AAS 4099

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Relación entre motivo de uso, apoyo social percibido, autoestima, habilidades sociales y adicción al Internet en adolescentes del área Metropolitana de Caracas.

Trabajo de investigación presentado por:

Andrea A. VÁZQUEZ PERNÍA

a la

Escuela de Psicología

Como un requisito parcial para obtener el título de

Licenciada en Psicología

Profesor guía:

José Gregorio DE LLANO

Caracas, Julio 2012

UCAB Universidad Católica ANDRÉS BELLO
CENTRO CULTURAL PADRE CARLOS G. PLAZA S.J.
BIBLIOTECA CENTRAL - SALA P. PLAZA S.J.
PLANTA BAJA - SALA - TESIS

A mis padres,

Mi mami Tibisay Pernía y mi papi Pauka Vázquez

Sin ustedes no lo hubiese podido lograr, gracias por confiar en mí , brindarme amor, educación, comprensión y sobre todo gracias por haberme permitido sentir el olor de las flores, ver los colores, sentir el roce de la brisa, conocer los sabores y el sonido de las aves, gracias por darme la vida. ¡¡Los amo!!

Mami, gracias por estar siempre allí para mí, tú y mi papi son los pilares de mi vida, gracias por consentirme y brindarme las mejores oportunidades para mi crecimiento personal y profesional. Y cómo no agradecerte, el haberme ayudado a enumerar casi las 697 encuestas para que el trabajo fuera más ligero, muchas gracias, tú también fuiste mi compañera de tesis a lo largo de todo este proceso, la mejor compañera del mundo ¡¡Te amo!!

Papi, gracias por permitirme estudiar en una buena universidad y formarme profesionalmente, gracias por tus ocurrencias que me hacen reír y disfrutar mucho de los momentos que logro pasar junto a ti, valen oro, estoy infinitamente orgullosa de ti y de todo lo que has podido lograr, gracias por estar allí para mí. ¡¡Te amo!!

Los admiro profundamente y son mi ejemplo a seguir, ustedes son los principales autores de este logro y todo mi esfuerzo va dedicado a ustedes, los amo con todo mi ser.

Finalmente, también dedico este trabajo a todas aquellas personas que fueron mis pacientes a lo largo de la carrera, porque gracias a ellos pude aprender que es sentir y vivir la Psicología. Muchísimas gracias.

"La única gente que me interesa es la que está loca por vivir, loca por hablar, loca por salvarse, con ganas de todo al mismo tiempo, la gente que nunca bosteza ni habla de lugares comunes, si no que arde, arde como fabulosos cohetes amarillos explotando igual que arañas entre las estrellas"

Jean-Louis Kerouac

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, a mis padres por ser mis principales fuentes de apoyo a lo largo de toda mi vida y en estos últimos cinco años de carrera, en los que he puesto todo mi esfuerzo y dedicación para que se sientan orgullosos de lo que han cosechado, ¡los amo!

A Dios por haberme dado los padres que tengo y por la fortaleza de seguir adelante y levantarme ante las adversidades. A todas aquellas personas que he conocido a lo largo de mi vida y han dejado en mí una huella imborrable. A Andrea Sánchez por enseñarme a ver la vida con matices de múltiples colores, gracias a Pedro Aguilera por ayudarme con ¡mis primeros 60 sujetos de mi infinita base de datos! Gracias a lo que alguna vez fue la comuna, Franci, Kaira, Andrés y Fernando, dejaron experiencias inolvidables en estos dos últimos años de carrera. Gracias a Thomas Steinrücken, quien a pesar de seguir caminos diferentes al mío, me permitió conocer cosas de mi y del mundo que antes desconocía.

A José Gregorio de Llano, mi tutor, por acompañarme en este largo camino de la tesis, por ayudarme y calmar mi angustia, ¡por soportarme por un año entero con mis continuos correos electrónicos! De verdad muchísimas gracias por enseñarme y ser en parte, mi compañero de tesis.

A todas aquellas instituciones que me abrieron sus puertas y el personal que amablemente me ayudó con la recolección de los datos, Annie Aragón, Víctor Da Costa, Mariana y Diego. También a aquellas personas que en los últimos minutos me estuvieron ayudando incondicionalmente, muchas gracias Evelyn Rodríguez y Marcos Barrera.

A la escuela de Psicología de la Universidad Católica Andrés Bello, por haberme transmitido todos estos aprendizajes, y motivarme a crecer cada día más como ser humano y profesional, y a cada uno de los profesores que nos ayudaron a forjar nuestro entendimiento sobre el ser humano, quienes cada día me sorprendían con cosas maravillosas. A cada uno de los futuros licenciados en Psicología de la promoción LII con los que me estoy graduando, de cada uno de ustedes he aprendido cosas invaluables muchachos, no me queda más que decir, ¡¡¡Lo logramos!!!.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 11

MARCO TEÓRICO 15

Características diagnósticas del juego patológico (DSM-IV, 1995) 20

Algunos modelos explicativos de la adicción al Internet 32

Modelo cognitivo-conductual 32

Teoría de la compensación 34

MÉTODO 82

Problema 82

Hipótesis General 82

Hipótesis específicas 82

Definición de variables 83

Variable Predicha 83

Adicción al Internet 83

Variables Predictoras 84

Motivos de uso 84

Apoyo social percibido 86

Autoestima 86

Habilidades sociales 87

Variables a controlar 88

Tipo y Diseño de investigación 88

Población y muestra 90

Instrumentos 92

Procedimiento 107

Consideraciones éticas 109

ANÁLISIS DE DATOS 110

DISCUSIÓN DE RESULTADOS 125

CONCLUSIONES 142

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES 144

REFERENCIAS 147

ANEXO A: Test de Adicción a Internet De Young T.A.I 156

ANEXO B: Análisis estadísticos del Test de Adicción al Internet de Young T.A.I. Estudio piloto 158

ANEXO C: Análisis estadísticos del Test de Adicción al Internet de Young T.A.I. Estudio definitivo 162

ANEXO D: Los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten, 2006 166

ANEXO E: Análisis estadísticos de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del internet de Peter, Valkenburg y Schouten, 2006 168

ANEXO F: Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES) 172

ANEXO G: Análisis estadísticos de la Escala de Autoestima de Rosenberg 1989 (RSES). Estudio piloto 174

ANEXO H: Análisis estadísticos de la Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES). Estudio definitivo 176

ANEXO I: Cuestionario de apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987 179

ANEXO J: Análisis estadísticos del Cuestionario de apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987. Estudio piloto 181

ANEXO K: Análisis estadísticos del Cuestionario de apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987. Estudio definitivo 187

ANEXO L: Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY) 194

ANEXO M: Análisis estadísticos de la Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY). Estudio piloto 197

ANEXO N: Análisis estadísticos de la Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY). Estudio definitivo 205

ANEXO Ñ: Análisis estadísticos descriptivos de las variables de estudio 213

ANEXO O: Resultados de los análisis estadísticos de la regresión múltiple y t de Student, diferencia entre sexo y Adicción a Internet 226

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Criterios del DSM-IV, 1995 para el diagnóstico de juego patológico. 22

TABLA 2. Motivos de uso del Internet. Los cinco motivos se definen en función de sus opciones. 85

TABLA 3. Estadísticos descriptivos (mínimo, máximo, media, desviación típica, asimetría y curtosis) de las variables independientes y la variable dependiente. 113

TABLA 4. Rango de puntuaciones en el Test de adicción al Internet y el porcentaje de sujetos de la población de estudio que se encontró dentro de cada categoría. 115

ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS

GRÁFICO 1.Frecuencia de mujeres y hombres que contestaron a los instrumentos de medición en el presente estudio. 91
GRÁFICO 2.Gráfico de la frecuencia de sujetos en función de su edad. 91
GRÁFICO 3.Gráfico de los porcentajes de sujetos a quienes les fueron aplicados los instrumentos de medida en el presente estudio. 92
GRÁFICO 4.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de adicción al Internet de Young (T.A.I). 114
GRÁFICO 5.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "entretenimiento" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005). 115
GRÁFICO 6.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "mantenimiento de relaciones" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005). 116
GRÁFICO 7.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "compensación social" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005). 117
GRÁFICO 8.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "inclusión social" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005). 117
GRÁFICO 9.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "conocer gente" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005) 118
GRÁFICO 10.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de autoestima de Rosenberg (1989). 119
GRÁFICO 11.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo familiar" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987). 119

GRÁFICO 12.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo de amigos y cercanos" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987).

GRÁFICO 13.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo familiar" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987).

GRÁFICO 14.Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, Rotatori y Helsel 1983 (MESSY).

Resumen

En el presente estudio se examinó de qué manera el motivo de uso, el apoyo social percibido, los niveles de autoestima y las habilidades sociales, se relacionan con los niveles de adicción al Internet en una muestra representativa de n= 697 (282 mujeres y 415 hombres) adolescentes del área Metropolitana de Caracas, con edades comprendidas entre los 14 y 19 años de edad (M=16.40). Se encontró que sólo un 10.5% de los sujetos presentaban una adicción moderada al Internet, el 25.1% una adicción leve y el 64.4% un uso normal del mismo. Con un nivel de significancia de 0.05, seis de las variables propuestas en el modelo de regresión múltiple fueron significativas, aportando un 43.5% de la varianza total explicada de la adicción al Internet. A partir de ello se reveló en la presente investigación que un empleo mayor del Internet asociado con motivos de uso de entretenimiento, inclusión social y conocer gente, así como pobres habilidades sociales, bajos niveles de autoestima y un bajo apoyo social percibido de parte de los pares/amigos, se encuentran asociados con la adicción al Internet, es decir, todas estas variables al actuar en conjunto pueden llegar a predisponer a los adolescentes a manifestar adicción al Internet, lo que puede traer consigo consecuencias negativas para el funcionamiento adaptativo en la esfera familiar, escolar y social. En relación al resto de las variables de estudio, tales como el motivo de uso asociado al mantenimiento de relaciones y la compensación social, el apoyo social familiar y el apoyo social religioso, no arrojaron diferencias estadísticamente significativas, por lo que estas últimas variables no contribuyeron a la explicación del modelo de la adicción al Internet en la presente investigación.

Palabras claves: Adicción al Internet, motivo de uso, apoyo social percibido, autoestima, habilidades sociales y adolescentes.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años se han evidenciado avances importantes en la tecnología, que no sólo han cambiado a los medios de comunicación, convirtiéndolos en una maquinaria que contribuye con el tránsito masivo de información a las diferentes personas alrededor del mundo, sino que también, dicho avance trae consigo modificaciones sociales importantes, donde quizá la tecnología no sólo busca adaptarse a las necesidades del ser humano, sino que ejerce sobre él un importante cambio y amoldamiento a las nuevas demandas que ésta puede llegar a crear.

A partir de esos cambios y necesidades sociales han surgido nuevas oportunidades de interacción entre los seres humanos, tal como la comunicación con otros desde la distancia, es decir, se producen relaciones interpersonales sin presencia física, conectados solamente a través de dispositivos tecnológicos como sucede en la comunicación mediada por computadoras (CMC).

Los modos en que se están asumiendo las tecnologías como medio de comunicación, están modificando los vínculos presenciales y la significación que estos tienen para sus usuarios, en cuanto a la expresión de las conductas no verbales, las representaciones y modelos mentales en los que se producen y comprenden los actos comunicativos, así como, la codificación de los sistemas de signos, la expresión de la identidad personal, la noción de la intencionalidad y la intención comunicativa, aspectos que han comenzado a demandar nuevas configuraciones empíricas, teóricas y metodológicas, que permiten armonizar desde una perspectiva interdisciplinaria el proceso de interacción humano, que parece moverse cada vez más de un continuo de relaciones cara a cara-presencial, a las mediadas por computadoras-tecnológicas (Hernández, 2012).

A raíz de esto, surge lo que algunos llaman el ciberespacio, Jong- Un (2008) plantea que este constructo hace referencia a un espacio virtual en el cual el ser humano se comunica con otras personas a través de las redes sociales y otros medios de

expresión. El ciberespacio ha aparecido como un nuevo ambiente que permite el acceso inmediato a información variada, nuevas tecnologías de comunicación en línea, espacios interactivos y bibliotecas virtuales, entre otras.

En relación a ese vertiginoso desarrollo de la tecnología empleado por el ser humano para comunicarse a través del ciberespacio, Griffiths (citado en Dona, 2000) plantea que esta compleja red de comunicación (Internet), es usada cada vez más frecuentemente, creando nuevas formas de interacción entre personas, con lo cual surgen nuevos fenómenos sociales y psicológicos que son de interés para la ciencia, especialmente para la Psicología. Uno de estos fenómenos lo constituye lo que se ha denominado Adicción al Internet, que está relacionado directamente con el patrón de uso característico de cada usuario. A este respecto, existe evidencia (Ceyhan, 2011; Jiménez y Pantoja, 2007; Chih-Hung, Ju-Yu, Cheng-Fang, Huang-Chi y Ming-Jen, 2007; Muñoz, Navarro y Ortega, 2003; Young, 1996) de que algunas personas que usan Internet tienen la posibilidad de desarrollar adicción conductual a éste, fenómeno que se ha visto asociado a otras variables que pueden explicar tal adicción.

De este modo partiendo de lo anteriormente mencionado, en la presente investigación se busca conocer la relación entre diversas variables psicológicas y la adicción al Internet. Tales variables se corresponden con el motivo de uso, el apoyo social percibido, la autoestima y las habilidades sociales, sobre las cuales se quiere conocer en qué medida predicen la adicción al Internet en la población de adolescentes venezolanos del área Metropolitana de Caracas.

En concordancia con lo anteriormente planteado, la presente investigación se enmarca dentro de la Ciberpsicología, conocida también como la Psicología de los medios de comunicación, tomando como punto de partida la clasificación emitida por la American Psychological Association (APA, 2012). De este modo, dicha división se enfoca en los roles que el psicólogo juega en el estudio de varios aspectos de los medios de comunicación, incluyendo la radio, la televisión, películas, videos, periódicos, revistas y las más nuevas tecnologías (el Internet). Esta división tiene por objetivo promover la investigación sobre el impacto de los medios de comunicación en el

comportamiento humano, y en este caso, la conducta humana asociada al uso de Internet. Así mismo, se podría enmarcar dentro de la psicología de las adicciones, que implica el estudio de conductas adictivas, incluyendo el uso problemático del alcohol, la nicotina y otras drogas y los trastornos relacionados con los juegos de azar, el comer, el comportamiento sexual, el gasto, entre otros (APA, 2012).

Este interés particular que se ha venido gestando por el crecimiento de las nuevas tecnologías, que condujeron a diferentes cambios sociales, propició la aparición y el desarrollo del término de Trastornos de Adicción al Internet a partir de diferentes autores, y se ha definido como una condición que se caracteriza por el uso continuo del Internet que afecta numerosos aspectos de la vida (Young, 1996).

De este modo, uno de los objetivos de la presente investigación se refiere a la exploración de la presencia de adicción al Internet en la población de estudio. Esto se plantea con la finalidad de evaluar cómo se distribuye la muestra de adolescentes a lo largo de las cuatro categorías propuestas por Young y Nabuco (2011) en su instrumento de medida sobre la adicción al Internet, para conocer qué porcentaje de la muestra puede llegar a agruparse, y por ende manifestar, una adicción severa, moderada, leve o un uso normal del Internet.

Así mismo, partiendo de lo anteriormente planteado, el objetivo general del presente estudio se centra en encontrar la relación entre las variables motivo de uso, apoyo social percibido, autoestima y habilidades sociales en cuanto a la manifestación de conductas adictivas hacia el Internet, es decir, en qué medida dichas variables en conjunto predicen la adicción al Internet. Es de suma importancia estudiar estas variables psicológicas, ya que se han evidenciado diversos factores que perjudican el comportamiento normal del individuo en su medio ambiente, por lo que es necesario lograr una comprensión mucho más amplia y profunda sobre dicho fenómeno, lo que permitirá conocer en qué medida las variables de interés, pueden condicionar el que un sujeto manifieste una propensión a la adicción al Internet.

Este tema puede ayudar a abordar situaciones relacionadas con dicho constructo de forma específica, a partir de la generación de estrategias de prevención e

intervención, con la finalidad de solventar problemas psicológicos que puedan causar daños en diferentes ámbitos, tales como la escuela, el hogar, la universidad, espacios públicos, entre otros. A lo largo de la presente investigación, se exponen diferentes estudios que presentan hallazgos empíricos importantes para la comprensión del fenómeno mencionado con anterioridad, en los que se han encontrado que la baja autoestima, el bajo funcionamiento familiar, el bajo apoyo de los pares, las bajas habilidades sociales, el entretenimiento y conocer gente en línea pueden predecir la incidencia de la adicción al Internet (Peter et al., 2005; Chih-Hung et al., 2007; Jiménez y Pantoja, 2007; Bonetti et al., 2010).

Finalmente, es importante acotar que a pesar de la significancia que en estos últimos años el uso del Internet ha asomado para su estudio científico, existen pocas investigaciones de esta naturaleza que permitan conocer cómo se comportan dichos constructos en una muestra de adolescentes venezolanos estudiantes de los últimos años de bachillerato. Por esta razón, es relevante la realización de un estudio sistemático para comprender las motivaciones y posibles adicciones en cuanto al uso del Internet en dicha población. Este estudio, proveerá indicativos sobre la naturaleza de este fenómeno, para conocer el impacto del medio ambiente sobre las características propias del ser humano, así como, las manifestaciones conductuales asociadas a estos cambios.

MARCO TEÓRICO

El comportamiento de los individuos está dirigido a establecer relaciones interpersonales, encontrándose expuestos a diversos estímulos sociales y culturales a los que debe hacer frente de la forma más adaptativa posible. De esta manera, se han creado diferentes medios de comunicación, en los que ni el tiempo ni el espacio parecen ser restrictivos a la hora de relacionarse con el otro, donde diferentes variables psicológicas se han visto influenciadas por los cambios sociales, políticos y económicos que el avance de la tecnología impone.

Estos avances tecnológicos, se han visto reflejados en el paso de los años, cuando ocurrió una revolución de pequeña escala en el momento en que las computadoras personales se volvieron comunes. Algunos visionarios hablaron de las computadoras como instrumentos para obtener información (Krol, 1995), y en la actualidad, se han desarrollado nuevas tecnologías que permiten las relaciones interpersonales por el ciberespacio.

De esta forma, en la medida de que la sociedad moderna evoluciona, crece la necesidad de ampliar y difundir mensajes a más personas, y es por ello que se han creado a la par de los primeros medios impresos y de telecomunicación, otros medios de orden masivo, que marcan el salto de la comunicación interpersonal a la de masas: la radio, la televisión, el cine, las computadoras, entre otras (Ciberhábitat, 2011).

A partir de esta evolución, durante los últimos 15 años ha habido un aumento dramático en el número de jóvenes con acceso a Internet y una proliferación de programas que éstos emplean para el entretenimiento y la interacción social. Estos cambios han generado preocupación porque algunos adolescentes o adultos jóvenes pueden estar utilizando el Internet extensamente, aspecto que interfiere con la interacción cara a cara u otras situaciones de la vida diaria (Smahel, Blinka y Brown, 2012).

Esto puede traer consigo dificultades en la adaptación social del adolescente, ya que estos se enfrentan con la tarea del desarrollo relacionada con establecer una estrecha relación con sus compañeros, así como, una relación íntima con sus parejas, aspecto que se pone también de manifiesto a través de las nuevas tecnologías. Estas relaciones reflejan la necesidad de los jóvenes de aprender nuevos patrones de comunicación con sus amigos, de buscar una posición dentro de un grupo, y compartir sus experiencias (Brown y Larson citado en Smahel et al., 2012).

Estos nuevos patrones de comunicación, en los cuales un individuo busca una inmersión dentro de un grupo de pares para establecer relaciones interpersonales significativas, se pueden ver reflejados recientemente en los cambios que el entorno ha traído consigo a partir de esas nuevas manifestaciones tecnológicas. La Web 3.0 (Web semántica) indica una evolución desde un Internet temprano como lo es la Web 2.0 y la Web 1.0, en la que los usuarios se limitaban a navegar pasivamente, hacia una más evolucionada en la que la participación es mucho más activa e incluso presenta aplicaciones que pueden ser ejecutadas a partir de cualquier dispositivo (Web 3.0, 2012). En esta nueva Web, la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia para convertirse en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios (Rojas, Antúnez, Gelado, del Moral, Casas-Alatriste, 2007).

Esto trae consigo, numerosos cambios sociales que son de gran importancia en la población adolescente, la cual se encuentra constantemente expuesta a dichos medios que son mucho más participativos y dirigidos al usuario final, permitiendo incrementar la curiosidad de los mismos con respecto a la diversidad de información que actualmente se puede encontrar en Internet.

A partir del surgimiento de tecnologías más participativas, se plantea que la sociedad busca y produce los avances que desea, a este respecto, Castells (2003) muestra cómo la dimensión cultural, es decir, el sistema de valores, creencias y formas de constituir mentalmente una sociedad, son decisivos en la producción y formas de estas tecnologías, donde Internet no es solamente, ni principalmente, una herramienta

tecnológica, sino que es una producción cultural, y por consiguiente trae consigo conductas asociadas a dichos cambios que han de desarrollarse y aprenderse.

Estas nuevas tecnologías permiten un involucramiento mayor, lo que en cierta medida permite al usuario ser mucho más libre en su comportamiento por la Web y más directo en aquellas cosas que quiere hacer y manifestar a través de la misma, siendo una conducta carente de linealidad, que trae consigo importantes cambios sociales y una mayor demanda del servicio, aspecto que es relevante estudiar en la población adolescente empleada en el presente estudio.

En el mismo orden de ideas asociada con los cambios sociales Niemz, Griffiths y Banyard (2005), plantean que el crecimiento del Internet en las últimas décadas ha tenido una influencia psicológica en los sujetos, y en la comprensión de las comunicaciones interpersonales que se producen, aspecto que es importante explorar en cuanto a su manifestación actual y posibles desviaciones conductuales en cuanto a su uso.

De esta forma, en relación a lo anteriormente comentado sobre cómo se ha ido gestando la demanda del servicio a lo largo de los años, específicamente en población venezolana, según Datanálisis (2011) la frecuencia de conexión del venezolano es cada vez mayor, pasando de conectarse de una a dos veces por semana, a una o dos veces por día. El aumento de los denominados heavy users "grande consumidores", una sección de la población que utiliza el producto de manera masiva y habitual (BusinessCol, 2010), se ve favorecido por la nueva tendencia a la conexión particular (Datanálisis, 2011).

Recientemente, Tendencias Digitales (2012) encontró que la penetración del Internet en Venezuela registró un incremento de 7% con respecto a lo encontrado en el 2010 por Datanálisis. Por lo que en el país ya suman 11 millones 600 mil personas conectadas a la red, una penetración de 40% para el cierre del 2011.

De los venezolanos que se encuentran en Internet 54% son hombres y 46% mujeres. El 59% de los usuarios venezolanos se encuentran en edades comprendidas entre los 7 y los 24 años de edad: de 7 a 12 años 16%, de 13 a 17 años 20% y de 18 a 24

años 23%. El segmento que ocupan los usuarios de entre 25 a 34 años alcanza un 22%, desde 35 a 49 años 17% y por últimos los mayores de 50 años que representan un 2%. Los venezolanos en su mayoría se conectan en sus hogares (71%), seguidos de los Cibercafés (30%), las conexiones a través de teléfonos celulares (21%), Trabajo (16%), Estudios (2%) e Infocentros (2%).

Además, un dato importante a considerar, es que el uso de redes sociales desplazó al correo electrónico como uso principal de la red en el país. Actualmente 9,7 millones de venezolanos están conectados a Facebook, lo que se traduce en una penetración del 33%, porcentaje que se ubica por encima del promedio de penetración regional que suma 27% (Tendencias Digitales, 2012).

Investigaciones similares han sido realizadas por otros autores sobre el uso del Internet en Venezuela, específicamente en Caracas en la Universidad Católica Andrés Bello, en la que se llevó a cabo un estudio con la finalidad de describir el comportamiento acerca de los hábitos y usos hacia las redes sociales entre los jóvenes universitarios, con la finalidad de determinar aspectos relacionados con la notoriedad, tipos de amigos a tener y actividades realizadas en las mismas (Bisbal y Nicodemo, 2011).

Los investigadores llevaron a cabo un muestreo por cuotas de todas las carreras de la universidad, fijándose una muestra final de 426 sujetos (44.9% mujeres y 55.1% hombres) con edades comprendidas entre los 17 y 31 años de edad, siendo estos distribuidos proporcionalmente en las distintas unidades académicas de estudio.

Para la obtención de los datos los investigadores emplearon un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, realizando posteriormente análisis descriptivos mediante distribuciones de frecuencias porcentuales y gráficos. A partir de este estudio, los autores encontraron que los dispositivos de mayor uso entre los entrevistados para conectarse a las redes sociales son los computadores personales (95%), entre las redes sociales más conocidas Facebook resultó ser la más popular entre los universitarios y con un mayor número de usuarios registrados (98%), así mismo, Twitter es la segunda

red de mayor conocimiento en primera mención y a su vez la segunda con mayor número de personas registradas (81%). Estos datos son de gran relevancia, ya que definen algunas características de la base poblacional susceptible de ser investigada. Este punto, permite justificar el estudio de la adicción al Internet, debido a que el porcentaje de personas que usan dichos medios es bastante elevado, por lo que el fenómeno es susceptible de ser investigado.

Es importante señalar que esa demanda de los medios de comunicación, en especial el servicio de Internet y las redes sociales, se ha popularizado entre los adolescentes y en algunos casos se ha hecho un uso exagerado del mismo. Aspecto que también ha sido investigado por la fundación Kaiser family, donde para el 2009 se había encontrado que la exposición a los medios, de niños de 8 años hasta adolescentes de 18 años de edad, se encontraba alrededor de las 10 horas y 45 minutos diarios, lo que indica que los usuarios a lo largo de los años, han manifestado un incremento importante en cuanto al uso de las tecnologías (Rideout, Foehr y Roberts, 2010).

Dicho incremento conductual dirigido hacia los medios, tal como plantean Echeburúa y Corral (citado en Cabrera y Cupaioli, 2011) son susceptibles de convertirse en comportamientos adictivos. A partir de esto, se ha planteado que lo importante en la adicción no es la actividad concreta que genera la dependencia, sino la relación que se establece con ella. Es una relación negativa, incluso destructiva que el sujeto se muestra incapaz de controlar (Cabrera y Cupaioli, 2011).

Además, esta preocupación sobre la adicción al Internet, no sólo se ve reflejada en estas investigaciones, si no también, se han visto publicaciones periódicas en El Nacional y El Universal que han reportado sobre los riesgos del uso inadecuado del Internet en estudiantes, así como sus manifestaciones sociales desadaptativas (Chipia, 2011), así mismo, se ha mostrado un interés sobre los posibles cambios que se pueden evidenciar en las estructuras cerebrales de los sujetos que manifiestan adicción al Internet, cambios que se han asociado con otras adicciones, tales como a las drogas y el alcohol (El Nacional, 2012). Estos aspectos mencionados con anterioridad no sólo manifiestan una preocupación clínica, sino también una preocupación de carácter social,

por lo que el tema de la adicción al Internet se muestra como un tópico relevante de estudio.

A raíz de este punto, es importante introducir con mayor profundidad el concepto base de la presente investigación como lo es la adicción al Internet (Young, 1996), por lo que para comprender este fenómeno es relevante partir de la concepción clínica general que involucra dicho concepto, tal como es el modelo patológico de juegos de azar que se corresponde con la categoría de los trastornos del control de los impulsos. Young (1996), la principal exponente del tema, afirma que empleando el modelo patológico de juegos al azar, la adicción al Internet puede ser definida como un desorden o trastorno de control de impulsos que no involucra sustancias tóxicas.

De esta forma, según el DSM-IV (1995), la característica esencial de los trastornos del control de los impulsos es la dificultad para resistir un impulso, una motivación o una tentación de llevar a cabo un acto perjudicial para la persona o para los demás. En la mayoría de los trastornos de esta sección, el individuo percibe una sensación de tensión o activación interior antes de cometer el acto y luego experimenta placer, gratificación o liberación en el momento de llevarlo a cabo. Tras el acto puede o no haber arrepentimiento, autorreproches o culpa. Dentro de este trastorno se puede considerar al juego patológico, aspecto que se corresponde con los criterios comparativos de lo que es la adicción al Internet tal como lo expone Young (1996), de quien se hará referencia más adelante.

Características diagnósticas del juego patológico (DSM-IV, 1995)

La característica esencial del juego patológico es un comportamiento de juego, desadaptativo, persistente y recurrente, que altera la continuidad de la vida personal, familiar o profesional. No debe realizarse el diagnóstico si el comportamiento de juego se explica mejor por la presencia de un episodio maníaco (DSM-IV, 1995).

El individuo puede estar preocupado por el juego (por ejemplo: reviviendo experiencias pasadas de juego, planificando la próxima aventura de juego o pensando en la forma de conseguir dinero para seguir jugando). Muchos individuos afectos de juego

patológico dicen que buscan acción (estado de activación, de euforia) más que dinero. Al aumentar sus apuestas o magnificar los riesgos consiguen producir y mantener los niveles de excitación deseados (DSM-IV, 1995).

Los individuos con el trastorno de juego patológico continúan a menudo jugando a pesar de los repetidos esfuerzos para controlar, disminuir o detener su comportamiento. Se pueden sentir inquietos o irritables cuando intentan parar de jugar. El individuo puede jugar como estrategia para escapar de sus problemas o para liberarse de su disforia (por ejemplo: sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión). Se puede presentar un patrón de "cazar o perseguir" las propias pérdidas, con una necesidad urgente de seguir con el juego, es decir, a menudo con grandes apuestas o aceptando riesgos desproporcionados, para contrarrestar una o varias pérdidas. El individuo puede abandonar su estrategia de juego y tratar de recuperar todas las pérdidas de una sola vez.

Aunque todos los jugadores pueden jugar durante cortos períodos de tiempo, es el juego a largo plazo lo más característico de los individuos con juego patológico. El individuo puede mentir a los miembros de su familia, terapeutas u otros para ocultar su grado de implicación en el juego. Cuando el individuo se queda sin dinero y sin crédito, pueden aparecer comportamientos antisociales (por ejemplo: falsificación, fraude, robo o abuso de confianza) para obtener dinero. El individuo puede haber comprometido o perdido una relación interpersonal importante, un trabajo o una oportunidad educativa o profesional debido al juego. El individuo también puede recurrir a la estrategia de "lanzarse en paracaídas", es decir, pidiendo ayuda a la familia o a otras personas ante su desesperada situación económica a partir de jugar (DSM-IV, 1995).

En función de lo anteriormente planteado se han de evidenciar un número determinado de criterios para cumplir con dicho diagnóstico de juego patológico, el cual se expone a continuación (DSM-IV, 1995):

Tabla 1.

Criterios del DSM-IV, 1995 para el diagnóstico de juego patológico.

A. Comportamiento de juego desadaptativo, persistente y recurrente, como indican por lo menos cinco (o más) de los siguientes ítems:
(1) preocupación por el juego (por ejemplo: preocupación por revivir experiencias pasadas de juego, compensar ventajas entre competidores o planificar la próxima aventura, o pensar formas de conseguir dinero con el que jugar).
(2) necesidad de jugar con cantidades crecientes de dinero para conseguir el grado de excitación deseado.
(3) fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir o detener el Juego.
(4) inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el juego.
(5) el juego se utiliza como estrategia para escapar de los problemas o para aliviar la disforia (por ejemplo: sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión).
(6) después de perder dinero en el juego, se vuelve otro día para intentar recuperarlo (tratando de "cazar" las propias pérdidas).
(7) se engaña a los miembros de la familia, terapeutas u otras personas para ocultar el grado de implicación con el juego.
(8) se cometen actos ilegales, como falsificación, fraude, robo, o abuso de confianza, para financiar el juego.
(9) se han arriesgado o perdido relaciones interpersonales significativas, trabajo y oportunidades educativas o profesionales debido al juego.
(10) se confía en que los demás proporcionen dinero que alivie la desesperada situación financiera causada por el juego.
B. El comportamiento de juego no se explica mejor por la presencia de un episodio maníaco.

Como se mencionó anteriormente, Young (1996) afirma que empleando el modelo patológico de juegos al azar, la adicción al Internet puede ser definida como un desorden o trastorno de control de impulsos que no involucra sustancias tóxicas. Siendo Young (1996) una de las principales teóricas sobre este tema, llevó a cabo un estudio exploratorio para el cual desarrolló un breve cuestionario de 8 ítems, relacionado con una especie de cuestionario diagnóstico, al cual se le modificó el criterio patológico de los trastornos de juegos de azar, para así proporcionar un instrumento evaluativo sobre el uso adictivo del Internet:

1. Preocupación por Internet (preocupación por revivir experiencias pasadas en Internet o anticipar la próxima sesión en Internet).
2. Necesidad de utilizar Internet por períodos de tiempo cada vez más largos para conseguir el grado de satisfacción deseado.
3. Fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir, o detener el uso de Internet.
4. Inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el uso de Internet.
5. Internet se utiliza como estrategia para escapar de los problemas o para aliviar la disforia (por ejemplo, sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión).
6. Permanencia en Internet por más tiempo del planeado inicialmente.
7. Se engaña a los miembros de la familia, terapeutas u otras personas para ocultar el grado de implicación con Internet.
8. Se han arriesgado o perdido relaciones interpersonales significativas, trabajo y oportunidades educativas o profesionales debido al uso del Internet.

Investigaciones posteriores llevadas a cabo por la misma autora, relacionadas con la descripción del término de adicción al Internet, Young (2009) argumenta que existen tres aspectos del Internet que podrían hacerlo potencialmente adictivo: anonimato, conveniencia y escape. Es importante señalar que algunos de estos aspectos son particularmente atractivos para algunas personas y por ende, esto definirá el uso que le den a dicha tecnología. Por lo que quizá, para alguien que busca distracción sexual, jugar, o disfrutar de diferentes juegos en línea, el Internet se torna atractivo por su conveniencia, anonimato y podría proveer algún grado de escape de la vida cotidiana e

incluso cambiar la consciencia a través de la experiencia, o simplemente experimentarlo como un medio diferente a través del cual se pueden manifestar dichas conductas.

Así mismo, partiendo de lo anteriormente expuesto se ha sugerido que el término de Trastornos de adicción al Internet, se puede definir como una condición que se caracteriza por el uso continuo de dicha tecnología, en el cual la persona hace caso omiso de la existencia de problemas físicos, sociales y psicológicos recurrentes, causados o exacerbados por el uso del mismo, tales como privación del sueño, dificultades maritales, pérdida o impuntualidad en compromisos formales pautados en las horas tempranas de la mañana, descuido de los deberes ocupacionales y sentimientos de abandono en los otros significativos (Brenner, Egger, Griffiths citado en Dona, 2000).

Es importante acotar que más recientemente, la Asociación Americana de Psiquiatría, ha considerado incluir el diagnóstico del uso patológico de la computadora en la próxima revisión del DSM-V (Block citado en Young y Nabuco, 2011). Conceptualmente, el diagnóstico es un desorden del espectro compulsivo-impulsivo que involucra el uso de la computadora en línea y/o no en línea, y consiste en por lo menos tres subtipos: juego excesivo, preocupaciones sexuales y correo electrónico/mensajes de texto. Todas las variantes comparten los siguientes cuatro componentes: (a) uso excesivo, frecuentemente asociado con una pérdida del sentido del tiempo o un descuido de las necesidades básicas; (b) retirada, incluye sentimientos de rabia, tensión y/o depresión cuando la computadora es inaccesible; (c) tolerancia, incluye la necesidad de tener mejores equipos de computadoras, más software o más horas de uso; y (d) repercusiones negativas, incluye argumentos, mentiras, pobres logros, aislamiento social y fatiga (Beard y Wolf; Block citado en Young y Nabuco, 2011).

