibles para el niño, ejemplo no prestarle atención, no darle la debida importancia a su llamado, no darle el afecto que necesita, no comunicarse o comunicarse poco entre otros. Todos esos actos imperceptibles o de poca importancia para los adultos son detonadores de un desarrollo inadecuado de autoestima que a futuro tendrá graves consecuencias negativas sobre todo en la adolescencia.

2.2.2.5 Niveles de autoestima

El nivel de autoestima que posee un individuo tiene enormes efectos en varios aspectos de la vida, puede condicionar el aprendizaje, los proyectos, la responsabilidad, la profesión, en definitiva, condiciona de forma visible nuestro desarrollo individual, la forma de observar y percibir la sociedad.

Diferentes autores coinciden que existen distintos niveles de autoestima por lo cual cada persona reacciona diferente ante situaciones similares. Entre todos tenemos a Rosenberg (1979), fue quien más ha contribuido con todo lo relacionado a la autoestima, él vinculo distintas perspectivas, como la psicología del desarrollo y la clínica con los aportes de la sociología sobre la estructura social, para desarrollar un enfoque integral de la formación de la autoestima a lo largo del ciclo vital (Elliott, 2001). Desde este planteamiento los elementos de interacción implantan al niño una manera de vida, un cúmulo de valores y un método de convicciones y conceptos que aportan los cimientos para autoevaluarse, proporcionando a desarrollar un perfil respecto a la propia personalidad y dar un lugar en el medio colectivo (Rosenberg, 1965,1979). Según este autor, (citado por Chapa y RUIZ, 2012), la autoestima tiene tres niveles:

- Baja autoestima: La persona se considera inferior a los demás y hay desprecio hacia sí.

- Mediana autoestima: La persona no se considera superior a otros, menos se acepta a sí mismo.
- Alta autoestima: La persona se define como bueno y se acepta plenamente.

Por otro lado, Coopersmith plantea que existen distintos niveles de autoestima lo caracteriza a las personas con autoestima alta, media y baja.

Autoestima alta: Son personas asertivas, expresivas, con éxito académico y social confían en sus propias percepciones, manejan la creatividad, se autorrespetan y sienten orgullo de sí mismos.

Autoestima media: Son personas que dependen de la aceptación social, igualmente tienen alto número de afirmaciones positivas, pero siendo más moderadas en sus expectativas y competencias a diferencia de la autoestima alta.

Autoestima baja: Son individuos deprimidos, desanimados, aislados, se sienten débiles para vencer sus deficiencias, su actitud hacia sí mismo es negativa. Su actitud hacia sí mismo es negativa, carecen de herramientas internas para tolerar situaciones y ansiedades (Coopersmith 1976 en Méndez 2001).

2.2.2.6 Dimensiones de la autoestima

Dimensionar la autoestima tiene que ver con valorar por separado cada ámbito de la persona, así como: su sector físico- corporal, su parte afectiva-emocional su fracción académica-social (Milicic 2001) el autor señala cinco dimensiones.

- Dimensión física: Sentirse atractivo físicamente.
- Dimensión Social: Sentimiento de sentirse aceptado por los iguales y el sentimiento de pertenencia.
- Dimensión afectiva: Autopercepción de características personales,

sentirse simpático, estable o inestable, valiente o temeroso, equilibrado o desequilibrado.

- Dimensión académica: Capacidad de enfrentar con éxito las situaciones de la vida académica.
- Dimensión ética: Sentirse responsable o irresponsable, persona buena y confiable, trabajador o flojo. Esta dimensión depende de la forma en que el ser humano interioriza los valores y las normas.

Se podría decir que el individuo realiza frecuentes estimaciones de sus interacciones consigo mismo y con el ambiente en el que se desenvuelve, logrando observar constantemente cómo influye dentro de él, de acuerdo a sus relaciones en los ámbitos ya mencionados, así mismo va a ser la actitud asumida ante sí. (Valék de Bracho, 2007).

2.2.2.7 Autoestima en los adolescentes

La autoestima en los adolescentes es de suma importancia, ya en esa etapa de la vida experimenta muchos cambios físicos, empiezan a darse cuenta de tales cambios en sus pares, por ejemplo observan en los varones el desarrollo de la musculatura, en las chicas el crecimiento de los senos, entre otros muchos cambios, es aquí donde el adolescente comienza a compararse y preguntar qué está pasando con su cuerpo, no solamente con el cuerpo físico sino que también que pensamientos tenía y que pensamientos surgen, y comienzan a cambiar ideas como también de relaciones interpersonales, la importancia de que el adolescente se reconozca física y emocionalmente en esta etapa es clave para construir bases sólidas en su desarrollo, la importancia de la autoestima en la adolescencia, sabiendo que la autoestima es la evaluación que nos hacemos a nosotros mismo en los que incluye, los pensamientos, conductas y sentimientos, la autoestima se aprende no se nace con ella, factores que influyen la familia, la escuela, los mejores amigos si es que se tiene, por lo tanto desde niño se empieza a crear una propia autoestima.

Entonces se llega a la adolescencia con muchos cambios y se empieza a buscar el sentido de pertenencia, si no lo tiene inicia a compararse o a querer comportarse o vestirse como lo hace el amigo o amiga, los adolescentes no con todos se exponen y reconocen que tienen autoestima baja, porque a veces en eventos públicos cumplen con una obligación o cumple con las labores escolares como: ejemplo en una exposición al frente de todos, se podría pensar que tiene la autoestima alta y no es necesariamente así, solo está cumpliendo con un requisito o una obligación que le toca realizar, ellos se ocultan en eso, también se integran a grupos donde se sientan acompañados sin ser juzgados, ahí es donde comparten sus temores, sus sentimientos, desde el querer integrar otros grupos, conversar con alguien que les gusta etc. el adolescente con autoestima, cuenta con algunas herramientas para ubicarse en un punto de equilibrio. Sabe si se conoce, que habilidades tiene y las que no tiene, qué concepto tiene de sí mismo, quizá tenga un concepto negativo, pero para los compañeros probablemente sea diferente, también está la autoevaluación se valúa o se desvalúa al margen de las etiquetas externas. Mientras un adolescente no se reconozca, cómo es, qué le gusta, qué no le gusta, entretanto no se pueda reconocer, aceptar menos puede respetarse y que le respeten otro, la autoevaluación es constante, el adolescente con autoestima equilibrada es: quien inicia una conversación, formula preguntas, da gracias reconoce a los demás, pero lo más significativo de un adolescente con autoestima saludable, es la asertividad, responsabilidad, el ser consciente la buena comunicación, transmite seguridad y confianza al entorno, escucha y algo sumamente trascendental es que sabe dar y recibir. Por lo tanto, es elemental que los padres gestionen y eduquen mejor a sus hijos, para que al llegar a la adolescencia posean una autoestima equilibrada y puedan ser felices en lo posible. André y Lelord (1999). La autoestima es la causa esencial para la motivación en la persona adolescente.

El adolescente habitualmente busca la pertenencia, el sobresalir, la diversión, la personalidad, la empatía separarse de los adultos, pero

inconscientemente tienen claro que necesitan de ellos para casi todo, esencialmente de sus padres o apoderados, indiscutiblemente precisan un entorno integro enodio y vida asertiva o positiva que, por un lado, engrandezca su autoestima hasta la cima, y por otro, mitigue sus ansias intemperantes para empezar a darse cuenta que la vida con sus familias, pares y académicas puede convivirse en equilibrio, y que lejos de ser un conflicto con que batallar, es una ocasión de ser valioso, aceptado, correspondido, entendido, empático y amado.

2.2.2.8 La autoestima en adolescentes japoneses

Para hablar de la autoestima en los adolescentes de Japón, es importante señalar que se están dando cambios desde hace varias décadas atrás, en la actualidad se ha sugerido que la cultura japonesa se ha vuelto más individualista al menos en algunos aspectos (Hamamura, 2012; Ogihara, 2016b; Ogihara, Fujita, Tominaga, Ishigaki, Kashimoto, Takahashi, Toyohara y Uchida, 2015; Ogihara, Uchida, Kusumi, 2015)., sin embargo, la cultura japonesa no ha sido individualista ni histórica ni tradicionalmente, por lo que se cree que esto podría haber causado conflictos y dificultades para adaptarse a él (Ogihara y Uchida, 2014; Ogihara, Uchida y Kusumi, 2014) esto explicaría también el hecho de que en últimos estudios realizados en niños y adolescentes japoneses, se observe una menor autoestima en ellos en contraste con décadas anteriores.

En Japón, Oshio, Okada, Mogaki, Namikawa y Wakita (2014) realizaron un estudio comparativo de las últimas décadas a la actualidad en lo que se refiere a autoestima en Japón, analizando los puntajes del RSES (Rosenberg, 1965) entre 1984 y 2010. Ellos descubrieron que la autoestima disminuía en la escuela media y secundaria (lo que para nosotros vendría a ser la secundaria).

Por otro lado, Ogihara, Uchida y Kusumi (2016a), realizaron un estudio en donde examinaron los cambios temporales en la autoestima de

los estudiantes de primaria y secundaria por separado entre 1999 y 2006. Descubrieron también que la autoestima disminuyó entre ambos grupos de 1999 a 2006, independientemente del sexo.

Cuando las investigaciones arrojaron estos resultados, fue una gran sorpresa pues fue lo opuesto a lo que se esperaba ya que la autoestima y las tendencias individualistas están correlacionadas positivamente, sin embargo, estos hallazgos parecen contradecir la literatura previa que dice que, a mayor individualismo, mayor autoestima.

Por otro lado, se realizó un estudio realizado por el gobierno japonés (MEXT) Ministerio de educación, Cultura, Deporte, Ciencia y Tecnología, que dice que los jóvenes japoneses tienen poca confianza en sí mismos y no son tan optimistas respecto al futuro como sus pares de otros países. Entre noviembre y diciembre de 2013, se encuestaron a aproximadamente 1.000 jóvenes de 13 a 29 años de cada uno de los siguientes países: Gran Bretaña, Francia, Alemania, Japón, Corea del Sur, Suecia y Estados Unidos.

Los resultados arrojaron que el 86 % de los estadounidenses dijo tener confianza en sí mismos, el porcentaje más elevado entre los siete países. Mientras que los japoneses reportaron ser los que menos confían en sus propias capacidades, con una tasa de 45,8 %, con una diferencia muy marcada del penúltimo puesto ocupado por los surcoreanos, con 71,5 %. Además, sólo el 68,9 % de los japoneses dijo tener características positivas, mientras que en el caso de los nacidos en Estados Unidos la ratio se eleva a 93,1 %. ¿Tienen esperanza en el futuro? El 61,6 % de japoneses respondió que sí. ¿Creen que serán felices cuando tengan 40 años? El 66,2 % contestó que sí. En ambos casos, los porcentajes fueron los menores entre los siete países.

Sin embargo, el 54,5 % de los jóvenes japoneses alberga la esperanza de hacer algo útil por su país, la proporción más elevada entre los países encuestados, aunque solo el 30,2 % cree tener la capacidad para cambiar su sociedad hasta cierto punto.

Como podemos ver estos datos corroboran lo que nos dice (Ogihara y Uchida, 2014; Ogihara, Uchida y Kusumi, 2014) cuando señalan líneas arriba que quizás estos cambios desde lo tradicional (grupal) hacia lo individualista que se está dando en la cultura japonesa por influencia de occidente podría estar causando dificultades y problemas para adaptarse a él.

La autoestima en los adolescentes no depende de sus propios valores personales, sino en gran parte de los que prevalecen en la cultura en la que vive, indica un estudio realizado por científicos franceses. El centro Nacional Francés de Investigación Científica (CNRS), 2014, por la psicóloga social, Maja Becker, señala que el punto de vista dominante desde hace más de cien años en la psicología radicaba en que cada persona basa su autoestima en el hecho de cumplir con lo que considera o percibe como más importante. Sin embargo, en una encuesta realizada a más de 5,000 adolescentes, alrededor de 200 colegios de secundaria en cada país, en total 19 países de Europa Occidental y Oriental, Oriente Medio, Sudamérica, África y Asia, la mayoría con edades entre 16 y 17 años de edad (la misma edad de mi muestra) se debilita esa creencia, se cree que la valoración propia se basa, sea cual sea la cultura considerada, en la consecución de los valores dominantes en el resto de personas del entorno. Los expertos en el tema constataron que la autoestima de los participantes dependía de cuatro grandes puntos:

- a) El cumplimiento de su deber
- b) La ayuda a los otros
- c) La mejora de su estatus social
- d) El control de su propia vida.

La importancia de cada punto dependía y cambiaba según la cultura, sin embargo, la autoestima, según este análisis, aparece en términos generales como un medio importante a través del cual la gente interioriza

los valores de su cultura a un nivel implícito, aunque aseguren no adherirse a los mismos.

Un dato interesante es que se piensa que la autoestima en contextos donde prevalecen valores como la libertad individual o la búsqueda de una vida estimulante, como en Europa Occidental o en ciertos países de Sudamérica, la gente es susceptible de basar su autoestima en la sensación de controlar su propia vida. Sin embargo, en los países donde predominen la conformidad, la tradición y la seguridad, como en ciertas partes de Oriente Medio, África y Asia, la gente se muestra más proclive a que la autoestima dependa del sentimiento de haber cumplido con su deber.

2.2.2.9 Autoestima en los adolescentes peruanos

Al referirnos de un modo más amplio sobre la autoestima de los peruanos se podría decir, que el Perú se encuentra entre los países menos felices de Sudamérica, y que, el peruano tiene un bajo nivel de autoestima, que genera un complejo de inferioridad y cierto grado de agresividad. Según informa el primer reporte mundial de la felicidad de las Naciones Unidas, realizado por la Universidad de Columbia.

La autoestima de los peruanos tiene su propia historia desde la descripción del servilismo que explicaba Basadre al referirse a cierta psicología de los peruanos, hasta la paciencia y el silencio que aun guardan nuestros pueblos nativos, ante un bucle de exclusión social de muchos milenios. Pero la autoestima no puede ir más allá que la dignidad ya que, esta es el límite del ser humano gracias a la dignidad evitamos los extremos que nos hacen mucho daño, y constituye el medio de “usar” al ser humano. Es vital trabajar la autoestima desde la educación, que es el punto de partida para revalorar nuestra dignidad, para devolvernos la confianza en nosotros mismos, y se evite las frustraciones que corroe e optimismo

peruano, y nos tuerce en personas que hacen de la mezquindad un reino, de la corrupción una forma de vivir, de la envidia la joda hacia los demás, del exceso de autoridad la única forma de callar otras razones. Apostar por el capital humano sobre todo por los jóvenes será el motor para el desarrollo del país.

