Relación entre el uso de redes sociales y autoestima en población universitaria en el contexto de la pandemia de COVID - 19.

Martínez Ferreiro, Sara

Introducción

La definición del concepto de autoestima fue ampliamente debatida en el ámbito científico, existiendo a día de hoy múltiples acepciones y teorías para el significado y origen de la misma.

Para este proyecto se utiliza el término autoestima definido como el conjunto de percepciones y valoraciones que se tiene de uno mismo. Este concepto incluye tanto sentimientos y experiencias, como actitudes y pensamientos (1).

Las medidas de confinamiento y aislamiento social llevadas a cabo durante la pandemia de COVID-19, implicaron un aumento en el uso de las redes sociales en todos los grupos de edad y segmentos de la sociedad (2).

En el año 2020, un 87% de las personas entre 16 y 65 años que utilizan internet, emplearon las redes sociales. Aunque la edad media de los usuarios es de 40 años, las personas entre 16 y 24 años son las que manejan un mayor número de redes (3-5).

Existen numerosos estudios que intentan evaluar si el uso de redes sociales está relacionado de alguna forma con la salud mental de sus usuarios. Algunos, indican que el uso de redes sociales podría estar relacionado con un impacto negativo sobre la salud mental en personas adultas (tendencias suicidas, soledad y disminución de la empatía). Sin embargo, otros, no encontraron evidencias de daño e incluso indicaron que el uso de redes sociales puede ser beneficioso para algunas personas (4).

Por otra parte, estudios realizados entre adolescentes, apuntan a una posible percepción de las redes sociales como un problema para la salud mental:

causa de ansiedad, uso de estas plataformas para el ciberacoso y capacidad adictiva de las mismas (5).

A pesar de esto, otros estudios afirman que para los adolescentes de hoy la interacción social virtual es la norma, por lo que podrían beneficiarse de intervenciones individuales y sistémicas que les aporten herramientas adecuadas para emplear las redes sociales de forma que estas sean un factor protector para su bienestar psicológico (6). Los profesionales de la salud deberían considerar el papel de las redes sociales en su práctica clínica y no presuponer una relación negativa con estas (7).

Por último, cabe mencionar que hay evidencias de una asociación positiva entre la exposición social en redes y una alta prevalencia de problemas de salud mental durante el inicio de la pandemia de COVID-19 (8). Ante la escasez de estudios realizados sobre la relación del uso de redes sociales y autoestima en estudiantes universitarios y debido a que otras investigaciones previas sobre temas relacionados obtuvieron resultados diversos, es importante profundizar y avanzar en el estudio de este tema.

Objetivos

Objetivo principal:

-Determinar si el uso de redes sociales tiene efectos sobre la autoestima de la población universitaria durante la pandemia de COVID - 19.

Objetivos específicos:

-Calcular la prevalencia de baja autoestima entre los universitarios.

-Evaluar si existen diferencias significativas en la relación entre los niveles de autoestima y uso de redes sociales entre géneros.

-Conocer si existen diferencias significativas en la relación entre los niveles de autoestima y uso de redes sociales entre estudiantes de las diferentes áreas del conocimiento.

-Hallar si existen diferencias significativas entre los niveles de autoestima de los usuarios dependiendo de la red social que más utilizan.

-Valorar si hay una relación significativa entre el tiempo de uso de redes sociales y los niveles de autoestima.

Metodología

Se realizó un estudio de tipo descriptivo transversal en el ámbito de la Universidad de Santiago de Compostela.

El único criterio de inclusión exigido para los participantes de este estudio es estar matriculado en alguna de las facultades de la USC. Se excluyeron de la muestra aquellos que cubrieron el cuestionario de forma incompleta. Para la selección de participantes, se escogió aleatoriamente una facultad de la USC de cada rama del conocimiento. De este modo, el estudio se llevó a cabo en 5 facultades de áreas del saber diferentes:

-Artes y Humanidades: Facultad de Lengua y literatura inglesas.

-Ciencias: Facultad de Química.