Además, es significativo señalar que parte del propósito de incluir este fenómeno en la revisión del DSM-V, hace referencia a la necesidad de encontrar un consenso en cuanto a la descripción del mismo, que permita llegar a un acuerdo en cuanto a su aplicación teórica, ya que durante muchos años se han empleado diversas terminologías para referirse al tema.

De esta forma, el concepto de adicción al Internet ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, basándose principalmente en la descripción del juego patológico que realiza el DSM-IV (1995). Uno de los primeros ponentes del tema fue Ivan Goldberg en 1996 (citado en DiNicola, 2004) quien empleó el término desorden de uso patológico de la computadora, manifestando que este concepto podría llegar a ser más apropiado que el de adicción al Internet para describir a aquellos individuos que emplean excesivas cantidades de tiempo en línea, y como resultado experimentan consecuencias negativas.

Sin embargo, a lo largo de los años, muchos autores empezaron a conceptualizar dicho fenómeno planteando sus propias definiciones (Young, 1996; Greenfield, 2000; Caplan, 2007; Griffiths y Kuss, 2011). Este constructo de uso patológico del Internet, ha sido llamado de diferentes formas en la literatura, tales como: adicción al computador, adicción al Internet, uso compulsivo del Internet, dependencia al Internet y uso problemático del Internet. Por lo que la falta de acuerdo en cuanto a su definición se ha evidenciado en las diversas investigaciones, encontrando dificultad en coincidir con un término consensuado entre los diversos autores.

Además, la dificultad en su definición se manifiesta a su vez en aquellas conceptualizaciones más recientes que no plantean una concepción adictiva o patológica, sino que se basan en un uso problemático del mismo, encontrándose dentro de una visión menos patologizante, que es entendido por Caplan (2007) como un síndrome multidimensional que consiste en síntomas cognitivos y comportamentales que crean consecuencias negativas en el ámbito social, académico y profesional. Este modelo propone que los problemas psicosociales (soledad, bajas habilidades sociales) predispone a algunos usuarios del Internet a desarrollar cogniciones y comportamientos en su actividad en línea que resultarán en consecuencias negativas.

Sin embargo, a pesar de la diversidad de constructos que se han empleado para abordar este fenómeno de estudio, dichos conceptos apuntan hacia una característica en común, que se corresponde con un acuerdo mutuo que los describe, definiéndose a partir de la existencia del criterio diagnóstico de juego patológico encontrado en el Manual

diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-IV, 1995), que sirve como base para la comprensión general de dicho fenómeno (Parsons, 2005).

Además, es importante acotar que algunos autores (Gackenbach, 2007) consideran que en ciertos casos puede ser prematuro colocarle etiquetas al concepto, por la variedad de estudios que se han llevado a cabo en el tema empleando diversos nombres de la variable, a partir de los cuales se han obtenido variados resultados.

A partir de esto, Griffiths (citado en Gackenbach, 2007) argumenta que la mayoría de las personas que utilizan Internet en exceso no son adictos a Internet en sí mismo, sino que lo utilizan como un medio para alimentar otras adicciones. Plantea que hay una necesidad de distinguir entre la adicción al Internet y las adicciones en el Internet. Él da el ejemplo de un adicto a los juegos de azar que elige participar en los juegos de azar en línea, haciendo hincapié en que el Internet es el lugar donde se lleva a cabo esa conducta adictiva.

Sin embargo, también se ha observado que algunas conductas que surgen específicamente en el Internet (Ej: cibersexo, acoso cibernético), pueden ser conductas que la persona sólo lleva a cabo a través de dicha tecnología, ya que el medio es anónimo, no se dan interacciones cara a cara, y se experimenta cierta desinhibición (Griffiths citado en Gackenbach, 2007). También se reconoce, que hay algunos estudios de casos que parecen reportar una adicción al propio Internet (Young, 1996; Griffiths citado en Gackenbach, 2007). La mayoría de estos individuos utilizan las funciones del Internet que no están disponibles en cualquier otro medio, tales como salas de chat o juegos de roles. Estas personas parecen ser adictos al Internet, ya que participan en actividades que utilizan las características idiosincrásicas del mismo.

A pesar de estas diferencias, parece que hay algunas conclusiones comunes, en particular, la de las consecuencias negativas del uso excesivo del Internet (abandono de trabajo y la vida social, las rupturas de pareja, pérdida de control, etc.), que son comparables a lo experimentado con otras adicciones. En conclusión, parece que si existe la adicción a Internet sólo afecta a un porcentaje relativamente pequeño de la población expuesta a este medio (Gackenbach, 2007).

De esta forma, evidenciándose la dificultad de acuerdos en cuanto a la definición de este término, para el propósito del presente estudio el constructo de adicción al Internet será utilizado de forma intercambiable con los términos adicción al computador, uso patológico del Internet, uso compulsivo del Internet y uso problemático del Internet, para referirse al mismo fenómeno. Por lo que se asume que desde un punto de vista clínico del que parte la presente investigación, la adicción al Internet es el concepto más apropiado, aspecto basado en el criterio de trastorno del control de los impulsos, específicamente el juego patológico (Young, 1996).

La adicción al Internet se manifiesta como un fenómeno relevante a estudiar, no sólo por su diversidad de conceptos teóricos, si no por el crecimiento de los usuarios alrededor del mundo, la tecnología y las herramientas que esta brinda, que pudieran manifestar otras formas de conducta que el individuo ha de poner en práctica para manejar dichas demandas tecnológicas. Se puede considerar que el Internet presenta ciertos aspectos positivos dentro de los cuales se incluye las características informativas, un espacio lleno de diversos recursos y diversión, pero para los adictos estos beneficios pueden convertirse en perjudiciales. Tal adicción llega a interferir en las funciones adaptativas que deberían ser normales, en ese caso, si alguien es adicto, su funcionamiento será de inadaptación en el entorno en el cual se desempeña (Niemz et al., 2005).

Para comprender dicha diversidad de aspectos positivos que Internet tiene y que podrían predisponer a los jóvenes a presentar conductas adictivas, existen ciertos aspectos psicosociales en el mismo que explican parte de su atractivo y que permiten comprender y abordar modelos explicativos de por qué estas conductas se dan en dicha población de interés.

A través de Internet, se puede tener acceso a múltiples servicios: información en la World Wide Web (www), correo electrónico, Chat, newsgroups, videoconferencia, etc. Las posibilidades de uso de estos servicios son muy extensas y en muchos casos va a depender del propio interés del usuario. Desde un punto de vista psicosocial, el uso de

Internet puede ser planteado en dos vertientes socialmente distintas (Moral citado en Moral, 2001):

1) Un uso menos social: Básicamente, consistiría en la búsqueda de información a través de la red, navegar por el entramado de la www. Esto puede tener un efecto similar al de ver la televisión, ya que la persona se expone ante una pantalla con contenidos e imágenes diferentes.
2) Un uso con un sentido más social: Supone la interacción o intercambio comunicativo con otras personas que se encuentran conectadas a la red en cualquier parte del mundo. Ocurre cuando se utilizan los servicios de correo electrónico, chat, newsgroups y telefonía, que van a traer consigo nuevas formas de relaciones sociales.

La interactividad, que se corresponde con un uso más social, es posiblemente la característica más importante que distingue a la comunicación en masa vía la Web de los medios tradicionales (primeros medios impresos y de transmisión unidireccional de la información). A diferencia de los periódicos y la televisión, la Web ofrece un potencial ilimitado de interacción con la información, más allá de una simple transmisión. Además, casi todas estas tecnologías web basadas en los medios de comunicación promueven la actividad de la audiencia. Los usuarios son participantes activos más que receptores pasivos de comunicación, así, éstos se orientan hacia las computadoras como seres autónomos y no mediante una conducción pre programada para la entrega de contenidos. Nass y sus colegas (citado en Joinson, McKenna, Postmes y Reips, 2007) siempre han mantenido que el alto nivel de interactividad que ofrecen las computadoras es una de las razones principales en las que se reflejan una tendencia social hacia el uso de esas tecnologías de la comunicación y dichas tendencias implican adaptación a ese medio (Joinson et al. 2007).

Durante este proceso adaptativo, confluyen una serie de comportamientos que permiten hacer partícipe al ser humano de su propia conducción por este medio masivo de comunicación. Worchel, Cooper, Goethals, y Olson (2002) plantea que la autopresentación y la autosupervisión componen una buena parte de la conducta social,

pero en muchas de las interacciones con los demás se busca ir más allá de dicha autopresentación, para que así el ser humano se comunique de manera más amplia y abierta en el contexto de una relación. Dichos aspectos se pueden evidenciar en las relaciones interpersonales que surgen no solo en las situaciones cara a cara, sino a través del Internet.

En The Pragmatics of Human Communication (Lo pragmático de la comunicación humana) de Watzlawick, Beavin y Jackson (citado en Worchel et al., 2002) se esbozaron algunos principios básicos de la comunicación. El primero afirma que cada conducta en una relación es una comunicación y es imposible no comunicarla. El segundo sostiene que todas las comunicaciones llevan mensajes a dos niveles, el de contenido y el de la relación.

La comunicación a nivel del contenido se refiere a las tareas que el ser humano emprende, las situaciones que enfrentan juntas o los problemas que trata de resolver. Atañe a los asuntos que propiamente no pertenecen a la relación (Watzlawick, Beavin y Jackson citado en Worchel et al., 2002), lo que pudiera relacionarse en este trabajo de investigación, con el motivo de uso por parte de los adolescentes del Internet, en cuanto a fines de navegación o comunicación por la World Wide Wew.

La comunicación a nivel de la relación es la forma en que una persona se ve a sí misma en relación con otra. Por lo regular, la comunicación a nivel del contenido se realiza de palabra, en tanto que a nivel de la relación fluye a través de lo no verbal, el tono de la voz, los gestos, las expresiones faciales y los ademanes en general (Watzlawick, Beavin y Jackson citado en Worchel et al., 2002). De este modo, las tecnologías han avanzado de forma importante, permitiendo que a pesar de las distancias geográficas que se pueden presentar en algunos casos, existan medios que permitan observar a los demás al momento de la interacción, influyendo una serie de factores importantes que determinarán la calidad de dichas relaciones interpersonales y el uso que se le dé al Internet, como la autoestima, las habilidades sociales, el apoyo social percibido, entre otras, que se pudiera reflejar en posibles conductas adictivas, en función

de cómo los adolescentes y las personas en general se aproximen a dichas tecnologías, reflejando el modo particular en el que perciben el mundo.

Los sujetos suelen transmitir sus opiniones de la relación con otra persona mediante un modo total o estilo interpersonal (Worchel et al., 2002), aspecto que está mediado por un número importante de variables que influyen en los patrones relacionados sobre cómo la gente se relaciona a través del Internet y sus patrones de uso o abuso, lo que ayuda a conocer el motivo principal de uso de dicha red, si es un uso dedicado a las relaciones interpersonales o un uso de la información que no involucra dichas relaciones (Amichai-Hamburger, 2005; Chih-Hung, 2007; Gackenbach, 2007; Bonetti et al., 2010).

En el Internet confluyen una serie de elementos que ningún otro medio de comunicación había logrado en períodos precedentes, pues es radio, televisión, prensa, cine, libros, teléfono, correo, lugar de encuentro, entre otros, donde los sujetos interactúan a escala planetaria; de clic en clic se puede pasar de la prensa local a la biblioteca de alguna universidad europea, conocer personas, intercambiar datos, charlar, comprar y vender en cosa de minutos, en tiempo real, donde la información está en continua producción y actualización, presente las 24 horas del día, en una cotidianeidad con un sentido distinto, donde los sujetos podrán establecer redes de apoyo y cooperación a escala global (Roco, 2011).

Todos estos aspectos se relacionan con la modernización, así el factor clave de la misma está marcado por la Sociedad de la Información, la que se presenta heterogénea, diversa y muchas veces contradictoria. En este ámbito, Internet está jugando un papel importante al ser la herramienta más recurrida y con mayores potencialidades para el acceso, difusión y generación de información (Roco, 2011).

Tomando como punto de partida estos aspectos generales de la Sociedad de la Información, también es de gran importancia considerar que el comportamiento de la gente y sus elecciones sobre el uso que hacen de la red del Internet son, en gran parte, gobernadas por sus características individuales (Amichai-Hamburger, 2005).

Estos aspectos se encuentran asociados con la creciente Sociedad de la Información, mencionada por Castells (2003) en apartados anteriores, donde el gran flujo de tecnología demanda más de parte del usuario, y cada vez las aplicaciones y diferentes usos, movilizan a los individuos a crear posibles adaptaciones de ciertos patrones conductuales y manifestar sus características de personalidad a través de otros medios.

Así mismo, es importante considerar que dichos patrones conductuales se relacionan con la identidad de todo ser humano que se corresponde con su unicidad, el sentido de estar separado del ambiente. Un sentido de identidad que se deriva de la consistencia del tiempo; es la habilidad del individuo de proveer una respuesta satisfactoria a la pregunta de ¿Quién soy? (Erikson citado en Amichai-Hamburger, 2005) donde los medios exponen al usuario a múltiples posibilidades en las que puede asumir diversos roles y conductas en la Web, así, es durante la adolescencia que la identidad es formada, pero moldearla es un proceso de vida largo, un reto longitudinal (Mussen et al. citado en Amichai-Hamburger, 2005), por lo que se verá influida por los patrones que se desarrollarán a futuro en relación al manejo de las nuevas sociedades de la información y comunicación.

A partir de estas nuevas sociedades, se pone en marcha la creación de un entorno novedoso, que demanda del usuario conocimientos acerca de lo que ofrece este medio y con ellos nuevos conocimientos asociados a su manejo, encontrándose el sujeto expuesto a múltiples informaciones que pueden contribuir a la formación de la identidad del adolescente, a partir de la interacción con las actividades que allí se pueden encontrar, involucrando cambios psicológicos importantes y conductas asociadas a dichas demandas tecnológicas. Si bien la exposición al Internet puede generar vulnerabilidad en algunos jóvenes, una causa importante que predispone a un individuo a desarrollar conductas desadaptativas es la presencia de un patrón de personalidad determinado y cogniciones características.

Partiendo de esto, para comprender en mayor medida esa dinámica general, es importante considerar dos modelos que proponen explicar la adicción al Internet, relacionado con la dependencia psicológica hacia el mismo.

Algunos modelos explicativos de la Adicción al Internet:

Modelo cognitivo-conductual

Davis (citado en Young y Nabuco, 2011) introdujo la teoría cognitivo-conductual del uso patológico del Internet (PIU) que intenta modelar la etiología, desarrollo, y resultados asociados con el PIU. Davis lo caracteriza como un comportamiento, más que adictivo, como un patrón distinto de cogniciones y comportamientos relacionados con el Internet que resulta en consecuencias negativas para la vida. Propone que hay dos formas diferentes de PIU: la específica y la generalizada.

La PIU específica involucra un abuso de funciones específicas del Internet en contenido (jugar, acciones de comercio, ver pornografía, etc.), se refiere al sobre-uso y el abuso de una función específica en Internet, se supone que es el resultado de una psicopatología preexistente, que se asoció con una actividad en línea (ejemplo: los jugadores compulsivos muestran síntomas de PIU específica en la medida en que la asociación entre la necesidad y refuerzo inmediato se hizo más fuerte).

La PIU generalizada es conceptualizada como un uso excesivo multidimensional del Internet que resulta en consecuencias personales y profesionales negativas. Implica el gasto de cantidades excesivas de tiempo en línea con ningún propósito particular, o simplemente para perder el tiempo. El contexto social del individuo, especialmente la falta de apoyo social que perciben y/o aislamiento social, es un factor clave que desempeña un papel en la causalidad de la PIU. Las personas con presencia de PIU generalizado son vistas como más problemáticas, ya que su comportamiento no existiría en ausencia del Internet (Gackenbach, 2007).

La asunción general del modelo realza que las PIU resultan de cogniciones problemáticas, acompañadas de comportamientos que intensifican o mantienen las respuestas desadaptativas, enfatizando los pensamientos y cogniciones individuales como un recurso para mantener el comportamiento anormal. Plantea que los síntomas cognitivos de la PIU podrían a veces preceder y causar los síntomas emocionales y de comportamiento más que al contrario (Gackenbach, 2007).

Davis describe los conceptos de Abramson et al. (citado en Gackenbach, 2007) relacionados con causas necesarias, suficientes y contribuyentes para describir en mayor profundidad su teoría. Una causa necesaria es un factor etiológico que debe estar presente o debe haber ocurrido a fin de que aparezcan los síntomas. Una causa suficiente es un factor etiológico cuya presencia u ocurrencia garantiza la aparición de los síntomas, y una causa contribuyente es un factor etiológico que incrementa la probabilidad de la ocurrencia de los síntomas, pero no es necesaria ni suficiente. En una cadena etiológica que resulta en un conjunto de síntomas, algunas causas se encuentran hacia el final de la cadena, mientras que otras están al comienzo. En este caso, Davis manifestó que las causas distales subrayaban la psicopatología (depresión, ansiedad social, dependencia, etc.), mientras que las causas proximales son cogniciones desadaptativas (evaluaciones negativas de uno mismo y el mundo en general), en las que de esta forma el estresor en este modelo, es la introducción del Internet, o el descubrimiento de una función específica del mismo.

Desde una perspectiva cognitiva, los pensamientos adictivos por una razón no lógica sienten aprensión al anticipar el desastre, esto significa, que los sujetos presentan ideas infundadas o extrañas cuando no poseen el objeto de adicción y se sienten desesperados por tenerlo (Hall y Parsons citado en Young y Nabuco, 2011). Young (1996) sugirió que este tipo de pensamiento catastrófico podría contribuir a un uso compulsivo del Internet proveyendo al sujeto de un mecanismo psicológico de escape para evadir problemas reales o percibidos.

Lo central para este modelo cognitivo-conductual es la presencia de las cogniciones desadaptativas que son vistas como causa proximal suficiente de PIU. Las cogniciones desadaptativas fueron divididas en dos subtipos: percepciones sobre uno mismo y sobre el mundo.

Las reflexiones sobre sí mismo son guiadas por el estilo cognitivo reflexivo (rumiación). Las personas que tienden a rumiar suelen experimentar un mayor grado de severidad y duración de PIU, ya que los estudios que han apoyado la rumiación, plantean que es probable que se intensifiquen o mantengan los problemas, en parte, al interferir con el comportamiento instrumental del sujeto (ej: tomar medidas) y la

resolución de problemas. Otras distorsiones cognitivas incluyen la duda, la baja auto-eficacia y la evaluación negativa de sí mismo (Gackenbach, 2007). Estas cogniciones determinan la forma en que los individuos se comportan, y algunas pueden llegar a causar una PIU específica o generalizada, como se mencionó con anterioridad.

Caplan (citado en Joinson et al., 2007) en una serie de estudios desarrolló un modelo cognitivo conductual que se corresponde con una extensión del modelo cognitivo-conductual de Davis (2001), el cual argumenta que la existencia de problemas psicosociales tales como soledad predispone a algunos usuarios de Internet para exhibir cogniciones desadaptativas y comportamientos que resultan en adicción al Internet. Caplan (citado en Joinson, et al. 2007) mantiene que un déficit en las habilidades sociales en compañía con una exposición al Internet, predispone a un individuo a desarrollar una preferencia de interacción social en línea, más que una interacción cara a cara , lo que podría llevar a un uso compulsivo del Internet que resulta o trae resultados negativos. Así mismo, define la preferencia por las interacciones sociales en línea sobre aquellas que son cara a cara, empleando esto como un constructo cognitivo individual diferente, caracterizado por creencias de que se está más seguro, se es más eficaz, más confiado, más cómodo con interacciones interpersonales en línea y relaciones que con aquellas actividades tradicionales que se desarrollan cara a cara.

Una vez que los individuos desarrollan una preferencia por las interacciones en línea sobre las interacciones cara a cara, suelen gastar de forma creciente mucho más tiempo en la Web y se tornan mucho más emocionalmente conectados con este tipo de interacciones que debilita aquellas que requieren un contacto directo (Joinson, et al. 2007).

Teoría de la compensación

En esta teoría, las personas que parecen ser adictas al Internet, tienen dificultades para formar relaciones íntimas con otros y se ocultan tras el anonimato del ciberespacio para conectarse con diferentes personas de un modo distinto. Cuando las personas están en línea, pueden crear una red social de nuevas relaciones. La formación de esas redes

virtuales crea grupos dinámicos de apoyo social para responder a una profunda e irresistible necesidad de compañía, quienes en su vida cotidiana son interpersonalmente empobrecidos y desprovistos de intimidad. De esta forma aquellos que sienten incomodidad social o aquellos que tienen dificultad en desarrollar relaciones saludables en su cotidianidad, encuentran que son capaces de expresarse mucho más libremente y logran encontrar la compañía y aceptación que sienten hace falta en sus vidas (Young y Nabuco, 2011).

En cuanto a las dinámicas asociadas a la adicción al Internet, es importante, que estas sean entendidas a partir de cómo los usuarios podrían compensar lo que puede estar faltando en sus vidas, por lo que el uso del Internet puede convertirse en un reforzador para compensar una baja autoestima, incomodidad social, soledad y depresión. Aquellos que manifiestan tener este problema podrían estar en mayor riesgo o vulnerabilidad de desarrollar dicho desorden.

El riesgo o vulnerabilidad para desarrollar una posible adicción al Internet, se puede entender a partir de ambos modelos explicativos (Modelo cognitivo-conductual y teoría de la compensación), ya que estos apuntan a la existencia de cogniciones desadaptativas y patrones comportamentales que interfieren en el funcionamiento normal, debido a la presencia de algún déficit centrado en el individuo (autoestima, autoeficacia) o en su mundo circundante (apoyo social, interacción con pares), a partir del cual el sujeto busca compensar mediante el uso del Internet, entendiendo a este último como un reforzador de dichas cogniciones.

De esta forma, al entender el Internet como un reforzador cognitivo y por ende compensatorio, con el advenimiento del mismo, la desenvoltura para acceder fácil y frecuentemente a tales contenidos ha realzado su potencial adictivo considerablemente. Ahora con la proliferación de conexiones de alta velocidad y teléfonos con Internet móvil, tales como los teléfonos inteligentes y muchos otros aparatos portátiles, la accesibilidad al mismo se ve aún más incrementada (Young y Nabuco, 2011).

Se han llevado a cabo numerosos estudios relacionados con la adicción al Internet y diferentes variables asociadas. Young (1996) fue una de las primeras en llevar

cabo una investigación relacionada con el tema y desarrolló un instrumento de medición para la adicción al Internet, este estudio exploratorio tuvo el objetivo de determinar un conjunto de criterios que definieran el uso adictivo del uso normal del Internet, para ver si un conjunto de variables criterio, podrían ser eficaces a la hora de dar un diagnóstico. Los cuales podrían llegar a ser empleados en entornos relacionados con el tratamiento clínico y de este modo facilitar las futuras investigaciones sobre el uso adictivo del mismo.

La muestra de dicho estudio fue accidental, los participantes se mostraron como voluntarios a responder diversos tipos de encuestas, obteniéndose un total de 496 sujetos, siendo la muestra de los dependientes del Internet 396 sujetos (157 hombres y 239 mujeres), con edades comprendidas entre los M=29 y M=43 años, respectivamente. El criterio establecido en este estudio para separar sujetos adictos de no adictos, se basó en lo siguiente: aquellos encuestados que respondieron afirmativamente a cinco o más criterios establecidos en el instrumento evaluativo sobre el uso adictivo del Internet, fueron clasificados como adictos y el resto fue clasificado como usuarios normales, dicho corte de la puntuación en cinco puntos era compatible con el número de criterios empleados para el juego patológico. La muestra de los sujetos no dependientes de Internet fue de 64 hombres y 36 mujeres, con una media de edad para los hombres de M=25 y M=28 para las mujeres (Young, 1996).

Para conocer cuánto tiempo los encuestados pasaban en Internet, se pidió que estimaran lo mejor posible el número de horas por semana en los que normalmente usaban dicho medio. Es importante señalar que en este estudio, realizado por Young (1996) el número estimado de horas estuvo basado sobre el número de horas que los sujetos navegaban por el Internet por placer o intereses personales (por ejemplo: correo electrónico, revisión de grupos nuevos, jugando juegos interactivos, etc.) eliminando los propósitos académicos o de trabajo.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes, los dependientes a Internet pasaban muchos más horas en internet por semana (M=38.5, S=8.04 horas) que los no dependientes (M=4.9, S=4.70). Estos resultados muestran claramente que los usuarios

del Internet que se caracterizan por ser dependientes del mismo, pasan mucho más horas empleando dicho medio que aquellos que no son dependientes de éste. Los dependientes gradualmente desarrollan hábitos diarios en relación a la conexión a Internet donde la familiaridad con el mismo se va incrementando. Vale acotar que este criterio temporal podría complicarse un poco en la actualidad por las interfaces móviles con las que se cuentan hoy en día, donde la persona puede acceder a Internet a través de su celular.

Estos resultados según Young (1996) podrían ser análogos o comparables con los niveles de tolerancia desarrollada entre los alcohólicos quienes gradualmente incrementan su consumo de sustancias en orden de alcanzar el efecto deseado. En contraposición, los no dependientes del Internet, reportaron que emplean porcentajes menores de tiempo sin incrementos progresivos en cuanto a su uso. Este aspecto podría relacionarse con una investigación realizada por Lam et al. (2009) en la que llegaron a medir conductas de consumo de alcohol en los sujetos participantes, encontrando que los hombres presentaron una probabilidad mayor de un 50% de presentar adicción al Internet (Or=1.5, 95% Ci=1.1-2.2) al ser comparados con las mujeres, donde las probabilidades de aquellos que han bebido más de dos veces fue 1.7% más alta (Or=1.7, 95%, Ci=1.1-2.8) que aquellos que han bebido solo una o dos veces.

Retomando los resultados encontrados por Young (1996), estos sugieren que existen diferencias entre los grupos de adictos y no adictos al Internet en cuanto a las aplicaciones específicas utilizadas. Los no dependientes, usan predominantemente el Internet para buscar información (por ejemplo: protocolos de información y navegar por la World Wide Web) y en algunos casos el empleo del correo electrónico, mientras que los sujetos dependientes, manifiestan un uso del Internet asociado predominantemente con las funciones comunicacionales disponibles en el mismo (por ejemplo: salas de chat, grupos).

En este mismo estudio, los sujetos no dependientes del Internet veían este medio como un recurso que brinda herramientas útiles, así como un medio para la comunicación personal relacionada con el trabajo y los negocios. En cambio, los sujetos dependientes del Internet, percibían este medio como un momento de diversión y de

disfrute, usando aquellos aspectos del Internet que les permitía conocer, socializar, e intercambiar ideas con gente nueva a través de medios interactivos (Young, 1996).

Investigaciones como la de Young (1996) han sido llevadas a cabo a lo largo de los años, involucrando cada vez más variables de interés asociadas a la adicción al Internet. Un ejemplo de estas investigaciones fue la realizada por Muñoz, Navarro, y Ortega (2003) en la que analizaron los patrones de uso y abuso del Internet, y los recursos específicos como páginas web, correo electrónico y chats que la gente utiliza. Para ello emplearon una muestra de 1301 estudiantes universitarios de la Universidad Complutense de Madrid, de ambos sexos, y analizaron las características socio-demográficas, los parámetros de uso de Internet de forma global y específica, los motivos y la interferencia del uso en la vida cotidiana de los sujetos.

Los resultados obtenidos por estos autores, en relación con los jóvenes que empleaban en mayor medida el Internet, arrojaron diferencias estadísticamente significativas a partir de los 18 años edad, donde los hombres invierten semanalmente un número mayor de horas en el uso del Internet, en relación con las mujeres. Concretamente, las diferencias porcentuales resultan ser significativas en el grupo de 18 años de edad (el 20% de los hombres frente al 8.2% de las mujeres; $p<0.05$), en el de 21 años (el 21.1% frente al 11.3%; $p<0.05$) y en el grupo de mayores de 21 años (el 20.2% frente al 9.3%; $p<0.01$) (Muñoz et al., 2003).

Además, estos investigadores encontraron que del conjunto de jóvenes que afirmaron percibir algún tipo de interferencia del uso de Internet en su vida cotidiana (230 sujetos), el 10.9% manifestó haber descuidado sus obligaciones en más de una ocasión, el 3.6% afirmó que su uso les había ocasionado problemas con su familia, el 2.4% de la muestra señaló que su trabajo y/o rendimiento se habían deteriorado desde que comenzaron a utilizar la red habitualmente y tan solo nueve universitarios percibían que el tiempo que empleaban en Internet les había hecho perder amistades (Muñoz et al., 2003).

En relación con estos mismos resultados relacionados con el deterioro que puede causar un uso excesivo del Internet, Beutel, Brähler, Glaesmer, Kuss, Wölfling y Müller

(2011) intentaron identificar sistemáticamente, el uso de las aplicaciones de Internet en la población alemana, respondiendo a las siguientes preguntas: (a) ¿quién tiene acceso a Internet en tiempo de ocio? (de acuerdo con género, edad y educación); (b) ¿cuáles aplicaciones son usadas y extendidas a lo largo de toda la población; y (c) ¿cuáles consecuencias negativas surgen a partir del uso del Internet y qué factores de riesgos pueden ser identificados?

A partir de estas preguntas, los investigadores basaron su estudio en la realización de entrevistas representativas de la población alemana, reclutando un total de 1401 mujeres y 1111 hombres, con edades comprendidas entre los 14 y 94 años de edad.

Para la recolección de los datos, Beutel et al. (2011), preguntaban sobre el uso del Internet, en relación a si este era empleado sólo durante el tiempo de ocio, durante el tiempo de ocio en el trabajo, solamente en el trabajo, o en lo absoluto. Un aproximado de las horas de uso del Internet en tiempo de ocio, fue evaluado separadamente por día de la semana, y por fines de semana y vacaciones por dos ítems abiertos. Una pregunta adicional en una escala de cinco puntos evaluó el uso del Internet para afrontar afectos negativos (aburrimiento, rabia y tristeza) por medio de las actividades realizadas en este medio.

Los resultados obtenidos en esta investigación, apuntan a que la evitación de emociones negativas fue mucho más pronunciada ($p<0.001$) en apuestas en línea, sexo, comunidades y salas de chat. Así mismo, en cuanto a las consecuencias negativas del uso del Internet de acuerdo al género, alrededor del 9.3% de los usuarios de Internet reportaron al menos una consecuencia negativa del uso del mismo. La proporción del uso problemático del Internet fue casi dos veces más alta entre hombres (13.6%) que entre mujeres (7.4%), particularmente en dejar de lado las actividades recreativas y los problemas con el trabajo. Otras consecuencias negativas fueron los problemas de rechazo con la familia, la pareja y amigos, así como, problemas relacionados con la salud y problemas financieros. Por último, los usuarios problemáticos reportaban mayor evitación de la emociones negativas, en comparación con los usuarios regulares ($t=10.5$, $p< 0.001$).

Si el Internet es usado de forma excesiva para hacer frente a los estados afectivos negativos y otras medidas alternativas de afrontamiento (por ejemplo, apoyo social, comportamiento que promueve la salud) están disminuidas, un circulo vicioso puede sobrevenir con el incremento del estrés y la dependencia a ciertas propiedades reforzantes de algunas actividades en línea que podrían finalmente conducir a un comportamiento adictivo (Beutel et al., 2011).

A partir de esto, se puede evidenciar que los resultados de las diferentes investigaciones expuestas anteriormente, ponen de manifiesto el deterioro multidimensional que puede causar el uso excesivo de esta tecnología (dejar de lado actividades recreativas, problemas con amigos, pareja, familia, descuido de obligaciones, rendimiento deteriorado, entre otras). En relación con esto, hallazgos similares han sido encontrados en otras investigaciones en relación a la variable sexo, el deterioro de la conducta y el tipo de actividad que realizan tanto hombres y mujeres en el Internet, donde incluso se señalaron diferencias significativas en cuando al uso excesivo que se le da al mismo en función del sexo de los participantes (Tsitsika, et al., 2008), que en algunos casos podría estar mediado por síntomas depresivos y el apoyo social que percibe el sujeto propenso a manifestar adicción al Internet (Yu-Chun, Huei-Chen, Jo Yung-Wei y Chung-Ping, 2008).

Además, en esta misma línea, otras investigaciones como la de Hardie y Tee (2007) han encontrado resultados opuestos en cuanto a la variable sexo y su asociación con la adicción al Internet, por lo que para conocer esta relación, llevaron a cabo una estrategia de análisis en la que los participantes fueron clasificados en diferentes grupos, el grupo de los usuarios normales, usuarios intermedios y usuarios adictos, empleando el criterio de las puntuaciones del Test de adicción al Internet de Young. De esta forma, dichos autores encontraron que no había asociación entre el género y los tres grupos anteriormente mencionados (χ^2=0.84, p=0.66) por lo que las mujeres y hombres presentaron la misma probabilidad de tener una relación con el uso excesivo y adictivo del Internet. Se encontraron diferencias significativas en relación a la cantidad de tiempo empleado en varias actividades de Internet ($p<0.001$), al comparar los adictos y los usuarios hiper-frecuentadores (M=68.88, S=56.02; M=35.70, S=23.42 respectivamente),

el promedio de los usuarios hiper-frecuentadores reportaron un número de horas más bajo (M=21.84, S=20.28) en cuanto al uso del Internet en relación a actividades que involucran comunicación interactiva.

Así mismo, otras variables han sido involucradas en diferentes investigaciones, tales como las habilidades sociales y el motivo de uso (Ceyhan, 2011; Peter, Valkenburg y Schouten, 2005; Bonetti, Campbell y Gilmore, 2010; Smahel, Blinka y Brown, 2012) evidenciándose que un motivo de uso del Internet asociado al entretenimiento, establecer relaciones y aproximaciones amistosas en la red, están vinculados con la presencia de un uso problemático por parte de los usuarios propensos a manifestar dichas conductas, además, aquellos sujetos que puntuaron alto en las escalas de adicción al Internet en las diversas investigaciones, mostraron un deterior significativo en su desenvolvimiento social, evidenciándose que sus habilidades sociales se encontraban atenuadas, aunado a una pobre autoestima y por consiguiente un concepto de sí mismo deteriorado (Jiménez y Pantoja, 2007; Ghassemzadeh, Shahraray y Moradi, 2008; Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010; Wilson, Fornasier y White, 2010).

Variables tales como características de personalidad, extraversión, intraversión, alta excitabilidad exploratoria, menor nivel de sentimentalismo y persistencia, baja dependencia de recompensa, neuroticismo, ansiedad social, bajos niveles de inteligencia emocional, comportamientos agresivos, un uso diario, regular y considerable del Internet, relacionado a su vez con los juegos en línea (Chich-Hung, Ju-Yu, Cheng-Fang, Huang-Chi y Ming-Jen, 2007; Engelberg y Sjöberg, 2004; Hardie y Tee, 2007; Munteanu, Costea, Palos y Jinaru, 2009) y condiciones de salud (Lam et al., 2009) también se han visto asociadas con la variable principal de estudio como lo es la adicción al Internet, aspectos que pueden propiciar una incidencia del fenómeno, significativamente alta.

A continuación se revisará la literatura referida a las variables con las que se relaciona la adicción al Internet en este estudio, a saber: motivo de uso, apoyo social percibido, autoestima y habilidades sociales.