Expresa Jorge Yamamoto. *“Es el problema de autoestima que, en las personas y en los países, genera un nivel de infelicidad y complejo de inferioridad, este se expresa de manera omnipotente. Es ahí donde emerge la violencia y la prepotencia, características de un país que no es feliz y lamentablemente de nuestra nación”* también agrega el autor *“En los países donde hay mayor igualdad, hay un juicio igualitario de las personas, que se sienten más libres para interactuar. En el Perú, la desconfianza es generalizada, pensamos que, si no somos agresivos con el otro, se puede aprovechar de nosotros”*

Si bien la baja autoestima de los peruanos hace que no seamos tan alegres, en el país se está luchando para revertir la situación; hay victorias importantes en este tema, pero aun la autoestima esta mermada por los rezagos del colonialismo; además la industria nos dice que nuestro físico no es el mejor y que nuestra manera no son las más convenientes. Existe una reacción ante este panorama como el naciente nacionalismo, que aún es reactivo. Hay que incidir mucho en ello para no sentirnos injustamente menos que los demás.

Con respecto a la autoestima en los adolescentes muchos suelen tener problemas de autoestima y por lo general provienen de hogares disfuncionales donde hay una crisis de valores y problemas de comunicación, estos adolescentes carecen de confianza en sí mismos, no son protegidos por sus familias, por ellos van en busca de sitios o lugares donde aparentemente sí los entienden y donde aparentemente sí juegan un rol importante. Por ende, la baja autoestima conduce a conductas de riesgo como: consumo de alcohol, suicidio, embarazo precoz, consumo de

drogas, enfermedades de transmisión sexual, delincuencia, pandillaje, adicción al Internet y redes sociales, etc.

2.2.2.10 Autoestima y adicción a Internet

A propósito de ser una de las herramientas tecnológicas más útiles y de haberse convertido en definitivamente indispensable en nuestra sociedad actual, Internet ha alcanzado una importancia sorprendente en la vida del adolescente, en algunos casos, el uso desmesurado puede llegar a obstaculizar con otras actividades cotidianas y hasta perturbar sus relaciones sociales y familiares. Aunque en el caso que, también, sea incapaz de dejar de usar Internet, o de que sienta un enorme malestar cuando no se pueda conectar, podemos encontrarnos frente a una adicción. Choliz, M. Marco, M. (2012).

Las redes sociales y los sistemas de mensajería son atractivos para los jóvenes porque su funcionamiento implica la respuesta rápida, las recompensas inmediatas y la interactividad. El uso, en principio, es positivo, siempre en cuando no se dejen de lado el resto de las actividades propias de una vida normal (hacer deporte, estudiar, practicar aficiones, salir con amigos o relacionarse con la familia). El problema surge cuando se abusa del uso de las redes sociales provocando alejamiento de la vida real, incita ansiedad, afecta la autoestima y hace perder capacidad de autocontrol.

Se puede hablar de adicción cuando su utilización supone una pérdida de control, una absorción a nivel mental y una alteración grave en el funcionamiento diario del adolescente afectado, el adicto disfruta de los beneficios de la gratificación inmediata, pero no repara en las posibles consecuencias negativas a largo plazo. Por ello el uso inadecuado de las redes sociales por el adolescente, puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento escolar, desinterés por otros temas, cambios de conductas, el sedentarismo y alteraciones del sueño.

Cabe señalar que algunos adolescentes son más propensos o más vulnerables a generar adicciones, si bien el Internet está disponible para todas las personas, hay un porcentaje que no presenta adicción o abuso de uso de RRSS, no obstante, en concreto, los adolescentes constituyen un grupo de riesgo porque tienden a buscar sensaciones nuevas y son los que más se conectan a Internet, además de estar más familiarizados con las nuevas tecnologías. Algunas características de personalidad o estados emocionales que aumentan su vulnerabilidad psicológica: la impulsividad, el malestar emocional, la intolerancia a los estímulos negativos, tanto físicos (dolores, insomnio o fatiga) psíquicos (disgustos, preocupaciones o responsabilidades); y la búsqueda exagerada de emociones fuertes. Sin embargo, hay ocasiones que la adicción a las RRSS, subyace en problemas clínicos previos en los adolescentes, timidez excesiva, baja autoestima, rechazo a la imagen corporal, depresión o hiperactividad. El abuso de Internet es como el humo que revela la existencia de un fuego más o menos próximo (un problema de personalidad o un trastorno mental), que es lo que realmente se debe abordar. Choliz, M. Marco, M. (2012).

2.3 Definición de términos básicos

- **Adicción a Internet.** Como la pérdida del control frente al uso racional de Internet. Para esto habría que valorar una serie de parámetros como puede ser el nivel de interferencia y de distorsión en la vida personal, familiar y profesional del individuo. Por ejemplo, si una persona se pasa horas y horas conectada, desatendiendo obligaciones familiares, personales y profesionales de forma reiterada, podíamos estar entrando en una situación de adicción. (Lacoste, 1992).
- **Adicción a la Tecnología:** muchas personas les cuesta resistirse del atractivo de las nuevas tecnologías, que son divertidas y ahorran tiempo. Una atracción que se convierte en desafío, la tecnología deja de ser una

herramienta útil y se convierte en el centro de vida. Cualquier aparato o programa de alta tecnología puede generar un hábito, pero al caer a una dependencia genera un problema muy extenso. (Small & Vorgan 2008).

- **Adicción a las Compras Online:** explica que: todas las personas alguna vez han comprado y sentido placer al realizar esta acción, en especial en fechas como navidades, cumpleaños y bautizos se acostumbra realizar este tipo de actividades. Pero la adicción se caracteriza por el impulso incontrolable de adquirir objetos inútiles e innecesarios. La falta de controles uno de los principales síntomas, para considerar este tipo de actividad rutinaria como un trastorno mental. (Cugota 2008).
- **Adicción al Internet:** Se describe como un trastorno de control de impulsos, que no implica el uso de una droga y que es muy similar al juego patológico. Al igual que en otras adicciones, los adictos a Internet utilizan el mundo de fantasía virtual para conectar con gente real, en sustitución de la conexión humana real, personal y presencial que no son capaces de alcanzar normalmente. Es el uso compulsivo y patológico en Internet y todas sus posibilidades tecnológicas: redes sociales, juegos en línea, correo electrónico, chats, compras, pornografía, etc. se configura como una adicción porque una persona con esta enfermedad presenta síntomas similares a la adicción al alcohol, las drogas o el juego. (Young, 1998).
- **Adicción al juego o juego patológico:** es un trastorno que se representa por la incapacidad de un individuo para controlar el deseo por jugar. Este descontrol interviene aspectos importantes de la vida familiar, profesional y social. La persona que padece este trastorno no puede dejar de jugar, aunque en ocasiones desee no hacerlo. Existe un deseo compulsivo por jugar en cualquier ocasión y esta conducta se convierte como toda adicción en una prioridad para el adicto, si no lleva a cabo la actividad, provoca un fuerte malestar. Juego Patológico (Cugota, 2008).

- **Adicción al sexo en Internet:** el Adicto al sexo en Internet se sienten frustrados, preocupados, ansiosos y deprimidos cuando están desconectados y cuando se conectan a Internet, se sienten entusiasmados, emocionados, desinhibidos, atractivos, apoyados y más deseables. Esto, refuerza la conducta. De aquí, que las personas que sufren una baja autoestima, que se sienten solos, ansiosos pueden utilizar el ciberespacio y conectarse con otros para sentirse mejor. Según Young et al. (1999).

- **Adicción comportamental:** es conducta adictiva a un comportamiento concreto. En principio, en este tipo de trastorno la persona no toma ninguna sustancia tóxica, sino que está enganchada a una conducta que se manifiesta con unas características determinadas. Pero una conducta adictiva no sólo se caracteriza por la frecuencia, intensidad o tiempo invertido, sino más bien por el grado de interferencia en las relaciones familiares, estudiantiles, laborales y sociales de la persona afectada. Un individuo adicto al juego, teléfono o a internet se aísla de todos los demás. Afirma (Cugota, 2008).

- **Adicción psicológica:** Patrón de conducta caracterizado por un deseo o necesidad de continuar la actividad que se sitúa fuera del control voluntario; una tendencia a incrementar la frecuencia o cantidad de actividad con el paso del tiempo; dependencia psicológica de los efectos placenteros de la actividad; y un efecto negativo sobre el individuo y la sociedad (Walker, 1998).

- **Adicción:** Un fuerte deseo o un sentimiento de compulsión para llevar a cabo la conducta particular (especialmente cuando la oportunidad de llevar a cabo tal conducta no está disponible). La capacidad deteriorada para controlar la conducta (especialmente, en términos de controlar su comienzo, mantenimiento o nivel en el que ocurre). malestar y estado de ánimo alterado cuando la conducta es impedida o la deja de hacer, persistir

en la conducta a pesar de la clara evidencia de que le está produciendo graves consecuencias al individuo. (Gossop, 1989)

- **Adolescencia:** como ciclo progresivo del ser humano, engloba por lo general una fase comprendida de los 11 a 20 años, en el cual él individuo logra la madurez biológica y sexual; y busca alcanzar la madures emocional y social, (Papalia et. al., 2001).
- **Adolescente Ciberadicto:** el término corresponde al adolescente que reúne las características de sentir gran satisfacción y euforia cuando esta frente al ordenador y busca las sensaciones nuevas que le ofrece la red, piensa en internet cuando está haciendo otras cosas. (Castells, 2008)
- **Autoconcepto:** es un aspecto de la psicología del individuo que desempeña un papel importante para la formación de sus ideas, sentimientos y conducta. Rosenberg (1973).
- **Autoestima baja:** Son individuos deprimidos, desanimados, aislados, se siente débiles para vencer sus deficiencias, su actitud hacia sí mismo es negativo. Su actitud hacia sí mismo es negativa, carecen de herramientas internas para tolerar situaciones y ansiedades (Coopersmith 1976 en Méndez 2001).
- **Autoestima:** La autoestima es una apreciación positiva o negativa hacia sí mismo, que se apoya en una base afectiva y cognitiva, puesto que el individuo siente de una forma determinada a partir de lo que piensa sobre sí mismo (Rosenberg, 1996).
- **Autoevaluación:** la capacidad interna para evaluar las cosas, considerándolas como buenas si son buenas para la persona, le satisfacen, le interesan, son enriquecedoras, la hacen sentir bien, le permiten crecer y aprender sin lastimar a los demás. Y malas si no le interesan, no lo satisfacen, le hacen daño y no le permite crecer” (Rodríguez, 1998:40).

- **Ciberadicción:** se explica que la adicción al juego, ludopatía o juego patológico, como también se le ha llamado, es un desorden adictivo caracterizado por la conducta descontrolada en relación al juego de azar y a las compras. Diccionario Larrousse, (2008).
- **Comunidad virtual:** es en la cual un conjunto de individuos se implica por un interés en común mediante herramientas virtuales, en este caso es el internet el cual les abre acceso a estos sitios. El fin es interactuar de forma continua, al seguir reglas y normas preestablecidas de antemano. Las personas se sienten a gusto y parte de un grupo social, ya que comparten intereses, gustos, ideales y afinidad. (Gonzales, Merino & Cano, 2009).
- **Distorsión en la vida familiar:** la distorsión familiar es cuando se desatiende las obligaciones familiares a causa de estar conectada en las redes sociales, y también descuidando el afecto familiar e incumpliendo con sus obligaciones como hijo y malgastando el dinero en el uso excesivo del internet. David Green Field.
- **Facebook:** es la red más utilizada, las personas pueden compartir todo tipo de fotos, videos, imágenes, crear un perfil atractivo para conseguir más contactos, asimismo para las empresas es fundamental en ámbitos de publicidad, ya que este sitio permite lanzar ofertas, promociones, anuncios. También existe un espacio para obtener mensajes privados que solo el dueño de la cuenta podrá leer y de este modo mantener contacto con muchas personas conocidas y no conocidas. (Merodio 2010).
- **Generación net:** se les nombra así a los sujetos que nacieron entre los años 1977-1999, porque es la primera generación que ha crecido rodeada de videojuegos, ordenadores e internet. Internet es una de las tecnologías que más rápido se han introducido en los hogares de todo el mundo, ya que ha creado un fenómeno social que permite la comunicación entre las personas sin ningún tipo de limite, facilitando de una manera extraordinaria la información que es requerida por medio de palabras e imágenes, permite

también que se pueda tener acceso al entretenimiento, educación y comercio. (Echeburúa 2009).

- **Internet:** es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, garantizando que las redes que la componen funcionen como una sola de manera que puedan intercambiar datos entre ellas con alcance mundial (Bonilla & Cliche, 2001).

- **Portal:** un portal es un sitio web que ofrece, de forma integrada, una amplia variedad de servicios y recursos al usuario. Por lo general, los portales ofrecen noticias actualizadas al instante, buscadores, foros para compartir opiniones, chat, juegos online, tiendas virtuales para realizar compras electrónicas y servicio de correo electrónico. *Facebook* en la actualidad es el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales. Dentro de Facebook se puede subir imágenes, videos, crear grupos, saber cuándo es la fecha de cumpleaños de los amigos que pertenecen a la red, utilizar las diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa. (Cueto, Moran y Rodríguez 2009).

- **Redes sociales:** Conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (Gallego, 2010: 176). También es definido de la siguiente manera: Las redes sociales son la herramienta de internet más utilizada por los jóvenes y adolescentes. (Choliz, 2012).

- **Twitter:** es una red social de la web que permite a los usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a la página. (Polo, 2009)

- **Uso patológico de internet:** puede desencadenar consecuencias negativas y significativas a nivel académico, social y profesional como sucede con otras adicciones reconocidas y documentadas como son el juego patológico, la ingesta compulsiva de comida y el alcoholismo. (Young, 1996)

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1 Hipótesis general

H1. Existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

HO. No existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

3.1.2 Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 01

H1 Existen diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

H0 No existen diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Hipótesis específica 02

H1 Existe diferencia significativa en los factores cognitivos y emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

H0 No existe diferencia significativa en los factores cognitivos y emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Hipótesis específica 03

H1 Existe diferencia significativa en el control del tiempo a internet entre adolescentes y autoestima de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

H0 No existe diferencia significativa en el control del tiempo a internet entre adolescentes y autoestima de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Hipótesis específica 04

H1 Existe diferencia significativa entre el tiempo de acceso a internet y adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

H0 No existe diferencia significativa entre el tiempo de acceso a internet y adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Hipótesis específica 05

H1 Existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

H0 Existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

3.2 Variables de estudio

3.2.1 Definición conceptual

Variable	Concepto y definición
V.1. Adicción a Internet	El deterioro compulsivo en el control de uso de internet, que altera las relaciones interpersonales y que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos (Young, 1998)

Variable	Concepto y definición
V.2. Autoestima	Rosenberg entiende a la autoestima como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales. La autoestima se crea en un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias. El nivel de autoestima de las personas se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales. Estos valores fundamentales han sido desarrollados a través del proceso de socialización. 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.)