-Ciencias de la Salud: Facultad de Enfermería.

-Ciencias Sociales y Jurídicas: Facultad de Ingeniería Informática.

-Ingeniería y Arquitectura: Facultad de Educación Primaria.

Para el reclutamiento, la investigadora del proyecto acudió de forma presencial a cada una de las facultades seleccionadas, en horario lectivo, tras solicitar previamente permiso a cada decanato y profesorado correspondiente mediante correo electrónico. La encuesta se realizó en el aula, tras una breve explicación y el reparto de los cuestionarios a todos los alumnos que deseaban participar.

No se solicitó consentimiento informado por escrito, ya que no se pidieron en ningún momento datos de carácter personal de los participantes y las encuestas cubiertas se recogieron de forma que fuese imposible la identificación de cada encuesta con la persona que la contestó.

El estudio se inició una vez se obtuvo el dictamen favorable del Comité de Ética de la Investigación de Santiago - Lugo.

La selección y recogida de la muestra se llevó a cabo en los meses de noviembre y diciembre de 2021.

Variables y mediciones

Se anexan imágenes del cuaderno de recogida de datos en el que se incluyen las variables que se decidieron evaluar en este estudio para contestar a todos los objetivos propuestos.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Género:
- ☐ Hombre
- ☐ Mujer
- ☐ No binario
- ☐ Otro (especificar):

¿Te consideras parte del colectivo trans? ☐Sí ☐No ☐No lo tengo claro

Edad:

Nacionalidad:

Lugar de residencia *(si te trasladaste por estudios, indica el domicilio familiar de referencia)*:

Estado civil:
- ☐ Casado/a o con pareja
- ☐ Soltero/a
- ☐ Viudo/a
- ☐ Divorciado/a

Situación laboral:
- ☐ Solo estudio
- ☐ Estudio y trabajo
- ☐ Estudio y estoy en búsqueda activa de empleo

Nivel socioeconómico:
- Nivel de estudios de la persona sustentadora principal de la unidad familiar:
  - ☐ No sabe leer ni escribir
  - ☐ Sabe leer, sin estudios
  - ☐ Estudios primarios / Certificado de escolaridad / 1º Ciclo ESO (ESO incompleta)
  - ☐ EGB, Certificado de Estudios Primarios, 1º y 2º ciclo de ESO (ESO completa)
  - ☐ BUP, COU, Bachillerato LOGSE, FPII
  - ☐ Diplomatura / 3 años de carrera
  - ☐ Licenciatura, grado, máster, doctorado
- Profesión de la persona sustentadora principal de la unidad familiar:
- Situación laboral de la persona sustentadora principal de la unidad familiar:
  - ☐ En activo
  - ☐ Jubilado/a
  - ☐ En paro
- Número de personas que conforman la unidad familiar:
- Número de personas con ingresos en la unidad familiar:

Nivel socioeconómico percibido:
- ☐ Alto
- ☐ Medio – alto
- ☐ Medio
- ☐ Medio – bajo
- ☐ Bajo

DATOS CLÍNICOS

¿Tienes diagnosticada alguna enfermedad física crónica?
- ☐ Sí (especificar):
- ☐ No

Tienes diagnosticada alguna patología de salud mental?
- ☐ Sí (especificar):
- ☐ No

Tiempo aproximado de diagnóstico *(contestar solo si respondiste que sí en alguna de las dos preguntas anteriores)*:

DATOS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES

Selecciona las redes sociales que utilizas habitualmente:
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok

Ordena las redes sociales que utilizas según el tiempo de uso invertido en cada una de ellas, donde 1 sería la más empleada y 4 la menos empleada:
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok

¿Cuánto tiempo diario utilizas cada una de estas redes sociales?
- Instagram: ☐Menos de 1 hora ☐De 1 a 2 horas ☐De 2 a 3 horas ☐Más de 4 horas
- Facebook: ☐Menos de 1 hora ☐De 1 a 2 horas ☐De 2 a 3 horas ☐Más de 4 horas
- Twitter: ☐Menos de 1 hora ☐De 1 a 2 horas ☐De 2 a 3 horas ☐Más de 4 horas
- TikTok: ☐Menos de 1 hora ☐De 1 a 2 horas ☐De 2 a 3 horas ☐Más de 4 horas