El motivo de uso, se refiere a aquellas motivaciones o motivos que alegan los adolescentes para el uso del Internet, es decir, las razones que suelen ser más frecuentemente argumentadas para la utilización de este medio (Muñoz, Navarro, y Ortega, 2003). Entre las razones para su uso, suelen encontrarse el entretenimiento, que se refiere al uso que le da la persona al Internet para evitar el aburrimiento y encontrar aspectos placenteros a través del mismo; el mantenimiento de relaciones, se refiere a la necesidad de contactar y mantener la comunicación con los amigos; la compensación social, es aquella en la que el sujeto puede hablar con mayor confianza sobre sí mismo en las redes sociales; la inclusión social, se encuentra relacionada con la necesidad de pertenecer a una red social o a un grupo de amigos y por último, conocer gente, que se relaciona con un uso del Internet para hacer amigos y conocer personas nuevas (Peter, Valkenburg y Schouten, 2005).

Estos motivos de uso del Internet se diferencian de las interacciones que tienen lugar en el día a día, en un contexto físico y social inmediato o en el espacio real, ya que comunicarse y relacionarse en Internet supone establecer interacciones en un entorno que han denominado ciberespacio (Cornwell y Lundgren citado en Moral, 2009). De la comparación de estas dos formas de comunicación, la comunicación cara a cara y la comunicación mediada por computador (CMC), la cual fue mencionada anteriormente, se hacen evidentes una serie de características diferenciales entre ambas, lo que hace a los motivos de uso del Internet particulares, en relación al medio en donde llegan a ocurrir.

Estas características, para McKenna y Bargh (citado en Moral, 2009), son fundamentalmente cuatro: (a) el anonimato, la posibilidad de ocultar la identidad en la Red; (b) la ausencia de comunicación no verbal, no presencia de señales visuales y auditivas en la comunicación textual por ordenador (sin embargo, con el avance de la tecnología eso ha variado con las video-llamadas); (c) el distanciamiento físico, en Internet la comunicación no está limitada por la dimensión geográfica, y la última de estas características es (d) el tiempo, Internet permite establecer una comunicación sincrónica (en tiempo real) o asincrónica (permite retardar las respuestas). Todo ello trae

consigo que la utilización de uno u otro medio de comunicación determine que las relaciones personales se desarrollen y manifiesten de una u otra forma.

Todos estos cambios en cuanto al tipo de comunicación que se establece a través del Internet, ha fomentado la producción de investigaciones en este ámbito para dar una aproximación del comportamiento de los usuarios en este medio, permitiendo conocer las motivaciones que manifiestan para su uso particular.

Bisbal y Nicodemo (2011), tal como fue mencionado en apartados anteriores, llevaron a cabo una investigación con la finalidad de conocer hábitos y usos hacia las redes sociales entre los jóvenes universitarios.

Estos autores, encontraron que la mayoría de los entrevistados pasan más de 30 minutos conectados (37%) y no tienen un momento específico del día para conectarse (47%), donde 73% de las personas se conectan diariamente a las redes sociales. La principal utilidad de las redes sociales es informar y comunicar (41%), el 27% de los entrevistados se conecta para mantenerse comunicado, chismear (20%) y entretenerse en los tiempos de ocio (18%), sobre todo para comunicarse más frecuentemente con sus amigos y familiares (62.6%) y estar informados sobre sus amigos (56%).

Estos datos dan una aproximación de como son los motivos de uso del Internet y de las redes sociales entre universitarios, lo que permite aproximarse a una visión más amplia de cómo los jóvenes de Venezuela podrían estar empleando las redes sociales en la actualidad. A partir de ello, se puede evidenciar que uno de los aspectos relevantes de dicha investigación se centra en perspectivas de orden social, donde la tendencia parece apuntar hacia un uso comunicacional y más interactivo del Internet. Vale la pena agregar, que esta relación con la tecnología es una realidad en la vida de los jóvenes, siendo esto un fenómeno que no se piensa en un futuro, sino que ya es un escenario que está dado dentro del contexto social y cultural.

En esta misma línea de investigación, otros autores como Moral (2009) han llevado a cabo estudios sobre las interacciones sociales en Internet, obteniendo las respuestas de los usuarios a partir de un cuestionario on-line. El objetivo principal de

este estudio fue analizar de forma exploratoria variables socio-demográficas de los internautas, así como, las posibles motivaciones y consecuencias del uso del Internet. Así mismo, se buscaba conocer las diferencias existentes entre las relaciones que tienen lugar en Internet y cara a cara y, en qué medida, las diferencias en las variables de género y estado civil se acompañan de variaciones en el uso y en las relaciones personales establecidas en la Red (Moral, 2009). La muestra de dicho estudio, estuvo compuesta por 320 sujetos siendo hombres el 68.9% y mujeres el 31.1%, con edades comprendidas entre los 13 y los 79 años.

Se encontró que los participantes afirmaban que usaban principalmente el Internet para llevar a cabo diferentes tareas o actividades, las cuales se distribuían de la siguiente manera: de tipo personal (59.4%), académicas (20.1%), laborales (14.9%) y otras (5.5%). Estos usuarios, a lo largo de la semana, superaron las diez horas de conexión a la Red (38.2%). Así mismo, consideraban que el uso del Internet interfería en la realización de otras actividades: ver la televisión (47.2%); estudiar/trabajar (42.8%); dormir (36.9%); descansar (33.85%); estar con los amigos (32.5%); leer (29.1%); practicar deporte (19.1%); labores domésticas (17.8%); escuchar música (16.9%); otras (15.9%) e ir al cine (15%) (Moral, 2009).

Al realizar la comparación de las variables de la categoría tipo de relaciones establecidas en Internet (conocidos, amigos, amigos íntimos y amor) con la variable sexo, se encontraron diferencias significativas en la variable amigos íntimos ($t=1.52$, $p<0.05$), con una media $M=3.70$ para los hombres y $M=2.25$ para las mujeres, y en la variable amor ($t=1.58$, $p<0.05$), con unas medias de $M=0.94$ y $M=0.59$ respectivamente, lo que indica que los hombres muestran una tendencia mayor que las mujeres a establecer relaciones de amigos íntimos y amorosas en la red (Moral, 2009).

En torno a la motivación u objetivo principal por el cual se buscan las relaciones personales en Internet, hay diferencias estadísticamente significativas entre solteros y casados: los solteros usan más Internet para superar la timidez ($t=4.813$, $p<0.05$), tener sexo virtual ($t=3.488$, $p<0.06$), y encontrar amigos para verse personalmente ($t=12.069$, $p<0.001$), mientras que los casados lo hacen para conversar sobre el trabajo ($t=4.68$,

$p<0.05$). También se aprecian diferencias en el género, los hombres usan más Internet que las mujeres para: conversar sobre sus aficiones ($t=3.755$, $p<0.053$), experimentar con un nuevo canal de comunicación personal ($t=4.534$, $p<0.05$), reducir la soledad personal ($t=4.670$, $p<0.05$), tener sexo virtual ($t=12.161$, $p<0.001$), buscar amigos para verse personalmente ($t=11.012$, $p<0.001$) y establecer contactos para tener relaciones sexuales en persona ($t=11.009$, $p<0.001$).

A partir de estos resultados, Moral (2009) concluyó que en la muestra de usuarios del presente estudio, se aprecia que la motivación fundamental de su acceso a Internet es de tipo personal y comunicacional. El tiempo que pasan conectados a Internet, en su mayoría, es inferior a 10 horas semanales y la actividad de su vida diaria que con más frecuencia se ve interferida es la de ver la televisión seguida de estudiar y trabajar. También se pone de manifiesto que estas personas en su espacio real mantienen con su grupo de amigos una actividad social muy satisfactoria.

En concordancia con los resultados obtenidos por Moral (2009) autores tales como Tsitsika, et al. (2008) llevaron a cabo una investigación con el fin de evaluar la prevalencia de uso del Internet en adolescentes griegos. Estaban interesados en conocer las características del uso del Internet en relación al número total de horas conectados, y así poder medir la prevalencia de un uso dependiente o adictivo hacia el mismo.

La muestra estuvo compuesta por 897 adolescentes (438 varones y 499 hembras) con una edad media de $M=15.21$ años. Los investigadores distribuyeron cuestionarios a todos los participantes en sus respectivas escuelas para que estos fueran llenados de forma anónima, dichos cuestionarios consistían en cinco componentes: (1) promedio total de horas usando el Internet; (2) información demográfica; (3) historia del uso del Internet; (4) características del uso del Internet; y (5) Escala de adicción al Internet para jóvenes (YIAS).

Los resultados obtenidos por los autores, señalan que el uso excesivo del Internet estaba significativamente relacionado con una historia de uso del mismo (Or-ratios=13.41 y Or-ratios=40.22). Además, se encontró que en los varones este uso excesivo se asociaba predominante con el empleo de juegos (95.8%), mientras que las

hembras manifestaban una tendencia a utilizar el correo electrónico (87.5%). Así mismo, Tsitsika et al. (2008) encontraron diferencias significativas entre varones y hembras que reportaban un uso excesivo del Internet, donde los varones tienden a emplear este medio con la finalidad de involucrarse en salas de chat y juegos (Or-ratios=7.59 y Or-ratios=12.91, respectivamente), mientras que las hembras tienden a utilizar el Internet con el propósito de acceder a los servicios relacionados con la recuperación de información (Or-ratio= 11.06).

A partir de estos resultados, los autores concluyeron que los sitios relacionados con la comunicación social, (correo electrónico y salas de chat) sirven como predictores consistentes del promedio de número de horas por semana en cuanto al uso del Internet en todos los grupos que fueron estudiados en dicha investigación. Evidenciándose, que el uso excesivo del mismo es principalmente predicho por el acceso a sitios relacionados con el entretenimiento (por ejemplo, juegos) y solo secundariamente predicho por los sitios relacionados con la interacción social (Tsitsika et al., 2008). Resultados similares fueron encontrados en una muestra China tomada por Lam et al. (2009), donde el uso más común que se le daba al Internet estaba relacionado con el entretenimiento (45.1%), seguido de búsqueda de información y conocimientos (19.9%) y comunicación con los compañeros del colegio (15.8%).

Partiendo de los resultados encontrados por tales autores, Tsitsika et al. (2008) argumentaron que la importancia del ámbito del entretenimiento (por ejemplo: los juegos) en los sitios accesibles del Internet, en particular entre consumidores con un uso excesivo del mismo, presentan mayor posibilidad de establecer un uso patológico de dicho medio, esto parece estar sustentado con el hallazgo de que los juegos en Internet, y en particular los juegos de roles (Lee et al. citado en Tsitsika et al., 2008) pueden servir como un factor para el desarrollo de un comportamiento dependiente hacia dicha tecnología. De esta forma, el mecanismo para el establecimiento de dicha conducta, es explicado a partir de los mismos tipos de conductas que se observan en los criterios del juego patológico, sin premios monetarios (Johansson y Götestam citado en Tsitsika et al., 2008).

En esta misma línea de investigación, Ceyhan (2011) realizó un estudio con la finalidad de determinar si el comportamiento problemático del uso del Internet y las habilidades sociales en estudiantes universitarios de Turquía, diferían significativamente en relación a los motivos de uso del Internet. Dicho estudio empleó un total de 411 estudiantes universitarios de varios programas académicos de la Universidad de Anadolu (215 mujeres y 196 hombres). Para poder llevar a cabo la medición de las variables incluidas en el estudio, el autor empleó la Escala de uso problemático del Internet (PIUS) con un alfa de 0.94 y la escala de evaluación de las habilidades sociales (CSAS) con un alfa de 0.86.

Los resultados arrojados, revelaron que los niveles problemáticos de uso del Internet en estudiantes universitarios y los niveles de sus habilidades comunicativas, diferían significativamente en cuanto al motivo de uso que le daban al mismo (Λ=0.92, F=5.86, p=0.001). Los resultados de estos análisis también demostraron que los niveles de uso problemático del Internet difirieron significativamente de acuerdo al motivo de uso (F=11.58, p=0.001), mientras que los niveles de habilidades de comunicación no difirieron significativamente en términos de esta última variable (F=0.56, p=0.64). Los resultados del análisis revelaron que sólo las medias obtenidas a partir de los datos del motivo de uso asociado para obtener información, para entretenimiento y para establecer relaciones sociales con personas desconocidas difirieron significativamente ($p<0.001$).

Los hallazgos encontrados indican que los niveles de uso problemático del Internet en estudiantes universitarios, difieren significativamente con respecto a los usos que se le da al mismo, pero no en términos de sus habilidades de comunicación. En este sentido, se observó que los niveles de uso problemático del Internet en los estudiantes que lo utilizaban para entretenerse y para establecer relaciones sociales con personas desconocidas, fue mayor que la de los que utilizan el Internet principalmente para obtener información.

Resultados similares fueron obtenidos por Jiménez y Pantoja (2007) respecto a las actividades realizadas al conectarse, donde destacan diferencias en la búsqueda de entretenimiento, el uso del Chat y la búsqueda de información. Evidenciándose que en relación al uso del Chat, los sujetos adictos chatean en páginas para tal fin, contactando a

personas desconocidas, mientras que los sujetos no adictos los hacen a través del Messenger. El primer grupo, argumentó como motivación principal el saciar su curiosidad y escapar del aburrimiento, mientras que el segundo argumentó hacerlo para obtener información y mantenerse actualizados. Todo esto sugiere que Internet es utilizado por el grupo de no adictos como una herramienta, mientras que los sujetos adictos tienden a utilizarlo como vía de entretenimiento y diversión.

Estos resultados muestran que la posibilidad de desarrollo de un comportamiento problemático hacia el uso del Internet puede cambiar con respecto al motivo de uso que se le da al mismo (Meerkerk et al. citado en Ceyhan, 2011) y que esto podría ser importante para comprender la aparición de estas desviaciones conductuales.

Además, los resultados de la investigación apoyan la perspectiva de que el Internet por sí solo no produce adicción y que los usos específicos que la gente hace de esta tecnología, en especial con sus funciones interactivas, podría contribuir a desarrollar un comportamiento patológico hacia éste (Chou et. al. citado en Ceyhan, 2011). Dicho aspecto se ve sustentado por resultados obtenidos por Hardie y Tee (2007), donde al comparar usuarios adictos e hiper-frecuentadores, estos últimos reportaron un número de horas mucho más bajo que los adictos al Internet (M=21.84, S=20.28) en cuanto al uso de este medio para llevar a cabo actividades que involucran comunicación interactiva.

Al considerar dichas funciones interactivas, se ha propuesto la existencia de motivos de uso asociados a conocer gente en la red, siendo otro de los factores relevantes que predispone a los usuarios a realizar un uso patológico del mismo (Peter, Valkenburg y Schouten, 2005).

De esta forma, en función de uno de los motivos de uso que se le da al Internet para conocer gente, Smahel et al. (2012) llevaron a cabo un estudio exploratorio con el propósito de enfocarse en las asociaciones entre la adicción al Internet y la aproximación hacia relaciones amistosas en línea entre jóvenes, tomando en consideración otras variables que podrían ser importantes al momento de explicar esta asociación.

Los datos de esta investigación fueron obtenidos a partir de The World Internet Project en la República Checa, entrevistando a un total de 1586 participantes con edades comprendidas entre los 12 y 26 años. La recolección de datos tuvo lugar en el año 2007, empleando entrevistas cara a cara. La investigación final se llevó a cabo con 394 sujetos y la muestra fue dividida entre adolescentes (12 a 15 años, n=99), adolescentes mayores (16 y 19 años, n=125) y adultos jóvenes (20-26 años, n=120).

Para realizar la medición de las variables de interés, los investigadores realizaron las siguientes intervenciones: Para conocer las relaciones amistosas en línea y fuera de línea, se les preguntó a los participantes ¿Cuántos amigos en línea tienes que no hayas conocido en persona?, para conocer los niveles de adicción al Internet se emplearon 14 ítems relacionados con este constructo (Caplan; Patrarelli y Browne; y Young citado en Smahel et al., 2012) con un alfa de 0.92, la autoestima se midió a partir de la escala de Rosenberg con un alfa de 0.82, se emplearon otras preguntas para saber la preferencia por la comunicación en línea y una pregunta para conocer el número de horas que se la pasaban conectados en casa.

Los investigadores decidieron dividir la muestra en tres grupos, que reflejaban las diferencias en cuanto al tipo de aproximación en línea, versus relaciones amistosas fuera de línea. El grupo no en línea reportó no tener amigos en Internet (43,2%, n=140); el grupo de jóvenes orientados a crear relaciones (30,6%, n=99), informó tener un tercio o menos amigos en línea, y para el grupo orientado al Internet (26,2%, n=85), más de un tercio de los amigos eran creados en línea (Smahel et al., 2012).

Se observó un patrón de diferencias entre los grupos en relación con el número de horas conectados en el hogar y la preferencia por la comunicación a través del Internet (M=7.5; M=13.3; M=12.2 horas, respectivamente a cada uno de los grupos). Los grupos no mostraron diferencias significativas en los niveles de autoestima (M=30.4; M=29.3; M=30.2, F=1.61, η^2=0.01), sin embargo, en relación a las puntuaciones obtenidas en la variable adicción al Internet, éstas fueron significativamente mayor entre el grupo orientado al Internet, en relación con aquellos

que pertenecían al grupo que manifestaban preferencia por las relaciones "cara a cara", que tenían a su vez puntuaciones más altas que el grupo "fuera de línea". De este modo, los tres grupos presentaron perfiles diferentes en estas variables, pero los jóvenes que establecían relaciones exclusivamente fuera de línea para relacionarse con sus amistades, fueron especialmente distintivo de los otros dos grupos. Hubo asociaciones importantes entre la aproximación hacia las relaciones de amistad y la preferencia por la comunicación en línea ($r=0.40$, $p<0.001$, $n=323$) así como también en la puntuación de adicción ($r=0.31$, $p<0.001$, $n=313$).

Posteriormente, los investigadores llevaron a cabo una regresión lineal jerárquica de dos vías. Entre las variables estudiadas en la primera etapa de la regresión, la preferencia por la comunicación en línea ($B=0.584$, $\beta=0.276$) y las horas dedicadas al Internet en el hogar ($B=0.081$, $\beta=0.121$) presentaron una asociación positiva con la adicción al Internet, mientras que la autoestima se asoció negativamente con este resultado ($B=-0.301$, $\beta=-0.167$). Es decir, los jóvenes con baja autoestima y los jóvenes que prefieren comunicarse en línea pueden ser más propensos a convertirse en adictos al Internet (Smahel et al., 2012).

En la segunda etapa añadieron variables relacionadas con la aproximación a la amistad. Incluso después de controlar la variable autoestima, la preferencia por la comunicación en línea, las horas en línea, y las variables demográficas, la aproximación a las variables de amistad aún presentaban una asociación significativa con la adicción al Internet (exclusivamente fuera de línea $B=-4.649$, $\beta=-0.290$; orientación cara a cara $B=2.341$, $\beta=-0.135$), agregando un 4.3% a la varianza que se ve explicada en la puntuación de la adicción. Los resultados de estas regresiones apoyaron el argumento de que la aproximación a las relaciones de amistad afecta la adicción al Internet, pero es posible que la secuencia causal ocurra de forma contraria.

Para probar esta alternativa, llevaron a cabo otra estructura jerárquica de dos etapas con la variable adicción al Internet como predictora y la aproximación a la amistad como la variable criterio. Entre las variables de control en el primer modelo de

la regresión, sólo la preferencia de la comunicación en línea tuvo una asociación positiva con los enfoques de la amistad en línea, lo que significa que a mayor es la preferencia por la comunicación en línea, mayor es la preferencia para crear amistades a través de Internet (B=0.106, β=0.485). Edad, sexo, y las horas que pasan en línea los jóvenes, no se asociaron con el enfoque de la amistad.

En la siguiente etapa los autores añadieron la puntuación de la adicción a Internet y encontraron que, estando la adicción al Internet controlada por otras variables, estuvo significativamente asociada con la aproximación de crear amistades (B=0.022, β=0.217), lo que representa un 3.9% de la varianza adicional (Smahel et al., 2012). Estos resultados son similares a los obtenidos en la investigación de Bonetti et al. (2010) sobre los motivos de uso del Internet, en la que se encontró que el pertenecer a un grupo o buscar amigos en el chat, estaba asociado con un incremento significativo de comunicación en línea o uso del Internet.

Los hallazgos encontrados por estos autores, subrayan la posibilidad de que los jóvenes que manifiestan una elevada confianza en el Internet para realizar diversas conductas, tales como establecer amistades, podrían contribuir a desarrollar niveles adictivos hacia su uso, que pueden interferir con un sano desarrollo social a lo largo de la adolescencia y adultez temprana. Este aspecto refleja a su vez, los motivos de uso que los jóvenes le dan al mismo, resaltando de forma importante aspectos asociados a cierta compensación social.

Dicha búsqueda de compensación social y ese proceso de socialización es parte intrínseca del ser humano. Por lo que a partir de estas interacciones que se van gestando a lo largo del desarrollo se conoce que el entorno social no es solamente una fuente importante de estrés, sino que también, proporciona los recursos vitales con los que el individuo puede y debe conseguir sobrevivir y evolucionar. Las personas obtienen sustento y apoyo a partir de sus relaciones sociales lo que, en cierto modo es un aspecto sobresaliente en la dimensión de las interacciones humanas (Lazarus y Folkman, 1986).

Siendo el apoyo social uno de los aspectos que forman parte de la dimensión de las interacciones humanas y que pueden determinar conductas importantes de su supervivencia y evolución, ha sido definido como la naturaleza de las interacciones que ocurren en las relaciones sociales, especialmente la forma cómo son evaluadas por el individuo en cuanto a su calidad de soporte (Sarason, Levine, Bashan y Sarason citado en Lazarus y Folkman, 1986). Se suele evidenciar en la bibliografía diversas clasificaciones del apoyo social según la función particular que este cumpla en el entorno del individuo, de este modo Weis (citado en Lazarus y Folkman, 1986) enumeró seis funciones esenciales para el bienestar: vinculación, integración social, posibilidad de nutrición, reafirmación del valor de uno mismo, sensación de alianza segura y posibilidad de obtener consejo.

Otra perspectiva desde la cual se podría entender el apoyo social según las formas posibles en los que se puede manifestar dicho fenómeno, son los siguientes: (a) apoyo emocional (incluidos la vinculación, la reafirmación, la posibilidad de contar con y confiar en alguien), que contribuye a la sensación de que uno es amado o cuidado; (b) apoyo tangible, incluidos la ayuda directa como los préstamos o regalos y los servicios, como cuidar de alguien que esté enfermo, facilitar un empleo o un trabajo, etc.; y (c) apoyo informacional, proporcionar información, avisar algo y permite que el individuo conozca cuál va siendo el resultado de sus actos (Schafer et al. citado en Lazarus y Folkman, 1986).

Debe destacarse, que se han propuesto diversos tipos de apoyo social tales como, el apoyo emocional referente a la información que proveen otras personas (amigos o familia) acerca de que se es valioso y aceptado a pesar de fallas o defectos personales. El apoyo informal que se refiere a aquel en el que el entorno social ayuda a definir, entender y afrontar los eventos problemáticos. Las relaciones sociales y el compañerismo es un tipo de apoyo en que las personas pasan tiempo con otros en actividades recreativas, esto puede ayudar a reducir el estrés, pues satisface necesidades de afiliación, ayuda a la persona a distraerse de sus problemas y facilita la aparición de un humor positivo. Finalmente el apoyo instrumental se refiere a aquel grupo social que

provee de recursos materiales, apoyo financiero y servicios necesarios (Cohen y Williz citado en Romaguera y Uzcategui, 2001).

En forma general, el apoyo social ha sido definido por Taylor (1999) como la información recibida de los otros significativos acerca de que se es amado y estimado como parte de una red de comunicación y mutua obligación por parte del grupo social como padres, cónyuge, amigos y la comunidad.

A partir de esto, se acepta generalmente que hallarse integrado en una estructura social y percibir el apoyo de otros es esencial para que el individuo pueda sentirse bien con respecto a sí mismo y su vida (Lazaruz y Folkman, 1986). Por lo que el apoyo social circunscrito a las redes sociales presenciales y cercanas se ha vinculado de forma consistente con el bienestar psicológico, sin embargo, con Internet aparecen otras formas de relación social que también demandan investigación (Fuente, Herrero y Gracia, 2010).

Partiendo de lo anteriormente expuesto en cuanto a la definición de apoyo social, se han realizado algunas investigaciones relacionadas con dicho fenómeno y el Internet, y cómo este medio puede proporcionar cierto grado de contención a sus usuarios. A partir de este punto es importante mencionar que el apoyo al cual se hace referencia en la presente investigación, es el apoyo social percibido que se da en interacciones cara a cara y no aquel que es obtenido a partir de las redes sociales del Internet, sin embargo, este último puede ayudar a obtener una comprensión más amplia del fenómeno de estudio.

En relación a este aspecto teórico, es importante mencionar que en diversas investigaciones dicho constructo ha sido entendido tanto fuera como dentro de las redes sociales. A partir de ello, Fuente et al. (2010) presentaron un artículo, en el que se le prestó atención a las relaciones sociales en línea como fuentes potenciales de apoyo social, especialmente por las repercusiones que podrían tener para personas con dificultades en la interacción social cara a cara o en riesgo de aislamiento y exclusión.

Esto pone de manifiesto la relación entre comunidades en línea y fuera de línea, en donde el sujeto que navega por las redes sociales se lleva consigo fuera de la red toda su actividad relacional en línea y viceversa. Además, como apuntan Herrero et al. (citado en Fuente et al., 2010), ambas comunidades (presenciales y en línea) son compatibles. Así, los usuarios que dedican parte del tiempo de conexión a implicarse activamente en el desarrollo de actividades comunitarias en línea no muestran una tendencia a inhibirse o aislarse de otras actividades comunitarias de su mundo social presencial.

Sin embargo, a pesar de estas afirmaciones, es importante reconocer que el apoyo social en línea ocupa un lugar muy reciente en la investigación científica, por lo que poco se conoce sobre sus posibles efectos. Algunos estudios de los años 90 que pretendían vincular el uso de Internet con la actividad social fuera de línea y el bienestar psicológico, proporcionaron una evidencia contradictoria, apuntando unos hacia el aislamiento social y el distrés; y otros hacia una mayor actividad social, mayores niveles de confianza hacia los demás y redes sociales más extensas. Una posible limitación de este tipo de estudios que podría explicar en parte estos resultados discrepantes, es que no suelen diferenciar si el uso que se hace de esta tecnología es social o no (Fuente et al., 2010).

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones se puede evidenciar que en algunas investigaciones, se han encontrado relaciones entre el apoyo social percibido y la adicción al Internet.

Yu-Chun et al. (2008) llevaron a cabo una investigación que tenía la finalidad de verificar la diferencia del género en relación al modelo de procesamiento de adicción al Internet. Los participantes fueron reclutados a partir de la entrevista del Proyecto de salud mental de estudiantes universitarios en Taiwan. La muestra estuvo constituida por un total de 3477 estudiantes (45% hombres y 55% mujeres) con una edad media de M=22.45 años.

Para la obtención de los datos se empleó una escala de apoyo social creada por los autores, una escala de apoyo social virtual, el Inventario de depresión de Ko y la

escala de adicción al Internet de Chen. A partir de los datos recolectados, se procedió a realizar los análisis estadísticos pertinentes.

Dicho estudio indicó que un apoyo social actual (pares y familia) disminuido (β=-0.28, p=<0.05 y β=-0.19, p=<0.05) y un alto apoyo social en línea estaban asociados con altos niveles de síntomas depresivos en ambos géneros (β=0.08, p=<0.05 y β=0.07, p=<0.05). Una posible explicación a este fenómeno, es que a pesar de que aquellos usuarios de Internet que percibían bajos niveles de apoyo social actual, pudieron haber encontrado mucho más cómodo el crear nuevas relaciones sociales en línea, sin embargo, las consecuencias de crear nuevas redes de apoyo social en línea, podrían empeorar los problemas interpersonales que se dan en su cotidianidad, acompañado a su vez de problemas psicosociales, tales como síntomas depresivos.

Por otra parte, en las diferencias de género encontradas en el modelo de ruta propuesto por los autores, se halló que en las mujeres, el apoyo social actual y el apoyo social en línea y la adicción al Internet se encontraban parcialmente mediados por síntomas depresivos (β=0.31, p=<0.05). Sin embargo, en el modelo planteado para los hombres, el apoyo social en línea con la adicción al Internet se encontraba parcialmente mediado por síntomas depresivos (β=0.03, p=<0.05) pero el apoyo social actual, influenciaba la adicción al Internet a través de síntomas depresivos (β=0.37, p=<0.05) (Yu-Chun et al., 2008).

En forma general, los autores plantean la necesidad de estar al tanto de los síntomas depresivos que pueden desarrollar los jóvenes, pudiendo conducirlos a un grupo de alto riesgo y que por consiguiente puedan desarrollar adicción al Internet, así mismo, hacen énfasis en la necesidad de promover habilidades sociales y reconocer los recursos sociales que estos puedan tener a su alcance para percibir apoyo (tal como puede ser el apoyo de los pares o de la familia), un aspecto que se ha evidenciado de gran importancia para evitar conductas negativas asociadas a estas dificultades, es decir, poner en marcha la búsqueda de apoyo social para que logren manejar las adversidades.

En esta misma línea, referente al apoyo social percibido por parte del usuario de Internet, se han realizado investigaciones donde se evalúa el apoyo social a partir de fuentes en línea, lo que podría sugerir que dichas personas que son adictas al Internet, podrían estar buscando un mayor apoyo social en las redes, quizá porque no lo consigue directamente cara a cara, aspecto que se corresponde con la investigación anteriormente mencionada.

Tales estudios sobre el uso de Internet, los estados emocionales y las redes de apoyo social han dado diversos resultados. Por ejemplo, varios estudios han demostrado vínculos entre el uso de Internet y la soledad. Shaw y Gant (citado en Hardie y Tee, 2007) encontraron que el mayor uso de Internet fue asociado con una disminución en la soledad y un aumento en el apoyo social percibido. Cummings et al. (citado en Hardie y Tee, 2007) también encontró un beneficio del apoyo social, con participaciones activas en un grupo en línea asociado con beneficios de las redes sociales, tales como: encontrar gente con experiencias similares y desarrollar un comunidad de orientación más fuerte.

Para conocer el patrón de conductas que los usuarios adictos al Internet tienen en función de la búsqueda de apoyo social y otras variables de interés, Hardie y Tee (2007) realizaron una investigación con el propósito de conocer la proporción de adultos que podrían llegar a clasificarse como usuarios normales, hiper-frecuentadores y adictos al Internet, así mismo, otro de los intereses principales era conocer si los tres grupos mencionados con anterioridad, diferían en términos de la edad, género, actividades en Internet, extraversión, neuroticismo, soledad social y emocional, ansiedad social y redes de apoyo social en línea y no en línea, y por último conocer cuál de estas características demográficas, de personalidad, de emociones, de apoyo social y la actividad en Internet eran los mejores predictores del uso excesivo del mismo.

La muestra estuvo compuesta por 96 participantes (49 mujeres y 44 hombres y tres sin especificar) con un rango de edad entre los 18 y 72 años, los cuales fueron reclutados de salas de chat, foros en línea, y redes sociales conocidas por los investigadores.

Los instrumentos empleados en dicho estudio fue una entrevista colocada en la Web usando el programa Opinion software y el instrumento de adicción al Internet de Young. La extraversión y el neuroticismo fueron medidos usando dos sub-escalas del banco de ítems de personalidad de Golberg, la escala de soledad emocional y social de Wittenberg, la sub-escala de ansiedad social y en cuanto a las redes de apoyo social en línea y no en línea, éstas fueron medidas con dos conjuntos de preguntas desarrolladas por Moody (citado en Hardie y Tee, 2007).

A partir de dicho estudio, los autores encontraron diferencias entre los grupos sólo para una de las variables de las redes de apoyo social. Dichas diferencias ($p< 0.001$) se dieron para la variable apoyo en línea, que se refiere a aquel apoyo que es otorgado a los usuarios del Internet a través de las redes sociales. Los usuarios promedio, reportaron los niveles más bajos de apoyo obtenido a través de las redes sociales del Internet (M=13.13, S=5.58), mientras que los usuarios hiper-frecuentadores reportaron más apoyo del Internet (M=18.96, S=5.03), y los adictos reportaron el más alto apoyo de las redes sociales en línea (M=22.25, S=5.47). Dichos resultados parecen ser consistentes con Cummings et al. (citado en Hardie y Tee, 2007) donde el más alto uso de Internet fue asociado con el beneficio de las redes sociales en línea.

Por último, se puede concluir que lo encontrado en el análisis de regresión realizado por estos autores, se demostró la importancia de la personalidad y las redes de apoyo social en línea. Las diferencias del grupo de sujetos adictos al Internet podrían sugerir que el tiempo empleado en varias actividades en Internet, los altos niveles de ansiedad social, soledad emocional y neuroticismo, y bajos niveles de extraversión contribuyeron a la adicción la Internet. El grupo de usuarios promedio, el de hiper-frecuentadores y los adictos al Internet fueron distinguidos por diferencias significativas en todos estos factores, pero cuando todos los factores fueron procesados en la ecuación de regresión, la cual controla el solapamiento entre los factores, solo altos niveles de neuroticismo y apoyo social en línea hicieron significativas contribuciones independientes para el uso excesivo de Internet (Hardie y Tee, 2007).

Otros autores como Lam, Peng, Mai y Jing (2009) llevaron a cabo una investigación con la finalidad de ampliar el conocimiento sobre aquellos factores de riesgo potencialmente asociados con la adicción al Internet entre los adolescentes.

Realizaron una serie de encuestas de tipo transversal relacionadas con la salud, obteniendo una muestra total de 1618 adolescentes de Guangzhou, China (45.4% varones y 54.6 hembras) con edades comprendidas entre los 13 y 18 años de edad. La adicción al Internet, fue medida a través del Test de adicción al Internet de Young, así mismo, otro tipo de información fue recolectada, tal como condiciones de salud y comportamientos saludables (beber, actividad física, horas de sueño), información sobre las percepciones subjetivas del adolescente, sobre las expectativas familiares, satisfacción familiar y algún evento reciente que haya sido estresante en la vida del sujeto; además, se empleó la escala de autoreporte de depresión de Zung.

Las relaciones bivariadas entre adicción al Internet, características demográficas, condiciones y comportamientos saludables, y la percepción sobre la situación familiar y personal fueron examinadas.

Los autores obtuvieron que los niveles de satisfacción experimentada con la familia se encontraban asociados con la adicción al Internet, de esta forma, los estudiantes que se sentían muy insatisfechos con sus familias, estaban cercanos a una probabilidad mayor de 2.5% de presentar dicho trastorno en relación con aquellos que estaban satisfechos con sus dinámicas familiares (Or=2.4, 95%, Ci=1.3-4.3). En cuanto a las experiencias de eventos estresantes recientes, también se encontró una relación con la adicción al internet. Las probabilidades fueron diez veces mayores (Or=10.0, 95% Ci=6.5-12.2) para aquellos jóvenes que han experimentado un evento estresante reciente y que suelen sentirse muy agobiados (Lam et al., 2009).

A partir de estos resultados, llegaron a la conclusión de que los hombres que manifestaban conductas asociadas a ingerir bebidas alcohólicas y que presentaban insatisfacción familiar, además de una experiencia estresante reciente, mostraban una mayor probabilidad (como factores de riesgo) de presentar adicción al Internet. Si bien los autores comentan que parte de las limitaciones del estudio se relaciona con la

obtención de resultados asociativos y no causales, manifiestan que es importante considerar estos factores de forma más amplia y precisa para una medición futura.