3.2.2 Definición Operacional de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	Indicadores	Ítems
Adicción a Internet	El deterioro compulsivo en el control de uso de internet, que altera las relaciones interpersonales y que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos (Young, 1998)	Puntajes entre 20 y 49 puntos son usuarios con un control,	Consecuencias uso a Internet	2,4,5,6,7,8,12,14.
		puntuaciones entre 50 y 79 tienen uso problemático del internet y puntuaciones superiores a 80 tienen problemas significativos		
			Control del tiempo	1,16,17

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADO- RES	ÍTEMS
Autoestima	Rosenberg entiende a la autoestima como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales. La autoestima se crea en un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias. El nivel de autoestima de las personas se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales.	La puntuación se obtiene sumando la puntuación directa de los ítems 2, 5, 8, 9, 10 y la puntuación invertida de los ítems 1, 3, 4, 6, 7. La puntuación final oscila entre 10 y 40. Las puntuaciones mayores son indicadoras de una autoestima más alta.	Autoestima	1,2,3,4 5,6,7,8, 9 10.

3.2.3 Matriz de Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Adicción a Internet (V.1)	Consecuencias uso a Internet	Hacer uso excesivo de internet que afecta aspectos sociales, académicos y familiares.
	Factores cognitivos y emocionales	La relación de necesidad que se crea con internet.
	Control del tiempo	Falta de autorregulación en el tiempo que se navega en internet.
Autoestima (V.2)	Alta y baja	Percepción global positiva y negativa que se tiene de uno mismo.

3.3 Tipo y nivel de investigación de investigación

Existen dos tipos de investigación, básica y aplicada, la investigación básica es aquella que busca resultados puramente empíricos, su objetivo es consolidar algunas teorías o suscitar el desarrollo de una ciencia. La investigación aplicada está conectada a la investigación básica, más su objetivo es resolver un determinado problema o planteamiento específico. (Ander – Egg 2011). El tipo de investigación es aplicada porque buscará la utilización de los conocimientos. Enfoque cuantitativo, porque en esta investigación utilizaremos dos cuestionarios que arrojarán resultados numéricos que luego procesaremos para probar que existen diferencias (Perú y Japón) en la adicción a internet y autoestima en adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. “Usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la mención numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” Hernández, et al. (2003, p.6).

Investigación se enmarca dentro de un nivel descriptivo – correlacional porque a través de los procedimientos sistematizados buscaremos describir y especificar las propiedades más importantes del tema y correlacional porque busca su relación o asociación no causal existente entre las variables, esto quiere decir, que busca identificar probables relaciones entre variables medidas, con la finalidad de observar la dirección o grado en que cavarían (Sanchez y Reyes, 2006). El estudio tiene como objetivo principal es Identificar las diferencias (Perú y Japón) que existe entre adicción a internet y autoestima en adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

3.4 Diseño de la investigación

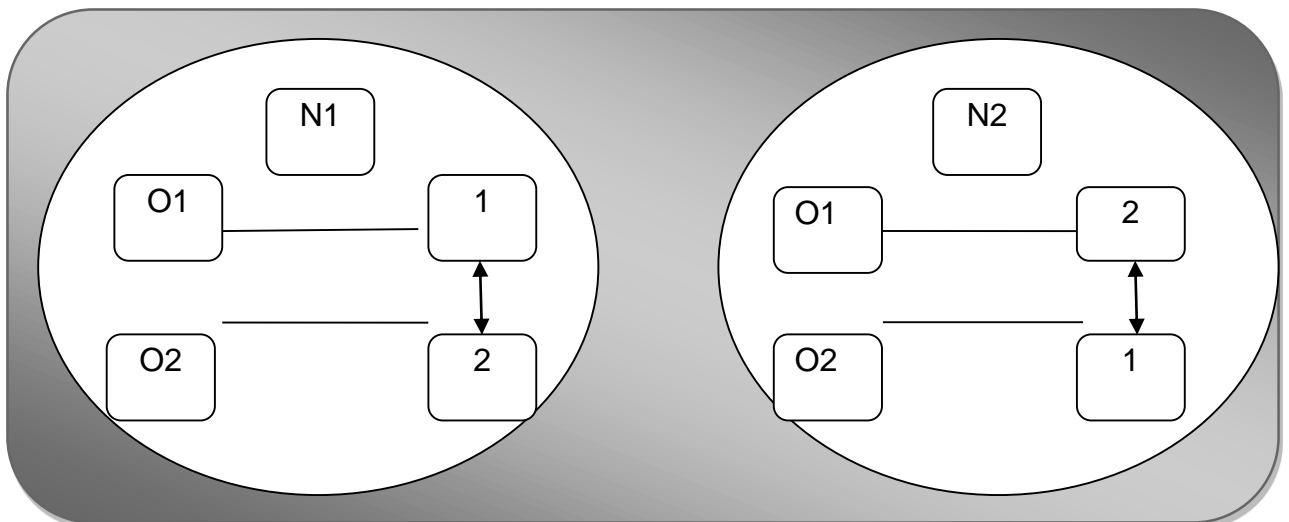
3.4.1 Nivel de investigación:

El nivel de estudio corresponde al nivel descriptivo –correlacional– comparativo, porque se buscó indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables y la relación que existe entre las dos variables que en este estudio es la adicción a internet y la autoestima.

3.4.2 Diseño de la investigación

El diseño de investigación correspondiente de acuerdo con Kerlinger y Lee (2002) al no experimental, debido a que no hay manipulación de la variable, por lo tanto, no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas por el investigador.

El tema de investigación que se ha propuesto, utilizara los siguientes niveles:



3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

La población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, lo que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Población es finita, agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran (Fidias Arias (2006)).

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (2003), “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde la unidad de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

En el caso específico de este trabajo de investigación, la población está constituida por los alumnos de quinto año del colegio: Honjo High School y el Sagrado Corazón de Jesús como muestro en las siguientes tablas respectivamente.

Tabla 1. Población Japón
Honjo High School (Saitama – Japón)
Colegio Mixto

Año de estudios	1-1	1-2	1-3	1-4	1-5
Edad 16 años	32	32	32	32	32

Tabla 2. Población Perú

IEP Sagrado Corazón de Jesús (Lima- Perú) Colegio Mixto	
Clases	4-1
Edad 16 años	26

3.5.2 Muestra

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Arias (2006).

Para la muestra japonesa se utilizó el muestreo estratificado, que consiste en tomar una parte de la población y esto se realizará mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple, en el cual se asignará un papel a cada clase (se elegirán por medio de un sorteo) sólo una clase de la población será tomada como muestra representativa.

Para la muestra en Perú se utilizó el muestreo censal, puesto que la clase es de sólo 26 alumnos y siendo este menor a cien, el tamaño de la población es igual al de la muestra.

La población estuvo conformada por adolescentes de 16 años, de ambos sexos y todos estudiantes del cuarto año de secundaria del IEP Sagrado Corazón de Jesús; como refiere Hernández et al. (2010) mencionan que una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Tabla 3. Muestra

Muestra		
Países	Perú	Japón
Adolescentes de 16 años	26	32

3.6 Técnica e instrumento

El método de la investigación se ubica en el nivel explicativo, porque éste es el objetivo de la investigación.

El nivel de la investigación hace referencia a la profundidad con que se trata el fenómeno en estudio, en ese sentido (Reyes y Sánchez, 2006) distingue tres niveles de la investigación: estudios formularios o exploratorios, estudios descriptivos y estudios explicativos o de comprobación de hipótesis causales.

Los mismos autores mencionan que los estudios descriptivos consisten fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporo – espacial determinada. Los estudios descriptivos nos llevan al conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presenta. Esta descripción se puede llevar a cabo en una etapa o en varias etapas y sus resultados pueden servir para proyectar decisiones futuras.

3.7 Método de análisis de datos

3.7.1 Método de recolección de datos

En esta investigación se utilizó el cuestionario estandarizado de Internet addiction Test (IAT) de Young, se puede aplicar de forma individual o en grupo y toma aproximadamente 20 minutos llenar el cuestionario de 20 ítems.

También la escala de Autoestima de Rosenberg, se aplica en forma individual o colectiva y toma aproximadamente 20 minutos llenar el cuestionario de 10 ítems. Ambos instrumentos pretenden medir si existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Tamayo (1998) citado por Valderrama (2002) considera que la técnica viene a ser un conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir datos. Es también un sistema de principios y normas que auxilian para aplicar los métodos, pero realizan un valor distinto. Las técnicas de investigación se justifican por su utilidad, que se traduce en la optimización de los esfuerzos la mejor administración de los recursos y la comunicabilidad de los recursos.

Rodriguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Los test psicológicos son según Cronbach (1990) un procedimiento sistemático para observar la conducta y describirla con ayuda de escalas numéricas o categorías establecidas.

En este estudio se aplicó los test psicológicos estandarizados a:

- a) Todos los adolescentes hombres y mujeres de cuarto año de secundaria del colegio Sagrado Corazón de Jesús – Lima Perú y del colegio Honjo High School de Saitama – Japón que tengan 15 y 16 años de edad,
- b) Los adolescentes que se encuentren en la disponibilidad de llenar las encuestas.

- c) Consentimiento informado aceptado por los padres de los participantes del estudio, ya que son menores de edad.
- d) Consentimiento verbal de los jóvenes para realizar las encuestas.
- e) Todos los adolescentes deben ser estudiantes del nivel secundario de ambos sexos.

3.7.2 Instrumentos de recolección de datos

Instrumentos que se emplean para adquirir información y llevar a cabo las observaciones de un estudio establecido. De acuerdo a lo que se desee estudiar, estos instrumentos permiten realizar observaciones y recoger la información, en una forma más específica.

Bernardo y Calderero (2000) consideran que los instrumentos son un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Estos test están exentos de validación por ser instrumentos estandarizados. Los tests que se utilizaron fueron: Internet addiction Test (IAT) de Young, se puede aplicar de forma individual o en grupo y toma aproximadamente 20 minutos llenar el cuestionario de 20 ítems y la escala la de Autoestima de Rosenberg, son aplicables en forma individual o colectiva y toma aproximadamente 20 minutos llenar el cuestionario de 10 ítems.

Estos test se aplicaron a los estudiantes de quinto año del colegio Sagrado corazón de Jesús de Lima – Perú y también a una sección del mismo año del colegio Honjo High School de Saitama – Japón.

3.7.2.1 Instrumentos de la V1: Test de Adicción a Internet (IAT)

El Test de Adicción a Internet (IAT) es el primer instrumento validado para evaluar la adicción a internet (Widyanto & McMurren, 2004), desarrollado por Kimberly Young 1998). Diversos estudios han encontrado que IAT es una medida confiable y de fácil aplicación por este motivo ha sido adaptado a diferentes lenguas (Alavi, 2010; Barke, Nele & Chong, 2012; Estévez, Bayón, de la Cruz & Fernandez, 2009; Khazaal 2008) Como vemos la versión original ha sido sometida a traducción y retraducción para garantizar su equivalencia idiomática. Para su traducción en español inicialmente participaron tres docentes colombianos conocedores de la lengua inglesa, uno de ellos especialista en adicciones y dos en psicometría. La nueva versión del cuestionario fue retraducida por el traductor certificado de la Universidad de Ibagué.

Sin lugar a dudas es una de las escalas más utilizadas en entornos clínicos de investigación (Aboujaoude, 2010) ya que cubre las características claves del uso patológico. El test mide el alcance del involucramiento de un individuo con la computadora y clasifica el comportamiento adictivo en términos de deterioro o incapacitación leve, moderado o severo.

El IAT está compuesto por 20 preguntas en la escala tipo Likert (0 no aplica a 5 siempre). Los rangos de puntuación son de 20 a 100. Según la autora, los participantes que obtienen de 20 a 49 puntos son usuarios promedio y tienen control sobre el uso de internet, los que puntúan entre 50 y 79 pertenecen a la categoría de uso problemático de internet y los que puntúan más de 80 tiene problemas significativos en la vida debido al uso de internet, presentan uso adictivo.

Nombre de la Prueba: Internet Addiction Test –IAT

Tipo de instrumento	: Escala tipo Likert
Numero de ítems	: 20
Administración	: individual o colectiva.
Tiempo	: aproximadamente 20 minutos
Utilidad	: Evaluar si existe adicción a internet.
Población	: adolescentes, adultos y personas mayores.
Datos normativos	: Se utiliza los datos proporcionados por la muestra original (58 estudiantes), expresados en percentiles.

Corrección e interpretación

La administración puede ser individual o grupal, luego de que todas las preguntas han sido completadas, sumar las respuestas obtenidas para cada una, obteniéndose así el resultado final. Mientras más alto sea el puntaje, mayor será el nivel de adicción. Rango normal: 0 – 30 puntos; Leve: 31- 49 puntos; Moderado: 50 – 79 puntos; Severo de 80 a 100 puntos.

A pesar de que el IAT fue diseñado como un instrumento unidimensional para evaluar adicción a internet, los estudios psicométricos describen una estructura de más de un factor, pero en la mayoría de los análisis obtienen entre dos y tres factores.(French validation of the Internet Addiction Test, 2008; The German versión of the Internet addiction test: A validation study, 2011; Assesing the psychometric comparison of the internet addiction test, the internet – related problema scale, and self-diagnosis, 2011).

En la literatura destacan tres investigaciones: En la primera los autores denominaron a los tres factores: Retirada y problemas sociales, manejo del tiempo – ejecución y realidad sustituta (Factor structure for

Young's Internet Addiction Test: A confirmatory study. M.K. Chang, S. P. Law 2008). En el segundo estudio los tres factores fueron: Conflictos psicológicos – emocionales, gestión del tiempo y la modificación del estado del ánimo (A psychometric Comparison of the Internet Addiction Test, the Internet – Related problema Scale, and Self-Diagnosis. L. Widyanto, M.D. Griffith, V. Brunson, 2011), El tercer estudio el último de los factores mostro una baja consistencia interna por lo que fue eliminado y los autores decidieron optar por los factores más consistentes que son: uso dependiente e uso excesivo, coincidiendo ambos factores con de consecuencias por el uso de internet y la dimensión cognitiva y emocional estudio colombiano realizado por Puertas- Cortés, Carbonell y Chamarro.

Para fines de esta investigación se trabajó con el estudio realizado por autores colombianos mencionados líneas arriba que analizaron las características psicométricas e la versión en lengua española del IAT (Análisis de las propiedades de la versión en español de la prueba de adicción a internet (IAT), Puerta – Cortés,D.X. Carbonell, X y Chamarro, A. 2012) los resultados del análisis de las propiedades psicométricas de la versión en español de este test arrojaron una alta fiabilidad, afirmando que es un instrumento es adecuado para evaluar el impacto del uso de internet en las interacciones sociales y la influencia del uso de internet en la vida diaria. Este estudio mostro una alta consistencia interna del test. Se extrajeron tres factores: Consecuencias por el uso de internet, dimensión cognitiva – emocional y control del tiempo, que correlacionan positivamente con las horas de acceso diario a la red y negativamente con la edad.