¿Utilizas más las redes sociales desde el inicio de la pandemia? ☐Sí ☐No

Señala el tipo de perfil que tienes en cada red social que utilices
- Instagram: ☐Público ☐Privado
- Facebook: ☐Público ☐Privado
- Twitter: ☐Público ☐Privado
- TikTok: ☐Público ☐Privado

¿Cuántos seguidores tienes en tu red social más usada?
- ☐ 0 – 199
- ☐ 200 – 399
- ☐ 400 – 599
- ☐ 600 – 799
- ☐ 800 – 999
- ☐ 1000 – 1199
- ☐ 1200 – 1399
- ☐ 1400 – 1599
- ☐ 1600 – 1799
- ☐ 1800 – 1999
- ☐ 2000 o más *(especificar número aproximado)*:

¿Cuántos "me gusta" recibes de media por publicación en tu red social más usada?
- ☐ 0 – 49
- ☐ 50 – 99
- ☐ 100 – 149
- ☐ 150 – 199
- ☐ 200 – 249
- ☐ 250 – 299
- ☐ 300 – 349
- ☐ 350 – 399
- ☐ 400 – 449
- ☐ 450 – 499
- ☐ 500 o más *(especificar número aproximado)*:

¿Cuántos comentarios recibes de media por publicación en tu red social más usada?
- ☐ 0 – 9
- ☐ 10 – 19
- ☐ 20 – 29
- ☐ 30 – 39
- ☐ 40 – 49
- ☐ 50 – 59
- ☐ 60 – 69
- ☐ 70 – 79
- ☐ 80 – 89
- ☐ 90 – 99
- ☐ 100 o más *(especificar número aproximado)*:

¿Cuántos "compartidos" recibes de media por publicación en tu red social más usada?
- ☐ No existe esta opción o no la tengo activada
- ☐ 0 – 9
- ☐ 10 – 19
- ☐ 20 – 29
- ☐ 30 – 39
- ☐ 40 – 49
- ☐ 50 – 59
- ☐ 60 – 69
- ☐ 70 – 79
- ☐ 80 – 89
- ☐ 90 – 99
- ☐ 100 o más *(especificar número aproximado)*:

¿Consideras que existe un canon de aspecto física exitoso en las redes sociales? ☐Sí ☐No

¿Te identificas con dicho canon? ☐Sí ☐No

¿Consideras que tu nivel de interacciones se ve influido por pertenecer o no a dicho canon? ☐Sí ☐No

¿Consideras que recibiste ciberacoso a través de las redes sociales? ☐Sí ☐No

Me siento bien cuando me contesta alguien que admiro: ☐Sí ☐No

Me siento mal cuando no recibo tantas interacciones como esperaba: ☐Sí ☐No

¿Crees que las redes sociales influyen en tu autoestima?
- ☐ Sí, de forma positiva.
- ☐ Sí, de forma negativa.
- ☐ Sí, de forma tanto positiva como negativa.
- ☐ No.

DATOS SOBRE COVID – 19 Y CONFINAMIENTO

¿Trabajaste y/o estudiaste de forma presencial durante el confinamiento? ☐Sí ☐No

¿Viviste aislado/a de tu entorno familiar o social durante el confinamiento? ☐Sí ☐No

¿Cuánto fue el máximo tiempo seguido que estuviste confinado/a sin salir?

¿Alguna vez diste positivo para COVID19? ☐Sí ☐No

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Este test tiene como objetivo evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma.
Por favor, contesta las siguientes frases marcando con "x" la respuesta que consideres más adecuada:
1. Muy en desacuerdo.
2. En desacuerdo
3. De acuerdo.
4. Muy de acuerdo.