Además, es importante aclarar que al hacer referencia al término insatisfacción familiar en esta investigación, se buscó extrapolar una de las dimensiones del apoyo social percibido, como lo es el apoyo familiar. Esto ocurre, ya que se afirma que el grado de insatisfacción familiar que manifiesta el individuo, se corresponde con algún déficit en la contención emocional de los miembros de la familia o alguna otra característica que no le permite al sujeto percibir un grado de ajuste a la dinámica familiar (Lam et al., 2009), características que a su vez pueden estar enmarcadas dentro del apoyo que percibe el sujeto.

Por último, otros autores como Chih-Hung et al. (2007), realizaron un estudio prospectivo con el fin de explorar los factores y las tasas de incidencia y la remisión en la adicción hacia el Internet en un grupo de adolescentes durante un período de 1 año de seguimiento. La muestra estuvo compuesta por 517 adolescentes (267 varones y 250 hembras) escogidos al azar de tres secundarias al sur de Taiwán, con edades comprendidas entre los 12 y 16 años de edad ($M=13.62$, $S=0.91$).

Dichos autores emplearon diversos instrumentos para la medición de sus variables de estudio, entre los cuales se encontraban la escala Chen de adicción al Internet (CIAS), el cuestionario tridimensional de la personalidad (TPQ), el inventario breve de síntomas (BSI) y la escala de autoestima de Rosenberg (RSES).

En relación a los resultados de interés, que se asocian con la variable apoyo social percibido, esta investigación reveló que los adolescentes con un uso diario, regular y considerable del Internet (20 horas o más por semana) mostraron una baja puntuación en el índice APGAR ($t=2.43$, $p<0.05$) de la familia (mejor función familiar o peor función familiar), a diferencia del grupo de los no adictos, estos últimos resultados apuntan a una de las dimensiones del apoyo social percibido, como es aquel que se relaciona con el apoyo familiar (Chih-Hung et al., 2007). Si bien la escala APGAR no mide directamente la variable apoyo familiar, el funcionamiento de este sistema puede apuntar a cómo se pueden estar dando las interacciones dentro de la familia, lo que

permite conocer si los sujetos la perciben como una fuente de apoyo para lidiar con las demandas del ambiente.

Este estudio también encontró que la alta excitabilidad exploratoria y la baja dependencia de recompensa en el cuestionario tridimensional de la personalidad, la baja autoestima, bajo funcionamiento familiar, y el jugar en línea predijeron la incidencia de la adicción al Internet, mientras que la baja hostilidad y la ansiedad interpersonal predijeron la remisión de las adicciones al Internet en un año (Chih-Hung et al., 2007).

Como se mencionó anteriormente, dichos resultados podrían relacionarse con el apoyo social, al considerar la dimensión del funcionamiento familiar de los sujetos, en el sentido de que la familia suele ser uno de los pilares de mayor apoyo social dentro de la comunidad o sociedad en general, lo que parece estar asociado con la incidencia de la adicción al Internet y la baja autoestima, donde no solo la insatisfacción familiar puede ser un factor de riesgo para desarrollar ciertas conductas adictivas hacia el mismo, sino también la falta de apoyo por parte de los pares o amigos.

Por otro lado, a partir de estas investigaciones se puede evidenciar la existencia de múltiples variables de estudio que permiten dar un entendimiento mucho más amplio de la adicción al Internet, una de estas variables se corresponde con la autoestima. Se plantea que en todas la relaciones humanas la autoestima es un concepto fundamental, que participa en la vida del ser humano en relación a cómo este forma vínculos con los demás, como se defiende en su medio circundante y como se llega a valorar a sí mismo (Branden, 1995).

A partir de ello, se ha entendido la autoestima como un componente del auto-concepto, siendo esta un conjunto individual de pensamientos y sentimientos sobre el propio valor e importancia, es decir, una actitud global positiva o negativa hacia uno mismo (Rosenberg citado en Martín, Núñez, Navarro y Grijalvo, 2007).

Así mismo, Branden (1995) propone que la autoestima se corresponde concretamente con la confianza en nuestra capacidad de pensar, en nuestra capacidad de enfrentarnos a los desafíos básicos de la vida; la confianza en nuestro derecho a triunfar

y a ser felices, el sentimiento de ser respetables, de ser dignos, y de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y carencias, a alcanzar nuestros principios morales y a gozar del fruto de nuestros esfuerzos.

En esta misma línea, otros autores han propuesto diversos enfoques para comprender la autoestima, y cómo ésta se evidencia en patrones de conducta determinados que se encuentran asociados al uso de las redes sociales y al uso característico que se le dan a estas. De esta forma la autoestima también ha sido entendida como la evaluación subjetiva que una persona hace y mantiene acerca de sí mismo, así como el grado de sus creencias hacia sus capacidades, valía y significado, que es transmitido a los demás, a través de sus reportes verbales o conducta manifiesta (Coopersmith, 1967).

La autoestima es el objeto al que el individuo se refiere cuando considera su reacción hacia sí mismo, de los otros hacia él y su habilidad para enfrentarse a las situaciones que se le presentan en la vida. Esta abstracción sobre sí mismo que construye el individuo incluye tres componente básicos: (a) el cognoscitivo que representa el contenido del yo, (b) el comportamental que se refiere a las actitudes hacia sí mismo y (c) el afectivo que es indicador de los sentimientos generales de valoración personal y la evaluación de aspectos cognitivos específicos del yo (Coopersmith, 1967).

Según Coopersmith (1967), existen tres factores que contribuyen al desarrollo de la autoestima. El primero es el grado de respeto, aceptación y el trato adecuado que la persona recibe de los otros significativos. El segundo factor es la historia de éxitos y la posición o estatus que ocupa un individuo en el mundo, este es la base de la autoestima y se mide con la manifestación material del éxito por la indicación de aprobación social. El último factor es la manera de responder que posee el individuo ante situaciones en las que puede sentirse devaluado.

Así mismo se destaca, en relación con lo anteriormente mencionado, que las personas que hacen una evaluación negativa de sí mismas, se inclinan a ser intropunitivas y pasivas en adaptarse a las demandas y presiones del ambiente. De este modo, Branden (1995) plantea que una pobre autoestima no sólo inhibe el pensamiento

sino que tiende a deformarlo, en este sentido se puede entender esa dificultad adaptativa al medio ambiente que rodea al ser humano y la posibilidad de caer en algún tipo de conducta nociva.

Por lo tanto, como plantea Leary et al. (citado en Pirone, 2000), las personas con baja autoestima sienten que no tienen el poder para dictar lo que sucede a su alrededor, incluyendo la forma en que son vistos por otras personas. Sin embargo, el Internet puede aliviar este problema al permitir a la persona controlar lo que quiere que otros sepan acerca de ella, ya sea a través de una nueva representación de sí mismo o a través de la auto-revelación. Por lo que es posible, que pueda existir una conexión entre el uso de Internet en cuanto a las relaciones interpersonales y la autoestima, así como entre la adicción y dicho concepto, siendo el establecimiento de relaciones interpersonales una necesidad inherente del ser humano (Pirone, 2000).

Además, Coopersmith (1967), señala que existen diferencias marcadas entre las personas con alta, media y baja autoestima con respecto a su manera de relacionarse consigo mismos, con los otros, con los acontecimientos que le ocurren en su vida, con sus expectativas del futuro y con sus respuestas afectivas; y que por lo tanto la habilidad que las personas manifiestan en relación a defender su autoestima contribuye a mantener su equilibrio personal.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado en cuanto a lo que los diferentes autores han dicho sobre la autoestima, se sabe que en la mayoría de los casos, la autoestima alta suele traer consigo aspectos positivos, en tanto que la autoestima baja tiene el efecto contrario (Leary, Schreindofer y Haupt citado en Baron y Byrne, 2005). Por ejemplo, las autoevaluaciones negativas están asociadas con habilidades sociales inadecuadas (Olmstead et al. citado en Baron y Byrne, 2005), soledad (Mc Whirter citado en Baron y Byrne, 2005), depresión (Jex, Cvetanovski y Allen citado en Baron y Byrne, 2005) y con una ejecución pobre tras una experiencia de fracaso (Tafarodi y Vu citado en Baron y Byrne, 2005).

A partir de esto, se han llevado a cabo otros estudios donde la adicción al Internet y la autoestima se han visto relacionadas de forma importante. Jiménez y Pantoja (2007),

realizaron un estudio descriptivo que buscó especificar las características de personas consideradas como adictas y no adictas al Internet, con el fin de evaluar la autoestima y las relaciones interpersonales a través de la aplicación de una entrevista semi-estructurada, la Escala de Autoestima de Coopersmith (1967), adaptación venezolana (Forma C) y el Psicodiagnóstico de Rorschach, en una muestra de 40 estudiantes universitarios, seleccionados mediante el cuestionario elaborado por Young, diferenciados como adictos y no adictos al Internet.

El problema principal de su investigación se encaminó a conocer, ¿cómo se expresan los niveles de autoestima y las relaciones interpersonales, en sujetos clasificados como adictos al Internet, medidos a través de la Escala de Autoestima de Coopersmith y el Psicodiagnóstico de Rorschach, comparados con sujetos clasificados como no adictos?

Las investigadoras encontraron diferencias en el uso de la conexión a la red entre los usuarios adictos (regulares) y no adictos (ocasionales), en cuanto al tiempo de conexión, su motivación y la experiencia emocional en torno a la conexión, siendo mayor y más significativa en el primer grupo. Los sujetos adictos presentan niveles más bajos de autoestima asociados a conductas de aislamiento y sensaciones de frustración, depresión y vacío interno. Como vía de escape a estas sensaciones establecen la dependencia a la red como un medio para entablar contactos sociales, que les brindan seguridad y cierto bienestar que, al ser momentáneo, los impulsa a mantener por mayor tiempo la conexión (Jiménez y Pantoja, 2007).

De este modo, se destaca que la presencia de adicción correlaciona de forma negativa con el nivel de autoestima ($r=-0.411, p=<0.009$) y el índice de control y tolerancia al estrés ($r=-0.666, p=<0.000$) mientras que por otra parte, correlaciona positivamente con la presencia de trastornos del pensamiento ($r=0.493$, $p=<0.001$), las constelaciones de suicidio ($r=0.335, p=<0.035$) y depresión ($r=0.390, p=<0.013$). Se pudo observar que tanto los niveles de autoestima como las relaciones interpersonales correlacionan con los niveles de adicción, esto se corrobora con las diferencias

significativas encontradas entre ambos grupos con relación a la autoestima, el índice de control y tolerancia del estrés y el índice de trastornos del pensamiento.

Resultados muy similares a los obtenidos por estas autoras, fueron encontrados en una muestra de estudiantes mexicanos, donde los adictos al Facebook (entiéndase esta red social como parte del Internet) tienen una mayor tendencia a la baja autoestima, por lo que muestran una percepción más devaluada de su físico (M=10.65), su autoconcepto (M=48.68), y de su intelecto (M=8.62), poniendo de manifiesto menores puntajes en autoestima general y mayores puntajes en las variables depresión (M=4.54) y relaciones familiares (M=1.253) (Herrera et al., 2010).

Mientras que los sujetos no adictos, presentaron menores puntajes en las variables depresión (M=1.41) y relaciones familiares (M=0.839), y mayores puntajes en las variables autoestima general (M=17.41) y autoestima total (M=48.69). Esto quiere decir, que los adictos tienen una mayor propensión a la depresión, no tienen relaciones familiares tan buenas y presentan menor nivel de autoestima general y total (Herrera et al., 2010).

A partir de estos otros resultados que también apoyan la investigación de Jiménez y Pantoja (2007), estas autoras llegaron a la conclusión de que las relaciones interpersonales de las personas adictas en el estudio, tienden a ser inestables y poco sólidas, determinadas por vínculos más bien dependientes. Además, es importante agregar que la retroalimentación dada por la tarea que se esté llevando a cabo en el Internet, puede influir en la presencia de bajos niveles de autoestima, entendiendo la adicción a Internet como un fenómeno complejo que depende también de los estímulos externos y la respuesta que proporcione la persona.

En relación a esta misma línea de investigación relacionada con la adicción al Internet y la autoestima de los internautas, Wilson et al. (2010) proponen una investigación basada en antecedentes empíricos, en los que se han encontrado investigaciones en las que las características interpersonales de la autoestima pueden actuar como un posible predictor del uso del Internet. Por ejemplo, en una investigación

se llevó a cabo un estudio sobre la comunicación escogida por los participantes (cara a cara, e-mail, carta o teléfono) y su autoestima, encontrándose que los participantes con baja autoestima mostraron una mayor preferencia por la comunicación por correo electrónico (Joinson citado en Wilson et al., 2010). Así mismo, otros autores tales como Chih-Hung et al. (2007) llevaron a cabo una investigación con objetivos similares a los de Wilson et al. (2010), involucrando características de la autoestima donde se evidenciaron bajos puntajes de autoestima en la escala de Rosenberg, en aquellos sujetos adictos al Internet.

En base a la revisión teórica realizada por los autores anteriormente mencionados, este estudio tenía como objetivo principal probar el papel de la personalidad y la autoestima en el contexto de los adultos jóvenes, así como la necesidad de poder conocer sus niveles de uso de los diferentes sitios de las redes sociales. Además, se buscó investigar si estas características intrapersonales predecían las tendencias adictivas en los adultos jóvenes hacia el uso de dichas redes.

Un total de 201 estudiantes de una universidad Australiana (46 hombres y 153 mujeres) fueron seleccionados para dicho estudio. El criterio de inclusión requería participantes con edades comprendidas entre 17 y 24 años de edad ($M=19.07$, $S=1.86$) y que tuvieran una página personal en un sitio de la red social.

Una regresión múltiple fue realizada para obtener los resultados en base a las hipótesis planteadas, para así examinar el impacto de los factores de personalidad (apertura a la experiencia, consciencia, extraversión, agradabilidad, neuroticismo y autoestima) sobre la cantidad de tiempo (en horas) que los participantes pasaban usando los sitios de las redes sociales por semana.

Como grupo, estas variables predijeron significativamente el uso de los sitios de las redes sociales, con una $F(6.192)=3.14$, $p<0.01$ representando el 8.9% de la varianza. Los predictores significativos fueron la conciencia y la extraversión. Los participantes puntuaron bajo en conciencia y más alto en extraversión reportando pasar mucho más tiempo usando los sitios de las redes sociales (Wilson et al., 2010).

Posteriormente se realizó un análisis de regresión múltiple para conocer las tendencias adictivas del uso de sitios de las redes sociales. Este análisis se realizó para examinar el impacto de los factores de personalidad y autoestima sobre las tendencias adictivas hacia dichas redes. Estas variables predijeron de manera significativa dichas tendencias de uso, obteniéndose puntuaciones de $F(6.194)=2.99$, $p<0.01$ representando el 8.5% de la varianza, obteniéndose resultados semejantes a los anteriormente mencionados. Los autores de dicha investigación, llegaron a la conclusión de que los participantes que puntuaron más alto en extraversión pasaron más tiempo usando los sitios de las redes sociales, un hallazgo inconsistente con investigaciones previas, que siempre habían concluido que los extravertidos no perciben el Internet como un reemplazo placentero para las interacciones cara a cara, integrándose de forma importante patrones de personalidad al fenómeno de estudio en relación con otras variables (Amiel y Sargent; Amichai-Hamburger, Wainapel y Fox citado en Wilson et al., 2010).

Por último, la autoestima no influyó en el uso de los sitios de las redes sociales, un hallazgo inconsistente con investigaciones previas sobre el tema, donde la gente con baja autoestima prefieren las interacciones sociales en línea antes que los intercambios cara a cara (Joinson; Harman et al. citado en Wilson et al., 2010). La autoestima incluso puede incrementar o decrecer, dependiendo del tipo de retroalimentación recibida en los perfiles virtuales; además es posible que tanto la gente con altos y bajos niveles de autoestima busquen emplear los sitios de las redes sociales para confirmar o incrementar sus sentimientos de valía en la necesidad de un retroalimentación positiva por parte de los otros (Wilson et al., 2010).

En otros estudios (Ghassemzadeh, Shahraray y Moradi, 2008; Smahel et al., 2012) se han encontrado que la autoestima presenta una importante relación con la adicción al Internet, siendo esta en muchos de los casos baja, al compararse con muestras que presentan una importante adicción a las redes sociales y a la información que el Internet proporciona.

Ghassemzadeh et al. (2008), realizaron un estudio que tenía por objetivo encontrar la prevalencia de la adicción al Internet entre los estudiantes de secundaria iraníes y examinar si los iraníes que son adictos al Internet, son más solitarios, tienen una baja autoestima y pobres habilidades sociales en comparación con los que no son adictos.

La muestra estuvo compuesta por 1968 (1029 varones y 939 hembras) estudiantes de secundaria seleccionados aleatoriamente, con edades comprendidas entre los 14 y 16 años de edad, sin embargo, la muestra se redujo a 977 estudiantes, por ser los únicos que eran usuarios de Internet. Dichos sujetos respondieron a diferentes escalas para obtener los datos requeridos para la investigación, entre las cuales están: La escala de adicción al Internet, versión persa de Young, la escala de soledad, la escala de autoestima de Rosenberg y la versión persa de la evaluación de las habilidades sociales con jóvenes de Matson (Ghassemzadeh et al., 2008).

De este modo para entender las condiciones psicosociales de los usuarios de Internet, soledad, autoestima y habilidades sociales de los adictos, posibles adictos, usuarios moderados y no usuarios, se procedió a comparar cada uno de los grupos, basando la comparación en características tales como sexo, grado y campo de estudio.

Los cuatro grupos de 37 alumnos cada uno, fueron comparados usando el análisis de varianza. Los resultados revelaron que en cuanto a la autoestima, los adictos difirieron significativamente de los usuarios que presentan un uso moderado del Internet ($F=5.721$, $p<0.01$). En la soledad ($F=5.642$), obstinación ($F=8.232$) y dominancia ($F=5.507$), los adictos difirieron significativamente de aquellos que tenían un uso moderado del Internet y de aquellos que no eran usuarios ($p<0.05$). Finalmente en comportamientos sociales inapropiados ($F=21.577$) y miedo a las relaciones ($F=5.078$), los adictos difirieron significativamente de los tres grupos restantes ($p<0.01$) (Ghassemzadeh et al., 2008).

Los resultados de dicho estudio confirman los reportes realizados con anterioridad, de que los adictos al Internet son más solitarios (Whang, Lee, Chang; Nalwa, Anand citado en Ghassemzadeh et al., 2008) y presentan una menor autoestima

(Yang y Tung citado en Ghassemzadeh et al., 2008) que los no adictos. Los resultados también muestran que en su totalidad, los adictos al Internet tienen habilidades sociales mucho más pobres que los no adictos.

Este último aspecto es importante a considerar, ya que otra de las variables de interés se corresponde con las habilidades sociales que desarrollan los sujetos a lo largo de su vida, y cómo esta define parte del comportamiento en los entornos a los que se enfrenta el individuo, ya sea cara a cara o mediado por computador. De esta forma, el debate sobre si el uso del Internet puede ser una actividad potencialmente aislante o no, generalmente ha pasado por alto la mediación de los efectos de las emociones de los usurarios y las habilidades sociales fuera del Internet (Nie citado en Engelberg y Sjöberg, 2004).

Basándose en lo anteriormente expuesto, siendo las habilidades sociales una variable de interés para el presente estudio, Kelly (1992) define las habilidades sociales como aquellas conductas aprendidas que ponen en juego las personas en situaciones interpersonales para obtener o mantener reforzamiento del ambiente. Entendidas de esta manera, las habilidades sociales pueden considerarse como vías o rutas hacia los objetivos de un individuo. Así mismo, se toman en cuenta tres aspectos de esta definición: (a) entender la conducta socialmente hábil en términos de su posibilidad de llevar hacia consecuencias reforzantes; (b) las situaciones interpersonales en las que se manifiestan habilidades sociales; y (c) describir la conducta socialmente competente de modo objetivo.

En consonancia con lo anteriormente expuesto, Kelly (1992) plantea que las habilidades sociales como conductas, suelen elicitar reforzamiento por parte del ambiente. De este modo, una manera de categorizar o definir las habilidades interpersonales se basa en su función o utilidad para el individuo. Algunas sirven para facilitar el establecimiento de relaciones con los demás. Otras, aunque se emplean en un contexto interpersonal, sirven para alcanzar objetivos o conseguir reforzadores que, en sí, no son de naturaleza social. Otras, principalmente para impedir que los demás eliminen o bloqueen el reforzamiento al que el individuo tiene derecho.

Para la mayoría de los individuos, el establecimiento de relaciones con otras personas es un objetivo deseado, o una experiencia reforzante; por consiguiente, las relaciones sociales pueden considerarse como tal para la mayor parte de la gente. Entre esas interacciones, se incluyen cosas tales como conseguir citas, tener amigos con los que charlar cordialmente, y tener facilidad para conocer gente nueva en reuniones informales. No obstante, para conseguir cada uno de estos objetivos socialmente deseables, es preciso, ante todo, que el individuo domine una serie de habilidades conductuales relativamente bien organizadas, aspecto que pone en evidencia la relación entre estos fenómenos sociales (Kelly, 1992).

Las teorías tradicionales de la personalidad y la psicopatología admiten desde hace unos años las relaciones entre funcionamiento social y ajuste psicológico; la idea se ha tratado en profundidad sobre todo en las descripciones del desarrollo de la personalidad de Harry Stack Sullivan, Alfred Adler, Karen Horney y otros teóricos interpersonales neofreudianos (Kelly, 1992).

De este modo, en la medida que un individuo interactúe satisfactoriamente con otros, recibirá cada vez más feedback social positivo y llegará a calificar de forma positiva su propio yo (Sullivan citado en Kelly, 1992). En cambio, cuando las relaciones con otras personas significativas se caracterizan por la ansiedad, la frustración de necesidades o el feedback negativo, la autoevaluación del individuo será, en consecuencia, negativa, distorsionada y regresiva. Por tanto, constructos tales como la autoestima o el autoconcepto están determinados por las relaciones y el feedback interpersonales que un individuo recibe en el curso de su desarrollo (Kelly, 1992).

En este sentido, las habilidades sociales han sido definidas considerando diversas conductas asociadas a ellas que en la sociedad se expresan de un modo particular, determinando en cierto sentido la calidad de las relaciones interpersonales. Así mismo, podrían tener un significado importante al momento de relacionarse con el otro mediante el Internet, donde en algunas investigaciones, como por ejemplo las de Engelberg y Sjöberg, 2004, se ha demostrado la asociación entre pobres habilidades sociales, baja autoestima y conductas adictivas hacia el Internet.

De esta forma, Engelberg y Sjöberg (2004), hipotetizaron que el uso del Internet estaría negativamente relacionado con habilidades interpersonales. Los autores esperaban que la frecuencia de usuarios cercanos a una adicción al Internet, reportaran altos niveles de soledad y bajo ajuste social en términos de un balance entre el tiempo pasado en el trabajo y el tiempo de ocio. Adicionalmente, esperaron encontrar que los usuarios que empleaban frecuentemente el Internet manifestarían una expresión idiosincrática de valores o características de personalidad llevándolos a un riesgo social, lo cual podría ser indicativo de una adaptación social menos exitosa en la vida en general.

La muestra de este estudio estuvo compuesta por 41 estudiantes reclutados de una escuela de economía en Estocolmo (20 mujeres y 21 hombres), la edad de los sujetos estaba comprendida entre los 18 y 28 años de edad ($M=21.1$). Le fueron aplicados una serie de instrumentos, en las que tenían que identificar emociones en diferentes expresiones faciales, llenar la escala de soledad, la escala de trabajo y ocio, identificar emociones en episodios sociales, la escala de adicción al Internet, entre otras (Engelberg y Sjöberg, 2004).

Fuertes correlaciones fueron encontradas, y la escala de adicción al Internet formó un cluster razonable con estas medidas. La adicción al Internet estaba relacionada negativamente con las medidas de inteligencia emocional ($r=-0.44$, $p<0.01$ y $r=-0.38$, $p<0.05$) y balance ($r=-0.45$, $p<0.01$) y de manera contraria, estaba relacionada positivamente con los valores de desviación ($r=0.65$, $p<0.0001$) y soledad ($r=0.33$, $p<0.05$).

Las cinco dimensiones de personalidad fueron correlacionadas con la escala de adicción al Internet, las medidas de inteligencia emocional, y los índices para medir la adaptación social. Los resultados mostraron que las dimensiones de personalidad no estuvieron relacionadas con ninguna de las escalas. Todas las dimensiones, exceptuando amabilidad, correlacionaron con la escala de soledad, sin embargo, como se esperaba, los extravertidos reportaron un menor grado de soledad que los introvertidos ($r=-0.67$, $p<0.0001$). Las correlaciones con la soledad fueron las siguientes: emocionalidad (r=-

0.54, p<0.0001), apertura intelectual (r=-0.49, p<0.01), y consciencia (r=-0.36. p<0.05). Un alto nivel de inteligencia emocional, como era esperado, correlacionó con la expresión facial y los episodios sociales (r=0.43, p<0.01).

Las puntuaciones en la escala de adicción al Internet se tomaron como la variable dependiente en el análisis de regresión con las dos medidas de la inteligencia emocional como variables independientes. Este análisis alcanzó resultados significativos F(2.38)=4.69, p<0.015, R^2=0.20. Sin embargo, los coeficientes de regresión estandarizados no alcanzaron a dar significativos (la expresión facial β=-0.36, t=-1.56, p<0.12; y los episodios sociales β=-0.10, t=-.44, p<0.66).

Las puntuaciones en la escala de adicción fueron corridas en otro análisis de regresión con los tres índices de adaptación social como variable independiente. El análisis mostró resultados significativos, F(3.37)=13.08, p<0.0001, R^2=0.52, y los coeficientes estandarizados de regresión revelaron que el valor de la desviación realizó la contribución más importante (β=0.56, t=4.65, p<0.0001). La contribución del balance entre trabajo y ocio fue moderada (β=-0.29, t=-2.29, p<0.03), y la soledad no fue significativa (β=0.06, t=0.48, p<0.63).

Los resultados muestran una amplia diferencia entre soledad y alta y baja frecuencia de uso del Internet, entiéndase soledad como una de las dimensiones de las habilidades sociales. Los usuarios que presentaban un uso más elevado del Internet eran mucho más solitarios, lo cual es consistente con investigaciones anteriores, pero el presente estudio mostró, adicionalmente, que los usuarios con altos índices de uso expresaron valores más altos de desviación. Los resultados también confirmaron que los usuarios que empleaban el Internet con mayor frecuencia, tendrían una inteligencia emocional más baja que los otros. En concordancia con previas investigaciones (Sjöberg y Engelberg citado en Engelberg y Sjöberg, 2004) las dos medidas de la inteligencia emocional se mostraron claramente relacionadas con los tres índices de adaptación social. Esto apoya la asunción de que la habilidad para entender emociones como percibidas en los otros, es útil conforme a las demandas sociales de la vida y el ajuste social al contexto en el que los sujetos se desenvuelven.

De esta forma, los resultados sugieren que los usuarios que emplean con mayor frecuencia el Internet, tienden a una falta de competencias emocionales, por lo que el nivel de inteligencia emocional, el cual se encuentra asociado con la adaptación social, se ve disminuido (Engelberg y Sjöberg, 2004).

Del mismo modo se han realizado investigaciones donde las habilidades sociales junto con la autoestima, parecen ser unas variables de interés para muchos investigadores, así Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010), realizaron una investigación con el objetivo de encontrar si existía relación alguna entre la adicción al Facebook (entiéndase esta red social como parte de Internet), la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales en estudiantes universitarios.

La muestra de dicho estudio, estuvo compuesta por un total de 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana de Santa Fe, de los cuales 60.3% era mujeres y 39.7% hombres con edades comprendidas entre los 22 años de edad. Los instrumentos empleados en esta investigación fueron el cuestionario de Adicción a Facebook para jóvenes, realizado por los mismos autores del artículos, basado en los criterios de diagnóstico de Adicción a Internet propuesto por Young, el cuestionario de Experiencias relacionadas con Internet (CERI) con un alfa de 0.77, el Cuestionario de evaluación de la autoestima para alumnos de enseñanza secundaria de Gómez con un alfa de 0.70 (citado en Herrera et al., 2010), el Cuestionario de evaluación de dificultades interpersonales en la adolescencia (CEDIA) con un alfa de 0.91 (Inglés, Méndez e Hidalgo citado en Herrera et al., 2010) y la escala de depresión geriátrica (GDS).

Los investigadores procedieron a la aplicación de los cuestionarios para saber si existían diferencias estadísticamente significativas entre el grupo de adictos al Facebook y los no adictos en relación a las variables de estudio, como la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales, aplicando para ello la prueba de muestras independientes de t de Student.

De este modo, en relación a la variable de interés como lo son las habilidades sociales, Herrera et al. (2010) encontraron que los adictos al Facebook muestran una percepción más devaluada de su autoconcepto (M=48.68), y de su intelecto (M=8.62), al

igual que una percepción deteriorada ante determinadas situaciones que pueden provocar estrés en sus relaciones interpersonales, mostrando menos defensas personales ($t=5.5001$, $p<0.001$) ante dichas situaciones. Esto quiere decir que los sujetos adictos tienen una mayor propensión a la depresión, no desarrollan relaciones sociales tan buenas y presentan menor nivel de defensas ante el manejo de las situaciones estresantes. En resumen, se comprobó una relación estadísticamente significativa entre la adicción a Facebook, la depresión y falta de habilidades sociales, entre otras variables de estudio (Herrera et al., 2010).

Estos resultados coinciden con algunas investigaciones expuestas en apartados anteriores, donde se evidenció, que aquellas personas con tendencia a la adicción al Internet presentaron bajas habilidades sociales y mayor sentimiento de soledad (Ghassemzadeh et al., 2008).

Además de esto, es importante mencionar que otras investigaciones sobre las consecuencias sociales que trae el Internet, también ha comenzado a centrarse en la influencia de la introversión y la extraversión en la formación de amistades en línea en conjunto con las habilidades sociales del individuo (Hamburger y Ben-Artzi; McKenna, Green y Gleason citado en Peter et al., 2005).

Por lo que Peter et al. (2005), llevaron a cabo una investigación planteándose numerosas hipótesis, entre las cuales esperaban que los introvertidos se comunicaran en línea con más frecuencia que los extrovertidos, y que la frecuencia de la comunicación en línea, a su vez, tuviera un efecto positivo en la formación de amistades vía Internet. Del mismo modo, los autores esperaban que los introvertidos por estar más fuertemente motivados que los extrovertidos para utilizar la comunicación en línea, presentaran alguna relación con esta necesidad de comunicación, para así obtener cierta compensación social. En consecuencia, se esperaba que aquellos adolescentes que se sienten motivados a utilizar dicha comunicación para compensar su falta de habilidades sociales, formaran un mayor número de amistades en línea.

Los autores llevaron a cabo la realización de una encuesta entre 600 adolescentes, que tenían entre 9 y 18 años de edad (M=13.3). Los adolescentes fueron reclutados de seis escuelas primarias y secundarias de Holanda.

Para llevar a cabo las medidas correspondientes de cada una de las variables de interés, los autores emplearon la sub-escala de introversión con un alfa de 0.77 (Feij; Feij y Kuiper citado en Peter et al., 2005), cuatro ítems relacionados con la apertura o revelación que tocaban temas sobre los cuales los adolescentes hablan al conectarse en Internet, de este modo los ítems relacionados con amor romántico, secretos, enamoramiento, y citas, formaron una escala unidimensional con un alfa de 0.87. Así mismo, emplearon tres ítems relacionados con la compensación social, en los que se tocaban temas tales como: pueden hablar mucho más a gusto, sienten que pueden decir mucho más en línea y si se sienten menos tímidos, con un alfa de 0.72.

Los resultados de esta investigación arrojaron que los adolescentes introvertidos utilizan con más frecuencia la comunicación en línea para compensar su falta de habilidades sociales ($\beta=0.22$, $p<0.001$), así mismo, se obtuvo que el motivo de compensación social en los adolescentes, influyó positivamente en la creación de amistades en línea ($\beta=0.12$, $p<0.05$). Del mismo modo, adolescentes con fuertes motivos de compensación social, tendían a comunicarse en línea con mayor frecuencia ($\beta=0.19$, $p<0.001$). Los adolescentes que se comunicaban en línea con más frecuencia también tendían a revelarse o aperturarse al otro ($\beta=0.20$, $p<0.001$). El modelo final de este estudio, también sugiere un fuerte efecto del motivo de compensación social en línea y la posibilidad que tienen los adolescentes de revelarse ($\beta=0.28$, $p<0.001$). Por lo tanto, mientras más use el Internet el adolescente para obtener compensación social, más posibilidad tiene de revelarse ante otros (Peter et al., 2005).

Como se pudo evidenciar en las investigaciones reportadas con anterioridad, las habilidades sociales se manifiestan a través de diferentes conductas, algunas permiten que el comportamiento sea adaptativo y otras conductas ponen en marcha respuestas que no pueden ser tan adaptativas dentro de la sociedad, por lo que los sujetos pueden desarrollar comportamientos que involucren un desenvolvimiento social inadecuado,

llevándolos a la posterior manifestación de adicciones (en este caso particular hacia el Internet), aislamientos, depresiones, entre otros.

Por esta razón, Munteanu, Costea, Palos y Jinaru, (2009) llevaron a cabo una investigación con la finalidad de identificar diferencias entre estudiantes de la Universidad Politécnica de Timisoara (Rumania) que eran adictos y no adictos al Internet, con respecto a la manifestación de comportamientos agresivos, niveles de depresión y ansiedad, para conocer la comorbilidad entre las variables.

La muestra de dicho estudio estuvo compuesta por un total de 185 estudiantes de la Universidad Politécnica (105 hombres y 80 mujeres). Los participantes fueron divididos en dos grupos, un primer grupo de 100 estudiantes (60 hombres y 40 mujeres) considerados como adictos al Internet, y otro de 85 estudiantes (45 hombres y 40 mujeres) no adictos al Internet, todos ellos con edades comprendidas entre los 19 y 23 años de edad. Para llevar a cabo la clasificación de los grupos, los autores usaron la escala de Adicción al Internet de Young (IAS). Los instrumentos empleados en dicha investigación fueron los siguientes, el Cuestionario de agresión diseñado por Buss y Perry, la escala de depresión (CES-D) diseñada por Radloff y la Escala de ansiedad de Hamilton (HAMA) (citado en Munteanu et al., 2009).

Una de las hipótesis principales de este estudio estaba dirigida a conocer, si los estudiantes adictos al Internet comparados con los no adictos, mostraban niveles significativamente altos de comportamiento agresivo. Luego del análisis y la discusión de los resultados, esta hipótesis fue confirmada, sugiriendo que los sujetos adictos presentaban altos niveles de comportamiento agresivo, tanto físico como verbal, rabia y hostilidad. Estos resultados mostraron diferencias estadísticamente significativas en cada uno de los factores de la escala de agresividad: agresión física ($t=13.501$, $p< 0.000$); agresión verbal ($t=9.393$, $p<0.000$); rabia ($t=9.557$, $p<0.000$) y hostilidad ($t=8.871$, $p<0.001$). Las explicaciones que proponen estos autores apuntan a posibles posturas sedentarias, contenidos violentos que los estudiantes podrían revisar en Internet, así como también, la aparición de irritabilidad cuando el contacto con el Internet es interrumpido.