Factor I: Consecuencias por el uso de internet

Se relaciona con las explicaciones, mentiras, pérdida de sueño, retraimiento social, bajo rendimiento académico y descuido en las actividades domésticas como consecuencias de estar conectado a internet. Ítems 6, 7, 8, 5, 2, 4,1.

Factor II: Dimensión Cognitiva Emocional

Preocupación emocional y cognitivo con el internet, se relaciona con la importancia emocional y cognitiva de estar en línea. Por ej.: Sentirse deprimido nervioso vacío o agresivo cuando la persona no puede estar en línea y aspectos sociales del tiempo en línea, tales como preferir actividades en línea que las interacciones sociales con otros. Ítems 15,20, 18, 19,10, 9, 13, 11, 3,12.

Factor III: Control del tiempo

Pérdida de control respecto al tiempo que está conectado a internet. Ítems 14, 16,17

3.7.2.2 Instrumentos de la V2: Autoestima

La escala de autoestima de Rosenberg es una de las escalas más utilizadas a nivel internacional para evaluar la autoestima global es la escala de Rosenberg la cual se incluye en el modelo Fenomenológico de evaluación psicológica (Rosenberg 1965) y fue investigado utilizando la teoría de respuesta a los ítems. El análisis factorial identificó un único factor. Rosenberg define la autoestima como una actitud positiva y negativa hacia un objeto en particular, en sí mismo. El planteamiento en función del cual se construye esta escala está basado en cuatro criterios: facilidad de administración, economía de tiempo, unidimensionalidad y validez aparente. Consta de 10 ítems, de los cuales cinco son expresados en positivo y cinco en negativo. Su distribución es al azar, con el fin de evitar aquiescencia.

Nombre del test : Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR-Rosenberg)

Nombre original : Rosenberg Self –Steem Scale (Rosenberg S-S)

Nombre del autor : Morris Rosenberg.

Año de creación : 1965

Adaptado por : Atienza, Moreno y Balaguer,

Año de adaptación: 2000

Particularidad : Instrumento de exploración psicológica.

Objetivo : evaluar el sentimiento de satisfacción que una persona tiene consigo misma. La autoestima refleja la relación entre la autoimagen real y la autoimagen ideal

Estructuración : La escala cuenta de 10 ítems, 5 planteados en forma positiva y 5 en forma negativa (para controlar la aquiescencia y la tendencia a responder afirmativamente)

Descripción

Tipo de instrumento : Escala tipo Likert

Numero de ítems : 10

Administración : individual o colectiva.

Tiempo : aproximadamente 5 minutos

Utilidad : Crear estrategias para reforzar la autoestima en los jóvenes.

Población : adolescentes, adultos y personas mayores.

Datos normativos : Se utiliza los datos proporcionados por la muestra original (58 estudiantes), expresados en percentiles.

Corrección e interpretación

La puntuación se obtiene sumando la puntuación directa de los ítems 2, 5, 8, 9,10 y la puntuación invertida de los ítems 1, 3, 4, 6,7. La puntuación final oscila entre 10 y 40 puntos. Las puntuaciones mayores son indicadores de una autoestima más alta.

- De 30 a 40 puntos: autoestima elevada. Considerada autoestima normal.
- De 26 a 29 puntos: autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.
- Menos de 25 puntos: autoestima baja. Existen problemas significativos en la autoestima. Echeburúa, E. (1995).

3.8 Aspectos éticos

La ética, comprendido como el saber que reflexiona sobre las acciones reguladoras de los comportamientos sociales y la actuación del interés personal, faculta la comprensión de la pluralidad de sistema de valores y constituye un referente a través del cual se establece un reordenamientos de las relaciones sociales, creando una perspectiva ética-social, que invita a la investigación a preguntarse por los valores, normas, conductas y racionalidades presentes en los diversos actores sociales con los que interactúa.

El presente trabajo de investigación académica universitaria, se rige en los principios éticos profesional del Colegio de Psicólogos del Perú, ya que busca obtener título profesional en psicología, por lo tanto: los psicólogos y psicólogas peruanos, respetan la dignidad del ser humano y se comprometen a preservar y proteger los derechos humanos, busca

aumentar el conocimiento del comportamiento humano y la comprensión que posee los individuos sobre ellos mismos y sobre otros, con miras a contribuir al bienestar de la humanidad. Cuidan la privacidad e integridad de aquellos que requieren sus servicios y de los que aceptan participar en proyectos de investigación psicológica. Hacen uso de sus capacidades solo para propósitos que sean consistentes con estos valores y no permiten, con conocimiento de causa, su uso erróneo o impropio.

La ética del profesional psicólogo como investigador es mantenerse informado de la reglamentación existente sobre la conducción de investigaciones con sujetos humanos y animales. Art. 19 normas legales y morales, capítulo III.

Ética en cuanto a la realización de actividades de investigación en psicología, al diseñar una investigación el profesional asume la responsabilidad de realizar una evaluación cuidadosa de su aceptabilidad ética. En la medida en que esta evaluación sugiera un compromiso con algunos de los principios éticos, el investigador tiene obligación de buscar consejo ético y de salvaguardar los derechos humanos de los participantes.

En este sentido y amparados en juicios morales que respaldan nuestra actitud ética, orientada hacia el respeto de las personas involucradas en el proceso, de las cuales se guarda estricta confidencialidad y sobre los cuales el proceso de la investigación ha sido totalmente inocuo, garantizando la integridad de los mismos. También garantizamos estricta rigurosidad y respeto en la metodología de la investigación empleadas en el presente estudio.

Finalmente, se presenta los resultados del trabajo de investigación garantizando la idoneidad, la honestidad e imparcialidad total en todo el proceso de la investigación, especialmente en el tratamiento de los datos, esperando de esta manera, aportar un alcance en cuanto al buen uso del Internet y una adecuada autoestima.

3.9 Propuesta de valor.

El presente estudio es un tema real /reciente, donde se compromete a los jóvenes-adolescentes del país, es relevante conocer la perspectiva psicológico de este; es vital que los adolescentes tengan conocimiento de las ventajas y desventajas del Internet, para evitar que caigan en adicción. Por lo tanto, se propone cooperar con el CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú. Impartiendo charlas psicoeducativos, preventivos, divulgativos sobre adicción a Internet y desarrollo adecuado de la autoestima, para los alumnos de secundaria desde la perspectiva del modelo cognitivo conductual.

Así mismo involucrar a los padres de familia con una adecuada comunicación sobre el tema, también es de suma importancia integrar a los profesores ya que los adolescentes están en constante interacción con ellos. Debido a la falta de información o educación con respecto al tema en el país, desde esta investigación se pretende aporta a la población, crear conciencia sobre las nuevas tecnologías que son herramientas muy útiles siempre en cuando se le dé; uso adecuado, de lo contrario podría repercutir en la salud psicológica, física, emocional y familiar del adolescente. El estudio contribuye al país por ser un tema actual y presente que repercute en el desarrollo óptimo e integral de los adolescentes, familias y sociedad en general.

Se propone crear un programa psicoeducativo de prevención a la adicción a internet y autoestima en el CEP Sagrado Corazón de Jesús – Lima – Perú, dirigido a todos los estudiantes de nivel secundario. Se estima un tiempo de duración de 3 meses en donde se intervendrá de la siguiente manera:

Primer mes: Identificación de conductas de riesgo sobre adicción a internet y la importancia de la autoestima, en cuatro sesiones de 45 minutos cada una, donde se abordará desde la teoría de grupos y el enfoque conductual.

Segundo mes: incorporar todo lo asimilado de los temas desarrollados en el quehacer diario, como, por ejemplo; conductas saludables sobre el buen uso de internet y la autoestima a través del reforzamiento y motivación.

Tercer mes: Seguimiento de las buenas conductas sobre el buen uso del internet y la autoestima.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 4: *Diferencias de adicción a Internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.*

Variables	Autoestima		
	r_s	p	r_s^2
Grupo de Perú (n = 23) Adicción a Internet	-.168	.444	.028
Grupo Japón (n = 29)	-.320	.091	.102

Nota: Fuente = Elaboración propia; n = 52; $p < .05$ (significativo); r_s^2 = coeficiente de determinación para la valoración del tamaño del efecto.

El análisis de la tabla 4, orientada a encontrar diferencias entre las puntuaciones de relación observables para las variables *adicciones a internet* y la *autoestima* reportó que para el caso del grupo Perú (n = 23) la correlación apreciada fue inversa, de baja intensidad ($r_s = -.168$) y no significativa ($p = .444$), mientras que para el grupo de Japón (n = 29) la relación entre las variables tuvo el carácter inverso, de intensidad moderada y no significativa ($r_s = -.320$; $p = .091$); el análisis del tamaño del efecto para ambos grupos (*coeficiente de determinación*, r_s^2) expuso que para el grupo de Perú las *Adicciones a internet* explican en un 2.8% a la *autoestima*, mientras que en el caso de Japón la variabilidad explicada entre variables es de 10.2%. Se concluyó que existen diferencias significativas medidas a través del tamaño del efecto, afirmándose que existen diferencias significativas de las adicciones a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Tabla 5: *Diferencia en la relación de la dimensión consecuencia del uso de Internet y autoestima entre los adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.*

Variables	Autoestima		
	r_s	p	r_s^2
Grupo de Perú (n = 23)			
Consecuencia del uso de internet	-.023	.918	<.001
Grupo Japón (n = 29)			
Consecuencia del uso de internet	-.330	.081	.108

Nota: Fuente = Elaboración propia; n = 52; $p < .05$ (significativo); r_s^2 = coeficiente de determinación para la valoración del tamaño del efecto.

El análisis de la tabla 5, enfocada a encontrar diferencias entre las puntuaciones observables para la dimensión *consecuencias del uso de internet* y *autoestima* expuso que para el caso del grupo Perú (n = 23) la correlación apreciada fue inversa, nula y no significativa ($r_s = -.023$; $p = .918$), mientras que para el grupo de Japón (n = 29) la relación entre las variables tuvo el carácter inverso, de intensidad moderada y no significativa ($r_s = -.330$; $p = .081$); el análisis del tamaño del efecto para ambos grupos (*coeficiente de determinación, r_s^2*) expuso que para el grupo de Perú las *consecuencias del uso de internet* no explican a la *autoestima*, mientras que en el caso de Japón la variabilidad explicada entre variables es de 10.8%. Se concluyó que existen diferencias significativas medidas a través del tamaño del efecto entre las *consecuencias de uso de internet* y la *autoestima*, afirmándose que existen diferencias significativas de las consecuencias del uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Tabla 6: *Diferencias entre la dimensión factores cognitivos-emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.*

Variables	Autoestima			
	r_s	p	r_s^2	
Grupo de Perú (n = 23)	Factores cognitivos y emocionales	-0.287	.185	.082
Grupo Japón (n = 29)		-0.260	.174	.067

Nota: Fuente = Elaboración propia; n = 52; $p < .05$ (significativo); r_s^2 = coeficiente de determinación para la valoración del tamaño del efecto.

El análisis de la tabla 6, enfocada a encontrar diferencias entre las puntuaciones observables para la dimensión *factores cognitivos y emocionales* y *autoestima* expuso que en ambos grupos, tanto para Perú (n = 23) como para Japón (n = 29) la correlación apreciada fue inversa, de baja intensidad y no significativa ($r_s = -.287$, $p = .185$; $r_s = -.260$, $p = .174$) en sendos casos; el análisis del tamaño del efecto para ambos expuso que para el grupo de Perú los *factores cognitivos y emocionales* explican a la *autoestima* en un 8.2%, mientras que en el caso de Japón la variabilidad explicada entre variables es de 6.7%. Se concluyó que no existen diferencias significativas medidas a través del tamaño del efecto entre los *factores cognitivos-emocionales* y la *autoestima*, afirmándose que no existen diferencias significativas de los factores cognitivos-emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Tabla 7: Diferencias entre la dimensión control de tiempo y autoestima entre adolescentes de 16 años de CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón

Variables	Autoestima		
	r_s	p	r_s^2
Grupo de Perú (n = 23) Control de Tiempo	-.070	.750	.004
Grupo Japón (n = 29)	-.320	.091	.102

Nota: Fuente = Elaboración propia; n = 52; $p < .05$ (significativo); r_s^2 = coeficiente de determinación para la valoración del tamaño del efecto.

El análisis de la tabla 7, orientada a encontrar diferencias entre las puntuaciones de relación observables para la dimensión control de tiempo y autoestima expresó que para el caso del grupo Perú (n = 23) la correlación apreciada fue inversa, nula y no significativa ($r_s = -.070$; $p = .750$), mientras que para el grupo de Japón (n = 29) la relación entre las variables tuvo el carácter inverso, de intensidad moderada y no significativa ($r_s = -.320$; $p = .091$); el análisis del tamaño del efecto para ambos grupos (coeficiente de determinación, r_s^2) expuso que para el grupo de Perú la dimensión control de tiempo no explica a la autoestima, mientras que en el caso de Japón la variabilidad explicada entre variables es de 10.2%. Se concluyó que existen diferencias significativas medidas a través del tamaño del efecto entre el control de tiempo y la autoestima, aseverándose que existen diferencias significativas del control de tiempo y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Tabla 8: Relación entre el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Variables	Adicciones a internet			
	r_s	p	r_s^2	d Cohen
Grupo de Perú (n = 23)				
Grupo Japón (n = 29)				
Tiempo de acceso a Internet (horas.)	.336*	.015	.112	.687

Nota: Fuente = Elaboración propia; $n = 52$; $p < .05$ (significativo); r_s^2 = coeficiente de determinación para la valoración del tamaño del efecto; M = media, DE = desviación estándar, d_{cohen} = medida de estimación para tamaño del efecto en muestras comparativas.

En la tabla 8, se reporta el índice de correlación apreciado entre el tiempo de acceso a internet manifiesto por ambos grupos y la adicción a internet; se observó un nivel de correlación directa, moderada y significativa ($r_s = .336^*$, $p = .015$) con un valor de efecto ($r_s^2 = .112$) lo que indicó un importante valor de predictibilidad del tiempo de uso de internet y una potencial adicción al mismo en los grupos; por otra parte se analizó diferencias intra-grupos tanto para el caso del Perú ($M = 41.61$, $DE = 7.803$) y Japón ($M = 35.00$, $DE = 11.132$) apreciándose diferencias estadísticas [$t(50) = 2.512$, $p = .015$] con un tamaño del efecto moderado ($d_{\text{cohen}} = .687$), lo cual implica que la cantidad de horas de acceso a internet se convierte en una variable predictiva frente a las adicciones de internet, manifestándose con más fuerza en el grupo de Perú. Se concluyó que existe relación estadísticamente significativa en el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Tabla 9: Niveles de adicción a internet en adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.