	1	2	3	4
1. En general, estoy satisfecho/a conmigo mismo/a				
2. A veces pienso que no soy bueno en nada				
3. Tengo la sensación de que poseo algunas buenas cualidades				
4. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de personas				
5. Siento que no tengo demasiadas cosas de las que sentirme orgulloso/a				
6. A veces me siento realmente inútil				
7. Tengo la sensación de que soy una persona de valía, por lo menos igual que la mayoría de gente				
8. Ojalá me respetase más a mi mismo/a				
9. En definitiva, tiendo a pensar que soy un fracasado/a				
10. Tengo una actitud positiva hacia mi mismo/a				

La variable principal que se mide en este estudio es la variable dependiente "nivel de autoestima". Se evaluarán otras variables independientes como el género, la edad, la carrera estudiada, el tipo de red social más utilizada

(Instagram, Twitter, Facebook o TikTok) y el rango de tiempo de uso diario de cada red social.

La escala de Rosenberg es una de las más utilizadas en la actualidad para medir la autoestima. En este trabajo se utilizó su versión española, validada en estudiantes universitarios. Este cuestionario autoadministrado consta de 10 ítems que valoran sentimientos de respeto y aceptación hacia uno mismo. Los ítems se responden en una escala Likert de 4 puntos (1 = totalmente de acuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = de acuerdo, 4 = totalmente de acuerdo). Los ítems 1, 3, 4, 7 y 10 están formulados de forma positiva y los ítems 2, 5, 6, 8 y 9 negativamente. Para que las puntuaciones altas y bajas de los ítems positivos y negativos tengan el mismo valor, las puntuaciones de los formulados negativamente deben ser invertidas. La puntuación total final va desde los 10 hasta los 40 puntos, indicando la puntuación 10 la autoestima más baja y 40 la más elevada (9).

Aunque no existe un consenso claro en cuanto a la categorización de lo que se considera baja, media y alta autoestima, para este estudio se utiliza la clasificación establecida por Burns DD. Un resultado de 30 a 40 puntos se clasifica como autoestima elevada, considerada como autoestima normal. De 26 a 29 puntos autoestima media, no se presentan problemas de autoestima graves, pero es recomendable mejorar. Por último, menos de 25 puntos indican autoestima baja y problemas significativos a este nivel (10).

Metodología estadística

Se calculó el tamaño muestral sobre la población universitaria de grado matriculada en el campus de Santiago de Compostela de la USC. Este dato no está disponible, por lo que se consideró la población como la suma de todas las plazas ofertadas en los grados impartidos en dicho campus. Por lo tanto, la población asciende a un total de 3570 alumnos.

Se aplicó un nivel de confianza del 95%, con un margen de error máximo del 5% y una heterogeneidad de la muestra del 50%.

Para realizar el cálculo de la muestra se introducen los siguientes datos en la calculadora de muestras netquest facilitada como herramienta por la unidad docente.

-Tamaño de la población de estudio: 3570.

-Heterogeneidad: 50%.

-Margen de error: 5%.

-Nivel de confianza: 95%.

De este modo se obtiene que la muestra necesaria para la realización de este estudio es de 278 alumnos.

Se realizó un análisis descriptivo de las variables “nivel de autoestima”, “género”, “carrera en estudio”, “red social más usada” y “rango de tiempo de uso diario de cada red social” incluidas en el estudio, expresando estas variables cualitativas como valor absoluto y porcentaje. La variable cuantitativa “edad” se expresa como media y ± desviación típica.

Se utilizó la prueba de Chi-cuadrado para el contraste de hipótesis entre variables cualitativas.

La prevalencia de baja autoestima entre los usuarios de redes sociales se calculó y expresó en forma de porcentaje. Se comparan porcentajes para la variable “autoestima” y “rango de tiempo de uso de cada red social” mediante el uso de tablas cruzadas, útil para comparar variables de tipo cualitativo.

También se compara los porcentajes de la variable “autoestima” con los de las variables “género”, “carrera”, “tipo de red social” respectivamente; para lo que se utiliza también el modelo estadístico Chi-cuadrado.