La segunda hipótesis planteaba si existía alguna relación entre los adictos y no adictos al Internet con niveles significativamente altos de depresión. Los resultados mostraron diferencias significativas, señalando que los estudiantes adictos al Internet manifestaban mayores niveles de depresión ($t=19.665$, $p<0.000$), similar a las investigaciones realizadas por Young y Roger (citado en Munteanu et al., 2009). La existencia de depresión puede ser explicada por las características asociadas a los desordenes de dependencia, pudiendo ser una causa y también un efecto en el comportamiento adictivo. Además, la falta de interacción con otros puede traer consigo sensaciones de tristeza.

La última hipótesis relacionada con niveles de ansiedad, al ser procesada estadísticamente, arrojó diferencias significativas ($t=20.461$, $p<0.000$), confirmando que los estudiantes que resultaron ser adictos al Internet, presentan altos niveles de ansiedad. Esto podría estar siendo explicado por la conexión que puede haber entre síntomas ansiosos y la existencia de depresión (Munteanu et al., 2009).

Todos estos aspectos relacionados con la ansiedad social, sensaciones de tristeza, dificultad en la interacción con otros, trae consigo dificultades en la adaptación al medio. De esta manera, parte de los problemas sociales que puede experimentar el ser humano involucran la falta de relaciones amistosas (Parker, Asher citado en Bonetti, Campbell y Gilmore, 2010), falta de amistades duraderas y de alta calidad (Parker y Seal citado en Bonetti et al., 2010), rechazo por parte de los pares y victimización (Boivin, Hymel y Bukowski citado en Bonetti et at., 2010).

Asher y Gazelle (citado en Bonetti et al., 2010) argumentaron que los niños con un bajo estatus social entre pares, presentan mayor probabilidad de manifestar déficits en las competencias comunicativas. Es durante la adolescencia, sin embargo, cuando la soledad parece ser la primera en emerger como un fenómeno intensamente reconocible, aunado a las dificultades características de comunicación que esta pueda tener (Brennan citado en Bonetti et al., 2010). En este periodo, las relaciones sociales empiezan a expandirse fuera del núcleo familiar de cada individuo (Giordano citado en Bonetti et al., 2010), por lo tanto, ser aceptado por sus pares, incluyendo aquellos del sexo opuesto,

es de vital importancia en el desarrollo de la identidad del adolescente (Maccoby citado en Bonetti et al., 2010).

A partir de ello, se conoce que el grupo de pares y la familia juegan un papel clave en el desarrollo de la soledad y/o ansiedad social en la identidad de los niños y adolescentes (Erikson citado en Bonetti et al., 2010). Sin embargo, como para algunos niños y adolescentes les es difícil llevar a cabo actividades cara a cara, prefieren buscar elementos o contextos como el Internet para hallar emociones, intimidad y amistades con propósitos comunicacionales (Leung citado en Bonetti et al., 2010).

Partiendo de lo anteriormente expuesto, Bonetti et al. (2010) llevaron a cabo un estudio que tuvo como objetivo principal, investigar la cantidad de tiempo, temas, tipo de personas frecuentadas y propósitos de la comunicación en línea, con la finalidad de explorar las diferencias en los patrones de uso de dicha comunicación entre niños/niñas y adolescentes con y sin reportes de sensación de soledad y ansiedad social.

La muestra estuvo constituida por 626 estudiantes (316 varones y 310 hembras) con edades comprendidas entre 10 y 16 años de edad (M=12.85), siendo 286 niños de 10 a 12 años y 340 adolescentes de 13 a 16 años. Para obtener los datos deseados en función de las variables de investigación, estos autores emplearon cuatro ítems para conocer la frecuencia y la duración de la comunicación online adaptado en el estudio de Valkenburg y Peter (citado en Bonetti et al., 2010), una lista de temas sobre la comunicación en línea de 35 ítems, una lista de ocho ítems sobre los patrones de comunicación en línea creada por los autores, los 18 propósitos de la comunicación en línea desarrollada por Peter, Valkenburg y Schouten (2005) los cuales fueron incluidos en una escala de cinco motivos que en el presente estudio arrojó los siguientes índices de consistencia interna: entretenimiento (alfa=0.81); mantenimiento de las relaciones (alfa=0.62); compensación social (alfa=0.72); inclusión social (alfa=0.70) y conocer gente (alfa=0.76), además, la escala de la soledad de UCLA fue utilizada, produciendo un alfa de Cronbach de 0.84 y la sub-escala SAD-New de la escala de ansiedad social para adolescentes, obteniendo un alfa de 0.83 para los cuatro ítems empleados.

Un análisis de varianza (ANOVA) fue realizado para evaluar las diferencias de cuatro grupos de sujetos en cuanto a la cantidad de comunicación en línea que mantenían niños y adolescentes, con y sin auto-reportes de soledad y ansiedad social. El grupo 1 correspondía a aquellos que no eran solitarios ni ansiosos socialmente; el grupo 2 correspondía a aquellos que eran ansiosos socialmente pero no solitarios; el grupo 3 aquellos que eran solitarios pero no ansiosos socialmente; y el grupo 4 correspondía a aquellos que eran tanto solitarios como ansiosos socialmente. Partiendo de esta descripción se obtuvo que el ANOVA arrojó diferencias significativas obteniendo una $F=3.621=4.46$, $p=0.004$, tomando en cuenta la prueba post hoc de Tukey que reveló que los grupos 3 y 4 utilizan significativamente una mayor cantidad de comunicación en línea que el grupo 2.

Finalmente, los grupos 3 y 4 siempre reportaron mantener una comunicación en línea por motivos de compensación social y conocer personas, pero también para pertenecer a un grupo o a sus amigos del chat, así como, para relajarse más frecuentemente que los grupos 1 y 2. Los resultados mostraron que los niños y adolescentes que se identificaron como solitarios, se comunicaban en línea significativamente más que aquellos que reportaron ser ansiosos socialmente.

Parece ser que tanto los niños como los adolescentes solitarios valoran el Internet como un entorno comunicativo protegido, en el que pueden llegar a expresar mucho mejor sus necesidades internas, así como, encontrar conversaciones mucho más satisfactorias de las que encuentran cuando no están en línea. Sus pobres o deficientes habilidades sociales son probablemente la razón por sus preferencias por la comunicación en línea, tal como indicaron los jóvenes solitarios, comentando que se comunicaban en línea con mayor frecuencia para que de este modo no se sintieran tan tímidos, pudieran hablar mucho más a gusto y con la posibilidad de decir a sus amigos muchas más cosas (Bonetti et al., 2010).

Además, es importante resaltar en función de lo anteriormente reportado, que por lo general la adolescencia se ha caracterizado por ser un periodo de transiciones, cambios importantes, tanto físicos como emocionales, donde los aspectos biológicos y

psicosociales presentan una importante influencia en el desarrollo de diferentes patrones conductuales a lo largo de esta edad y de la vida en general. Por lo tanto a medida que el adolescente se desarrolla en una sociedad que demanda cada vez más, es probable que la actitud más importante que desarrolla una persona sea la actitud hacia sí misma (Baron y Byrne, 2005).

A su vez, parte de la justificación del porque trabajar con adolescentes en el presente estudio, se contempla en el hecho de que la adolescencia es el periodo de la vida donde los problemas con las relaciones interpersonales son más graves. De este modo, los estudios que se han centrado en las relaciones en línea, tienden a apoyar la hipótesis de la compensación social y la búsqueda de amigos (Bonetti et al., 2010)

Autores tales como Peter et al. (2005) plantean que el trabajo con adolescentes para este tipo de estudios, se debe a que ellos no solo pasan más tiempo en línea que los adultos, sino que también presenta un uso del Internet basado en la tecnología de las comunicaciones con mayor frecuencia, tales como mensajería instantánea y el uso de diferentes tipos de Chat, por lo que llegan a integrar dicha comunicación en Internet a su vida social (Madden y Rainie; Turkle citado en Peter et al., 2005).

De esta forma, algunos autores han identificado factores de riesgos y dinámicas sociales asociadas a los adolescentes y a la posibilidad que pueden tener de desarrollar conductas desadaptativas hacia el uso del Internet.

Hay una variedad de factores de riesgo y aspectos sociales que los adolescentes enfrentan, y como resultado, estos aspectos de sus vidas podrían contribuir a la adicción al Internet. Los adolescentes están desarrollando habilidades sociales durante dicho periodo de crecimiento, que pueden ser usadas como referente para futuros comportamientos. Se ha hablado, a su vez, de ciertos aspectos en el Internet, el cual podría ayudar a los adolescentes a escapar de interacciones sociales cara a cara y de esta forma disminuir el desarrollo de ciertas habilidades que serán necesarias a posteriori (Young y Nabuco, 2011).

Los adolescentes también se encuentran lidiando con muchos retos del desarrollo durante este periodo de vida. Una de estas tareas, es la formación de una identidad unificada. Algunas investigaciones (Beard; y Young citado en Young y Nabuco, 2011) han planteado que este aspecto de crear nuevas identidades en Internet, lo hace potencialmente atractivo para esta población, característica a partir de la cual se podría hablar de cierta susceptibilidad a la presencia de comportamientos desadaptativos. Además, se han tomado en consideración aspectos tales como, que los adolescentes pueden sentirse a su vez frecuentemente en descontento con su apariencia y factores internos, que puede exacerbar dichos comportamientos. De este modo, el Internet ofrece al adolescente la oportunidad de tratar con diferentes personas, para así determinar qué cosas se corresponden en mayor medida con ellos y que posteriormente descubran necesidades que aún parecen no estar satisfechas.

Se puede agregar que mucha gente tiene la necesidad de sentirse conectado a otros, y el Internet ha proporcionado un nuevo camino para que esto ocurra. Beard (citado en Young y Nabuco, 2011) manifiesta que los adolescentes pueden ser particularmente atraídos por el Internet porque de vez en cuando suelen sentirse aislados. Como resultado, los lazos que son formados en el Internet, pueden ganar un mayor significado en la vida de algunos adolescentes.

Adicionalmente Beard (citado en Young y Nabuco, 2011) pone de manifiesto que hay presiones culturales para los adolescentes, que lo incitan cada vez más a utilizar este medio. De esta forma, reciben mensajes de la cultura que ellos necesitan convertir en parte de los avances de la sociedad de la tecnología si quieren lograr ser exitosos. Así mismo, en los colegios y en el trabajo existe cierta presión en usar las nuevas tecnologías, con motivo de ir hacia adelante, ser competitivo y ser mejor que los otros. Además, se extienden otras razones por las que los adolescentes pueden llegar a ser más susceptibles de presentar cierta adicción, como lo es la falta de habilidades cognoscitivas y emocionales necesarias para el automonitoreo de sus conductas en esas edades del desarrollo, por lo que los adolescentes se convierten en una muestra susceptible a ser investigada en relación al fenómeno de estudio.

Finalmente, retomando las relaciones que se han venido exponiendo a lo largo del marco teórico sobre las variables de estudio, se espera conocer de qué manera el motivo de uso asociado a entretenimiento, inclusión social, conocer personas, mantener relaciones y compensación social, el apoyo social percibido por la familia y por los pares, los niveles de autoestima y las habilidades sociales, se relacionan con la presencia de adicción al Internet en adolescentes con edades comprendidas entre 14 y 19 años de edad del área Metropolitana de Caracas. Para así conocer de qué forma dichas variables predicen en interacción la presencia de adicción al Internet.

MÉTODO

Problema

¿De qué manera el motivo de uso, el apoyo social percibido, los niveles de autoestima y las habilidades sociales, se relacionan con los niveles de adicción al Internet en adolescentes con edades comprendidas entre 14 y 19 años de edad del área Metropolitana de Caracas?

Hipótesis General

- El motivo de uso del Internet, el apoyo social percibido, los niveles de autoestima y las habilidades sociales, presentan una influencia estadísticamente significativa sobre la presencia de adicción al Internet en adolescentes escolarizados del área Metropolitana de Caracas.

Hipótesis específicas

- El motivo de uso del Internet con fines de compensación social, se relaciona positivamente con la adicción al Internet.
- El motivo de uso del Internet con fines para conocer personas, se relaciona positivamente con la adicción al Internet.
- El motivo de uso del Internet con fines de entretenimiento, se relaciona positivamente con la adicción al Internet.
- El motivo de uso del Internet con fines para mantener relaciones, se relaciona positivamente con la adicción al Internet.
- El motivo de uso del Internet con fines de inclusión social, se relaciona positivamente con la adicción al Internet.
- El apoyo social de amigos y cercanos se relaciona negativamente con la presencia de adicción al Internet.
- El apoyo social familiar se relaciona negativamente con la presencia de adicción al Internet.

- El apoyo social religioso se relaciona negativamente con la presencia de adicción al Internet.
- La autoestima se relaciona de forma negativa con la adicción al Internet.
- Las habilidades sociales se relacionan de forma negativa con la adicción al Internet.
- El motivo de uso del Internet, el bajo apoyo social percibido, los bajos niveles de autoestima y las pobres habilidades sociales se relacionan con la presencia de adicción al Internet.

Definición de variables

Variable Predicha:

Adicción al Internet:

Definición conceptual: Desorden o trastorno de control de impulsos relacionado al uso excesivo de Internet que no involucra sustancias tóxicas. En donde se definen varios criterios para determinar la existencia de adicción al Internet: (a) preocupación por Internet (preocupación por revivir experiencias pasadas en Internet o anticipar la próxima sesión en Internet); (b) necesidad de utilizar Internet por períodos de tiempo cada vez más largos para conseguir el grado de satisfacción deseado; (c) fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir, o detener el uso de Internet; (d) inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el uso de Internet; (e) el Internet se utiliza como estrategia para escapar de los problemas o para aliviar la disforia (por ejemplo, sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión); (f) permanencia en Internet por más tiempo del planeado inicialmente; (g) engaña a los miembros de la familia, terapeutas u otras personas para ocultar el grado de implicación con Internet; (h) se han arriesgado o perdido relaciones interpersonales significativas, trabajo y oportunidades educativas o profesionales debido al uso del Internet (Young, 1996).

Definición operacional: Puntuación total obtenida en el Test de Adicción al Internet de Young (Young y Nabuco, 2011) que mide, qué tanto el sujeto se involucra

con el computador y el uso del Internet, evaluando comportamientos adictivos hacia el mismo. Las puntuaciones obtenidas son clasificadas en una adicción leve, moderada o severa. El instrumento consta de 20 ítems, los cuales tienen cinco opciones de respuesta de escala tipo Likert, la puntuación total se obtiene mediante la suma de las respuestas dadas. Los individuos deben considerar solo el tiempo empleado en línea para propósitos no académicos y no de trabajo al momento de responder, considerando solamente un uso recreacional. El rango de puntuación va de 0 a 100 puntos, donde a puntuaciones más altas, mayores niveles de adicción (Young y Nabuco, 2011). Un rango normal va de 0 a 30 puntos, una adicción leve de 31 a 49 puntos, una adicción moderada de 50 a 79 puntos y una adicción severa de 80 a 100 puntos.

Variables Predictoras:

Motivos de uso:

Definición conceptual: Los motivos que alegan los adolescentes para el uso del Internet, las razones más frecuentemente argumentadas para su utilización (Muñoz, Navarro, y Ortega, 2003). Entre las razones para su uso, podemos encontrar las siguientes: (a) entretenimiento, que se refiere a el uso que le da la persona para evitar el aburrimiento y encontrar aspectos placenteros a través del Internet; (b) mantenimiento de relaciones, se relaciona con la necesidad de contactar y mantener la comunicación con los amigos; (c) compensación social, se refiere a cuando el sujeto puede hablar con mayor confianza sobre sí mismo en las redes sociales; (d) inclusión social, relacionada con la necesidad de pertenecer a una red social o a un grupo de amigos; y (e) conocer gente, se relaciona con un uso del Internet, para hacer amigos y conocer gente nueva (Peter, Valkenburg y Schouten, 2005).

Definición operacional: Se emplearán los 18 propósitos de la comunicación en línea o motivos de uso del Internet, desarrollados por Peter, Valkenburg y Schouten (2005) que fueron colocados en una lista. Los autores los incluyeron en una escala de cinco motivos: (a) entretenimiento, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 12; (b) mantenimiento de relaciones, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 6; (c) compensación social, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 6; (d) inclusión social,

siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 8; y (e) conocer gente, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 4. A los participantes se les pide que contesten cada cuanto ellos emplean el Internet para cada uno de esos propósitos, respondiendo a las categorías dentro de un rango que va desde 0 "nunca"; 1 "a veces"; hasta 2 "a menudo", donde puntuaciones altas se relacionan con un mayor uso del Internet asociado a cada uno de los motivos particulares que allí se exponen, por lo que estos motivos se interpretan como cinco variables separadas, obteniendo un puntaje particular en cada una de ellas, donde cada sujeto muestra diferentes niveles en cada uno de los motivos.

Tabla 2.

Motivos de uso del Internet. Los cinco motivos se definen en función de sus opciones como se observa en la siguiente tabla, donde 0"nunca"; 1 "a veces" y 2 "a menudo":

	0	1	2
(1)Entretenimiento			
Para divertirme	0	1	2
Porque lo disfruto	0	1	2
Por placer	0	1	2
Así no me aburro	0	1	2
Para tener algo que hacer	0	1	2
Para relajarme	0	1	2
(2) Mantenimiento de relaciones			
Para hablar con mis amigos de la vida real	0	1	2
Para mantenerme en contacto con mis amigos	0	1	2
Para hablar con amigos que viven muy lejos	0	1	2
(3)Compensación social			
Porque puedo hablar más cómodamente	0	1	2
Porque me atrevo a decir más	0	1	2
Pata sentirme menos tímido/a	0	1	2
(4)Inclusión social			
Para pertenecer a un grupo	0	1	2
Para ser miembro de algo	0	1	2
Porque todo el mundo lo hace	0	1	2
Pertenecer a mis amigos del chat	0	1	2
(5)Conocer gente			
Para llegar a conocer gente nueva	0	1	2
Para hacer nuevos amigos	0	1	2

Apoyo social percibido:

Definición conceptual: el apoyo social se ha definido como la información recibida de los otros significativos acerca de que se es amado y estimado como parte de una red de comunicación y mutua obligación por parte del grupo social como padres, cónyuge, amigos y la comunidad (Taylor, 1999).

Definición operacional: Puntaje obtenido por el sujeto en cada una de las sub-escalas del cuestionario de apoyo social elaborado por Dunn, Putallaz, Sheppard y Linstron en 1987 (Katz, 1995), adaptado al español por la Sección de Psicofisiología y conducta Humana de la Universidad Simón Bolívar por Feldman y Bagés (citado en Romaguera y Uzcategui, 2001). Dichas escalas son las siguientes: (a) apoyo de amigos y cercanos, el apoyo que el sujeto percibe por parte de los otros y sus amigos cercanos, tener en quien confiar y que proporcione sentimientos de fortaleza; (b) apoyo familiar, soporte percibido por el sujeto por parte de sus familiares cercanos, ayuda por parte de su familia cuando se está preocupado; y (c) apoyo religioso, creencias para lidiar con situaciones nuevas, así como, orientación religiosa (Araujo y Moreno, 2006). El presente cuestionario consta de 28 ítems con cuatro alternativas de respuesta: 0 (nunca), 1 (muy poco), 2 (regular moderado) y 3 (mucho), con una puntuación mínima de 0 y una puntuación máxima de 84 puntos, obteniéndose que a mayores puntuaciones en las dimensiones de la escala se corresponden con un mayor apoyo social y menores puntuaciones se corresponden con un menor apoyo social en cada uno de los tres factores (Casanova y Colmenares, 2008).

Autoestima:

Definición conceptual: Se considera un componente del auto-concepto y se define como un conjunto individual de pensamientos y sentimientos sobre el propio valor e importancia, es decir, una actitud global positiva o negativa hacia uno mismo (Rosenberg citado en Martín et al., 2007).

Definición operacional: La Escala de autoestima de Rosenberg (RSES), se compone de 10 proposiciones que se refieren al auto-respeto y la auto-aceptación,

clasificados en base a una escala tipo Likert de cuatro puntos, que va desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 4 (totalmente de acuerdo). Los ítems 1, 3, 4, 7 y 10 están redactados de forma positiva, y los ítems 2, 5, 6, 8 y 9 están redactados de forma negativa (Martín et al., 2007). Las puntuaciones de esta escala van desde 10 puntos, siendo este el puntaje mínimo obtenido, a 40 puntos, siendo este el puntaje máximo que se puede obtener en la escala; las puntuaciones bajas indican baja autoestima y las puntuaciones más altas indican alta autoestima (Commendador, 2007).

Habilidades sociales:

Definición conceptual: se definen las habilidades sociales como aquellas conductas aprendidas que utilizan las personas en situaciones interpersonales para obtener o mantener reforzamiento del ambiente. Por lo que, las habilidades sociales pueden considerarse como vías o rutas hacia los objetivos de un individuo (Kelly, 1992). En esta misma línea, las habilidades sociales han sido consideradas como una medida del rendimiento social en las interacciones con iguales y adultos en distintas situaciones, valorado por agentes sociales significativos incluyendo al propio sujeto (Gresham; McConnell y Odom citado en Trianes, Blanca, Muñoz, García, Cardelle-Elawar e Infante, 2002).

Definición operacional: Puntaje obtenido en la escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes (MESSY) desarrollada por Matson, Rotatori y Helsel (citado en Trianes et al., 2002). El presente instrumento consta de 62 ítems que son valorados por el niño o el adolescente de acuerdo con una escala Likert de cuatro puntos, donde 1 significa "nunca", 2 "a veces", 3 "a menudo" y 4 "siempre". Los ítems están asociados con seis factores o dimensiones originales, sin embargo, en investigaciones más recientes como la de Martins, Käppler, Lima, Martins y Geraldi (2005) se han obtenido cuatro factores que han sido originalmente llamados en dicha investigación:agresividad/comportamiento antisocial, habilidades sociales/asertividad, vanidad/soberbia y soledad/ansiedad social. Para su corrección, se tiene que a mayor puntuación indica un nivel más alto de comportamientos inadecuados (dimensiones de comportamientos negativos) o adecuados socialmente (dimensiones de comportamientos

positivos), en tanto que en la puntuación total refleja mayor inadecuación social. El puntaje de los ítems de cada dimensión positiva se deduce del máximo valor posible para esa dimensión y se suma a las dimensiones negativas. Por ejemplo, si una dimensión de comportamientos positivos comprende tres ítems, el máximo puntaje posible es 12; y suponiendo que un participante obtiene una puntuación en esa escala de 8, el valor que se suma al resto de las dimensiones para obtener el índice de inadecuación social será igual a 4 (Ipiña, Molina y Reyna, 2010). Dicho puntaje total de inadecuación social será interpretado a partir del valor medio y será empleado para el análisis final.

Variables a controlar:

Edad: Tiempo que una persona ha vivido, a contar desde que nació (Espasa-Calpe, 1985). Se empleó la homogenización, como medio de control de dicha variable, lo que implica tener un rango lo más pequeño posible de la misma, que no conlleve diferencias entre sí estableciendo un rango de edad entre los 15 y los 17 años de edad. Es importante acotar que dentro de la muestra final hubo sujetos con edades comprendidas entre los 14 y 19 años de edad.

Nivel socioeconómico: Conjunto de características sociales, culturales y económicas que posee un grupo dependiendo de la ocupación de los miembros, grado de instrucción, tipo de ingreso, poder adquisitivo y nivel de vida (Fioretti citado en Gómez y Herrera, 2000). Se mantuvo constante dicha variable a lo largo de la investigación, ya que las unidades educativas de las cuales se tomó la muestra presentan población de nivel socioeconómico medio y alto.

Tipo y Diseño de investigación

Para llevar a cabo dicho estudio, se realizó una investigación no experimental según el grado de control de las variables de estudio (ex post-facto) debido a la condición inherente de las variables empleadas, que según Kerlinger y Lee (2002), es la

búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo sobre las variables independientes (autoestima, habilidades sociales, apoyo social percibido y motivo de uso), debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. De este modo, las variables del presente estudio aluden a variables relacionadas con diferencias individuales, como la autoestima, las habilidades sociales, el apoyo social percibido y le motivo de uso. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, partiendo de la variación concomitante de las variables independientes y dependiente, es decir todas las variables independientes mencionadas previamente con la variable dependiente del estudio, como lo es la adicción al Internet.

A su vez el presente trabajo de investigación se encuentra en la categoría de estudio de campo, el cual busca descubrir las relaciones e interacciones entre variables dentro de las estructuras sociales reales (Kerlinger y Lee, 2002). En este sentido, se desea conocer las relaciones e interacciones de las variables anteriormente planteadas, tales como la adicción al Internet, la autoestima, el motivo de uso, las habilidades sociales y el apoyo social percibido en situaciones reales, sin forzar su ocurrencia, con adolescentes de unidades educativas del área Metropolitana de Caracas, lo que permitirá conocer las diferentes relaciones que pueden surgir entre las variables principales de estudio.

Dentro del estudio de campo, se afirma que es una investigación por encuesta ya que estudia poblaciones grandes o pequeñas, para describir la incidencia, distribución e interrelaciones relativas de variables sociológicas y psicológicas (Kerlinger y Lee, 2002), a través del uso de cuestionarios relacionados con las variables de interés para el presente estudio. Para ello se emplearon diversos instrumentos de medición que se corresponden con la medida operacional de cada una de las variables de interés, tales como autoestima, habilidades sociales, apoyo social percibido, motivo de uso y adicción al Internet, en una muestra de adolescentes del área Metropolitana de Caracas.

El diseño se caracteriza por ser de corte transversal, puesto que las respuestas de los sujetos fueron registradas en un solo momento del tiempo (Kerlinger y Lee, 2002)

mediante los instrumentos de medición de cada una de las variables. Así mismo dicha investigación, según el objetivo que persigue, podría categorizarse dentro de un estudio correlacional, ya que tiene como finalidad medir el grado de relación que existe entre dos o más variables en un contexto particular, tales como el motivo de uso, las habilidades sociales, el apoyo social percibido y la autoestima siendo estas, las variables independientes del presente estudio, y la adicción al Internet la variable dependiente, con miras a saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otras, de este modo, predecir el valor que tendrá una variable, a partir del valor que adopte una variable relacionada, es uno de los objetivos fundamentales de dicha investigación (Hernández et al., 1991).

Población y muestra

La población a partir de la cual se tomó la muestra de interés para la presente investigación, estuvo compuesta por adolescentes escolarizados de ambos sexos entre los 14 y 19 años de edad del área Metropolitana de Caracas.

El tipo de muestreo que se llevó a cabo en esta investigación hace referencia a un muestreo no probabilístico, denominado muestreo propositivo, que según Kerlinger y Lee (2002) se caracteriza por el uso de juicios e intenciones deliberadas para obtener muestras representativas al incluir áreas o grupos que se presume son típicos de la muestra, que en este caso son los adolescentes de las diferentes unidades educativas del área Metropolitana de Caracas.

Con el fin de verificar el comportamiento psicométrico de las escalas, previo a la muestra definitiva, se llevó a cabo un estudio piloto con un total de 353 adolescentes, 164 mujeres y 189 hombres estudiantes de 1° y 2° año de ciclo diversificado (52.1% y 47.9% respectivamente) con edades comprendidas entre los 14 y 19 años de edad (M=16.24; S=0.797) de las unidades educativas Colegio Agustiniano Cristo Rey (68.8%) y Colegio Paul Harris (31.2%) del área Metropolitana de Caracas.

Finalmente, la muestra definitiva del presente estudio estuvo constituida por 697 adolescentes, 282 mujeres y 415 hombres estudiantes de 1° y 2° año de ciclo diversificado (52.1% y 47.9% respectivamente) con edades comprendidas entre los 14 y 19 años de edad (M=16.40; S=0.820) de las unidades educativas Colegio Agustiniano Cristo Rey (34.9%), Colegio Paul Harris (15.8%), Colegio Francia (13.9%) y Colegio San Ignacio de Loyola (35.4%) del área Metropolitana de Caracas, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio-alto.

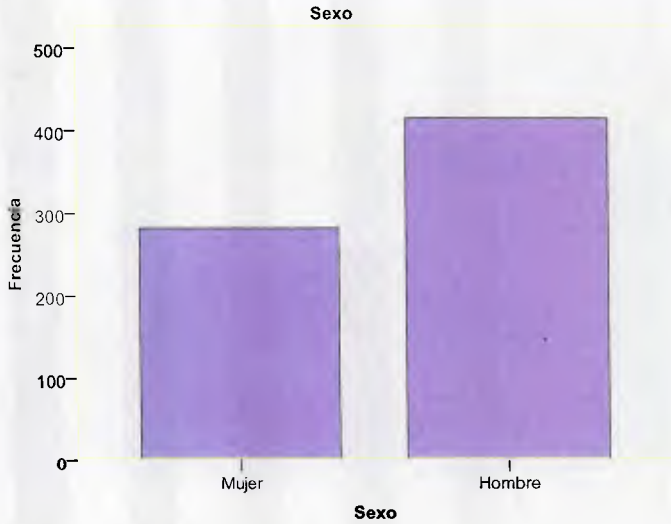


Gráfico 1. Frecuencia de mujeres y hombres que contestaron a los instrumentos de medición en el presente estudio.

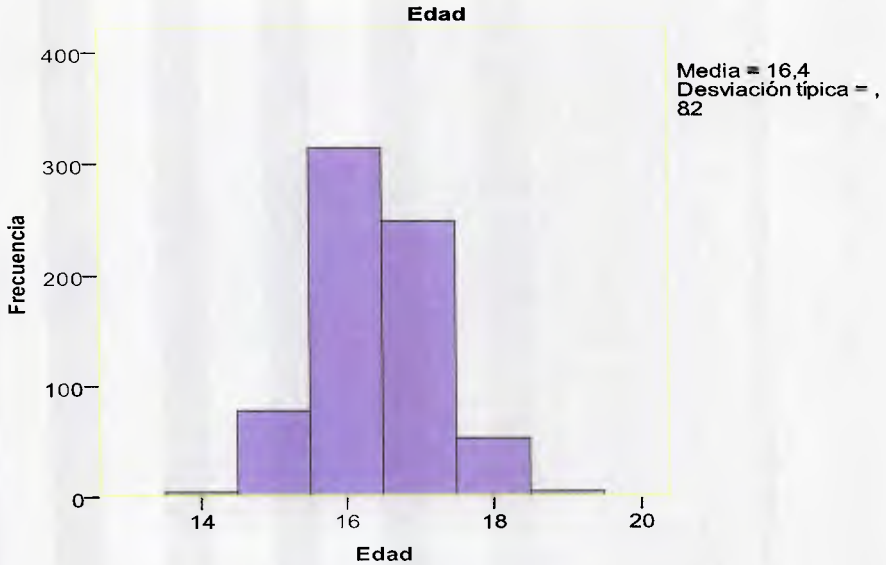


Gráfico 2. Gráfica de la frecuencia de sujetos en función de su edad

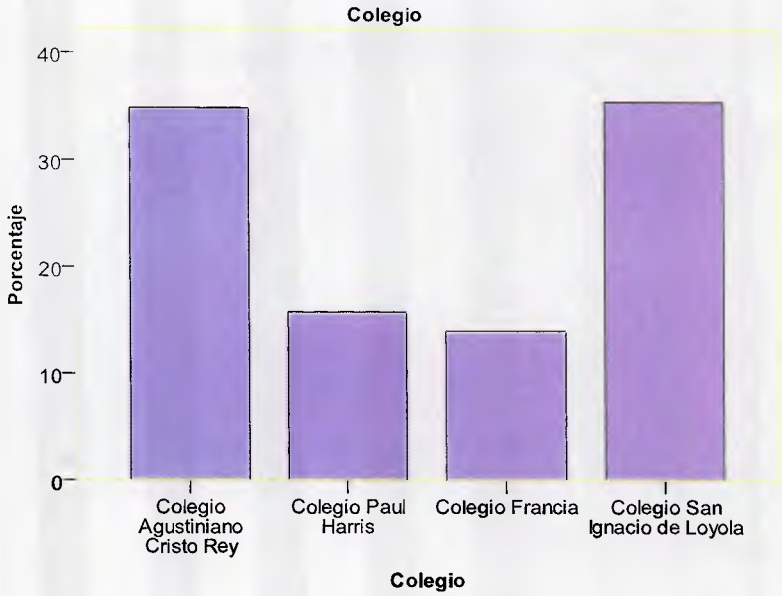


Gráfico 3. Gráfico de los porcentajes de sujetos a quienes les fueron aplicados los instrumentos de medida en el presente estudio.

El tamaño muestral se obtuvo a partir del criterio que exponen Hair, Anderson, Tatham y Black (2000) en el que se plantea tener 20 observaciones por variable predictora (siete variables predictoras en el presente estudio, ya que se tomó en cuenta los niveles de cada una de ellas). De esta forma, se ajustó dicho tamaño muestral a un número mayor de observaciones para que las características de la misma se aproximen a las características de la población de estudio, de modo que se garantice su representatividad.

Instrumentos

Test de Adicción a Internet de Young, 1996 (T.A.I) (Anexo A)

El cuestionario fue desarrollado en los EEUU por Kimberly S. Young en un estudio iniciado en el año 1996, basándose en observaciones realizadas a sujetos que presentaban patrones de conducta similares a los que presentan las personas con

trastornos de control de los impulsos y adaptando los criterios diagnósticos del juego compulsivo o patológico (de acuerdo al DSM–IV), al uso del Internet (París citado en Dona, 2000).

El Test de Adicción al Internet de Young (Young y Nabuco, 2011), mide qué tanto el sujeto se involucra con el computador y el uso del Internet, evaluando comportamientos adictivos hacia el mismo. Las puntuaciones obtenidas son clasificadas en una adicción leve, moderada o severa. El instrumento consta de 20 ítems, los cuales tienen cinco opciones de respuesta de escala tipo Likert, para conocer los niveles de adicción los sujetos han de responder las preguntas usando esta escala: 0 no aplicable; 1 raramente; 2 ocasionalmente; 3 frecuentemente; 4 a menudo; y 5 siempre. La puntuación total se obtiene mediante la suma de las respuestas dadas, el rango de puntuación va de 0 a 100 puntos, donde a puntuaciones más altas, mayores niveles de adicción. Un rango normal va de 0 a 30 puntos, una adicción leve de 31 a 49 puntos, una adicción moderada de 50 a 79 puntos y una adicción severa de 80 a 100 puntos. Los individuos deben considerar solo el tiempo empleado en línea para propósitos no académicos y no de trabajo al momento de responder, considerando solamente un uso recreacional. Cabe aclarar que debido a fines metodológicos y estadísticos, se empleará el puntaje directo obtenido a través del instrumento, ya que el análisis estadístico se corresponde con una correlación múltiple.

Así mismo, es importante mencionar que se cuenta con ocho criterios diagnósticos establecidos por Young (1996) tomando en cuenta los criterios del DSM-IV sobre el control de los impulsos, para establecer la presencia de Adicción al Internet. A partir de dichos criterios la autora procedió a redactar los ítems del instrumento, siendo estos un aspecto teórico importante a considerar para la medición de dicho fenómeno, los criterios son:

Criterio 1: Preocupación por Internet (preocupación por revivir experiencias pasadas en Internet o anticipar la próxima sesión en Internet).

Criterio 2: Necesidad de utilizar Internet por períodos de tiempo cada vez más largos para conseguir el grado de satisfacción deseado.

Criterio 3: Fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir, o detener el uso de Internet.

Criterio 4: Inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el uso de Internet.

Criterio 5: Internet se utiliza como estrategia para escapar de los problemas o para aliviar la disforia (por ejemplo, sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión).

Criterio 6: Permanencia en Internet por más tiempo del planeado inicialmente.