Nivel / Grupos	Grupo Perú		Grupo Japón	
	F	%	f	%
Control del Internet	20	87.0	25	86.2
Uso problemático	3	13.0	4	13.8
Problemas significativos	0	0.0	0	0.0

Nota: Fuente = Elaboración propia; Perú (n = 23), Japón (n = 29)

En la tabla 9, se reporta la descripción de los niveles de adicción a internet manifiestos por el grupo de Perú (n = 23) y el grupo de Japón (n = 29); se apreció en el primer caso que el 87.0% (20) auto-percibieron un nivel controlado de acceso a internet, mientras que hubo un 13% de casos (3) que auto-percibieron problemas en el uso, en el del grupo de Japón se notó que el 86.2% (25) señalaron un uso controlado, mientras que sólo un 13.8% (4) evidenciaron problemas en el acceso al internet. Se pudo inferir que no hubo marcadas diferencias en cuanto a los segmentos porcentuales, así como el hecho de que el grupo no percibió problemas significativos en el uso de internet (0%).

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

El propósito elemental de la investigación estuvo orientada a determinar diferencias significativas en la adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Los resultados expresaron correlaciones de intensidad baja y moderada, para el grupo de Perú ($r_s = -.168$; $p = .444$) y Japón ($r_s = -.320$; $p = .091$), siendo en ambos casos no significativas las correlaciones observadas, sin embargo el análisis del tamaño del efecto reportó valores del tamaño del efecto grandes en el grupo de Japón (10.2%) frente al grupo de Perú (2.8%) con lo que se pudo afirmar diferencias observables en cuanto a las puntuaciones de efecto en ambos grupos y mayor predictibilidad en el grupo de Japón; estos resultados observados concuerdan con lo manifiesto por Cuny (2001, como se cita en EOS Perú, 2016) quien manifiesta que los problemas asociados al sentimiento de soledad: como son entre ellos la autoestima, pueden desencadenar en la práctica de comportamientos desajustados, siendo entre ellos el uso de internet de un modo desproporcionado; los resultados apreciados también concuerdan con lo propuesto por Blachnio *et al.*, 2014, quienes en una investigación con similares variables encontraron que mientras mayor era el tiempo destinado a internet, se podría apreciar menores niveles de autoestima en los encuestados; los datos presentados toman mayor relevancia con lo manifiesto por Ezoë y Toda (2013) quienes en su investigación orientada a identificar la relación entre la dependencia a teléfonos móviles y la soledad, encontraron que hubo valores significativos en la correlación con la soledad ($p < .001$).

Dentro de los objetivos específicos se propuso en la investigación el poder determinar la existencia de diferencias significativas de la

consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Los resultados expresaron correlaciones de intensidad nula y moderada, para el grupo de Perú. ($r_s = -.023$; $p = .918$) y Japón ($r_s = -.330$; $p = .081$), siendo en ambos casos no significativas las correlaciones observadas, sin embargo el análisis del tamaño del efecto reportó valores del tamaño del efecto grandes en el grupo de Japón (10.8%) frente al grupo de Perú (< .001%) con lo que se pudo afirmar diferencias observables en cuanto a las puntuaciones de efecto en ambos grupos y mayor predictibilidad en el grupo de Japón; estos resultados concuerdan con lo manifiesto por Seabra *et al.*, 2014 quienes en su investigación titulada “Relación de la adicción a internet con la autoestima y la depresión en estudiantes universitarios” manifestaron que la aparición de la conducta adictiva al internet es una consecuencia de baja autoestima y depresión, lo que puede acarrear serias dificultades si es que no se inicia trabajo terapéutico temprano; así mismo los resultados apreciados son consistentes y concuerdan con Mei *et al.*, 2016, quienes manifestaron que una de las consecuencias manifiestas del uso desmedido del internet es la evidencia del poco autocontrol que manifiestan los adolescentes, lo mismo sucede en los casos de autoestima, pues aquellos grupos donde la autoestima de baja, presentarán mayor conducta de adicción al internet y sus derivados; por otra parte Sahagún-Cuevas *et al.*, 2015 pusieron de manifiesto, en su investigación “Adicciones a las redes sociales y su relación con problemas de autoestima”, que la adicción a internet presenta un impacto en el desarrollo de problemas de autoestima en las personas participantes de la investigación, lo que hace notar la magnitud de consecuencia que acarrea un uso desmedido de este servicio.

Así también, otro objetivo específico que se planificó en el desarrollo de la investigación el poder determinar la existencia de diferencias significativas de los factores cognitivos-emocionales y

autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Dentro de los resultados encontrados se pudo observar que las correlaciones apreciadas tanto en el grupo de Perú ($r_s = -.287$, $p = .185$) y Japón ($r_s = -.260$, $p = .174$) representaron una intensidad baja y no significativas, sin embargo el análisis del tamaño del efecto reportó en ambos grupos una predictibilidad del 8.2% y 6.7%, lo cual es un valor aceptables para inferencias y conclusiones, indicándose que la existencia de alto impacto entre los factores cognitivos-emocionales implicados en la adicción al internet y el autoestima. Estos datos concuerdan con Blachnio *et al.*, 2014, quienes en una investigación con similares variables encontraron que mientras mayor era el tiempo destinado a internet, se podría apreciar menores niveles de autoestima en los encuestados; así también los datos reportados toman gran relevancia con lo expresado por Socorro (2016) quien en su investigación titulada “Relación entre adicción a redes sociales y autoestima” en jóvenes universitarios, encontró que el uso constante a las redes sociales está asociado con las dificultades para sentirse aceptado, mal apreciado o algún tipo de distorsión perceptual de aceptación, así mismo se recalcó el impacto en el desarrollo de la autoestima; concuerda también con lo manifiesto por Medina (2015) quien puso de manifiesto la existencia de una correlación inversa y significativa entre la adicción a internet y las habilidades sociales ($r = -.071$, $p < .05$) notándose predictibilidad en la afectación de sus capacidades para poder relacionarse e interactuar satisfactoriamente con las demás personas.

Por otro lado, un objetivo específico que se planificó en el desarrollo de la investigación fue el poder determinar la existencia de diferencias significativas del control de tiempo al internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del IEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Los resultados expresaron correlaciones de intensidad nula y moderada, para el grupo

de Perú ($r_s = -.070$; $p = .750$) y Japón ($r_s = -.320$; $p = .091$), siendo en ambos casos no significativas las correlaciones observadas, sin embargo el análisis del tamaño del efecto reportó valores del tamaño del efecto grandes en el grupo de Japón (10.2%) frente al grupo de Perú (< .001%) con lo que se pudo afirmar diferencias observables en cuanto a las puntuaciones de efecto en ambos grupos y mayor predictibilidad en el grupo de Japón; estos datos apreciados concuerdan con Mei *et al.*, 2016, quienes manifestaron que una de las consecuencias manifiestas del uso desmedido del internet es la evidencia del poco autocontrol que manifiestan los adolescentes, lo mismo sucede en los casos de autoestima, pues aquellos grupos donde la autoestima de baja, presentarán mayor conducta de adicción al internet y sus derivados; de igual manera coinciden con lo manifiesto por Blachnio *et al.*, 2014, quienes en una investigación con similares variables encontraron que mientras mayor era el tiempo destinado a internet, se podría apreciar menores niveles de autoestima en los encuestados.

Otro propósito específico diseñado para la ejecución de la investigación fue el poder identificar la relación entre el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet en adolescentes entre 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón. Los resultados apreciados en el análisis pusieron de manifiesto que hubo una relación de intensidad moderada y significativa ($r_s = .336^*$; $p = .015$) con un buen tamaño del efecto (11.2%), lo cual implica que el tiempo de uso al internet es una variable altamente predictiva que puede ser utilizada en los momentos iniciales de la entrevista con adolescentes; este dato apreciado concuerda con lo manifiesto por Blachnio *et al.*, 2014, quienes en una investigación con similares variables encontraron que mientras mayor era el tiempo destinado a internet, se podría apreciar menores niveles de autoestima en los encuestados.

Finalmente, el análisis de datos estimados tuvo como propósito específico el poder describir los niveles de adicción a internet manifiesto por los adolescentes de 16 años de CEP Sagrado de Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón. Los resultados apreciados reportaron porcentajes no elevados en cuanto al uso problemático de internet, tanto para el grupo de Perú (13%) y de Japón (13.8%); estos datos difieren de los encontrados por Seabra *et al.* (2014) quienes encontraron en una muestra de estudiantes universitarios que el 40.7% de casos reportaba adicción a internet, representando un problema para ellos.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

1. Se encontró diferencias significativas estimadas a través del tamaño del efecto, en adicciones a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús de Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.
2. Se observó diferencias significativas, medidas a través del tamaño del efecto, en las consecuencias de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús de Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.
3. Se apreció que no hubo diferencias significativas en los factores cognitivos-emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús de Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.
4. Se encontró diferencias significativas, estimadas a través del tamaño del efecto, en el control de tiempo y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús de Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón.
5. Se observó que existe relación estadísticamente significativa en el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP, Sagrado Corazón de Jesús de Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón, con una mayor predictibilidad en el grupo de Perú.
6. Se apreció niveles de control a internet elevados tanto en el grupo de Perú (87%) y Japón (86.2%), mientras que sólo hubo segmentos pequeños que reportaron uso problemático del internet en Perú (13%) y Japón (13.8%).

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Recomendaciones

- Diseñar programas de prevención al uso de internet, pues impacta en el desarrollo de la autoestima en ambos segmentos culturales.
- Elaborar programas psico-educativos de intervención orientados a modificar y controlar la frecuencia de uso a internet para impactar en el desarrollo de la autoestima de ambos segmentos culturales.
- Entrenar a las familias – docentes de las escuelas en programas preventivos que se orienten a controlar la aparición de hábitos de acceso a internet nocivos para el desarrollo emocional de ambos segmentos culturales.
- Llevar a cabo futuras investigaciones que se orienten a medir las propiedades psicométricas de los instrumentos utilizados, pues siempre es importante reajustar modelos teóricos y factoriales en la organización de instrumentos de medida psicológica.
- Para futuras investigaciones, tomar en cuenta los datos expuestos en la investigación y corroborarlos con muestras más grandes ($n = 100$) con el propósito de reafirmarlos o mejorarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, J. (2016). Perfil del internauta 2016, IPSOS. Recuperado de: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/perfil-del-internauta-2016.pdf>

American Psychiatric Association (1994). DSM – IV. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Barcelona: Masson.

American Psychiatric Association (2000). DSM-IV-TR. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Barcelona: Masson.

American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th. Edition (DSM-5). Washington, DC. American Psychiatric Association; 2013.

American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 4th. Ed., Text Revised. Washington, DC: American Psychiatric Association; 2001.

Ander-Egg, E., (2011). *Aprende a investigar. Nociones básicas para la investigación social*. Córdoba- Argentina, Brujas. Recuperado de: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf.pdf>

André, C. y Lelord, F. (1999). La autoestima. Gustarse a sí mismo para mejor vivir con los demás. Barcelona: Kairós.

Arias, F. (2006 a). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5a ed.). Caracas: Episteme.

Asociación Estadounidense de psiquiatría (2013). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (5ta edición). Washington, DC.

Asociación Nacional para la autoestima (National Association for Self-Esteem)
Consultado en: <https://www.clubensayos.com/Pscolog%C3%ADa/AUTO-ESTIMA/1415982.html>

Bahrainian, S., Haji Alizadeh, K., Raeisoon, M., Hashemi Gorji, O., & Khazae, A. (2014). Relationship of Internet addiction with self-esteem and depression in university students. *Journal of Preventive Medicine and Hygiene*, 55(3), 86–89. Recovered from: <http://file.scirp.org/Html/36417.html>

Blachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., & Sherstyuk, L. (2014). El papel de la autoestima en la adicción a Internet: una comparación entre muestras turcas, polacas y ucranianas. Universidad Católica Juan Pablo II de Lublin, Polonia; y la Universidad Abant İzzet Baysal en Turquía.

Block, J. J. (2008). Issues for DSM-V: Internet Addiction. *Am J Psychiatry* 165, 306-307?

Bonilla, M. Cliche, G. (2001). Internet y la sociedad en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://www.flacso.org.ec/docs/sfinternet.pdf>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Recovered from: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Caplan, S.E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625–648. Disponible en: <http://crx.sagepub.com/content/30/6/625.full.pdf>.

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. La lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (tesis doctorado). Universidad Oberta de Catalunya. Barcelona España.

Chóliz, M. y Marco, C. (2012). Adicción a Internet y redes sociales. Tratamiento psico- lógico. Madrid: Alianza. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/560/56025664009.pdf>

Chóliz, M., Echeburúa, E. y Labrador, F.J. (2012). Technological addictions: Are these the new addictions? *Current Psychiatric Reviews*, 8, 290-291. Recovered from: <http://www.ehu.es/echeburua/pdfs/Technological%20addictions.pdf>

Cía., A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): Un primer paso hacia la inclusión de las adicciones conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista Neuropsiquiatr.* Vol. 76(4). Ciudad autónoma de Buenos aires, Argentina. Recuperado de: <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RNP/article/download/1169/1201>.

Comisión Nacional de la Juventud (Cnj-Conaju). Consultado en: <http://renajuv.org/tag/conaju-consejo-nacional-de-la-juventud-del-peru>

Cooper smith, S. (1995). *The Antecedents of Self Esteem Consulting*. USA: Psychologist Press.

¿Cuántos adolescentes hay en riesgo de ser adictos a internet? (10 de agosto del 2016), *Diario El Comercio*. Lima- Perú. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/lima-Adolescentes-hay-en-riesgo-adictos-internet-246230>.

- Corcuera, P., De Irala, J., Osorio, A y Rivera, R. (2010). Estilos de vida de los adolescentes peruanos. Universidad de Piura, Instituto de Ciencias para la Familia. Lima. Recuperado en: <http://es.slideshare.net/Udep/estilos-de-vida-peruanos-udep>
- Corkille, B. (2001). *El Niño Feliz*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Creasey, G.L. y Myers, B.J. (1986). Video Games and children: Effects on Leisure Activities, Schoolwork and Peer Involvement. *Merrill-Palmer Quarterly*, 32(3), 251-262.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187–195. Doi: 10.1016/S0747-5632(00)00041-8
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond Money. Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 1-32. Recovered from: <https://kennisnetjeugd.nl/?file=4058&m=1471885270&action=file.download>
- Douglas, A., Mills, J., Niang, M., Stepchenkova, S., Byun, S., Ruffini, C., Lee, S., Loutfia, J., Jung, I., Atallah, M., & Blanton, M. (2008) Internet addiction: Meta-synthesis of qualitative. DOI: 10.1016/j.chb.2008.05.009
- Eaton D.K, Kann L, Kinchen S, Shanklin S, Ross J, Hawkins J, Harris W.A, Lowry R, McManus T, Chyen D, Lim C, Brener N.D, Wechsler H. Centers for Disease Control and Prevention (CDC) 2008 Youth risk behavior surveillance—United States 2007MMWR 57(4):1–131.