Los análisis se realizaron utilizando el programa IBM SPSS Statistics.

Desarrollo

De las 421 encuestas obtenidas se excluyen un total de 3 por no estar cubiertas de forma completa, por lo que la muestra final es de 418 individuos. Dicha muestra está compuesta por 100 hombres (23,9%), 314 mujeres (75,1%) y 4 personas de género no binario (1%). La media de edad es de 20,74 años, con una desviación típica de ± 3,623.

40 personas son estudiantes de lengua y literatura inglesa (9,6%), 47 de ingeniería informática (11,2%), 49 de química (11,7%), 58 de magisterio de primaria (13,9%) y 224 de enfermería (53,6%).

Dentro de los estudiantes de lengua y literatura inglesa hay 9 hombres (22,5%), 30 mujeres (75%) y 1 persona no binaria (2,5%). En ingeniería informática hay 38 hombres (80,9%) y 9 mujeres (19,1%). En química hay 16 hombres (32,7%) y 33 mujeres (37,3%). En magisterio de primaria hay 8 hombres (13,8%) y 50 mujeres (86,2%). Finalmente, en enfermería hay 29 hombres (12,9%), 192 mujeres (85,7%) y 3 personas no binarias (1,3%).

Instagram es la red más usada por el 66% de los encuestados (276 personas), seguida de Twitter que es la más empleada por el 16,3% (68), Tiktok la que más utiliza el 13,6% (57) y Facebook es la más usada en primer lugar por el 1,7% (7). Un 2,4% (10) no utiliza ninguna red social.

Un 92,8% (388) de los encuestados utiliza Instagram, un 62,2% (260) Twitter, un 54,5% (198) TikTok y un 13,7% (53) Facebook. Además, también es importante mencionar que un 78,95% (330) usa, al menos, dos redes sociales diferentes a diario.

El 58,6% de los universitarios afirma que utiliza más las redes sociales desde el inicio de la pandemia de COVID-19. Además, un 94,0% considera que existe un canon de aspecto físico exitoso en redes, pero tan solo un 11% cree que su apariencia se corresponde con dicho canon. En lo referente a esto, aunque la mayoría piensa que no pertenecer al canon de belleza ideal no influye en sus interacciones sociales en redes, un 42,8% opina que sí.

Por otra parte, un 83,7% se siente bien cuando alguien que admira le contesta en redes sociales y hasta el 27,7% se siente mal cuando no recibe tantas interacciones como esperaba.

Tan solo un 29,2% cree que las redes sociales no influyen de ninguna forma en su autoestima. Sin embargo, la mayoría (58,7%) considera que pueden influir tanto de forma positiva como negativa. El 3,6% piensa que influyen de

forma solamente positiva, mientras que el 8,5% afirma que lo hacen de forma negativa.

El 28% (117) de la muestra tiene una autoestima baja, el 29,4% (123) autoestima media y el 42,6% autoestima elevada (178). Según la interpretación de la escala de Rosenberg estos datos indican que el 28% de los estudiantes tienen problemas de autoestima importantes. El 29,4% no presentan problemas de autoestima graves, pero es recomendable mejorar este aspecto. Por último, el 42,6% tiene una buena autoestima.

Para evaluar si existen diferencias significativas en la relación entre los niveles de autoestima y el género se realiza la prueba de Chi-cuadrado aplicada a la asociación de estas dos variables nominales. Se obtiene que $p = 0,033$ ($p<0,05$), por lo que se establece que el género y el nivel de autoestima son variables dependientes. Es decir, podría existir una relación entre el género y los niveles de autoestima presentados.

En la categoría de autoestima baja hay un mayor porcentaje de mujeres (28,7% del total de mujeres) que de hombres (24% del total de hombres) y esto también ocurre en la categoría de autoestima media (31,5% de las mujeres y 23% de los hombres). Sin embargo, en autoestima elevada el porcentaje de hombres (53,0%) es significativamente superior al de mujeres (39,8%). Las personas de género no binario constituyen una parte muy pequeña de la n, por lo que sería necesaria una muestra mayor para obtener conclusiones estadísticas fiables en este aspecto. De un total de 4, 3 (75%) tienen baja autoestima y 1 (25%) autoestima media.