Criterio 7: Se engaña a los miembros de la familia, terapeutas u otras personas para ocultar el grado de implicación con Internet.

Criterio 8: Se han arriesgado o perdido relaciones interpersonales significativas, trabajo y oportunidades educativas o profesionales debido al uso del Internet.

Khazaal et al. (2008) llevaron a cabo una investigación con la finalidad de conocer las propiedades psicométricas de la versión francesa del Test de adicción al Internet y la relación con el tiempo empleado en el mismo y los juegos en línea, para ello emplearon una muestra de 246 participantes, 165 mujeres y 81 hombres con edades comprendidas entre los 18 y 54 años. Los resultados obtenidos por estos autores sugieren la existencia de un único factor que explica el 45% de la varianza total, así mismo, en primera instancia computaron un modelo de factor único en donde los 20 ítems del Test de adicción al Internet se hipotetizaron como un único factor latente que representaba un uso problemático del Internet. El estadístico x^2 del modelo de un solo factor fue significativo, $x^2(170) = 332.30$, $p<0.001$, y el x^2/df radio es igual a 1.95. De esta forma el alfa de Cronbach de esta escala en dicho estudio fue de 0.93, confirmando la alta confiabilidad interna del instrumento.

Así mismo, este cuestionario fue adaptado por París (citado en Dona, 2000) en Venezuela, surgiendo así la versión en español del Test de Adicción a Internet (T.A.I).

Para la adaptación de este cuestionario dicho autor realizó un estudio que tenía la finalidad de determinar las propiedades psicométricas del T.A.I. Este estudio se realizó en Maracaibo, Estado Zulia. El muestreo se realizó en usuarios de Internet de tres Cibercafé, del laboratorio de computación del campus de la Universidad Rafael Urdaneta y usuarios de Internet residenciados en la zona "La Lago" en Maracaibo. Esta muestra quedó conformada por 106 sujetos, 56 del sexo masculino y 50 del sexo femenino, con edades comprendidas entre los 14 y 40 años. Sin embargo, vale acotar que para la presente investigación se tomará en cuenta la versión actualizada por la autora en inglés que se encuentra en el libro de Young y Nabuco (2011), la cual fue traducida ítem por ítem, por lo que posteriormente se pasó dicho instrumento a dos jueces expertos en el área para corroborar que la traducción al español se correspondía con los ítems originales en inglés. A partir de ello los jueces expertos estuvieron de acuerdo en el 90% de las correcciones, por lo que se procedió a cambiar la redacción del ítem 13 y 20 para que se correspondiera en mayor medida con la redacción del instrumento original.

En la aplicación de Paris (citado en Dona, 2000) el instrumento presentó una confiabilidad de 0.9287 calculada por el método Alfa de Cronbach. De acuerdo al método de partición por mitades se obtuvo un índice de confiabilidad de 0.8119. En cuanto a la validez de constructo, el estudio psicométrico de París (citado en Dona, 2000) evidenció la presencia de un solo factor que explica el 65.196% de la varianza. No hubo necesidad de eliminar o modificar ningún ítem por lo que el instrumento final quedó igual. Además, cabe acotar que más allá de la validación en inglés de dicho instrumento, ha sido también validado en Italia (Ferraro, Caci, D'Amico y Di Blasi citado en Young y Nabuco, 2011) y Francia (Khazaal et al., 2008) como se mencionó anteriormente.

Debido a la cantidad de tiempo que ha transcurrido entre la aplicación del instrumento de adicción al Internet en muestra venezolana y la diferencia de las muestras a las que este instrumento fue administrado, se llevó a cabo un estudio piloto para conocer cómo se comportan los datos arrojados por dicha escala en población adolescente venezolana perteneciente al área Metropolitana de Caracas.

De esta forma, en el estudio piloto realizado en la presente investigación se obtuvo a través de un análisis de componentes principales con un autovalor igual a 1.5 empleando una rotación varimax, un único componente que explica el 30.249% de la varianza total del instrumento, hallazgo que se corresponde con las investigaciones anteriores. En relación a la confiabilidad, los análisis estadísticos arrojaron un coeficiente de consistencia interna de α=0.870, lo cual indica que el Test de Adicción al Internet presenta una alta confiabilidad (Anexo B).

Finalmente, al momento de realizar el análisis psicométrico de la escala con la muestra definitiva, los resultados arrojados señalan que con un total de 697 sujetos, la media de las puntuaciones obtenidas en dicha escala apuntan a M=27.78 con una desviación típica de S=14.82, resultando un coeficiente de consistencia interna bastante alto de α=0.883 (Anexo C).

Los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten, 2005 (Anexo D).

El instrumento de "los 18 propósitos de la comunicación en línea o motivos de uso del Internet", desarrollados por Peter, Valkenburg y Schouten (2005) fueron colocados en una lista por estos autores para medir dicha variable. Los autores los incluyeron en una escala de cinco motivos: (a) entretenimiento, que se refiere al uso que le da la persona al Internet para evitar el aburrimiento y encontrar aspectos placenteros a través de la red, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 12; (b) mantenimiento de relaciones, se relaciona con la necesidad de contactar y mantener la comunicación con los amigos, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 6; (c) compensación social, se refiere a cuando el sujeto puede hablar con mayor confianza sobre sí mismo en las redes sociales, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 6; (d) inclusión social, relacionada con la necesidad de pertenecer a una red social o a un grupo de amigos, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 8; y (e) conocer gente, se relaciona con un uso del Internet para hacer amigos y conocer gente nueva, siendo la puntuación mínima 0 y la máxima 4. A los participantes se les pide que contesten cada cuanto emplean el Internet para cada uno de esos propósitos, respondiendo a las categorías dentro de un rango que

va desde 0 "nunca"; 1 "a veces"; hasta 2 "a menudo", donde puntuaciones altas se relacionan con un mayor uso del Internet asociado a cada uno de los motivos particulares que allí se exponen, por lo que estos motivos se interpretan como cinco variables separadas, obteniendo un puntaje particular en cada una de ellas, más a modo de perfil, donde cada sujeto muestra diferentes niveles en cada uno de los motivos.

Para dicha escala se llevó a cabo un análisis descriptivo de los datos y de confiabilidad, obteniendo la media y la desviación típica para cada uno de los ítems que componen dicho instrumento, y las dimensiones dentro de las cuales se agrupan, con la finalidad de verificar la existencia de errores en la codificación y el patrón de distribución de los datos. De esta forma en la dimensión que se corresponde con: (a) entretenimiento se obtuvo una media M=6.81 y una desviación típica de S=2.59 con un coeficiente de consistencia interna medio alto de α=0.710; (b) mantenimiento de relaciones M=4.26, S=1.42 con un coeficiente de consistencia interna medio de α=0.642; (c) compensación social M=1.41, S=1.47 con un coeficiente de consistencia interna medio de α=0.683; (d) inclusión social M=1.05, S=1.42 con un coeficiente de consistencia interna medio de α=0.655; y (e) conocer gente M=1.06, S=1.20 con un coeficiente de consistencia interna alto de α=0.861 (Anexo E)

Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES) (Anexo F)

Uno de los instrumentos que ha sido utilizado para evaluar la autoestima, es la Escala de autoestima de Rosenberg (citado en Martín et al., 2007). Este autor considera la autoestima un componente del auto-concepto y la define como un conjunto individual de pensamientos y sentimientos sobre su propio valor e importancia, es decir, una actitud global positiva o negativa hacia uno mismo (Rosenberg citado en Martín et al., 2007).

La Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES) es un instrumento unidimensional, elaborado a partir de una concepción fenomenológica de la autoestima que captura la percepción global de los sujetos de su propia valía por medio de una escala de 10 ítems, 5 proposiciones redactadas en forma positiva y 5 proposiciones redactadas en forma negativa.

La RSES, como se mencionó anteriormente, se compone de 10 proposiciones que se refieren al auto-respeto y la auto-aceptación clasificados en base a una escala tipo Likert de cuatro puntos, que va desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 4 (totalmente de acuerdo). Los ítems 1, 3, 4, 7 y 10 están redactados de forma positiva, y los ítems 2, 5, 6, 8 y 9 están redactados de forma negativa (Martín et al., 2007). Las puntuaciones de esta escala van desde 10 puntos, siendo este el puntaje mínimo obtenido, y 40 puntos, siendo este el puntaje máximo que se puede obtener en la escala; las puntuaciones bajas indican baja autoestima y las puntuaciones más altas indican alta autoestima (Commendador, 2007).

Se han establecido unos rangos para determinar el nivel de autoestima de los individuos, presentándose la siguiente categoría: de 30 a 40 puntos: autoestima elevada, considerada como nivel de autoestima normal; de 26 a 29 puntos: autoestima promedio, este nivel indica que no se presentan problemas de autoestima grave, sin embargo es conveniente mejorarla, y menos de 25 puntos: autoestima baja, en este rango existen problemas de autoestima significativos (Álvarez, Alonso, Guidorizzi, 2010).

En relación a los datos de confiabilidad, los resultados de diversas investigaciones señalan la escala de autoestima de Rosenberg como un instrumento confiable. Martín et al. (2007) encontraron que la consistencia interna de la escala arrojó resultados elevados, siendo el alfa de Cronbach de 0.85 y 0.88 obtenidos en la primera y segunda administración de la escala en dicha investigación, resultando a su vez una correlación test-retest de 0.84. La muestra de dicho estudio estuvo compuesta por 420 estudiantes universitarios (296 mujeres y 124 hombres) con edades comprendidas entre los 17 y 58 años de edad, con una media de M=21.29 años.

Del mismo modo en otras investigaciones, con una muestra de 2108 estudiantes de nueve escuelas de la provincia de Alberta (1084 varones y 1024 hembras) con edades comprendidas entre 12 y 19 años de edad, los resultados obtenidos a partir de la RSES arrojaron un alfa de Cronbach entre 0.85 y 0.90, esto a su vez se puede explicar por el hecho de que la escala fue construida basándose en aspecto unidimensionales (Bagley, Bolitho y Bertrand, 1997). Como se puede observar, la escala de la autoestima de

Rosenberg ha sido validada para su uso en adolescentes masculinos y femeninas, adultos y población de edad avanzada (Commendador, 2007), por lo que se puede suponer que dicha escala puede ser empleada para obtener información relevante a partir de la muestra de interés, sin embargo, es importante resaltar que las culturas en las que se realizaron estos estudios distan mucho de la cultura venezolana, por lo que se consideró conveniente realizar un estudio piloto.

A pesar de los resultados obtenidos en diversas investigaciones, los resultados estadísticos derivados a partir del estudio piloto de la presente investigación, arrojaron un coeficiente de consistencia interna de α=0.537, lo que indica una confiabilidad media, por lo que el instrumento podría estar presentando algunos inconvenientes al momento de medir la variable autoestima en los adolescentes de dicha muestra. Estos resultados estadísticos no se corresponden directamente con las investigaciones anteriormente reportadas en otros idiomas y culturas, siendo este coeficiente bastante inferior (Anexo G). En los análisis estadísticos se sugiere que se elimine el ítem número seis para que la confiabilidad aumente a α=0.663, además al observar las correlaciones de los ítems se puede evidenciar que el ítem siete podría no ser entendido de forma adecuada por los participantes, aspecto que se corresponde con las observaciones cualitativas durante la aplicación, ya que mucho de los adolescentes reportaban no conocer el significado de la palabra "valía".

Finalmente, en los resultados obtenidos a partir de la muestra definitiva del presente estudio, la escala de autoestima de Rosenberg arrojó una media de los puntajes de M=33.68 con una desviación típica de S=4.37, obteniendo un coeficiente de consistencia interna alto de α=0.746 a partir del método alfa de Cronbach (Anexo H).

Cuestionario de Apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987 (Anexo I).

El presente cuestionario fue elaborado por Dunn, Putallaz, Sheppard y Linstron en 1987 (Katz, 1995), y fue adaptado al español por la Sección de Psicofisiología y conducta Humana de la Universidad Simón Bolívar por Feldman y Bagés (citado en Romaguera y Uzcategui, 2001).

Dicho instrumento consta de cinco factores: (a) apoyo de amigos (la percepción que el sujeto tiene sobre el soporte brindado por parte de sus amigos cercanos); (b) de personas cercanas o próximas (soporte por parte de las personas conocidas); (c) de la familia (apoyo percibido por parte de las figuras parentales y del vínculo familiar en general); (d) apoyo en general y (e) opiniones acerca del apoyo. Este instrumento fue diseñado para evaluar el apoyo social percibido por los sujetos a través de una serie de 28 ítems, de los cuales el sujeto deberá responder a cuatro alternativas de respuesta: 0 (nunca), 1 (muy poco), 2 (regular moderado) y 3 (mucho), de acuerdo a la presencia o no de cada una de las situaciones. La puntuación mínima que se puede alcanzar en el cuestionario es de 0 y la puntuación máxima de 84 puntos, obteniéndose que a mayores puntuaciones en las diferentes dimensiones de la escala, se corresponden con un mayor apoyo social y menores puntuaciones se corresponden con un menor apoyo social en cada dimensión (Casanova y Colmenares, 2008). Dicho puntaje por cada factor fue interpretado a partir del valor medio obtenido como punto de corte.

La versión original plantea la presencia de cinco factores: amigos cercanos, familia, personas cercanas, apoyo en general y opiniones sobre el apoyo, como se mencionó con anterioridad. Sin embargo, en investigaciones como las de Pacheco y Suárez (1997) aplicaron la escala a estudiantes universitarios y realizaron un análisis factorial, para estudiar la validez del cuestionario, del que se obtuvieron tres factores que explican el 49% de la varianza total. Los factores encontrados fueron: un factor de apoyo social general, un factor de amigos y un factor de apoyo de sí mismo y figuras importantes.

Los ítems que conforman cada factor en la investigación de Pacheco y Suárez (1997) fueron:

1. Apoyo general: Compuesto por los ítems 9,10,11,13,14,15,17,18,19,21,23,25,26,27,28, los cuales se corrigen como se indicó anteriormente y por los ítems 2 y 3 que se puntúan de forma inversa es decir, se asigna el valor 3 al marcar “nada” o “nunca” y 0 al marcar “mucho o siempre”.

2. Apoyo de amigos: Conformado por los ítems 1,4,8,20,22 que se corrigen de forma inversa, por lo que puntúan 3 al marcar "nada" o "nunca" y 0 al marcar "mucho" o "siempre" y por los ítems 23 y 24 que se corrigen de forma directa.
3. Apoyo de sí mismo y figuras importantes: compuesto por los ítems 7,11,12,16,17,26 que se corrigen de forma directa.

En cuanto a la confiabilidad, Pacheco y Suárez (1997) obtuvieron en su investigación un coeficiente alfa de Cronbach de 0.88; este indicador permite corroborar la alta consistencia interna del instrumento.

Así mismo, en otras investigaciones se han encontrado diferentes valores del índice de consistencia interna alfa de Cronbach, Katz (1995) reportó un coeficiente de consistencia interna de 0.88 empleando una muestra de estudiantes de bachillerato y Francisco y Gonzáles (2002) obtuvieron un indicador de 0.94 en una muestra de estudiantes universitarios. Del mismo modo, Araujo y Moreno (2006) encontraron un nivel de confiabilidad alto y positivo de 0.89, resultando del análisis de componentes principales tres factores que explican un total de 45.04% de la varianza total, a la que las autoras le colocaron nombres diferentes tales como apoyo social de otros, apoyo social familiar y apoyo religioso. Esta última clasificación de los factores se desprende de una investigación realizada por Angelucci (2001) utilizando una muestra de empleados universitarios, obteniendo un coeficiente alfa de 0.85 y correlaciones ítem-total positivas y mayores a 0.25; a excepción de los ítems 2,3,12, 22 y 27, los cuales obtuvieron correlaciones más bajas. Mediante el análisis de componentes principales, tomando como corte un autovalor de 1.5, la autora obtuvo tres componentes que explicaban el 41.04% de la varianza total. El primer componente explica el 24.91%, el segundo el 8.84% y el tercero explica el 7.29%.

Los ítems 1, 4, 8, 9, 13, 14, 19, 20, 23, 24 conforman el factor denominado apoyo de amigos y cercanos. En el segundo factor denominado apoyo familiar se agrupan los ítems 3, 5, 9, 10, 15, 18, 21, 25, 26 y 27. En el tercer factor denominado apoyo religioso se encuentran los ítems 6, 7, 11, 16 y 17 (Araujo y Moreno, 2006)

Partiendo de lo anteriormente mencionado, para conocer la validez y confiabilidad de la escala de Apoyo social percibido, se llevó a cabo un estudio piloto a partir del cual se obtuvo que dicho instrumento posee una alta confiabilidad, obteniéndose un coeficiente de consistencia interna de $\alpha = 0.819$, similar a lo obtenido en las investigaciones reportadas con anterioridad.

Al evaluar las tres dimensiones que Pacheco y Suárez (1997) reportan en su estudio, se encontró que la dimensión uno denominada Apoyo general, obtuvo un alfa de 0.729 y la dimensión dos denominada apoyo de amigos arrojó un alfa de 0.727, obteniéndose de este modo unos coeficientes de consistencia interna altos, mientras que en la tercera dimensión se evidenció un alfa de 0.541, correspondiéndose con un coeficiente de consistencia interna medio. (Anexo J).

Sin embargo cabe acotar que al momento de realizar el análisis de componentes principales utilizando un autovalor de 1.5 con rotación varimax, se obtuvieron tres factores, siendo esta estructura factorial diferente a la propuesta por Pacheco y Suárez (1996) y muy similar a la propuesta de la investigación realizada por Angelucci (2001). De este modo, el primer factor explica el 20.24% de la varianza total de la variable; el segundo factor explica el 10.12% de la varianza total; y el tercer factor el 6.78% de la varianza total. De esta forma los tres factores obtenidos mediante el análisis estadístico en base a la muestra piloto, explican un total de 37.15% de la varianza total. Esto pudo haber surgido debido a que la investigación de Angelucci (2001) es mucho más reciente que la de Pacheco y Suárez (1997).

Finalmente, en el análisis psicométrico de la escala de apoyo social percibido para el estudio definitivo, se obtuvo un coeficiente de consistencia interna alto de 0.829 lo que indica una alta confiabilidad en las puntuaciones obtenidas a partir de esta escala. Además, al realizar el análisis de componentes principales, se observa nuevamente que la estructura factorial arrojada se corresponde con tres factores similares a los obtenidos por Angelucci (2001), donde en esta oportunidad el primer factor explica el 21.54% de la varianza total, el segundo factor el 9.43% y el tercer factor el 6.96% de la varianza total, donde el instrumento explica un 37.95% de la varianza total de dicha variable,

siendo estos resultados muy parecidos a los obtenidos en el estudio piloto, por lo que los resultados obtenidos fueron interpretados en base a dicha estructura factorial.

Partiendo de este punto, se obtuvieron los coeficientes de consistencia interna de cada uno de los factores arrojados por el análisis estadístico definitivo de dicha escala, donde se obtuvo que el primer factor denominado apoyo de amigos y cercanos que se agrupa en los ítems 1, 4, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 19, 20, 23, 24 y 28, obtuvo un coeficiente de consistencia interna alto de $\alpha = 0.827$; el segundo factor denominado apoyo familiar que se agrupa en los ítems 5, 10, 15, 18, 21, 22, 25 y 26, obtuvo un coeficiente de consistencia interna alto de $\alpha = 0.752$; y el tercer factor denominado apoyo religioso compuesto por los ítems 2, 11, 16 y 17, arrojó un coeficiente de consistencia interna medio bajo de 0.465. Para efectos del presente estudio, se empleó dicha estructura factorial como criterio para llevar a cabo el análisis de resultados (Anexo K).

Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, Rotatori y Helsel 1983 (MESSY) (Anexo L).

La escala MESSY fue diseñada para evaluar el grado de adecuación de la conducta social midiendo la extensión en la que el joven o la joven emplea habilidades sociales apropiadas durante su interacción con otros, dicha escala presenta dos formatos, para cumplimentar respectivamente por los alumnos y por los profesores. El formato que se empleará en la presente investigación, será el formato de los alumnos, ya que la muestra de interés hacia la que va dirigida el estudio son estudiantes de bachillerato entre 15 y 17 años de edad del área Metropolitana de Caracas. Una de las cualidades de esta escala, es que mide habilidades y competencias apropiadas, a la vez que problemas del comportamiento social (Trianes et al., 2002).

Sus propiedades psicométricas han sido investigadas profusamente, particularmente en muestras angloparlantes, resultando, en general, satisfactorias (Helsen y Matson; Kazdin, Matson y Elveldt- Dawson; Matson, Macklin y Helsel; Matson y Ollendick; Spence y Liddle citado en Trianes et al., 2002), y en muestras españolas (Mendez, Hidalgo e Inglés, en prensa citado en Trianes et al., 2002).

El cuestionario dirigido a alumnos presenta un formato de respuesta en cuatro escalones: nunca, a veces, a menudo y siempre. Se han considerado los cinco factores siguientes, surgidos de una muestra de 92 estudiantes de Málaga, 47 niños y 45 niñas, con una media de edad de 11 años:

- Habilidades Sociales Apropiadas, Este factor evalúa conductas como expresividad emocional, tener amigos, compartir, etc.
- Asertividad Inapropiada, el cual explora conductas agresivas, de burla o abuso de los demás.
- Impulsividad, Algunos ejemplos de ítems son: "me enfado fácilmente" e "interrumpo a los demás cuando están hablando."
- Sobreconfianza, Este factor explora conductas de sobrevaloración del Yo.
- Celos/soledad, el cual explora conductas como sentirse solo o no tener amigos.

El presente instrumento consta de 62 ítems que son valorados por el niño o el adolescente de acuerdo con una escala Likert de cuatro puntos, donde 1 significa "nunca", 2 "a veces", 3 tres "a menudo" y 4 cuatro "siempre". Los ítems están asociados con seis factores o dimensiones originales, sin embargo, en investigaciones más recientes como la de Martins et al. (2005) se han obtenido cuatro factores que han sido originalmente llamados en dicha investigación: agresividad/comportamiento antisocial, habilidades sociales/asertividad, vanidad/soberbia y soledad/ansiedad social. Para su corrección, se tiene que a mayor puntuación indica un nivel más alto de comportamientos inadecuados (dimensiones de comportamientos negativos) o adecuados socialmente (dimensiones de comportamientos positivos), en tanto que en la puntuación total refleja mayor inadecuación social. El puntaje de los ítems de cada dimensión positiva se deduce del máximo valor posible para esa dimensión y se suma a las dimensiones negativas. Por ejemplo, si una dimensión de comportamientos positivos comprende tres ítems, el máximo puntaje posible es 12; y suponiendo que un participante obtiene una puntuación en esa escala de 8, el valor que se suma al resto de las dimensiones para obtener el índice de inadecuación social será igual a 4 (Ipiña,

Molina y Reyna, 2010). Dicho puntaje total de inadecuación social será interpretado a partir del valor medio y se utilizará un solo puntaje general para la interpretación de los datos obtenidos.

Los resultados iniciales sugirieron una solución de cuatro factores que explicaban el 29.7% de la varianza total. De este modo, se obtuvo que el primer factor explicaba el 13.6% de la varianza total, el segundo factor explicaba el 9.4% de la varianza, el tercer factor explicaba el 3.5% de la varianza y el último factor explicaba otro 3.2% de la varianza total. Los resultados de dicho estudio confirmaron la hipótesis de que el modelo de cuatro factores proporciona un buen ajuste al conjunto de datos trabajados por los autores (χ^2=48.03 con 18 grados de libertad).

Los ítems que cargan en cada uno de dichos factores, son los siguientes (Martins et al., 2005):

- Factor 1: Agresividad/comportamiento antisocial: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 14, 17, 19, 21, 22, 29, 30, 35, 38, 39, 41, 53,61, 62.
- Factor 2: Habilidades sociales/asertividad: 1, 9, 12, 13, 16, 20, 23, 24, 27, 28, 31, 32, 34, 37, 40, 42, 43, 44, 46, 47, 50, 52, 55, 56, 58, 59.
- Factor 3: Vanidad/soberbia: 15, 18, 33, 36, 45, 51, 57, 60
- Factor 4: Soledad/Ansiedad social: 10, 25, 26, 48, 49, 54

La confiabilidad de la escala fue calculada por el coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach. El alfa obtenido por Martins et al. (2005) en una muestra brasileña de 382 niños de cuatro escuelas públicas (215 hembras y 167 varones) con edades comprendidas entre 7 y 15 años, fue de 0.85. El primer factor (agresividad/comportamiento antisocial) representó un alfa de 0.87, el factor dos (habilidades sociales/asertividad) mostró un alfa de 0.84, el tercer factor (vanidad/soberbia) se caracterizó por presentar un alfa de 0.74 y el último factor (soledad/ansiedad social) mostró un alfa de 0.47 (Martins et al., 2005).

Para este instrumento, se procedió a realizar una prueba piloto, para ver el comportamiento de los datos y los valores arrojados por el mismo, con el fin de aclarar

si el instrumento se mantendrá con los seis factores originales o se disminuyen a un número menor de factores, como ha sido reportado en otras investigaciones (Martins et al., 2005), así como para validarlo en una muestra de adolescentes venezolanos.

De esta forma, los resultados obtenidos a partir del estudio piloto realizado con esta escala, arrojaron un coeficiente de consistencia interna de α=0.852, siendo este un resultado muy parecido a los obtenidos en las investigaciones anteriormente mencionadas. Así mismo, al ver la matriz de los estadísticos total-elemento, se evidencia que todos los ítems aportan a la confiabilidad del instrumento (Anexo M).

Se llevó a cabo un análisis de componentes principales con un autovalor de 1.5 y rotación varimax para conocer la estructura factorial de la escala. Dicho análisis arrojó siete componentes que discrepan de forma importante de los componentes anteriormente expuestos y de otros estudios realizados en los que también se hallaron siete factores (Spence y Liddle citado en Martins et al., 2005), exceptuando los componentes uno y dos que se asemejan en algunos ítems.

Sin embargo, para tener una aproximación de la confiabilidad de cada uno de los factores reportados con anterioridad en la investigación de Martins et al. (2005), al correr los datos obtenidos a partir del estudio piloto, se tiene que el componente uno presenta un alfa de 0.855; el componente dos un alfa de 0.835; el componente tres un alfa de 0.772; y el cuarto componente un alfa de 0.410, siendo los tres primeros componentes los que presentan coeficientes de consistencia interna alta y el último, un coeficiente de consistencia interna bajo. Estos resultados se asemejan mucho a los obtenidos por Martins et al. (2005), por lo que se trabajó con la escala original.

Finalmente, en los análisis arrojados por dicha escala para el estudio definitivo, se obtuvo un coeficiente de consistencia interna alto de α=0.848, similar al obtenido en el estudio piloto. Así mismo, se obtuvieron los coeficientes de consistencia interna para cada uno de los factores arrojados descritos en el estudio de Martins et al. (2005). De esta forma, el primer factor denominado agresividad/comportamiento antisocial obtuvo un alfa de α=0.876; el segundo factor denominado habilidades sociales/asertividad obtuvo un alfa de α=0.844; el tercer factor denominado vanidad/soberbia obtuvo un alfa

de α=0.764; y el cuarto factor denominado soledad/ansiedad social obtuvo un alfa de α=0.477 (Anexo N).

Procedimiento

Se llevó a cabo la elección de las unidades educativas de interés a partir de un muestreo intencional, ya que se estableció previamente el criterio de selección de las mismas, para lo cual se emplearon directorios telefónicos en línea en los que se ubicaban los colegios pertenecientes al área Metropolitana de Caracas. Sólo se tomaron en cuenta aquellos colegios privados para garantizar hasta cierto punto la homogeneidad de la variable nivel socio-económico, y que comprendían ciclo diversificado (1° y 2° año mención ciencias y humanidades).

Posteriormente se realizó un contacto telefónico con dichas instituciones para hablar con los directivos y solicitar su colaboración para la realización de la investigación. Se llevó a cabo la redacción de una carta modelo, que fue firmaba y sellada por la directora de la escuela de Psicología de la Universidad Católica Andrés Bello, dirigida a cada una de las unidades educativas, explicando el objetivo general del trabajo de grado y solicitando la colaboración para la aplicación de los instrumentos de medida a sus estudiantes.

Una vez elegidas las instituciones, se transcribieron los instrumentos en hojas fácilmente manipulables, agrupándose en un orden determinado, manteniendo para todos los sujetos la misma secuencia de presentación de las diferentes escalas. Previamente a la impresión de los instrumentos estos se llevaron a jueces expertos para verificar que los ítems y las instrucciones se encontraban redactadas de forma comprensible, y para conocer si la disposición de los mismos era la adecuada, de este modo, se reprodujeron tantos instrumentos como el tamaño de la muestra a estudiar. Vale acotar que hubo un 90% de acuerdo entre ambos jueces expertos en relación al estilo de redacción los ítems 13 y 20 de la escala de Adicción al Internet.

Posteriormente, las cartas fueron llevadas a las diferentes instituciones educativas de interés, obteniendo así, una respuesta afirmativa en todos los casos, para proceder con la aplicación de las encuestas. Se pautó la fecha y la hora de aplicación tanto con el directivo como con los profesores.

En cuanto a la administración de los instrumentos, se pasó por cada uno de los salones asignados a la hora establecida por la institución. Las instrucciones se dieron de forma sistemática, manteniendo igualdad de condiciones para cada uno de los salones, así mismo, se comentó el objetivo general de la investigación sin hacer alusión explícita sobre el tema de las adicciones. La administración incluyó las siguientes instrucciones: "Buenos días, mi nombre es Andrea Vázquez, estudiante de la Universidad Católica Andrés Bello del último año de la carrera de Psicología y actualmente me encuentro realizando mi trabajo de grado acerca del comportamiento de los adolescentes y el Internet, agradecería de antemano su colaboración para responder unas encuestas y que sigan las instrucciones que se les plantean en cada una de ellas, les aseguro la estricta confidencialidad de los resultados obtenidos por ustedes, recuerden llenar los datos básicos como edad, sexo y grado, así mismo, les pido que respondan a las encuestas de manera individual y contesten todas las preguntas sin dejar ninguna en blanco, muchas gracias por su colaboración". Durante la aplicación se permaneció dentro del aula de clases para aclarar cualquier duda en caso de que surgiera alguna interrogante. Fueron recogidos y revisados todos los instrumentos para cerciorarse de que hayan llenado los datos demográficos de interés, como la edad y el sexo, así como el resto de los ítems de las encuestas. Es importante mencionar que durante la aplicación se evidenciaron ciertas anomalías de carácter cualitativo, ya que se evidenció cierta dificultad en comprender la palabra "valía" aspecto que se mencionó en apartados anteriores.

Todos los datos obtenidos fueron ingresados a una base de datos, empleando el programa estadístico para ciencias sociales SPSS 19.0. Los datos fueron corridos en dicho programa obteniendo de este modo, los estadísticos descriptivos, la confiabilidad de cada uno de los instrumentos sometidos a prueba en el estudio piloto y en el estudio definitivo y los estadístico correspondientes al diseño de investigación planteado (Este mismo procedimiento general se llevó a cabo para la obtención de los resultados del

estudio piloto que se realizó con la finalidad de conocer la estructura psicométrica de algunas escalas y para la muestra definitiva del presente estudio).

Dichos resultados estadísticos fueron analizados en función de lo encontrado en la literatura, para conocer si hay contradicciones o no con lo reportado en otras investigaciones científicas en relación al tema de estudio.

Consideraciones éticas

Al momento de llevar a cabo la presente investigación, se consideraron una serie de nociones básicas sobre los aspecto éticos al momento de realizar investigaciones científicas, para llevar a cabo acciones que garanticen el manejo adecuado de la información y un trato respetuoso y correcto hacia los sujetos que forman parte de la muestra, tales como los adolescentes de la etapa secundaria, cuidando siempre su integridad física y mental.

Partiendo de las concepciones básicas que el código deontológico de la escuela de Psicología (2002) de la Universidad Católica Andrés Bello presenta, se busca realizar una adecuada aproximación al fenómeno de estudio con responsabilidad y acatamiento de ciertos lineamientos, para garantizar la seguridad de todos los participantes y garantizar la veracidad y adecuado uso de la información.

En relación a los participantes de la presente investigación, las acciones de la investigadora estuvieron orientadas hacia el respeto de los estudiantes del ciclo diversificado de las diferentes instituciones educativas. Se garantizó la privacidad de los datos obtenidos a partir de los instrumentos de medida, garantizando el anonimato y la confidencialidad de los resultados arrojados para la presente investigación. Así mismo, se garantizó el bienestar general de todos los adolescentes que formaron parte de la muestra, permitiéndoles tomar la decisión libremente de participar o no en la misma.

En relación al compromiso social que garantizó la presente investigación, se contó con el consentimiento de las unidades educativas participantes, para realizar la

aplicación de los instrumentos de medida con la finalidad obtener resultados valiosos para fines académicos y fines institucionales particulares, ya que a cada una de las instituciones educativas que formaron parte del presente estudio, se les dará de vuelta los resultados obtenidos en la presente investigación, para contribuir con la comunicación de conocimiento científico.

En lo que respecta al análisis y reporte de resultados, se garantiza que todos los análisis efectuados se realizaron tomando en cuenta el tipo de datos obtenidos, además, los presupuestos de los mismos fueron interpretados de forma ajustada en base a la información, procedimientos y análisis utilizados. Así mismo, los resultados se encuentran restringidos al contexto académico, por lo que serán manejados por profesionales en el área con el cuidado exigido.

Finalmente, en cuanto a la concordancia con los principios de la ciencia y la tecnología y la supervisión de la investigación, el presente estudio fue justificado, documentado e interpretado siguiendo estándares científicos o tecnológicos. Por lo que se contó con una extensa revisión teórica y empírica de diversas fuentes relacionadas con la adicción al Internet y otras variables tales como las habilidades sociales, apoyo social percibido, autoestima y motivo de uso, que permitió conocer el fenómeno de estudio y el comportamiento de dichas variables en diferentes contextos. Así mismo, se contó con la asesoría de expertos en el área de la Ciberpsicología, por lo que se garantizó la supervisión de las actividades relacionadas con la realización del trabajo de grado y las implicaciones que este trajo consigo.

ANÁLISIS DE DATOS

Los datos recolectados fueron procesados mediante el paquete estadístico para ciencias sociales (SPSS) versión 19.0, analizando los estadísticos descriptivos (rango de puntuación obtenido, media, desviación, curtosis y asimetría) de las variables, con el fin de estudiar el comportamiento de cada una de ellas y verificar el cumplimiento de los supuestos requeridos por los análisis posteriores.

Así mismo, se estimó la confiabilidad de cada uno de los instrumentos de medida empleados en la presente investigación, como fue expuesto en el apartado de "instrumentos", tomando como principal método de análisis los coeficientes de correlación alfa de Cronbach. En esta misma línea, la validez se obtuvo a partir de un análisis de componentes principales con la finalidad de analizar aquellos instrumentos que arrojaran dimensiones de los constructos, vale acotar que algunos ítems fueron eliminados del estudio definitivo, ya que no cargaban en ninguno de los factores arrojados en dicho análisis, esos ítems fueron el ítem 3, 12 y 27 de la escala de apoyo social percibido.

Por último, se realizó un análisis de regresión múltiple, a partir del cual se analizaron los coeficientes de correlación múltiple, de determinación y los parciales estandarizados (betas) para cada una de las variables predictoras propuestas, (a) motivo de uso; (b) habilidades sociales; (c) apoyo social percibido; y (d) autoestima, con el fin de predecir la variable predicha, adicción a Internet.