- Echeburúa, E. & Requesens, A. (2012). Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educadores. Madrid. Pirámide.
- Echeburúa, E. (1999). ¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, internet. Bilbao: Desclee de Brower. 114 pp. ISBN 84-330-1378-5. Recuperado de: [http://www.aepp.net/arc/05.1999\(2\).Sandin.pdf](http://www.aepp.net/arc/05.1999(2).Sandin.pdf)
- Echeburúa, E., & de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2), 91-95.
- Echeburúa, E., Labrador, F. y Becoña, E. (2009). Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes. Madrid: Pirámide. Recuperado de: <http://www.ehu.es/echeburua/pdfs/RED%20Adicción%20nuevas%20tecnologías%202012.pdf>
- Eijnden, R., Meerkerk, G., Vermulst, A., and Engels, R. (2008). Online Communication, Compulsive Internet Use, and Psychosocial Well-Being Among Adolescents: A Longitudinal Study. *ResearchGate*. Article in *Developmental Psychology*. Recovered from: DOI: 10.1037/0012-1649.44.3.655
- El Ministerio de Asuntos Internos y Comunicación de Japón (2017). Edición y publicación de la Guía Estadística de Japón 2017.
- Estallo, J.A. (2001). Usos y abusos de Internet. *Anuario de Psicología*, 32(2), 95-108.
- Fidias, G. A. (2006). *El Proyecto de Investigación Introducción a la Metodología Científica*. Caracas- República Bolivariana de Venezuela. Ed. Episteme

C.A. Recuperado de: <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/>

Garaigordobil M. & Durá, A., (2005) Neosexismo en adolescentes de 14 a 17 años: relaciones con autoconcepto, autoestima, personalidad, psicopatología, problemas de conducta y habilidades sociales. *Clínica y Salud*. 17, 2, 127-149

Gallego, J. (2006). *Educación en la adolescencia*. Madrid: Editorial Paraninfo.

Garaigordobil, M., Pérez, J.I. & Mozaz, M. (2008). Self-Concept, Self-Esteem and Psychopathological Symptoms. *Psicothema*. 20, 1, 114-123

Goldberg, I. (1995). Internet addiction disorder. Diagnostic criteria. Internet Addiction Support Group (IASG). Recovered from: <http://www.iucf.indiana.edu/~brown/hyplan/addict.html>. Young KS. Caught in the Net. New York: John Wiley & Sons, Inc.; 1998.

Gossop, M. (1989) *Relapse and Addictive Behaviour*. London: Routledge.

Gonzales, I. (2016). Usuarios de internet y redes sociales en el mundo. *iLifebelt Times*. Recuperado de: <https://ilifebelt.com/usuarios-internet-redes-sociales-mundo>.

Greenfield, D.N. (1999b, 02-04-2003): The nature of Internet Addiction: psychological factors in compulsive internet use. Recovered from: <http://www.virtualaddiction.com/internetaddiction.htm>

Griffiths, M. D. (1996). Internet 'addiction': An issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32–36. Recovered from: <https://www.academia.edu>

- Greenfield, D.N. (1999). *Adicción virtual: vasco*, España. Editorial de la Universidad de Lima.
- Grohol, J.M. (2003). *Internet Addiction Guide*. Recuperado de: <http://www.psychcentral.com/netaddiction/>
- Hansen, M., Janssen, I., Schiff, A., Zee, P. C. & Dubocovich, M. L. (2005). The impact of school daily schedule on adolescent sleep. *Pediatrics*, 115,1555-1561.
- Hasebe, Y., Nucci, L., & Nucci, M. (2004). Parental control of the personal domain and adolescent symptoms of psychopathology: A cross-national study in the U.S. and Japan. *Child Development*, 75, 815–828. doi:10.1111/j.1467-8624.2004.00708.x
- Hernández, S. (2010) *Metodología de la investigación*. Ediciones Mac Graw Hill. 6ta. Edi. México, D.F.
- Herrera, A. (s. f). Yonquis de internet: las redes sociales admiten el truco para engancharte. *El mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/papel/>
- Hurtado, R. (2012). Sepa por qué los peruanos no somos tan felices. El peruano tiene un bajo nivel de autoestima, que genera un complejo de inferioridad y cierto grado de agresividad. RPP NOTICIAS VITAL. Recuperado de: <http://vital.rpp.pe/expertos/sepa-por-que-los-peruanos-no-somos-tan-felices-noticia-470301>
- Holmes, L. (1997). *Internet addiction—is it real?* Mining co. guide to mental health resources. Recuperado de: <http://mentalhealth.tqn.com/library/weekly/aa031097.htm>.

Ikemiyashiro, J. (2017). Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de lima metropolitana. (Tesis para título profesional de licenciado en psicología. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima – Perú). Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2766/1/2017_Ikemiyashiro_Uso-de-las-redes-sociales-virtuales.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf

Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of Internet addiction research: Towards a model of compensatory Internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351–354. Doi: 10.1016/j.chb.2013.10.059

Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales* (4ª ed.). México: McGraw-Hill. P. 124.

Lacoste, J.A. (1998). Internet: la tecnología al servicio de la prevención. *Comunicar*. (Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación) 10(2), 181- 186.

LaRose, R., Lin, C. A. y Eastin, M. S. (2003). Unregulated Internet usage: Addiction, habit, or deficient self-regulation? *Media Psychology*, 5(3), 225– 253. Doi: 10.1207/S1532785XMEP0503_01

López, L. Valdés, M .et al (2005). Manual diagnóstico y de estadística de los trastornos mentales. Edita España.

- Lodge, J. & Feldman, S. (2007). Avoidant Coping as A Mediator between Appearance-Related Victimization and Self-Esteem in Young Australian Adolescents *British Journal of Developmental Psychology* 25, 633-642.
- Madell, D., & Muncer, S. (2006). Internet Communication: An Activity that Appeals to Shy and Socially Phobic People? *CyberPsychology & Behavior*, 9 (5), 618-622.
- Markus, K., & Lin, L. (1999). Conflict ways: Cultural diversity in the meanings and practices of conflict. In D. Prentice & D. Miller (Eds.), *Cultural divides: Understanding and overcoming group conflict* (pp. 302–333). New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Martínez-Ferrer, B., Murgui-Pérez, S., Musitu-Ochoa, G. & Monreal-Gimeno, M.C. (2008). El rol del apoyo parental, las actitudes hacia la escuela y la autoestima en la violencia escolar en adolescentes. *International Journal of Clinical and Health Psychology*. 8, 3, 679-692.
- Matalinares M., Díaz G., Raymundo O., Baca D., Fernández E., Uceda J., Díaz A. (2013). Influencia de los estilos parentales en la adicción al internet en alumnos de secundaria del Perú. *Revista de Investigación en Psicología* 16(2), 195 – 220. Recuperado de: <https://eosperu.net/revista/wp-content/uploads/2017/08/art-2-rev-8.pdf>
- Matalinares M., Díaz G., Raymundo O., Baca D., Fernández E., Uceda J., Díaz A. (2016). Soledad, apoyo comunitario percibido y adicción a internet en adolescentes de Perú. *Revista Digital EOS Perú*. Recuperado de: <https://eosperu.net/revista/wp-content/uploads/2017/08/art-2-rev-8.pdf...>
- Mayer, M. A. (2011) La utilización de Internet entre los adolescentes, riesgos y beneficios. Comentario Editorial. Atención Primaria. Departamento de Web Médica. Colegio Oficial de Médicos de Barcelona, Programa de Investigación en Informática Biomédica (GRIB), IMIM-Universitat

Pompeu Fabra, Barcelona, España. *Aten Primaria*. 2011, vol. 43, no. 6, p. 287-288.

McKay, M. y Fanning, P. (1999). *Autoestima. Evaluación y Mejora*. Madrid: Ediciones Martínez Roca.

Medina, R. T. (2016). *Adicción a Internet y habilidades sociales en los estudiantes del nivel secundario de una institución educativa privada de Lima Sur, 2015*. (Tesis para licenciatura en psicología. Universidad Peruana Unión, Lima, Perú). Recuperado de: http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/188/Tammy_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed.

Mei, S., Yau, Y. H. C., Chai, J., Guo, J., & Potenza, M. N. (2016). Problematic Internet use, well-being, self-esteem and self-control: Data from a high-school survey in China. *Addictive Behaviors*, 61, 74–79. Recovered from: <http://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.05.009>

Milicic Neva (2001) "Hijos con autoestima positiva" Santiago-Chile. Norma.

Ministerio de Salud del Perú. (2012). Recuperado de: <http://www.minsa.gob.pe/?op=51¬a=23831>

Morahan-Martin, J. y Schumacher, P. (1997). Incidence and correlates of pathological Internet use. Paper presented at Annual Convention of the American Psychological Association, Chicago and Illinois. Recovered from: www.redalyc.org/pdf/3498/349832486032.pdf

Morales, L. (2013). *Factores de riesgo asociados a la conducta de adicción a internet en adolescentes de la I. E. Jorge Martorell Flores*. (Tesis de Licenciatura Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna, Perú). Recuperado de: <http://tesis.>

Mossbarger, B. (2008). Is Internet addiction addressed in the classroom? A survey of Psychology textbooks. *Computers in Human Behavior*, 24,468–474.

Nucci, L. (2013). Moral development and the personal. In M. Killen & J. Smetana (Eds.), *Handbook of moral development* (2nd ed. pp. 538–558). New York, NY: Psychology Press.

Organización Mundial de la salud [OMS] (1957). Serie de Informes Técnicos, ONU, números 116 y 117, 1957. Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic Internet use. *Journal of Communication*, 55(4), 721–736. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2005.tb03019.x

Organización Mundial de la Salud. (2,010) Estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol. Italia.: Servicio de Producción de Documentos de la OMS.

Organización Mundial de la Salud. (2,013) Informe OMS Sobre la epidemia mundial de tabaquismo, 2013. Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Ginebra, Suiza.: Servicio de Producción de Documentos de la OMS. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/es/>

Organización Mundial de la salud. Clasificación Internacional de Enfermedades (OMS) CIE-10. Descripciones Clínicas y Pautas para el Diagnóstico. Madrid: Meditor, 1992.

Palomares, R. (2018). Relaciones intrafamiliares y adicción a internet en estudiantes de secundaria de una institución de Villa María del Triunfo. (Tesis para licenciatura. Universidad Autónoma del Perú. Lima – Perú).

Recuperado de: http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/123456789/450/1/karolin_palomares_tesis%20empastar%2015-4-18.pdf.

Pomalima, R., Palpán, J., Caballero, J., & Cruz, V. (2016). Prevalencia de riesgo de la conducta adictiva entre los adolescentes de Lima Metropolitana y Arequipa (Perú). *Fundación Mapfre*. Recuperado de: <http://docplayer.es/57685215-Fundacion-mapfre-2016-prevalencia-de-riesgo-de-la-conducta-adictiva-a-internet-entre-los-adolescentes-de-lima-metropolitana-y-arequipa-peru.html>.

Redacción EC (2014). Osiptel: Más del 66% de hogares en Perú ya accede a Internet. *El comercio*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/osiptel-66-hogares-peru-acceso-internet-fijo-movil-noticia-466461>

Rodríguez, M. (1988). *Autoestima: Clave del éxito personal*. Editorial El Manual

Rojas-Barahona, C.A., Zegers, B. & Förster, C.E (2009). La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores. *Revista Médica de Chile*, 137(6), 791-800.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Rosenberg, M. (1996) *Counseling the Self*. Basic Book. New York...

Schmitt, DP, y Allik, J. (2005). Administración simultánea de la escala de autoestima de Rosenberg en 53 países: exploración de las características universales y específicas de la cultura de la autoestima global. *Revista de Personalidad y Psicología Social*, 89,623-642. DOI:10.1037/0022-3514.89.4.623

- Sahagún, M. Martínez, B. Delgado, E. & Salamanca, C. (2015). La 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. Jalisco- México. *Revista Médica. MD* 2015; 6.7 (4). Recuperado de: <http://www.medigraphic.com/pdfs/revmed/md-2015/md154m.pdf>
- Salcedo, C. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima. (Tesis de grado de magister. Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú). Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2026/1/salcedo_CI.pdf.
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro., & Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y a móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-160. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122057007>
- Satoko, E. & Masahiro, T. (2013). La relación entre la soledad y la dependencia de teléfonos móviles con adicción a Internet en estudiantes de medicina japoneses. Universidad de Shimane, Centro de Servicios de Salud Izumo-Shimane y el Departamento de Farmacología de la Osaka Dental University - Japón. Recuperado de: <http://file.scirp.org/Html/36417.html>
- Seabra, L. Loureiro, M. Pereira H. Monteiro, S. Marina, R. Graça, A. & Esgalhad. (2014). La relación de la adicción a Internet con la autoestima y la depresión en estudiantes universitarios. *Revista de Medicina Preventiva e Higiene*, 55 (3), 86-89. Recuperado de: <http://file.scirp.org/Html/36417.html>

Stein, M. y Cyr, M. (1997): Women and Substance Abuse. En: Alcohol and Other Substance Abuse. The Clinics of North America. Samet, J., Stein, M.; O'Connor, P. (Eds.), 81, 4: 979- 998.

Steinberg "Autonomy", of Adolescence, 5ª ed., EUA, McGraw-Hill College, 1999, pp. 275-284. * Delia Ephron, Teenage Romance: or How to Die of Embarrassment (Nueva York, Viking, 1981). Recovered from:<http://fundacionbelen.org/base-datos/cerebro-los-adolescentes/>

Steinberg, L., & Scott, E. (2003). Less guilty by reason of adolescence: Developmental immaturity, diminished responsibility, and the juvenile death penalty. American Psychologist, 58, 1009-1018. Recovered from:<http://fundacionbelen.org/base-datos/cerebro-los-adolescentes/>

Sugimura, K., Yamazaki, M., Phinney, J., & Takeo, K. (2009). Compliance, negotiation, and self-assertion in Japanese adolescents' disagreements with parents. International Journal of Behavioral Development, 33, 77–87. doi:10.1177/0165025408098010

Suler, J. (1996). Why is this eating my life? Computer and cyberspace addiction at the "Palace". Recovered from:<http://www1.rider.edu/~suler/psycyber/eatlife.htm>

Suissa, A. J. (2015). Cyber addictions: Toward a psychosocial perspective. Addictive Behaviors, 43, 28–32. Doi: 10.1016/j.addbeh.2014.09.020

Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores. México. D.F.

Tanner, J. M. (1987). Issues and advances in adolescent growth and development. (Harvard University)

- Tejeiro, S. & Pelegrina del Rio, M. (2003). *Los videojuegos: qué son y cómo nos afectan*, Barcelona.
- Trigo A. (2004). Historia y evolución de Internet. Administrador de ACTA, (03) 08. Recuperado de: https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/033021.pdf
- Urueña, A. Ferrari, A. Blanco, D. & Valdecasa, E. (2011). *Las redes sociales en Internet*. Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. Recuperado de: <http://www.prodetur.es/prodetur/Alfresco/FileTransferServlet?Action=download&ref=e9ae6928-7084-4ff1-baf0-0f598437a976>.
- Válek de Bracho, M. (2007). Autoestima y Motivaciones Sociales en Estudiantes de Educación Superior. (Tesis para optar Maestría en Psicología Educacional, Universidad Rafael Urdaneta). Recuperada de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2011b/971/bases%20teoricas%20de%20la%20investigacion.htm>
- Wilber, K. (1995). *El proyecto Atman*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Yamada, H. (2004). Japanese mothers' views of young children's areas of personal discretion. *Child Development*, 75, 164–179. doi:10.1111/j.1467-8624.2004.00661.x
- Yamada, H. (2009). Japanese children's reasoning about conflict with parents. *Social Development*, 18, 962–977. doi:10.1111/j.1467-9507.2008.00492.x
- Yamamoto, J. M. (2007). Conferencia magistral por invitación: Una aproximación émica y post-hoc en la investigación transcultural. Un modelo multinivel de bienestar y desarrollo.