Tabla cruzada Nivel de autoestima según la escala Rosenberg*Género

			Género			
			Hombre	Mujer	No binario	Total
Nivel de autoestima según la escala Rosenberg	Baja (< o = a 25)	Recuento	24	90	3	117
		% dentro de Género	24,0%	28,7%	75,0%	28,0%
	Media (de 26 a 29)	Recuento	23	99	1	123
		% dentro de Género	23,0%	31,5%	25,0%	29,4%
	Elevada (de 30 a 40)	Recuento	53	125	0	178
		% dentro de Género	53,0%	39,8%	0,0%	42,6%
Total		Recuento	100	314	4	418
		% dentro de Género	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Para valorar si existen diferencias significativas en la relación entre los niveles de autoestima y la carrera que se está cursando también se realiza la prueba Chi-cuadrado, obteniendo p = 0,037 (p<0,05), por lo que se establece que la carrera cursada y el nivel de autoestima son variables dependientes. Esto implica que podría haber relación entre la carrera estudiada y los niveles de autoestima.

El porcentaje de estudiantes de filología inglesa con baja autoestima (47,5%, 19 personas) es significativamente superior a los del resto de grados. En ingeniería informática un 29,8% (14) de los estudiantes tiene niveles de autoestima bajos, un 32,7% (16) en química, un 25,9% (15) en magisterio de primaria y un 23,7% (53) en enfermería. Por otra parte, cabe destacar que el porcentaje de alumnos con autoestima elevada en ingeniería informática (51,1% (24), frente al 42,6% (178) de la muestra total) es considerablemente superior al de otras carreras, pudiendo estar relacionado con la mayor presencia de porcentajes de género masculino.

Tabla cruzada Nivel de autoestima según escala de Rosenberg*Carrera que estudia

			Carrera que estudia					
			Lengua y literatura inglesas	Ingeniería informática	Química	Magisterio primaria	Enfermería	Total
Nivel de autoestima según escala de Rosenberg	Baja (≤a 25)	Recuento	19	14	16	15	53	117
		% dentro de Carrera que estudia	47,5%	29,8%	32,7%	25,9%	23,7%	28,0%
	Media (de 26 a 29)	Recuento	6	9	18	19	71	123
		% dentro de Carrera que estudia	15,0%	19,1%	36,7%	32,8%	31,7%	29,4%
	Elevada (de 30 a 40)	Recuento	15	24	15	24	100	178
		% dentro de Carrera que estudia	37,5%	51,1%	30,6%	41,4%	44,6%	42,6%
Total		Recuento	40	47	49	58	224	418
		% dentro de Carrera que estudia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Otro de los objetivos de este estudio es evaluar si existen diferencias significativas en la relación entre los niveles de autoestima y la red social más utilizada por cada estudiante. En este caso también aplica Chi-cuadrado, con un resultado de p = 0,425 (p>0,05). El tipo de red social más utilizada

(Instagram, Twitter, Facebook o Tiktok) y el nivel de autoestima parecen no estar relacionados entre sí.

En cuanto al tiempo de uso diario de cada red social se obtuvo que el 7,2% (30 personas) de los encuestados no utiliza Instagram. El 18,2% (76) la utiliza menos de 1 hora, el 40,4% (169) de 1 a 2 horas, el 28,2% (118) de 2 a 3 horas y el 6% (25) más de 4 horas.

El 37,8% (158) de los estudiantes no utiliza Twitter. El 33% (138) lo usa menos de 1 hora, el 18,4% (77) de 1 a 2 horas, el 8,6% (36) de 2 a 3 horas y el 2,2% (9) más de 4 horas.

TikTok no es una red social de uso habitual del 45,5% de la muestra (190). El 16,3% (68) lo utiliza menos de 1 hora, el 21,5% (90) de 1 a 2 horas, el 14,1% (59) de 2 a 3 horas y el 2,6% (11) más de 4 horas.