El modelo propuesto puede representarse como:

$$Y = \mathrm{a} + \mathrm{b}x_1 + \mathrm{b}x_2 + \mathrm{b}x_3 + \mathrm{b}x_4 + \mathrm{b}x_5 + \mathrm{b}x_6 + \mathrm{b}x_7 + \mathrm{b}x_8 + \mathrm{b}x_9 + \mathrm{b}x_{10}$$

$$Y = \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \beta_8 x_8 + \beta_9 x_9 + \beta_{10} x_{10}$$

Donde:

Y= se corresponde con el puntaje obtenido en el Test de Adicción a Internet de Young, (T.A.I), con un rango de 0 a 100 puntos.

x_1= se corresponde con la variable Autoestima, en relación al puntaje obtenido en la Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES), con un rango de 10 a 40 puntos.

x_2, x_3, x_4= se corresponde con la variable Apoyo social percibido, en relación al puntaje obtenido en el Cuestionario de Apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987), en cada una de las tres dimensiones, Apoyo de amigos y cercanos, Apoyo familiar y Apoyo religioso.

x_5= se corresponde con la variable habilidades sociales, en relación al puntaje total obtenido en la Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY).

$x_6, x_7, x_8, x_9, x_{10}$= se corresponden con la variable motivo de uso, en relación al puntaje obtenido en la lista de los 18 propósitos de la comunicación en línea o motivos de uso del Internet, desarrollados por Peter, Valkenburg y Schouten (2006), siendo cada una de las cinco dimensiones, las siguientes: (a) entretenimiento; (b) mantenimiento de relaciones; (c) compensación social; (d) inclusión social y (e) conocer gente.

Análisis descriptivos de las variables

A continuación se presentan en la tabla 3 los estadísticos descripticos correspondientes a la distribución de puntajes para cada una de las variables contempladas en el presente estudio.

Tabla 3.

Estadísticos descriptivos (mínimo, máximo, media, desviación típica, asimetría y curtosis) de las variables independientes y la variable dependiente

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis
Adicción Internet	697	2,00	76,00	27,7834	14,82563	,766	,216
MU entretenimiento	697	1,00	12,00	6,8192	2,59232	,008	-,606
MU Mantenimiento relaciones	697	,00	6,00	4,2697	1,42700	-,518	-,319
MU Compensación social	697	,00	6,00	1,4103	1,47617	1,160	,868
MU Inclusión social	697	,00	8,00	1,0560	1,42978	1,584	2,545
MU Conocer gente	697	,00	4,00	1,0617	1,20484	,801	-,351
Autoestima	679	18,00	40,00	33,6848	4,37891	-,844	,488
Apoyo social familiar	684	11,00	42,00	33,3626	5,10391	-,842	,823
Apoyo social ami y cerc.	695	5,00	24,00	19,1022	3,80235	-1,092	1,014
Apoyo social religioso	695	,00	11,00	4,8518	2,35524	,185	-,507
Habilidades sociales	684	90,00	211,00	152,3392	15,74975	,141	,599
N válido	663						

La adicción al Internet es una variable continua, con un nivel de medida de intervalo, presenta un rango de puntuaciones que va de 2 a 76 puntos. La media es de M=27.78 y la desviación típica es de S=14.82 por lo que su variabilidad tiende a ser medio alta (Cv=53.34%). La asimetría es de As=0.766 y la kurtosis Ku=0.216, por lo que la distribución se encuentra ligeramente coleada positivamente, en donde la mayoría de los datos se agrupan hacia la izquierda mostrando una curva mesocurtica, estos resultados son esperados ya que la población a partir de la cual se tomaron los datos no es una muestra clínica.

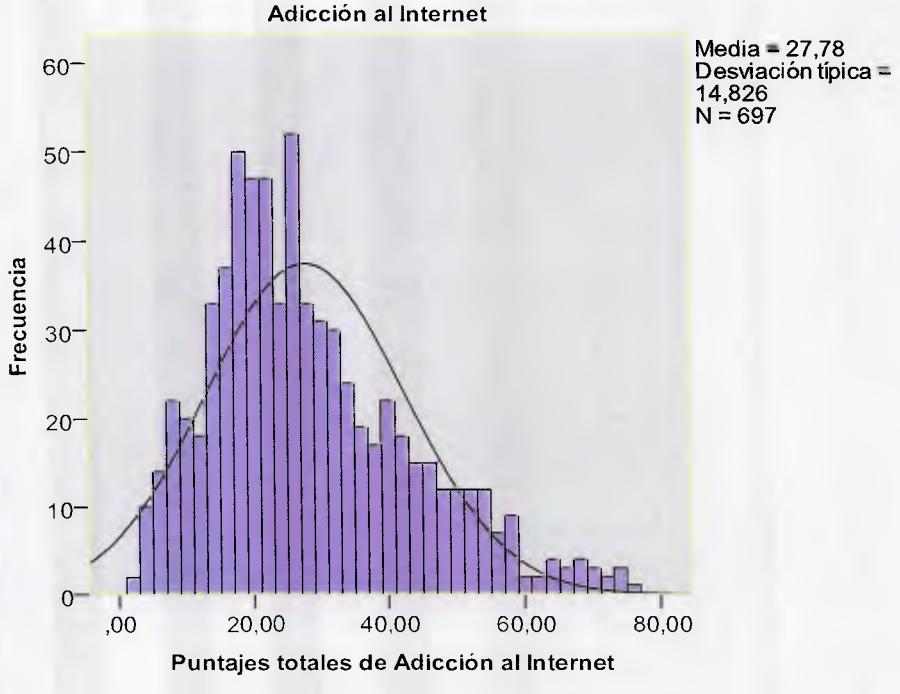


Gráfico 4. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de adicción al Internet de Young (T.A.I).

Siendo esta la variable principal de estudio, es importante señalar el porcentaje de individuos que se acumulan en cada una de las categorías propuestas por Young y Nabuco (2011) en su instrumento de medición de la adicción al Internet, como una forma de representar la distribución de la población a partir de la cual se tomaron los datos en relación con esta variable, de esta forma los sujetos se agruparon en cada categoría, como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. *Rango de puntuaciones en el Test de adicción al Internet y el porcentaje de sujetos de la población de estudio que se encontró dentro de cada categoría.*

Rango de puntuaciones en el Test de Adicción al Internet (Young, 2011)	
Uso normal 0-30 puntos	64.4%
Adicción leve 31-49 puntos	25.1%
Adicción moderada 50-79 puntos	10.5%
Adicción severa 80-100 puntos	0%

En lo que respecta al Motivo de uso del Internet, el motivo de uso asociado a entretenimiento, presenta un rango de puntuaciones que va de 1 a 12 puntos. La media es de M=6.82, y la desviación típica es de S=2.59 por lo que la dispersión en esta variable es medio alta (Cv=37.97%), la asimetría es de As=0.008 y la kurtosis Ku=-0.606, por lo que la distribución se asemeja a una distribución mesocúrtica con un leve apuntalamiento, presentando una considerable simetría, agrupándose los datos hacia el medio de la curva.

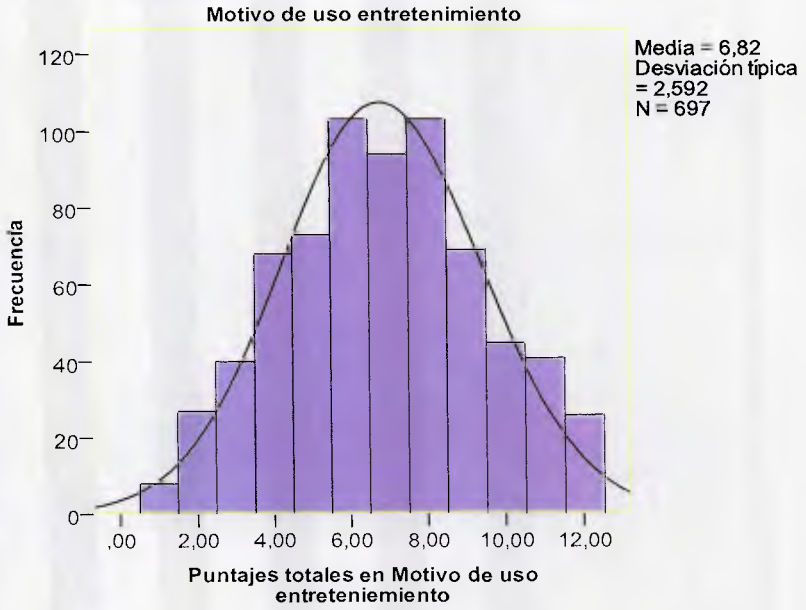


Gráfico 5. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "entretenimiento" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005)

El motivo de uso asociado al mantenimiento de relaciones presenta un rango de puntuaciones que va de 0 a 6 puntos. La media es de M=4.27, la desviación típica es de S=1.42 indicando que la variabilidad es medio alta (Cv=33.25%), la asimetría es de As=-0.518 y la Ku=-0.319, por lo que la distribución se encuentra muy ligeramente coleada hacia la izquierda, agrupándose la mayoría de los datos hacia el medio de la curva, siendo esta leptocurtica.

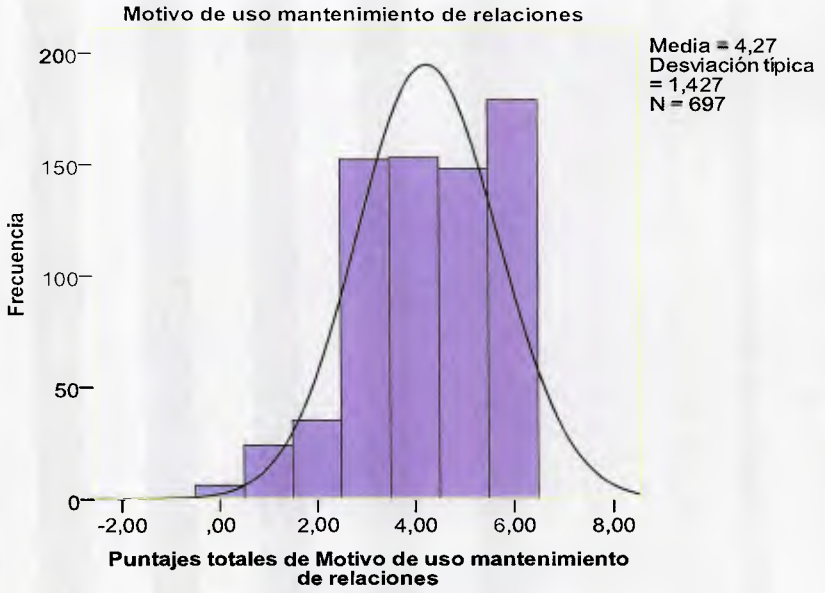


Gráfico 6. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "mantenimiento de relaciones" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005)

El motivo de uso asociado a compensación social presenta un rango de puntuaciones que va de 0 a 6 puntos. La media es de M=1.41 y la desviación típica es de S=1.47 por lo que su variabilidad es muy alta (Cv=104.25%). La asimetría es de As=1.160 y la kurtosis Ku=0.868, por lo que la distribución se encuentra coleada positivamente, sin embargo, se puede ver que los datos se agrupan en mayor medida hacia la izquierda, donde se encuentran los menores puntajes en esta variable, lo que pone de manifiesto que los sujetos no ven predominantemente el Internet como un medio para obtener compensación social.

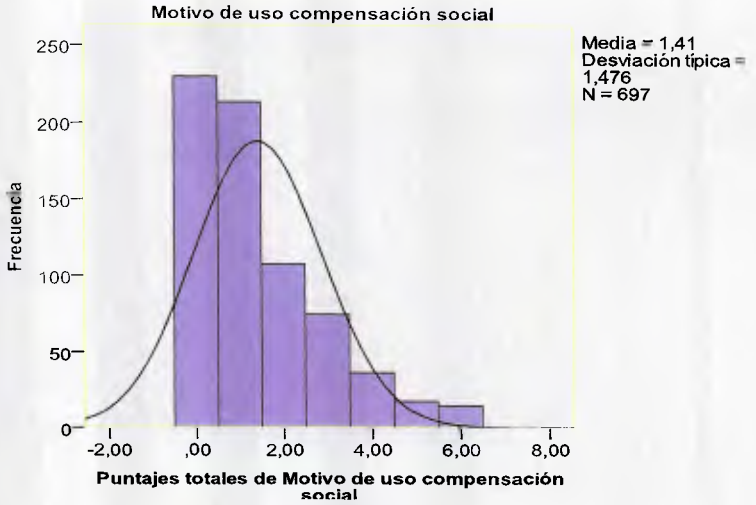


Gráfico 7. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "compensación social" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten

El motivo de uso asociado a inclusión social presenta un rango de puntuaciones que va de 0 a 8 puntos. La media es de M=1.05 y la desviación típica es de S=1.42 por lo que su variabilidad es muy alta (Cv=135.23%). La asimetría es de As=1.58 y la kurtosis Ku=2.54, por lo que la distribución se encuentra ligeramente coleada positivamente, sin embargo, se puede ver que la mayor concentración de datos está hacia la izquierda, esto es por la cantidad de sujetos que respondieron a esta dimensión de la variable, como la no presencia de dicha conducta al momento de usar Internet.

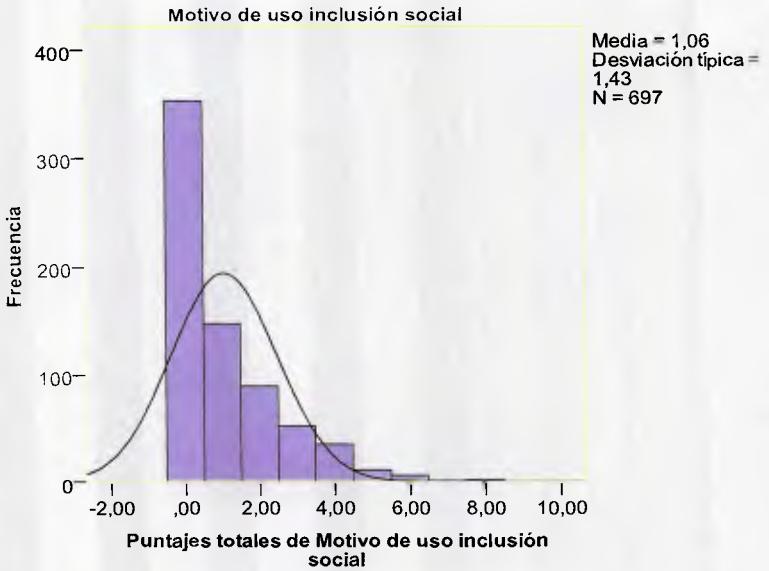


Gráfico 8. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "inclusión social" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005)

El motivo de uso asociado a conocer gente presenta un rango de puntuaciones que va de 0 a 4 puntos. La media es de M=1.06 y la desviación típica es de S=1.20 presentando una muy alta variabilidad en los datos (Cv=113.20), la asimetría es de As=0.801 y la kurtosis Ku=-0.351, por lo que la distribución se encuentra ligeramente coleada positivamente, sin embargo, se puede ver que la mayor concentración de los datos se encuentra hacia la izquierda, mostrando una curva con un leve aplanamiento.

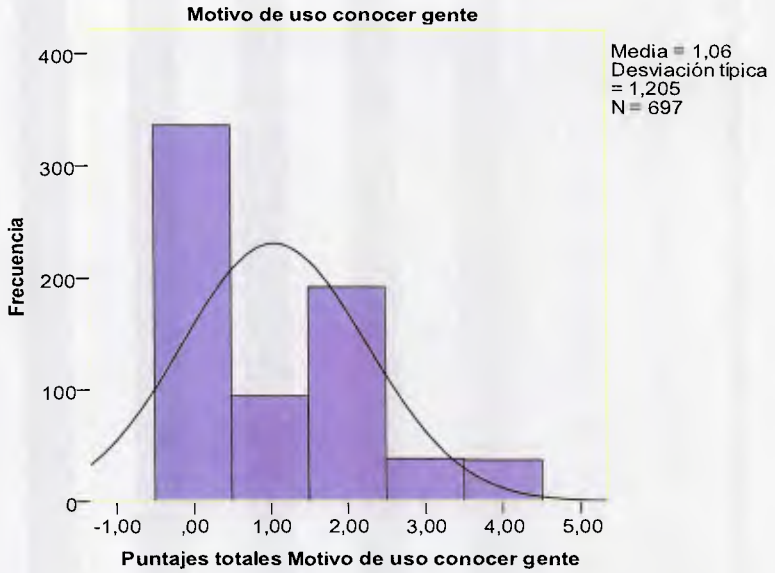


Gráfico 9. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la sub-escala "conocer gente" de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten (2005)

En lo que respecta a la variable autoestima, dicha variable presenta un rango de puntuaciones que va de 18 a 40 puntos. La media es de M=33.68 y la desviación típica es de S=4.37 lo que indica una muy baja variabilidad en los datos (Cv=12.97%), la asimetría es de As=-0.844 y la kurtosis Ku=0.488, por lo que la distribución se encuentra ligeramente coleada negativamente, sin embargo, se puede observar que la mayoría de los datos se concentran hacia el lado derecho, mostrando una curva mesocurtica.

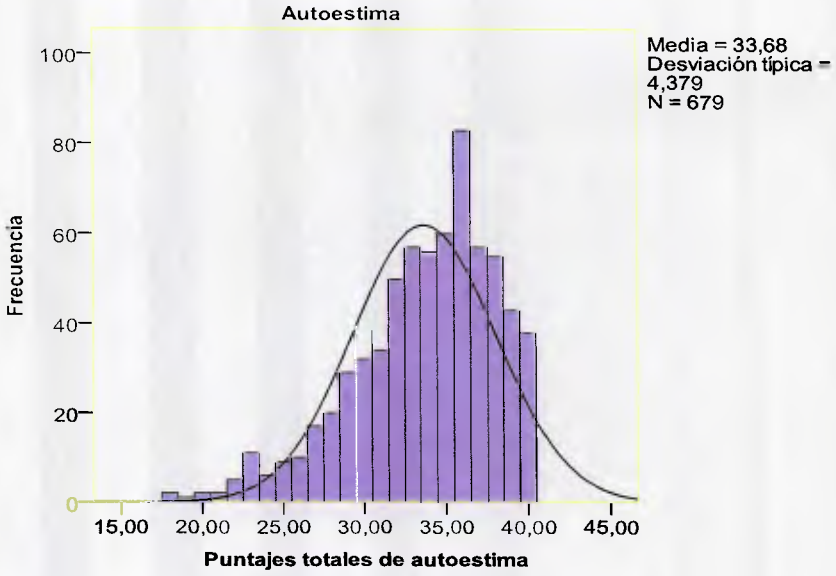


Gráfico 10. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de autoestima de Rosenberg (1989).

En cuanto la variable apoyo social, el apoyo familiar presenta un rango de puntuaciones que va de 11 a 42 puntos. La media es de M=33.68 y la desviación típica es de S=5.10 lo que indica una muy baja variabilidad en los datos (Cv=15.14%). La asimetría es de As=-0.842 y la kurtosis Ku=0.823, por lo que la distribución se encuentra ligeramente coleada negativamente, mostrando una acumulación de datos cercanos al centro de la curva, siendo esta mesocurtica.

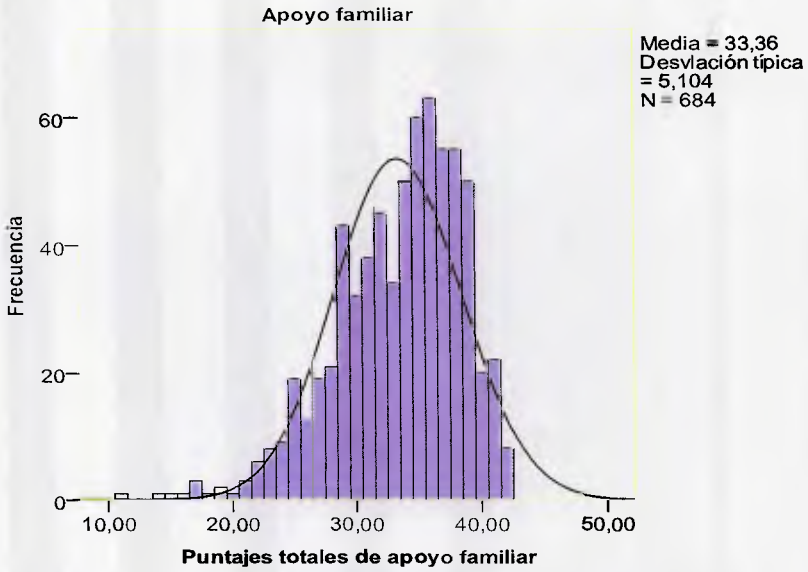


Gráfico 11. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo familiar" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987).

El apoyo de amigos y cercanos presenta un rango de puntuaciones que va de 5 a 24 puntos. La media es de M=19.10 y la desviación típica es de S=3.80 lo que indica una baja variabilidad en los datos (Cv=19.89%), la asimetría es de As=-1.09 y la kurtosis Ku=1.01, lo que indica que la distribución se encuentra coleada negativamente, con una acumulación mayor de los datos hacia el lado derecho, obteniéndose una curva mesocutirca.

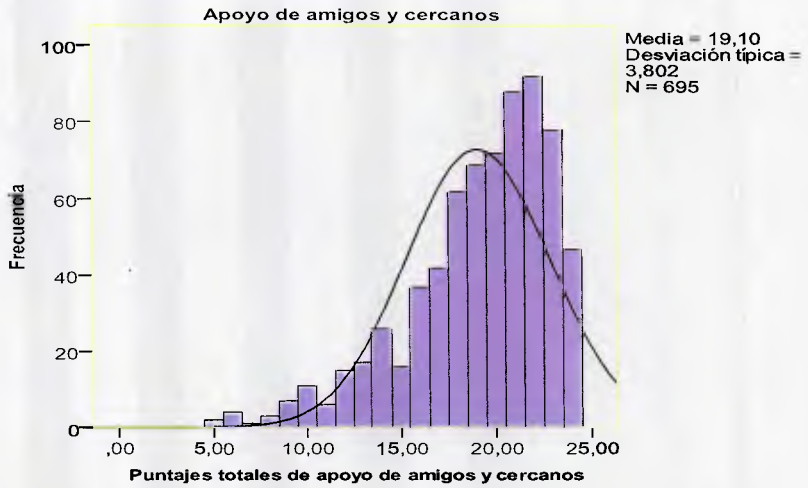


Gráfico 12. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo de amigos y cercanos" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987).

El apoyo religioso presenta un rango de puntuaciones que va de 0 a 11 puntos. La media es de M=4.85 y la desviación típica es de S=2.35 lo que indica una variabilidad muy alta de los datos (Cv=48.45%). La asimetría es de As=0.185 y la kurtosis Ku=-0.507, lo que indica que la distribución es simétrica, con una acumulación mayor de los datos hacia el centro de la misma, obteniéndose una curva leptocurtica.

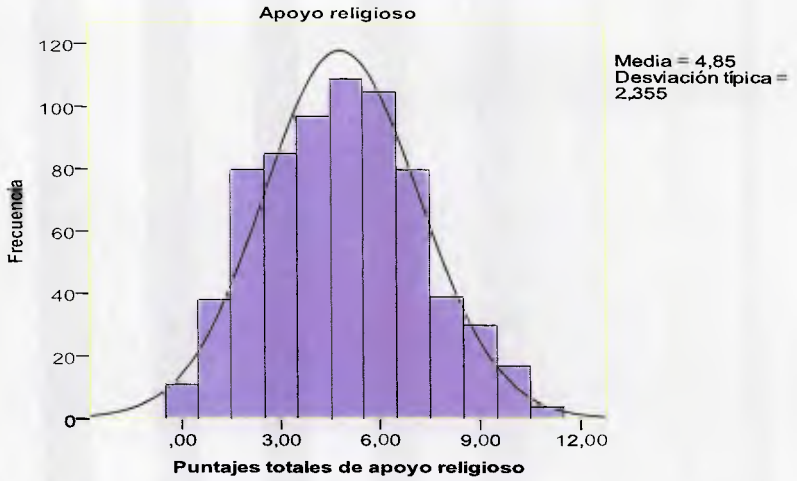


Gráfico 13. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en el factor "apoyo familiar" de la escala de apoyo social percibido de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston (1987).

En lo que respecta a la variable habilidades sociales, presenta un rango de puntuaciones que va de 90 a 211 puntos. La media es de M=152.33 y la desviación típica es de S=15.74 lo que indica una muy baja variabilidad (Cv=10.33%). La asimetría es de As=0.141 y la kurtosis Ku=0.599, lo que indica que la distribución es simétrica, con una acumulación mayor de los datos hacia el centro de la misma, obteniéndose una curva leptocurtica (Anexo Ñ).

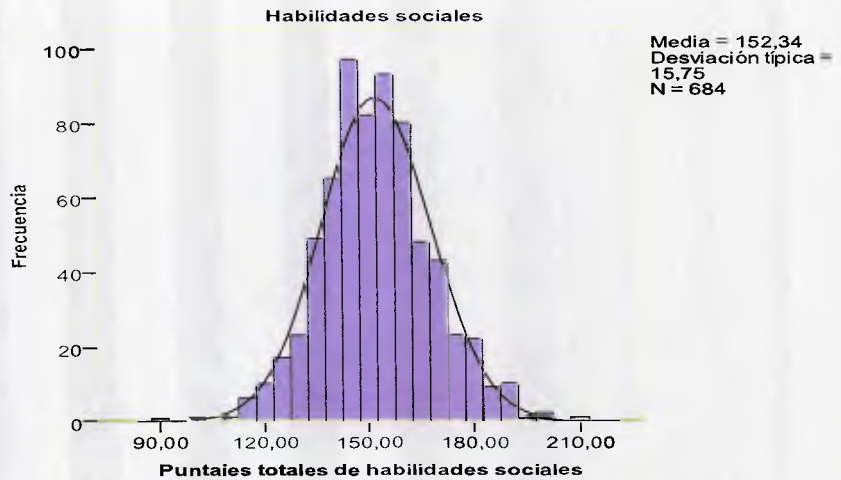


Gráfico 14. Distribución de los puntajes totales obtenidos por los sujetos en la escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, Rotatori y Helsel 1983 (MESSY).

Análisis de regresión múltiple

El supuesto de multicolinearidad entre las variables se cumple para todos las datos recolectados, de modo tal, que las variables independientes del presente estudio no se encuentran relacionadas entre ellas como se puede observar en el (Anexo O). De esta forma, las variables independientes sólo se hallaron asociadas con la variable dependiente de interés, adicción al Internet, encontrando una asociación significativa con las variables motivo de uso relacionado con el entretenimiento, motivo de uso relacionado con la inclusión social, motivo de uso relacionado con el conocer gente, la autoestima, las habilidades sociales y el apoyo social de amigos y cercanos.

Modelo general: se llevó a cabo un análisis de regresión múltiple con todas las variables del modelo anteriormente expuesto, para evaluar las relaciones de dichas variables predictoras sobre la predicha, tomando como significativas aquellas relaciones por debajo de un nivel de significancia de 0.05.

Al momento de evaluar la eficiencia del modelo propuesto se pudo observar que las variables independientes explican el 43.5% de la varianza total de la adicción al Internet, con un coeficiente de regresión medio alto de $R=0.659$, resultando esta regresión múltiple significativa con un nivel de significancia de 0.05. Encontrándose que las variables motivo de uso relacionado con entretenimiento, motivo de uso relacionado con inclusión social, motivo de uso relacionado con conocer gente, la autoestima, las habilidades sociales y el apoyo social de amigos y cercanos presentaron pesos significativos en la explicación de la relación, lo que significa que las variables producen un efecto no explicable por azar.

Al momento de reconocer la importancia relativa de los coeficientes tipificados beta (β) se nombrarán principalmente aquellas variables, en orden de mayor influencia a menor influencia, que contribuyeron a la explicación del modelo.

De esta manera, la variable motivo de uso relacionada con el entretenimiento presenta un coeficiente beta de $\beta=0.281$ ($r=0.458$) con una significancia de $p<0.000$, lo que indica una relación directa en donde a medida que aumentan los valores de motivo de uso relacionado con entretenimiento, aumentan también los valores de la adicción al

Internet, y a medida que los valores de motivo de uso asociado a entretenimiento disminuyen, estos otros también lo hacen.

La variable motivo de uso relacionado con inclusión social presentó un peso en la explicación de la adicción al Internet de $\beta=0.199$ ($r=0.444$) con una significancia de $p<0.000$, lo que indica que presenta una relación directa en donde a medida que aumentan los valores de motivo de uso relacionado con la inclusión social, aumentan los valores de la adicción al Internet y viceversa.

El peso de la variable habilidades sociales es de $\beta=0.164$ ($r=0.304$) con una significancia de $p<0.000$, indicando la existencia de una relación directa donde a medida que aumentan los valores de la variable habilidades sociales, aumentan los valores de la variable adicción al Internet y viserversa. Es importante señalar que al momento de leer esta variable, se debe tomar en cuenta que valores altos en la escala de habilidades sociales, se corresponde con menores habilidades sociales presentes en el individuo, por lo que un sujeto que obtenga puntuaciones altas en dicha escala (menores habilidades sociales), tenderá a obtener puntuaciones elevadas en la variable adicción al Internet (mayor adicción).

La variable autoestima presenta un coeficiente beta de $\beta=-0.149$ ($r=-0.320$) con una significancia de $p<0.000$, lo que indica una relación inversa en donde a medida que los sujetos presenten puntuaciones bajas en la variable autoestima, aumentan los valores de la variable adicción al Internet y viceversa.

El peso de la variable apoyo de amigos y cercanos es de $\beta= -0.112$ ($r=-0.241$) con un nivel de significancia de $p<0.001$, lo que indica una relación inversa entre esta variable y la predicha, en donde a medida que haya un decremento en las puntuaciones obtenidas por los sujetos en la variable apoyo de amigos y cercanos, habrá un aumento en las puntuaciones obtenidas en la variable adicción al Internet.

La variable motivo de uso relacionado con conocer gente presentó un peso igual a $\beta=0.107$ ($r=0.338$) con un nivel de significancia de $p<0.002$, lo que indica una relación directa, en donde a medida que aumentan los valores de motivo de uso relacionado con conocer gente, aumentan también los valores de la adicción al Internet y viceversa.

En relación a las variables motivo de uso relacionado con compensación social (β=0.072, r=0.429; p>0.058), apoyo familiar (β=-0.069, r=-0.207; p>0.062), motivo de uso relacionado con mantenimiento de relaciones (β=0.057, r=0.209; p>0.074) y apoyo religioso (β=0.035, r=-0.012; p>0.268) indican una relación directa, a excepción de apoyo familiar que presenta una relación inversa. Sin embargo, en el caso de estas variables, esta predicción no resulta significativa a un nivel de significancia de 0.05, por lo que no contribuyen a la explicación del modelo general.

Finalmente, se puede decir que las variables que mejor predicen la adicción al Internet en adolescentes escolarizados del área Metropolitana de Caracas, y que aportan una proporción de varianza a la variable predicha son: motivo de uso relacionado con entretenimiento, inclusión social y conocer gente, autoestima, habilidades sociales y apoyo de amigos y cercanos.

Análisis estadístico adicional de diferencia de medias entre la variable sexo y adicción al Internet

Al comparar las medias de los sujetos de la muestra en relación a la variable principal de estudio, adicción al Internet, se encontraron diferencias significativas en función del sexo de los participantes, evidenciándose que los hombres (M=29.49; S=15.17) podrían mostrar una tendencia mayor a presentar conductas adictivas hacia el Internet, en comparación con las mujeres, quienes obtuvieron una media menor (M=25.26; S=13.95) con una F=13.949 y un nivel de significancia de p<0.000

Es importante mencionar que, a pesar de que las medias obtenidas parecieran no reflejar una diferencia muy marcada entre un puntaje y otro, aun cuando no se encuentren dichas puntuaciones en una categoría descriptiva diferente, igual se puede decir, que hay un grupo que pareciera reportar un mayor nivel de la variable predicha, adicción al Internet, por lo que es posible que estos resultados apunten a que pueden haber diferencias significativas aún dentro de la misma categoría descriptiva.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se llevó a cabo, con la finalidad de evaluar de qué manera el motivo de uso, el apoyo social percibido, los niveles de autoestima y las habilidades sociales se relacionan con la presencia de adicción al Internet en adolescentes con edades comprendidas entre 14 y 19 años de edad del área Metropolitana de Caracas.

Para alcanzar dicho propósito se plantearon diversas hipótesis sobre la posible influencia de las variables predictoras, anteriormente mencionadas, sobre la variable predicha, adicción al Internet, es decir, en qué medida dichas variables en conjunto son capaces de predecir la adicción al Internet en adolescentes escolarizados, concepto que fue principalmente expuesto por Young (1996).

Inicialmente, al considerar el comportamiento de la variable principal de estudio, adicción al Internet, en la muestra de adolescentes de las diferentes unidades educativas empleadas para esta investigación, se encontró que los sujetos mostraron un uso normal del Internet (64.4%) a una adicción leve (25.1%) y moderada (10.5%), no encontrándose sujetos dentro de la categoría de adicción severa. Esta concentración mayor de sujetos en la categoría de uso normal del Internet, podría ser explicada por el tipo de muestra empleada en la presente investigación, siendo esta una muestra no clínica, evidenciándose que el uso de Internet de los adolescentes caraqueños encuestados es en su mayoría sano, lo que indica que algunos temores con respecto a la manifestación de esta variable podrían resultar exagerados.

Además, un hallazgo importante, que no se encontraba contemplado entre las hipótesis principales de estudio, se corresponde con diferencias encontradas entre la variable sexo y la adicción al Internet, evidenciándose que los hombre parecen reportar una propensión mayor a presentar conductas adictivas hacia el mismo, más que las mujeres. Este hallazgo es consistente con investigaciones previas (Beutel et al., 2011; Lam et al., 2009; y Tsitsika et al., 2008) que muestran, la tendencia de los varones a

presentar actitudes más positivas con respecto a Internet (Kraut et al.; Morahan-Martin; Morahan-Martin y Schumacher; y Sherman y cols. citado en Muñoz et al., 2003).

Este hecho que evidencia el uso diferencial de los recursos de la red entre sexos, ha sido interpretado en repetidas ocasiones en función de la evidencia observada desde hace años, referente a la fascinación expresada preferentemente por los varones hacia las nuevas tecnologías, presentando un mejor dominio de los ordenadores tanto en lo referente al diseño de programas como al uso de otros recursos, como los juegos de computadora (De Santis y Youniss; McKenna; Schumacher y Morahan-Martin citado en Muñoz et al., 2003) aspecto que podría ser parte de la explicación del por qué de estas diferencias ocurren.

En relación a los hallazgos más relevantes de la presente investigación, se evidenció que el modelo propuesto explicó el 43.5% de la varianza total de la adicción al Internet, que es explicada por la mejor combinación lineal de las variables motivo de uso relacionado con el entretenimiento, inclusión social y conocer gente, pobres habilidades sociales, baja autoestima y bajo apoyo social percibido por parte de los amigos o pares, siendo estas significativas, encontrándose relaciones esperadas en cuanto a estas variables según lo reportado en la bibliografía.

En relación a la variable motivo de uso, compuesta por cinco categorías definitorias, sólo resultaron significativas tres de ellas, el motivo de uso asociado al entretenimiento, a la inclusión social y conocer gente.

En cuanto al motivo de uso relacionado con entretenimiento, se encontró que esta variable fue aquella que estuvo más fuertemente asociada con la adicción al Internet, evidenciándose una relación positiva, lo que indica que en la medida en que los sujetos le dan un uso al Internet relacionado con conductas dirigidas hacia el entretenimiento, mayor es la tendencia a manifestar conductas adictivas hacia el mismo.