Yamamoto, J. M. (2014). Hacia una medición objetiva del bienestar subjetivo. Realidad, datos y espacio. Revista internacional de estadística y geografía. Volumen: 5. (pp. 34 - 43).

Young, K. S., & Rogers, R. C. (1998). The Relationship between Depression and Inter- Net Addiction. Cyber Psychology & Behavior, 1, 25-28. Recovered from: [http:// dx.doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25](http://dx.doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25)

Young, K. S. (1996). Adicción a internet: La aparición de un nuevo trastorno clínico. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/html/2891/289122057005>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: ADICCIÓN A INTERNET Y AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES DE 16 AÑOS DEL CEP SAGRADO CORAZÓN DE JESUS. LIMA – PERÚ Y EL HONJO HIGASHI HIGH SCHOOL DE SAITAMA – JAPÓN

PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN DIMENSIONES INDICADORES DE				METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		POBLACION Y MUESTRA	
			Variable s	Dimensione s	Indicadores	Instrumento Recogida de datos	O1 n= 1	O2 2	<u>Población</u>	
Pregunta General	Objetivo General	Hipótesis general								
¿Existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?	Determinar si existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.	Existe diferencia significativa en adicción a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.	Adicción a Internet	Consecuencia uso de internet	Ítems: 6,7,8,5,2,4, 14	Cuestionario de adicción a Internet (IAT), Young.	O1	O2	186 estudiantes	
				Factores cognitivos y emocionales	Ítems: 15,20,18,19, 10,9,13,11, 3				Muestra Muestreo estratificado en la muestra de Japón, 32 participantes.	
				Control del Tiempo	Ítems: 1,16,17				Influencia O1= Encuesta de 1 O2=Encuesta de 2	Muestreo censal en la muestra de Perú, 26 participantes.
			Autoestima	Autoestima	Ítems: Del 1 A10.	Cuestionario de Autoestima de Rosenberg.				
PREGUNTAS ESPECIFICAS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS								TÉCNICAS-INSTRUMENTOS
¿Existe diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?	Determinar si existe diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.	Existe diferencia significativa en la consecuencia de uso de internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.								Técnica La encuesta
¿Existe diferencia significativa en la relación de factores cognitivos y emocionales y	Determinar si existe diferencia significativa de los factores cognitivos y emocionales y la autoestima entre adolescentes de 16 años	Existe diferencia significativa de factores cognitivos y emocionales y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado						Instrumento El cuestionario		

autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

¿Existe diferencia significativa del control del tiempo a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

¿Existe diferencia significativa en el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón?

Existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama-Japón?

del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Determinar si existe diferencia significativa del control del tiempo a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Determinar si existe diferencia significativa en el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

¿Determinar si existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Existe diferencia significativa del control del tiempo a internet y autoestima entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima – Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

Existe diferencia significativa en el tiempo de acceso a internet y la adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón.

¿Existen diferencias significativas en los niveles de adicción a internet entre adolescentes de 16 años del CEP Sagrado Corazón de Jesús Lima-Perú y el Honjo High School de Saitama- Japón?

Anexo 2: Matriz de definición conceptual y operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS
Adicción a Internet	El deterioro compulsivo en el control de uso de internet, que altera las relaciones interpersonales y que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos (Young, 1998)	Puntajes entre 20 y 49 puntos son usuarios con un control, puntuaciones entre 50 y 79 tienen uso problemático del internet y puntuaciones superiores a 80 tienen problemas significativos.	Consecuencias uso a Internet	2,4,5,6,7,8,12,14.
			Factores cognitivos y emocionales	3,9,10,11,13,15,18,19,20
			Control del tiempo	1,16,17

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS
Autoestima	Rosenberg entiende a la autoestima como un fenómeno actitudinal creado por fuerzas sociales y culturales. La autoestima se crea en un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias. El nivel de autoestima de las personas se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales.	La puntuación se obtiene sumando la puntuación directa de los ítems 2, 5, 8, 9, 10 y la puntuación invertida de los ítems 1, 3, 4, 6, 7. La puntuación final oscila entre 10 y 40. Las puntuaciones mayores son indicadoras de una autoestima más alta.	Autoestima	1,2,3,4 5,6,7,8,9 10.

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Adicción a Internet (V.1)	Consecuencias uso a Internet	Hacer uso excesivo de internet que afecta aspectos sociales, académicos y familiares.
	Factores cognitivos y emocionales	La relación de necesidad que se crea con internet.
	Control del tiempo	Falta de autorregulación en el tiempo que se navega en internet.
Autoestima (V.2)	Alta y baja	Percepción global positiva y negativa que se tiene de uno mismo.

ANEXO 3: Instrumentos

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG (RSE)

(Rosenberg, 1965; Atienza, Balaguer, & Moreno, 2000)

Por favor, lee las frases que figuran a continuación y señala el nivel de acuerdo o desacuerdo que tienes con cada una de ellas, marcando con un aspa “X” la alternativa elegida.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy en acuerdo
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras.	1	2	3	4
2	Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso.	1	2	3	4
3	Creo que tengo algunas cualidades buenas.	1	2	3	4
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás.	1	2	3	4
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso.	1	2	3	4
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.	1	2	3	4
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo.	1	2	3	4
8	Me gustaría tener más respeto por mí mismo.	1	2	3	4
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones.	1	2	3	4
10	A veces pienso que no sirvo para nada.	1	2	3	4

日本語訳 Rosenberg Self-esteem Scale

下の表には、自分自身を全般的にどのように感じているか、という文が並んでいます。あなたがそう思う場合は「賛」に○をつけて下さい。強くそう思う場合は「強賛」、そう思わない場合は「反」、強くそう思わない場合は「強反」に○をつけて下さい。すべての項目に答えて下さい。

		くそう思う	う思う	そう 思わない	強く そう思わない
1	私は、自分自身にだいたい満足している	強賛	賛	反	強反
2	時々、自分はまったくダメだと思うことがある。	強賛	賛	反	強反
3	私にはけっこう長所があると感じている。	強賛	賛	反	強反
4	私は、他の大半の人と同じくらいに物事がこなせる。	強賛	賛	反	強反
5	私には誇れるものが大してないと感じる。	強賛	賛	反	強反
6	時々、自分は役に立たないと強く感じることもある。	強賛	賛	反	強反
7	自分は少なくとも他の人と同じくらい価値のある人間だ、と感じている。	強賛	賛	反	強反
8	自分のことをもう少し尊敬できたらいいと思う。	強賛	賛	反	強反
9	よく、私は落ちこぼれだと思ってしまう。	強賛	賛	反	強反
10	私は、自分のことを前向きに考えている	強賛	賛	反	強反

INTERNET ADDICTION TEST (IAT)

		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿Con qué frecuencia se encuentra con que lleva más tiempo navegando del que pretendía estar?					
2	¿Desatiende las labores de su hogar por pasar más tiempo frente a la computadora navegando?					
3	¿Prefiere excitarse con fotos o videos a través de Internet en lugar de interactuar con su familia?					
4	¿Con qué frecuencia establece relaciones amistosas con gente que sólo conoce a través de Internet?					
5	¿Con qué frecuencia personas de su entorno le recriminan que pasa demasiado tiempo conectado a Internet?					
6	¿Su actividad académica (escuela, universidad) se ve perjudicada porque dedica demasiado tiempo a navegar?					
7	¿Con qué frecuencia chequea el correo electrónico antes de realizar otras tareas prioritarias?					
8	¿Su productividad en el trabajo se ve perjudicada por el uso de Internet?					
9	¿Se vuelve precavido o reservado cuando alguien le pregunta en que dedica el tiempo que pasa navegando?					
10	¿Se evade de sus problemas de la vida real pasando un rato conectado a Internet?					
11	¿Se encuentra alguna vez pensando en lo que va a hacer la próxima vez que se conecte a Internet?					
12	¿Teme que su vida sin Internet sea aburrida y vacía?					
13	¿Se siente molesto cuando alguien lo/a interrumpe mientras esta navegando?					
14	¿Con qué frecuencia pierde horas de sueño pasándolas conectado a Internet?					
15	¿Se encuentra a menudo pensando en cosas relacionadas a Internet cuando no está conectado?					
16	¿Le ha pasado alguna vez eso de decir "solo unos minutitos más" antes de apagar la computadora?					
17	¿Ha intentado alguna vez pasar menos tiempo conectado a Internet y no lo ha logrado?					
18	¿Trata de ocultar cuanto tiempo pasa realmente navegando?					
19	¿Prefiere pasar más tiempo online que con sus amigos en la vida real?					
20	¿Se siente ansioso, nervioso, deprimido o aburrido cuando no está conectado a Internet?					

	INTERNET ADDICTION TEST (IAT)	全くない	まれに	ときどき	よくある	いつも
1	気がつくと思っていたより、長い時間インターネットをしていることがありますか。					
2	インターネットをする時間を増やすために、家庭での仕事や役割をおろそかにすることがありますか。					
3	家族や友人と過ごすよりも、インターネットを選ぶことがありますか。					
4	インターネットで新しい仲間を作ることがありますか。					
5	インターネットをしている時間が長いと周りの人から文句を言われたことがありますか。					
6	インターネットをしている時間が長くて、学校の成績や学業に支障をきたすことがありますか。					
7	他にやらなければならないことがあっても、まず先に電子メールをチェックすることがありますか。					
8	インターネットのために、仕事の能率や成果が下がったことがありますか。					
9	人にインターネットで何をしているのか聞かれたとき防衛的になったり、隠そうとしたことがどれくらいありますか。					
10	日々の生活の心配事から心をそらすためにインターネットで心を静めることがありますか。					
11	次にインターネットをするときのことを考えている自分に気がつくことがありますか。					
12	インターネットの無い生活は、退屈でむなしく、つまらないものだろうと恐ろしく思うことがありますか。					
13	インターネットをしている最中に誰かに邪魔をされると、いらいらしたり、怒ったり、大声を出したりすることがありますか。					
14	睡眠時間をけずって、深夜までインターネットをすることがありますか。					
15	インターネットをしていないときでもインターネットのことばかり考えていたり、インターネットをしているところを空想したりすることがありますか。					
16	インターネットをしているとき「あと数分だけ」と言っている自分に気がつくことがありますか。					
17	インターネットをする時間を減らそうとしても、できないことがありますか。					
18	インターネットをしていた時間の長さを隠そうとすることがありますか。					
19	誰かと外出するより、インターネットを選ぶことがありますか。					
20	インターネットをしていないと憂うつになったり、いらいらしたりしても、再開すると嫌な気持ちが消えてしまうことがありますか。					

ANEXO 4. Análisis del diagrama de Cajas – Bigotes para el Cuestionario de Adicción a Internet y sus dimensiones

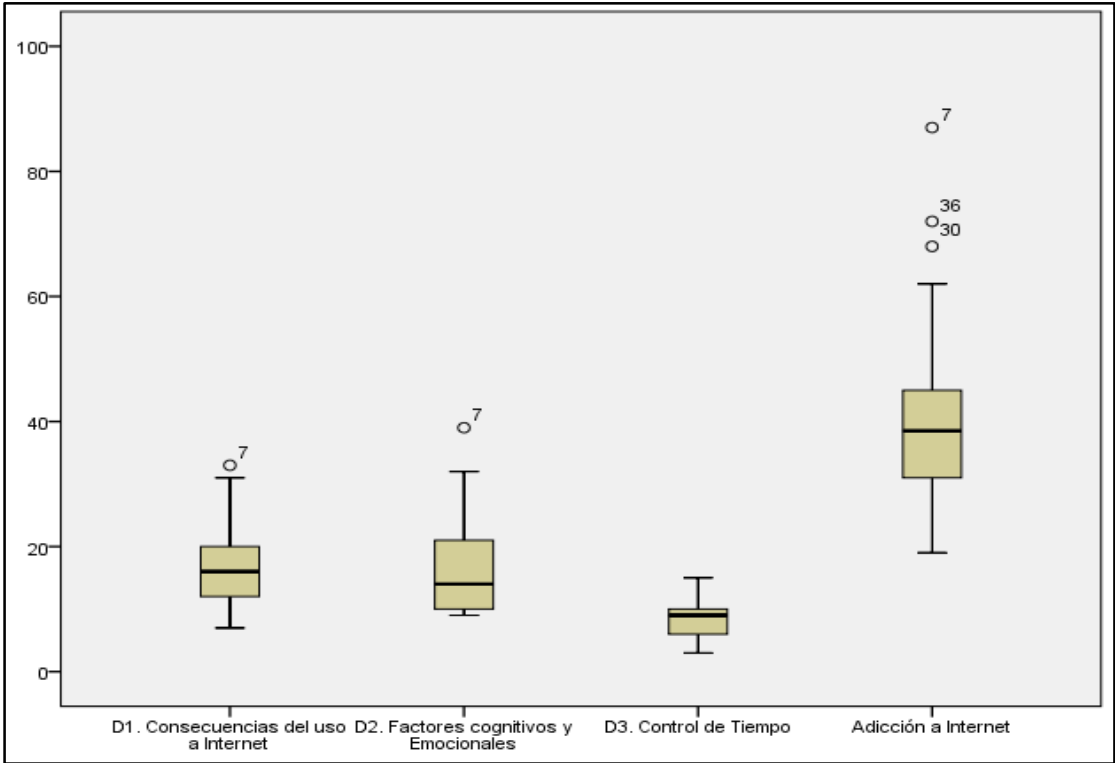


Figure 1: Diagrama de cajas y Bigotes para el cuestionario de Adicciones frente a Internet
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 5. Análisis del diagrama de Cajas – Bigotes para la escala de Autoestima de Rosenberg

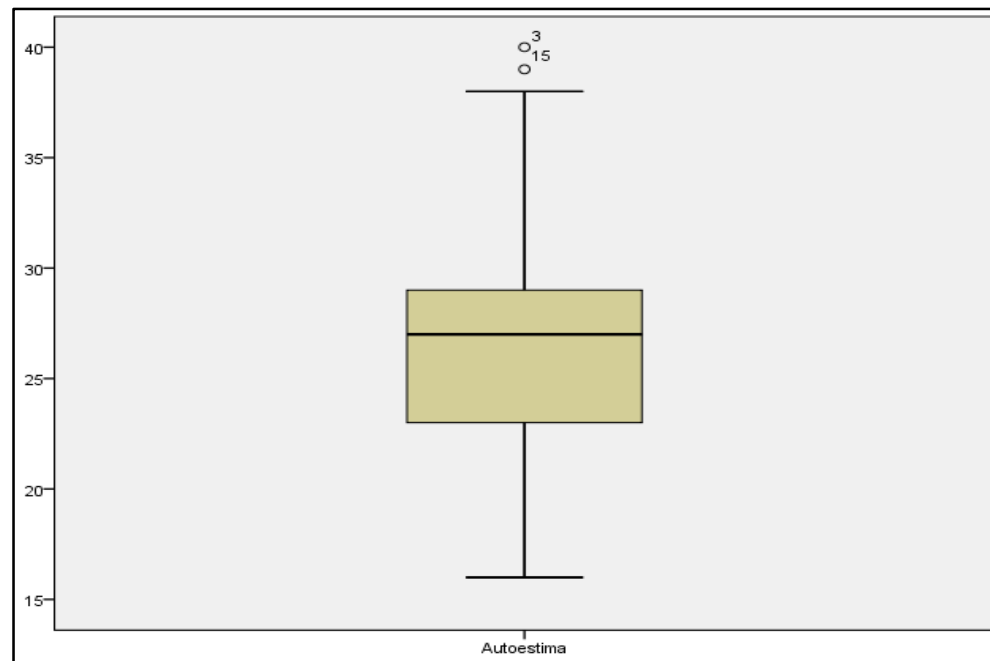


Figure 2: Diagrama de cajas y bigotes para la escala de Autoestima de Rosenberg
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 6. Análisis de Confiabilidad del Test de Adicciones a Internet.