Por último, el 87,3% (365) no utiliza Facebook. El 9,8% (41) lo utiliza menos de 1 hora, el 2,6% (11) de 1 a 2 horas y el 0,2% (1) de 2 a 3 horas.

Entre los alumnos que usan más las redes desde el inicio de la pandemia y los que no, tampoco se aprecian diferencias significativas en los niveles de autoestima ($p=0,330$). Sin embargo, parece que sí podría haber relación entre el tiempo de uso de Instagram, Twitter y TikTok ($p = 0,040$; $p = 0,004$ y $p = 0,023$ respectivamente) y la autoestima de los estudiantes. En el caso del tiempo de uso de Facebook, no se aprecia relación con los niveles de autoestima obtenidos en la escala de Rosenberg ($p = 0,545$).

En cuanto al uso de Instagram por rangos de tiempo diario cabe destacar que entre las personas que lo utilizan más de 4 horas hay un 48% (12) que presenta autoestima baja, un 24% (6) media y tan solo un 28% (7) elevada. Por otra parte, también resulta llamativo el 36,7% (11) de personas con autoestima baja que no utilizan esta red social, aunque en este grupo el 43,3% (13) tiene una autoestima elevada.

La mayoría de usuarios de Instagram emplean un tiempo de 1 a 2 horas diarias en esta red social. De estos, un 27,8% (47) presenta autoestima baja, un 33,1%

(56) autoestima media y un 39,1% (66) autoestima elevada; valores aproximados a los de la muestra total.

Tabla cruzada

			Tiempo diario de uso de Instagram					
			No usa esta red	Menos de 1 hora	De 1 a 2 h	De 2 a 3 h	Más de 4 h	Total
Nivel de autoestima según la escala Rosenberg	Baja (< o = a 25)	Recuento	11	21	47	26	12	117
		% dentro de Tiempo diario de uso de Instagram	36,7%	27,6%	27,8%	22,0%	48,0%	28,0%
	Media (de 26 a 29)	Recuento	6	14	56	41	6	123
		% dentro de Tiempo diario de uso de Instagram	20,0%	18,4%	33,1%	34,7%	24,0%	29,4%
	Elevada (de 30 a 40)	Recuento	13	41	66	51	7	178
		% dentro de Tiempo diario de uso de Instagram	43,3%	53,9%	39,1%	43,2%	28,0%	42,6%
Total		Recuento	30	76	169	118	25	418
		% dentro de Tiempo diario de uso de Instagram	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En el análisis de la relación del tiempo diario de uso de Twitter y el nivel de autoestima se obtiene que entre las personas que lo utilizan de 2 a 3 horas hay un 47,2% (17) con autoestima baja, un 19,4% (7) con autoestima media y un 33,3% (12) con autoestima elevada. En el rango de 1 a 2 horas de uso también son mayoría las personas con autoestima baja (36,4%, 28 personas). Esto contrasta con el grupo de individuos que no utiliza Twitter o que lo utiliza menos de una hora donde se objetivan porcentajes de autoestima elevada mucho mayores (52,5% y 40,6% respectivamente).

Tabla cruzada

			Tempo diario de uso de Twitter					
			No usa esta red	Menos de 1 h	De 1 a 2 h	De 2 a 3 h	Más de 4 h	Total
Nivel de autoestima según la escala Rosenberg	Baja (< o = a 25)	Recuento	38	31	28	17	3	117
		% dentro de Tempo diario de uso de Twitter	24,1%	22,5%	36,4%	47,2%	33,3%	28,0%
	Media (de 26 a 29)	Recuento	37	51	25	7	3	123
		% dentro de Tempo diario de uso de Twitter	23,4%	37,0%	32,5%	19,4%	33,3%	29,4%
	Elevada (de 30 a 40)	Recuento	83	56	24	12	3	178
		% dentro de Tempo diario de uso de Twitter	52,5%	40,6%	31,2%	33,3%	33,3%	42,6%
Total		Recuento	158	138	77	36	9	418
		% dentro de Tempo diario de uso de Twitter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Por último, el grupo de personas que no utiliza la red social TikTok tiene un 23,2% (44) de autoestima baja, un 25,3% (48) de autoestima media y un 51,6% (98) de autoestima elevada. La mayoría de usuarios dedica de 1 a 2 horas a

esta red social y en este subgrupo los niveles de autoestima se reparten de forma diferente obteniendo que el 31,1% (28) tiene una autoestima baja, el 38,9% (35) media y el 30% (27) elevada. En el siguiente rango, de 2 a 3 horas de uso diario, aumenta considerablemente el porcentaje de individuos con autoestima baja (40,7%, 24 personas).

Tabla cruzada

			Tempo diario de uso de Tiktok					
			No usa esta red	Menos de 1 hora	De 1 a 2 h	De 2 a 3 h	Más de 4 h	Total
Nivel de autoestima según la escala Rosenberg	Baja (< o = a 25)	Recuento	44	18	28	24	3	117
		% dentro de Tempo diario de uso de Tiktok	23,2%	26,5%	31,1%	40,7%	27,3%	28,0%
	Media (de 26 a 29)	Recuento	48	22	35	15	3	123
		% dentro de Tempo diario de uso de Tiktok	25,3%	32,4%	38,9%	25,4%	27,3%	29,4%
	Elevada (de 30 a 40)	Recuento	98	28	27	20	5	178
		% dentro de Tempo diario de uso de Tiktok	51,6%	41,2%	30,0%	33,9%	45,5%	42,6%
Total		Recuento	190	68	90	59	11	418
		% dentro de Tempo diario de uso de Tiktok	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bibliografía

1.Panesso Giraldo K, Arango Holguín MJ. LA AUTOESTIMA, PROCESO HUMANO. rev.electron..psyconex [Internet]. 2017 [citado 18 Ago 2021];9(14):1-9. Disponible en : https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507

2.Fernández R, Redes sociales con mayor incremento de nuevos usuarios durante la cuarentena por coronavirus en España en 2020 [Internet]. Madrid: statista; 23 Feb 2021 [citado 18 Ago 2021]. Diponible en: https://es.statista.com/estadisticas/1118907/covid-19-redes-sociales-conmayor-numero-de-nuevos-perfiles-espana/

3.IAB Spain. Presentación estudio redes sociales 2020 [Internet]. Madrid: IAB Spain; 17 Jun 2020 [citado 18 Ago 2021]. Diponible en: https://iabspain.es/presentacion-estudio-redes-sociales-2020/

4.Berryman C, Ferguson CJ, Negy C. Social media use and mental health among young adults. Psychiatr Q [Internet]. 2018 [citado 18 Ago 2021];89(2):307-314. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29090428/

5.O'Reilly M, Dogra N, Whiteman N, Hughes J, Eruyar S, Reilly P. Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. Clin Child Psychol Psychiatry [Internet]. 2018 [citado 18 Ago 2021];23(4):601-613. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29781314/

6.Abi-Jaoude E, Naylor KT, Pignatiello A. Smartphones, social media use and youth mental health. CMAJ [Internet]. 2020 [citado 18 Ago 2021];192(6)E136-E141. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32041697/

7.O'Reilly M. Social media and adolescent mental health: the good, the bad and the ugly. J Ment Health [Internet]. 2020 [citado 18 Ago 2021];29(2):200-206. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31989847/

8.Gao J, Zheng P, Jia Y, Chen H, Mao Y, Chen S, et al. Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. PLoS One [Internet]. 2020 [citado 18 Ago 2021];15(4):e0231924. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32298385/

9.Martin-Albo J, Núñiez JL, Navarro JG, Grijalbo F. The Rosenberg Self-Esteem Scale translation and validation in university students. Span J Psychol [Internet]. 2007 [citado 18 Ago 2021];10(2):458-67. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17992972/

10.Burns DD. Autoestima en 10 días. México: Paidós; 2010.