Tabla 10: Análisis de Confiabilidad del Test de Adicciones a Internet.

Propiedades descriptivas, asimetría, curtosis y correlación Ítem-test-correctada del test de adicciones a Internet.

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>	<i>Correlación ítem-test-correctada (R-itc)</i>
Ítem 1	2.10	1.107	1.156	.953	.876
Ítem 2	1.54	.896	1.923	3.888	.862
Ítem 3	1.63	.864	1.368	1.283	.867
Ítem 4	2.25	1.235	.865	-.150	.874
Ítem 5	2.21	1.109	.640	-.207	.866
Ítem 6	2.21	1.016	.720	-.013	.869
Ítem 7	1.81	.930	1.162	1.403	.879
Ítem 8	1.60	.891	1.599	2.743	.872
Ítem 9	1.88	1.149	1.041	-.116	.870
Ítem 10	1.92	.904	.487	-.876	.865
Ítem 11	2.19	1.172	.901	.058	.872
Ítem 12	1.62	.889	1.552	1.806	.867
Ítem 13	2.15	1.036	.999	.767	.870
Ítem 14	1.71	.750	.535	-1.016	.863
Ítem 15	2.67	1.216	.055	-.984	.866

Ítem 16	2.35	1.153	.632	-.252	.869
Ítem 17	1.48	.727	1.182	-.040	.866
Ítem 18	1.33	.760	2.990	10.543	.870
Ítem 19	1.62	.953	1.706	2.678	.870
Ítem 20	2.10	1.107	1.156	.953	.861
<i>Adicción a Internet</i>	37.92	10.261	.036	-.384	-
<i>D1.</i>	15.21	4.465	-.012	-.619	-
<i>D2</i>	14.69	5.155	.786	-.436	-
<i>D3</i>	8.02	2.631	-.418	-.750	-

Nota: n = 52 participantes; M = media, DE = desviación estándar; D1 = Consecuencias del uso a Internet; D2 = Factores Cognitivos y Emocionales; D3 = Control de Tiempo

El análisis de propiedades psicométricas a nivel de consistencia interna se pudo apreciar que el test de Adicción a Internet presenta un estimador de fiabilidad bastante alto (.875) lo cual propone que los ítems constituyentes al interior del instrumento permiten medir de una manera confiable este atributo en los participantes de la investigación; se apreció además que la capacidad de discriminación de los ítems es bastante elevada ($R\text{-itc} > .20$).

ANEXO 7. Análisis de Confiabilidad del Cuestionario de Autoestima de Rosenberg.

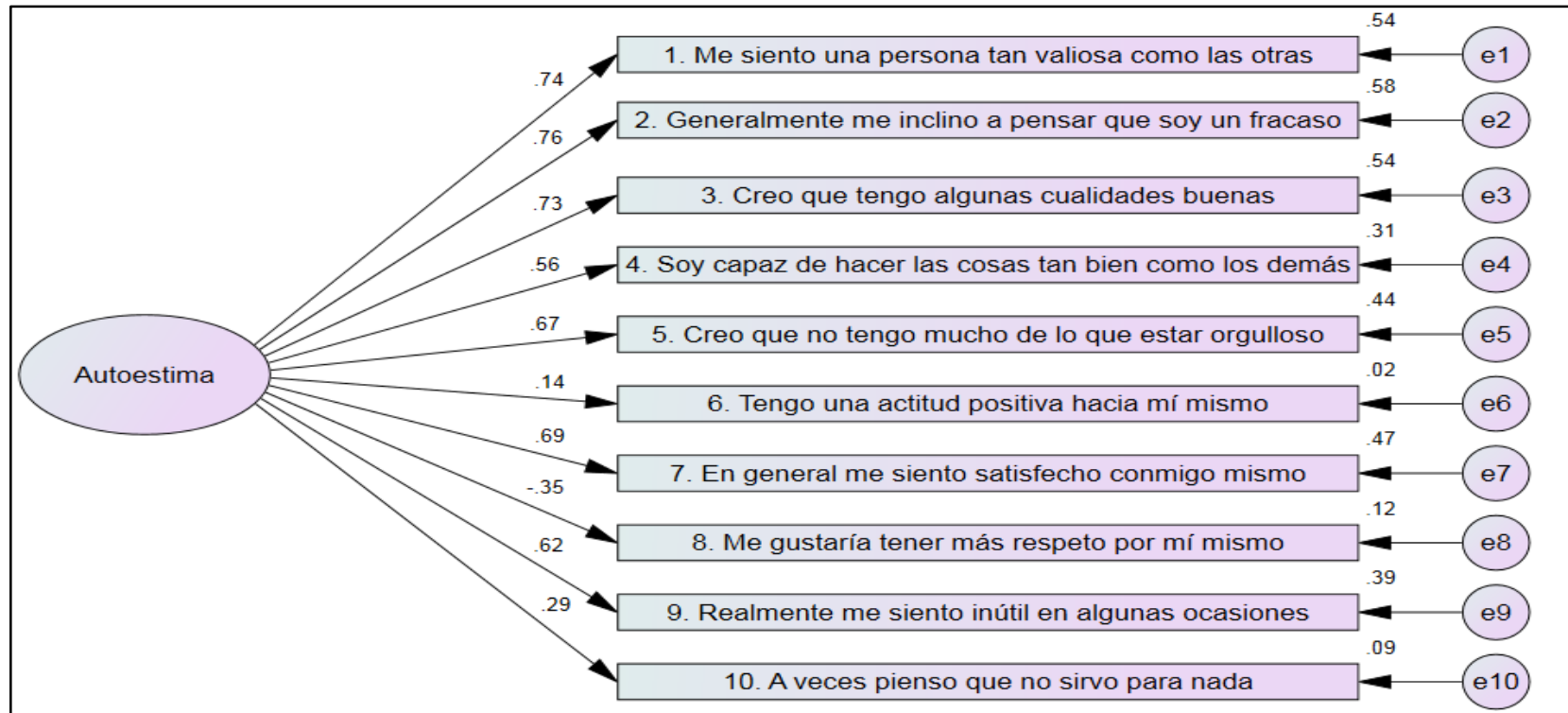
Tabla 11: Propiedades descriptivas, asimetría, curtosis y correlación ítem-test-correctado del cuestionario de Autoestima de Rosenberg

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>	<i>Correlación ítem-test-correctada</i>
Ítem 1	2.50	1.111	-.045	-1.331	.662
Ítem 2	2.46	1.075	-.044	-1.246	.678
Ítem 3	2.63	1.030	-.322	-.994	.664
Ítem 4	2.65	.968	-.455	-.699	.695
Ítem 5	2.65	.861	-.212	-.493	.687
Ítem 6	2.88	.983	-.533	-.670	.752
Ítem 7	2.77	.899	-.528	-.306	.694
Ítem 8	2.54	.979	-.112	-.941	.815
Ítem 9	2.77	.983	-.285	-.916	.719
Ítem 10	2.67	.985	-.314	-.850	.742
<i>Autoestima General</i>	26.54	5.40	.430	-.199	-

Nota: n = 52 participantes; M = media, DE = desviación estándar

El análisis de la consistencia interna para el cuestionario de Autoestima de Rosenberg expresó valor apropiado (.738), lo cual implicó que los reactivos constituyentes al interior del instrumento permiten medir de una manera confiable este atributo en los participantes de la investigación; se apreció además que la capacidad de discriminación de los ítems de bastante elevada ($R_{-itc} > .20$)

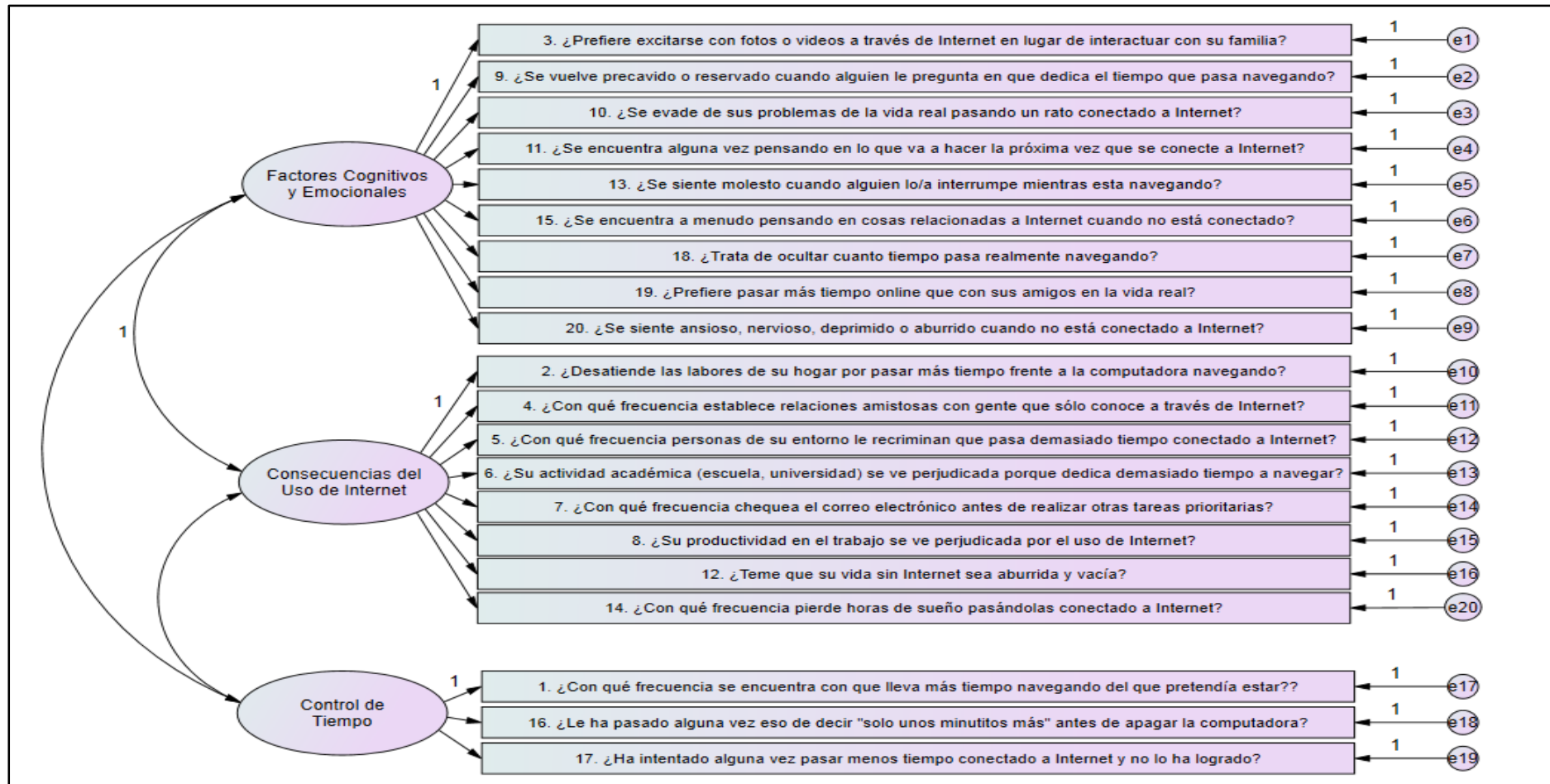
ANEXO 8. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) de la Escala de Autoestima de Rosenberg



Nota: CFI = .599; RMSEA = .219, GFI = .683; $X^2 = 3.437$; $cmin = 120.311$, $p = <.001$; $df = 35$

El análisis Factorial Confirmatorio (AFC) para la Escala de Autoestima de Rosenberg expresó cargas factoriales bastante importantes en relación a la variable Autoestima; así mismo en el análisis de estimadores se apreció que el RMSEA = .219 fue deficiente, explicado por la muestra pequeña; en análisis de la $X^2 = 3.437$, propuso un ajuste al tamaño muestral pues debe ser < 5 , siendo el valor $p = <.001$, significativo, por lo cual se sugiere hacer observaciones al modelo de ajuste teórico en muestras mucho más grandes.

ANEXO 9. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) del Cuestionario de Adicciones a Internet



ANEXO 10. Análisis de Normalidad de las variables de investigación y dimensiones componentes.

Tabla 12: Prueba de contraste de normalidad, estadísticos, asimetría, curtosis, prueba de significación.

	Kolmogorov - Smirnov			
	<i>Estadístico</i>	<i>Asimetría</i>	<i>Curtosis</i>	<i>p</i>
Adicción a Internet	.080	.036	-.384	.200*
D1	.091	-.012	-.619	.200*
D2	.150	.786	-.436	.005
D3	.145	-.418	-.750	.008
Autoestima	.132	.430	-.199	.024

Nota: n = 52 participantes; * $p < .05$ (significativo). Prueba con corrección de Lilliefors; D1 = Consecuencias del uso a Internet; D2 = Factores Cognitivos y Emocionales; D3 = Control de Tiempo

El análisis de respuesta observada para las variables *adicciones a internet, sus componentes*, así como el análisis de la *autoestima* reportó un comportamiento no paramétrico en los 52 examinados ($p = < .005$), lo cual implicó que el estadístico pertinente para realizar las correlaciones entre los grupos sería la prueba de correlación por rangos de Spearman (r_s) para el contraste de hipótesis.