Este hallazgo se confirma a partir de investigaciones realizadas por diversos autores, tales como Young (1996), quien encontró que los sujetos clasificados como dependientes al Internet presentaban conductas predominantemente dirigidas hacia la diversión y el disfrute, así como saciar su curiosidad y escapar del aburrimiento

(Jiménez y Pantoja, 2007). Tales conclusiones fueron similares en una muestra de estudiantes turcos, en la que los niveles de comportamiento de uso problemático de los sujetos que utilizaban dicha tecnología para entretenerse, fue mayor que aquellos que utilizaban el Internet para obtener información (Ceyhan, 2011).

Partiendo de ello Tsitsika et al. (2008) argumentaron que la importancia del ámbito del entretenimiento en Internet (por ejemplo: los juegos), en particular entre sujetos que manifiestan un uso excesivo del mismo, presentan una mayor posibilidad de establecer un uso patológico hacia dicho medio. Esto parece estar sustentado con el hallazgo de que los estímulos que pueden producir disfrute, diversión, y los juegos en Internet, en particular los juegos de roles (Lee, et al citado en Tsitsika et al., 2008) pueden servir como un factor para el desarrollo de un comportamiento dependiente hacia dicha tecnología. De esta forma, el mecanismo para el establecimiento de dicho comportamiento, podría ser explicado a partir de los mismos tipos de manifestaciones conductuales que se observan en los criterios del juego patológico, sin premios monetarios (Johansson y Götestam citado en Tsitsika et al., 2008), aspecto a partir del cual se desarrolló principalmente el concepto de adicción al Internet (Young, 1996).

Además, es importante aclarar que el entretenimiento en Internet no abarca exclusivamente los juegos de roles, sino muchas otras actividades elegidas y empleadas en línea por los sujetos. Tal como plantea Roco (2011), en el Internet confluyen una serie de elementos que ningún otro medio de comunicación había logrado antes, pues es radio, televisión, prensa, cine, libros, teléfono, correo, lugar de encuentro, entre otros, donde la información está en continua producción y actualización, siendo el sujeto expuesto a diversos estímulos que se pueden encontrar en el momento en el que este desee. De esta forma, la elección de la actividad de interés para entretenerse, está mediada a su vez, por las características de personalidad, por lo que cada manifestación conductual y adictiva en el Internet dependerá de los patrones de personalidad de cada individuo (Wilson et al., 2010).

En relación a la variable motivo de uso relacionada con la inclusión social, que implica pertenecer a un grupo social o a un grupo de amigos en el Internet, se encontró una relación significativa y positiva con la adicción al Internet, lo que indica que en la

medida en que los sujetos emplean mucho más este medio para pertenecer a un grupo social o a un grupo de amigos, mayor es la predisposición a conductas adictivas hacia el mismo.

Parte de estos resultados se ven apoyados por la investigación realizada por Bonetti et al. (2010), donde algunas variables intervienen de forma conjunta al momento de explicar esta relación, tal como la ansiedad social y la sensación de soledad, evidenciándose que aquellos sujetos que reportaban sentirse solos y ansiosos ante situaciones sociales, empleaban el Internet en mayor medida para poder pertenecer a un grupo o a sus amigos del chat. A estos resultados se les dará mayor explicación cuando se introduzca la variable habilidades sociales, ya que se encuentra muy relacionada con dicha manifestación conductual.

En lo que respecta al motivo de uso asociado a conocer gente, se evidenció una relación positiva y significativa con la adicción al Internet, lo que indica que en la medida en que el sujeto haga un uso mayor de esta tecnología relacionada con hacer amigos y conocer gente nueva, mayor es la predisposición a conductas adictivas hacia el Internet.

Diversos estudios apoyan este hallazgo, donde desde las primeras investigaciones realizadas por Young (1996), se evidencia que los sujetos dependientes del Internet perciben dicho medio como un espacio de disfrute que les permite conocer, socializar e intercambiar ideas con gente nueva a través de medios interactivos. Así mismo, otros autores han encontrado que el uso excesivo del Internet se encuentra secundariamente predicho por los sitios relacionados con la interacción social, aspecto que se encuentra vinculado con esa necesidad de conversar con otros, conocer gente nueva y hacer amigos en estos ámbitos del ciberespacio (Tsitsika et al., 2008).

Resultados similares también se evidenciaron en la investigación de Smahel et al. (2012), donde la adicción al Internet al ser controlada por otras variables, se encontró significativamente asociada con la aproximación de los sujetos a crear amistades en línea. Además, Jiménez y Pantoja (2007) hallaron que los sujetos adictos al Internet

manifestaban emplear las salas de chat para contactar con personas desconocidas y de esta forma poder interactuar con ellas.

En relación a estas tres primeras variables relacionadas con el motivo de uso, se puede suponer que durante ese proceso de entretenimiento, inclusión social e intercambio social, confluyen una serie de comportamientos que permiten hacer partícipe al ser humano de su propia conducción por este medio masivo de comunicación. Worchel et al. (2002) plantean que la autopresentación y la autosupervisión componen una buena parte de la conducta social, pero en muchas de las interacciones con los demás se busca ir más allá de dicha autopresentación, para que así el ser humano se comunique de manera más amplia y abierta en el contexto de una relación. Dichos aspectos se pueden evidenciar en las relaciones interpersonales que surgen no solo en las situaciones cara a cara, sino a través del Internet, como una forma de buscar compensación social y reconocimiento dentro de estos parámetros relacionales, donde en el caso de la adicción al Internet pareciera que dicha autosupervisión conductual pierde límites y la conducta podría manifestarse de forma excesiva.

Además, Young (2009) argumenta que existen tres aspectos del Internet que podrían hacerlo potencialmente adictivo y que podrían relacionarse a su vez con aquellos aspectos planteados por Worchel et al. (2002) en cuanto a la autopresentación y la autosupervisión, dentro de los cuales se encuentran los siguientes: anonimato, conveniencia y escape. Algunos de estos aspectos son particularmente atractivos para algunas personas y por ende, esto pude llegar a definir el uso que le den al Internet. Por lo que quizá, para alguien que busca distracción sexual, para jugar, conversar con personas desconocidas o disfrutar de diferentes juegos en línea, el Internet se torna atractivo por su conveniencia, anonimato y podría proveer algún grado de escape de la vida cotidiana e incluso cambiar la consciencia a través de la experiencia, o simplemente experimentarlo como un medio diferente a través del cual se pueden manifestar dichas conductas.

Adicionalmente, como plantea Ceyhan (2011) la posibilidad de un comportamiento problemático hacia el uso del Internet puede cambiar con respecto al motivo de uso que se le da al mismo (Meerkerk et. al. citado en Ceyhan, 2011). Se plantea que el Internet por sí solo no produce adicción y que los usos específicos que la gente hace de esta tecnología, en especial con sus funciones interactivas y sociales, podría contribuir a desarrollar un comportamiento patológico hacia éste (Chou et. al. citado en Ceyhan, 2011).

A partir de ello, se puede suponer que los cambios que el entorno ha promovido a partir de las nuevas manifestaciones tecnológicas, han permitido la manifestación de diversas conductas que se despliegan en este medio, así como la mayor interactividad que los adolescentes pueden experimentar, siendo estos mucho más activos en su comunicación e intercambio social a través del Internet. Este aspecto ha traído consigo mayor participación entre este grupo etario, que se ha visto reforzado por la proliferación de esta tecnología en diversos aparatos de uso personal (Web 3.0, 2012).

En cuanto a la variable habilidades sociales se evidenció que en la medida en que los sujetos manifiestan pobres habilidades sociales, mayor es la predisposición a manifestar conductas adictivas hacia el Internet.

Estos resultados se ven confirmados en la investigación realizada por Ghassemzadeh et al. (2008), que concuerda con investigaciones precedentes, en la que se encontró que los adictos al Internet son más solitarios (Whang, Lee, Chang; Nalwa, Anand citado en Ghassemzadeh et al., 2008) que los no adictos, mostrando en su totalidad, que dichos sujetos presentan habilidades sociales mucho más pobres que aquellos que no son adictos al Internet (Herrera et al., 2010).

Así mismo, Engelberg y Sjöberg (2004) obtuvieron resultados a partir de los cuales se sugiere que los usuarios que emplean con mayor frecuencia el Internet, tienden a una falta de competencias emocionales, por lo que el nivel de inteligencia emocional, que se encuentra relacionado con las ventajas que tiene un individuo para adaptarse socialmente, se ven disminuidas, siendo esta una posible explicación de porque los sujetos que tienden a una adicción al Internet presentan pobres habilidades sociales.

Además, como parte de la explicación de por qué esto ocurre, se ha planteado que al parecer tanto los niños como los adolescentes solitarios valoran el Internet como un entorno comunicativo protegido, en el que pueden llegar a expresar mucho mejor sus necesidades internas, así como, encontrar conversaciones mucho más satisfactorias de las que encuentran cuando no están en línea. Sus pobres o deficientes habilidades sociales son probablemente la razón de sus preferencias por la comunicación en línea, tal como se encontró en la investigación realizada por Bonetti et al. (2010), por lo que encuentran a través de este medio la posibilidad de alcanzar objetivos o reforzadores de naturaleza social (Kelly, 1992) que se les dificulta conseguir en las relaciones cara a cara.

Es importante señalar que hay una variedad de factores de riesgo y aspectos sociales que los adolescentes enfrentan, y como resultado, estos aspectos de sus vidas podrían contribuir a la adicción al Internet. Los adolescentes están desarrollando habilidades sociales durante dicho periodo de crecimiento, que pueden ser usadas como referente para futuros comportamientos sociales. Se ha hablado, a su vez, de ciertos aspectos en el Internet (relacionados con el tipo de uso que se le dé a la red) y las características de personalidad, que podrían ayudar a los adolescentes a escapar de interacciones sociales cara a cara y de esta forma disminuir el desarrollo de ciertas habilidades que serán necesarias a posteriori, aspecto que afecta de forma importante el desenvolvimiento adaptativo de los mismos (Young y Nabuco, 2011).

Es importante mencionar dentro de este apartado, la característica multidimensional del constructo de las habilidades sociales, que comprende una esfera de comportamientos comunicacionales y relacionales en las interacciones humanas, que se van desarrollando junto con la identidad del adolescente. A lo largo del marco teórico, se presentaron diversas investigaciones que concluían de forma general sobre la adicción al Internet, basándose en las dificultades que pueden manifestar los sujetos en relación a como se exteriorizan sus habilidades sociales, evaluando conceptos que conforman dicho constructo, tales como: soledad, bajo ajuste social (Engelberg y Sjöberg, 2004), percepción deteriorada de situaciones sociales potencialmente estresantes (Herrera et al., 2010), apertura o revelación (Peter et al., 2005) agresividad, hostilidad y ansiedad

(Munteanu et al., 2009), así como dificultades en la comunicación (Bonetti et al., 2010). Esto podría explicar, porque a lo largo del abordaje teórico, los distintos autores no se refieren directamente a las habilidades sociales como un constructo unitario en cuanto a su medición, sino que era entendido a partir de las conductas que lo definen, para de esta forma darle una comprensión más amplia al fenómeno de estudio como es la adicción al Internet.

En lo que respecta a la variable autoestima, se evidenció una relación negativa y significativa con la adicción al Internet, lo que indica que aquellos sujetos que presenten bajos niveles de autoestima, mayor es la predisposición a manifestar conductas adictivas hacia el Internet.

Esta relación obtenida en la presente investigación, se ve sustentada por otros estudios relacionados con el tema, en los que se ha encontrado que los sujetos que presentaron puntajes altos en la escala de adicción al Internet presentan niveles más bajos de autoestima (Ghassemzadeh et al., 2008; Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010; Smahel et al., 2012) asociados a conductas de aislamiento y sensaciones de frustración, depresión y vacío interno (Jiménez y Pantoja, 2007). Estos últimos autores, plantean que como vía de escape a estas sensaciones, los sujetos establecen la dependencia a la red como un medio para entablar contactos sociales, aspecto que les brinda seguridad y cierto bienestar que, al ser momentáneo, los impulsa a mantener por mayor tiempo la conexión.

Por lo tanto, en relación a lo anteriormente mencionado, se ha llegado a plantear que las personas con baja autoestima sienten que no tienen el poder para controlar lo que sucede a su alrededor, incluyendo la forma en que son vistos por otras personas. Sin embargo, el Internet podría llegar a aliviar este problema al permitir a la persona controlar lo que quiere que otros sepan acerca de ella, ya sea a través de una nueva representación de sí mismo o a través de la auto-revelación. Por lo que es posible, que pueda existir una conexión entre el uso de Internet en cuanto a las relaciones interpersonales y la autoestima, así como entre la adicción y dicho concepto, siendo el

establecimiento de relaciones interpersonales una necesidad inherente del ser humano (Leary et al. Citado en Pirone, 2000).

También, es importante señalar que otros autores plantean que la autoestima de los individuos que emplean las redes sociales, incluso puede incrementar o decrecer, dependiendo del tipo de retroalimentación recibida en los perfiles virtuales en los que participan; además, es posible que tanto la gente con altos y bajos niveles de autoestima busquen emplear los sitios de las redes sociales para confirmar o incrementar sus sentimientos de valía, en la necesidad de una retroalimentación positiva por parte de los otros (Wilson et al., 2010), a partir de lo cual se puede suponer que este aspecto podría llegar a hacer al Internet mucho más atractivo para este tipo de personas, característica que puede llevar al sujeto a realizar un uso excesivo del mismo.

En relación a lo anteriormente mencionado, se puede evidenciar la dificultad que implica trabajar con diversos constructos psicológicos y su manifestación en diversos ámbitos, específicamente cuando se habla sobre la comunicación mediada por computador, ya que en algunas circunstancias se han planteado discrepancias entre las manifestaciones de diversas conductas a través de este medio, tratando al Internet como un espacio completamente diferente en el que se manifiestan otro tipo de conductas cuando se está en línea, por lo que se pone en evidencia la dificultad existente en cuanto a la definición de la adicción a Internet, así como la relación que mantiene con otro tipo de variables.

En cuanto a la variable apoyo de amigos se encontró una relación negativa y significativa con la adicción al Internet, lo que indica que aquellos sujetos que presenten bajos niveles de apoyo social percibido por parte de sus amigos o pares, mayor es la predisposición a manifestar conductas adictivas hacia el mismo.

Estos resultados se ven apoyados por una investigación realizada por Yu-Chun et al. (2008) en la que encontraron que un apoyo social actual (pares y familia) disminuido y un alto apoyo social en línea y la adicción al Internet se encontraban mediados por altos niveles de síntomas depresivos.

Una posible explicación a este fenómeno, es que a pesar de que aquellos usuarios de Internet que percibían niveles bajos de apoyo social actual, pudieron haber encontrado mucho más cómodo el crear nuevas relaciones sociales en línea, sin embargo, las consecuencias de crear nuevas redes de apoyo social a través de este medio, podrían empeorar los problemas interpersonales que se dan en su cotidianidad (Young, 1996; Muñoz et al., 2003), acompañado a su vez de problemas psicosociales, tales como lo son los síntomas depresivos (Yu-Chun et al., 2008). A partir de estos resultados, los autores hacen énfasis en la necesidad de promover habilidades y reconocer los recursos sociales que los sujetos con propensión a conductas adictivas hacia el Internet puedan tener a su alcance para percibir apoyo (tal como puede ser el apoyo de los pares o de la familia).

Otros autores tales como Hardie y Tee (2007), hallaron que los adictos al Internet reportaron el más alto apoyo social percibido de las redes en línea. Dichos resultados parecen ser consistentes con Cummings et al. (citado en Hardie y Tee, 2007) donde un uso mayor del Internet se relaciona con un beneficio que las redes de intercambio social otorgan a partir de este medio. Además, en dicha investigación, se encontró que solo altos niveles de neuroticismo y apoyo social en línea hicieron contribuciones significativas para explicar el uso excesivo del Internet, sin embargo, al evaluar la variable de apoyo social fuera de línea no se encontraron diferencias significativas, hallazgo opuesto a lo obtenido en la presente investigación (Hardie y Tee, 2007).

A partir de ello, es importante señalar que una diversidad importante de estudios sobre el uso del Internet, los estados emocionales y las redes de apoyo social han dado resultados variados. Por ejemplo, Shaw y Gant (citado en Hardie y Tee, 2007) encontraron que el mayor uso de Internet fue asociado con una disminución en la soledad y un aumento en el apoyo social percibido. Cummings et al. (citado en Hardie y Tee, 2007) también encontró un beneficio del apoyo social, con participaciones activas en un grupo en línea asociado con beneficios de las redes sociales tales como, encontrar gente con experiencias similares y desarrollar un comunidad de orientación más fuerte.

Este último aspecto lleva a cuestionarse la forma en la que se puede comprender y manifestar el apoyo social percibido, sea este fuera de línea o en línea, con la finalidad de conocer sí los sujetos emplean el Internet para obtener apoyo social a través de este medio, como una forma de compensar los déficit que percibe en su cotidianidad, aspecto que puede crear una tendencia de uso excesivo hacia el mismo, o si es posible que la relación ocurra de forma diferente. De esta forma, la posibilidad de compensar ciertos déficits puede apuntar a un bajo funcionamiento en las relaciones con los pares, en las que podrían actuar las pobres habilidades sociales de los sujetos para buscar contención emocional de cualquier tipo, siendo estas disfuncionales, por lo que se puede sugerir que dichos sujetos prefieren una comunicación mediada por computadora que les permita manifestar sus inquietudes más libremente a través de este medio y con mayor seguridad, control de la situación y menos riesgos de exposición personal.

Además, es importante señalar que el apoyo social en línea, como se ha reportado en el marco teórico, ocupa un lugar muy reciente en la investigación, por lo que poco se conoce sobre sus posibles efectos. Algunos estudios que pretendían vincular el uso de Internet con la actividad social fuera de línea y el bienestar psicológico, proporcionaron evidencias contradictorias, apuntando unos hacia el aislamiento social y el distrés y otros hacia una mayor actividad social, mayores niveles de confianza hacia los demás y redes sociales más extensas. Una posible limitación de este tipo de estudios que podría explicar en parte estos resultados contradictorios es que no suelen diferenciar si el uso que se hace de esta tecnología es social o no (Fuente et al., 2010).

En relación con este último punto, en cuanto a si el uso de la tecnología es social o no, si se toma en cuenta el motivo de uso (establecer relaciones sociales con personas desconocidas y conectarse para tener una mayor interacción social) que le dan al Internet aquellos usuarios que presentan conductas adictivas hacia el mismo, (Young, 1996; Tsitsika et al., 2008; Ceyhan, 2011; Smahel et al. 2012), esto puede llegar a relacionarse con la búsqueda de cierta compensación social, por lo que los individuos ponen en marcha una serie de conductas dirigidas hacia la búsqueda de apoyo social en línea, quizá por ciertos déficits que los compensan a través de motivaciones comunicacionales en el Internet.

Cabe acotar que otras perspectivas tales como la de Fuente et al. (2010), ponen de manifiesto la relación entre comunidades en línea y fuera de línea, en donde el sujeto que navega por las redes sociales se lleva consigo fuera de la Red toda su actividad relacional en línea y viceversa. Además, como apuntan Herrero et al. (citado en Fuente et al., 2010), ambas comunidades (presenciales y en línea) podrían ser compatibles. Así, los usuarios que dedican parte del tiempo de conexión a implicarse activamente en el desarrollo de actividades comunitarias en línea no muestran una tendencia a inhibirse o aislarse de otras actividades comunitarias de su mundo social presencial, sin embargo, esto no quita la posibilidad de que se vinculen más por este medio ya sea por déficit en sus habilidades sociales y por un bajo apoyo social percibido por parte de sus pares.

En general, una forma de explicar y aproximarse al por qué podrían ocurrir este tipo de conductas, se relaciona con el proceso de crecimiento humano, donde es durante la adolescencia cuando la soledad parece ser la primera en emerger como un fenómeno intensamente reconocible cuando las habilidades sociales se ven empobrecidas, aunado a las dificultades características de comunicación que esta pueda traer consigo (Brennan citado en Bonetti et al., 2010). En este periodo, las relaciones sociales empiezan a expandirse fuera del núcleo familiar de cada individuo (Giordano citado en Bonetti et al., 2010), por lo tanto, ser aceptado por los pares, incluyendo aquellos del sexo opuesto, es de vital importancia en el desarrollo de la identidad del adolescente (Maccoby citado en Bonetti et al., 2010).

Por lo que a partir de ello, se conoce que el grupo de pares y la familia juegan un papel clave en el desarrollo de la soledad y/o ansiedad social en la identidad de los adolescentes (Erikson citado en Bonetti et al., 2010). Sin embargo, como para algunos adolescentes les es difícil llevar a cabo actividades cara a cara, estos podrían llegar a preferir el buscar elementos o contextos como el Internet para hallar emociones, intimidad y amistades con propósitos comunicacionales y compensatorios (Leung citado en Bonetti et al., 2010).

En forma general, el razonamiento teórico que sustenta las relaciones encontradas en la presente investigación, en cuanto a las variables de estudio que actúan

de forma conjunta para explicar la adicción al Internet, plantea que la existencia de problemas psicosociales tales como la soledad (entiéndase la soledad como una sub-dimensión de las habilidades sociales del individuo), que predispone a algunos usuarios de Internet para exhibir cogniciones desadaptativas y comportamientos que resultan en adicción a este medio (Caplan citado en Joinson, et al. 2007).

Caplan (citado en Joinson, et al. 2007) mantiene que un déficit en las habilidades sociales en compañía con una exposición al Internet, predispone a un individuo a desarrollar una preferencia de interacción social en línea, más que una interacción cara a cara , lo que podría llevar a un uso compulsivo del Internet que resulta o trae resultados negativos. Así mismo, define la preferencia por las interacciones sociales en línea sobre aquellas que son cara a cara, empleando esto como un constructo cognitivo individual diferente, caracterizado por creencias de que se está más seguro, se es más eficaz, más confiado, más cómodo con interacciones interpersonales en línea y relaciones que con aquellas actividades tradicionales que se desarrollan cara a cara.

Una vez que los individuos desarrollan una preferencia por las interacciones en línea sobre las interacciones cara a cara, suelen gastar de forma creciente mucho más tiempo en la Web y se tornan mucho más emocionalmente conectados con este tipo de interacciones que podrían debilitar en algunos casos aquellas que requieren un contacto directo (Joinson, et al. 2007).

Además, se ha evidenciado que las personas que parecen ser adictas al Internet, tienen dificultades en formar relaciones íntimas con otros y se ocultan tras el anonimato del ciberespacio para conectarse con diferentes personas de un modo distinto. Cuando las personas están en línea, éstas pueden crear una red social de nuevas relaciones. La formación de esas arenas virtuales crea grupos dinámicos de apoyo social para responder a una profunda e irresistible necesidad en la gente, quienes en su vida cotidiana son interpersonalmente empobrecidos y desprovistos de intimidad, de esta forma aquellos que sienten incomodidad social o aquellos que tienen dificultad en desarrollar relaciones saludables en su cotidianidad, encuentran que son capaces de expresarse mucho más libremente y logran encontrar la compañía y aceptación que sienten hace falta en sus vidas (Young y Nabuco, 2011).

En cuanto a las dinámicas asociadas a la adicción al Internet, es importante, que estas sean entendidas a partir de cómo los usuarios podrían compensar lo que creen que puede estar faltando en sus vidas, por lo que el uso del Internet puede convertirse en un alto reforzamiento, para compensar una baja autoestima, incomodidad social, soledad y depresión. Aquellos que manifiestan tener este problema podrían estar en mayor riesgo o vulnerabilidad de desarrollar dicho desorden.

Estos últimos aspectos se encuentran justificados a partir de investigaciones realizadas por algunos autores tales como Jiménez y Pantoja (2007), Young y Rodgers (citado en Joinson et al., 2007) y Yu-Chun et al. (2008), quienes han encontrado que lo que se refiere a la adicción al Internet puede estar mediada por síntomas depresivos y conductas de aislamiento; donde a su vez los altos niveles de neuroticismo y apoyo social en línea hacen contribuciones significativas para el uso excesivo del mismo (Hardie y Tee, 2007). Además, otras observaciones de carácter clínico han documentado, que los patrones perturbadores del uso del Internet están frecuentemente asociados con otras patologías tales la compulsión sexual (Cooper et al. citado en Joinson et al., 2007). Estos factores han incrementado las preguntas sobre la relación entre el abuso del Internet y otras patologías. Sin embargo, la etiología no es clara y las explicaciones etiológicas de la relación entre la adicción al Internet y otros desordenes difieren (Joinson et al., 2007).

De esta forma, dicho riesgo o vulnerabilidad para desarrollar una posible adicción al Internet, podría entenderse a partir de cogniciones desadaptativas y patrones comportamentales que interfieren en el funcionamiento normal, debido a la presencia de algún déficit centrado en el individuo (autoestima, autoeficacia) o en su mundo circundante (apoyo social, interacción con pares),a partir del cual el sujeto busca compensar mediante el uso del Internet, entendiendo a este último como un reforzador de dichas cogniciones, aspecto que se puede manifestar a través de los motivos de uso que se le da al mismo, como una manifestación plausible de qué es aquello que buscan con la necesidad de compensar ciertos aspectos de su vida.

Es importante mencionar que hubo otras variables involucradas en el presente estudio, a partir de las cuales no se encontraron diferencias significativas, por lo que no

contribuyeron a la explicación de la presencia de posibles conductas adictivas hacia el Internet en adolescentes escolarizados.

De esta forma, en relación a la variable motivo de uso relacionado con el mantenimiento de relaciones y la compensación social, no hubo diferencias significativas en el presente estudio, aspecto que difiere con investigaciones realizadas en el área, específicamente con aquellas características que involucran compensación social, donde autores tales como Peter et al. (2005) encontraron que el motivo de uso del Internet asociado con la compensación social, mostraba una relación significativa en cuanto a comunicarse en línea con mucha más frecuencia de lo normal, al igual que aquellos adolescentes que se mostraban solitarios y ansiosos socialmente (Bonetti et al., 2005).

Los resultados contradictorios encontrados en esta investigación, pueden deberse a diferencias de carácter cultural entre las muestras, además, es posible que está variable esté mediada por variables tales como soledad y ansiedad social, tal como se reporta en las investigaciones anteriormente mencionadas, variables que no fueron medidas de forma directa en esta investigación.

En relación a la variable apoyo social familiar, no se obtuvieron diferencias significativas, por lo que esta variable no aportó al modelo final un explicación en cuanto a la adicción al Internet. Estos resultados obtenidos en el presente estudio, discrepan de los resultados reportados en otras investigaciones científicas sobre el tema, tales como la de Chih-Hung et al. (2007) en el que el bajo funcionamiento familiar en relación con otras variables, predijeron la incidencia de adicción al Internet, así mismo, se ha encontrado que aquellos sujetos que se sentían muy insatisfechos con sus familias estaban cercanos a una probabilidad mayor de presentar adicción al Internet, en relación con aquellos que estaban satisfechos con sus dinámicas familiares (Lam et al., 2009; Herrera et al., 2010).

Es importante resaltar que dichas investigaciones no medían directamente el apoyo social familiar, sino que medían problemas familiares y ajuste a la familia en general, extrapolando parte de estos aspectos al presente estudio, por lo que es posible

que estos resultados no coincidan del todo por la naturaleza de esas variables, así como por aspectos de la cultura.

Además, es relevante acotar que la etapa adolescente, como se mencionó en apartados anteriores, es un periodo, en el que las relaciones sociales empiezan a expandirse fuera del núcleo familiar (Giordano citado en Bonetti et al., 2010), por lo que el ser aceptado por los pares parece ser de suma importancia en el desarrollo de la identidad de los adolescentes (Maccoby citado en Bonetti et al., 2010) dando mayor peso a estas relaciones, que a las familiares, debido a esta etapa de transición.

Finalmente, en cuanto a la variable apoyo social religioso, no se obtuvieron diferencias significativas, por lo que esta variable no contribuyó para la explicación de la adicción al Internet. En relación a esa dimensión de la variable general, apoyo social percibido, no se encontró sustento empírico directamente relacionado con la variable principal de estudio, sin embargo, en función de los resultados obtenidos en la presente investigación, se podría argumentar que en la etapa adolescente, la demanda de apoyo se manifiesta directamente inclinada hacia los pares, más que hacia instituciones religiosas. Sin embargo, no se puede apuntar a una conclusión clara en relación a esta variable.

Los resultados obtenidos en la presente investigación, pueden ser entendidos a partir de las teorías previamente expuestas, relacionadas con los modelos explicativos que realzan los aspectos cognitivo-conductuales (Caplan citado en Joinson et al., 2007) y compensatorios (Young y Nabuco, 2011) que pone en marcha el individuo ante situaciones determinadas, que explican la forma en que los comportamientos patológicos pueden surgir en los sujetos con propensión a manifestar adicción al Internet. Concepto que ha sido debatido a lo largo de diversas investigaciones, y que por lo tanto, surge como parte de una limitación teórica al momento de delimitar el constructo, pero que presenta consenso en cuanto a sus características descriptivas base, tales como las expuesta por Young (1996), quien se basa principalmente en los criterios diagnósticos del trastorno del control de los impulsos, específicamente el juego patológico para explicar dicho fenómeno.

En resumen, se puede decir que en la presente investigación el modelo de regresión múltiple propuesto para explicar la adicción al Internet, arrojó que sólo algunas de las variables independientes pudieron explicar en conjunto la variable principal de estudio, encontrándose que altas motivaciones de uso del Internet relacionado con el entretenimiento, la inclusión social y conocer gente, pobres habilidades sociales, bajos niveles de autoestima y un bajo apoyo social percibido de amigos o pares por parte de los adolescentes usuarios del Internet, predicen la presencia de conductas adictivas hacia el mismo.

Finalmente, se considera sustancial, destacar la importancia de la intervención multidimensional de las variables anteriormente mencionadas sobre el fenómeno de estudio, ya que permiten observar un panorama amplio de cómo diversas conductas en interacción, pueden propiciar comportamientos desadaptativos en el medio ambiente en el que se encuentran los adolescentes, manifestándose a lo largo de un conjunto importante de situaciones sociales que involucren la familia, amigos, sistemas educativos, entre otros.

Es importante acotar que el presente estudio se considera de gran relevancia, dado que sus resultados amplían el cuerpo teórico existente en Venezuela en cuanto a la adicción al Internet como línea de investigación, brindando apoyo teórico y empírico que pueda servir para la ampliación del modelo de regresión planteado, con la finalidad de dilucidar las relaciones entre las variables estudiadas en la presente investigación y otras variables que puedan ser relevantes para entender dicho fenómeno, para de esta forma aumentar la comprensión teórica de la adicción al Internet en el país y en los diferentes ámbitos en la que esta se podría manifestar, con la finalidad de identificar la población en riesgo y promover planes hacia el manejo del Internet.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos a partir de la presente investigación, evidenciaron que el comportamiento de la variable principal de estudio, adicción a Internet, arrojó resultados esperados en cuanto a la distribución de los adolescentes en cada una de las categorías descriptivas de dicha variable, ya que la muestra empleada no se correspondió con una muestra clínica, donde el 64.4% de los sujetos mostraron un uso normal del Internet; el 25.1% una adicción leve y el 10.5% una adicción moderada, no encontrándose sujetos dentro de la categoría descriptiva de adicción severa. Estos resultados señalan que los adolescentes que conformaron la muestra, en su mayoría, hacen un uso no patológico de la red, por lo que se debe evitar una percepción "maligna" o dañina de la misma.

En relación a las hipótesis de estudio, se comprobaron sólo algunas de las hipótesis específicas planteadas en relación a la influencia del motivo de uso (entretenimiento, la inclusión social y conocer gente), las habilidades sociales, la autoestima y el apoyo social percibido de los amigos o pares. Todas estas variables fueron estadísticamente significativas, aportando una explicación importante del modelo para entender la manifestación de la adicción a Internet, a partir de la muestra de adolescentes empleada.

En este sentido, se concluye que los adolescentes escolarizados del área Metropolitana de Caracas con edades comprendidas entre 14 y 19 años de edad, que manifiestan un empleo mayor del Internet asociado con motivos de uso de entretenimiento (diversión, placer, disfrute, evitación del aburrimiento), inclusión social (pertenecer a un grupo y a los amigos del chat) y conocer gente (conocer gente nueva y hacer amigos), así como pobres habilidades sociales, bajos niveles de autoestima y un bajo apoyo social percibido de parte de sus pares, pueden llegar a manifestar cierto grado de adicción al Internet, lo que puede traer consigo consecuencias negativas para el funcionamiento adaptativo en la esfera familiar, escolar y social, viéndose afectadas diversas conductas en el ámbito de la interacción con los otros.

Además de esto, en la medida en que las variables independientes reportadas con anterioridad actúen en conjunto, éstas son capaces de explicar mucho mejor la incidencia de adicción al Internet en población adolescente, por lo que cada una de ellas aporta una explicación sumamente relevante para comprender dicho fenómeno.

Por otro lado, aquellas variables que no fueron estadísticamente significativas, tales como motivo de uso asociado a mantenimiento de relaciones y compensación social, apoyo social percibido de la familia y religioso, no muestran un aporte importante a la explicación de la adicción al Internet, por lo que estas variables en la población adolescente, pueden no significar mucho al momento de emplear dicha tecnología y manifestar conductas desadaptativas.

Finalmente, estos resultados realzan aspectos asociados con el desarrollo social y comunicacional en los jóvenes, relacionado con la búsqueda de identidad a la que está expuesto este grupo etario, evidenciándose una influencia importante de las variables predictoras que se caracterizan por estar en plena construcción durante esa etapa de la vida (la autoestima, las habilidades sociales, la forma de buscar y percibir el apoyo por parte de los otros y los motivos que mueven a cada adolescente a manifestar parte de lo que son), que tiende a tornarse crítica para el desarrollo de futuros comportamientos adaptativos o desadaptativos en esta población vulnerable.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

Parte de la información teórica que fue empleada en la presente investigación como respaldo empírico para explicar la relación entre las variables, estuvo constituida en su mayoría por estudios científicos realizados en varias culturas, diferentes a la venezolana, aspecto a partir del cual se podría suponer que las diferencias culturales, sociales, económicas y políticas pueden apuntar a resultados diversos en los diferentes contextos de investigación en cuanto a las variables planteadas. Por lo que sería recomendable realizar un mayor número de investigaciones relacionadas con el ámbito de la Ciberpsicología en población venezolana, para promover el crecimiento de diversas investigaciones en el área, que se manifiesta muy reciente, y en algunos casos contradictoria en diversos estudios realizados a lo largo de los años en diferentes países, por lo que la sistematicidad en cuanto al estudio científico de las variables de interés, podría ayudar a dar un panorama más claro del fenómeno principal de estudio.

En esta misma línea de ideas, relacionada con aspectos teóricos dentro del área de la Ciberpsicología, una limitación importante fue la dificultad en encontrar concordancia entre los diversos términos que se han propuesto para hablar de conductas desviadas hacia el uso del Internet, por lo que algunos teóricos, han sugerido términos que podrían ser ligados más a un ámbito cotidiano y otros más al ámbito clínico, evidenciándose un continuo de menor gravedad a mayor gravedad en la manifestación de las conductas desadaptativas. Por lo que es recomendable realizar investigaciones que permitan aclarar dicho constructo y de esta forma llegar a un consenso. Este aspecto suele ser típico de los campos teóricos-investigactivos recientes, como lo es la Ciberpsicología.

En concordancia con todos estos aspectos teóricos, resultaría recomendable la difusión de información relacionada con la utilidad de generar conocimientos referidos a la dificultad de definición del término y la falta de consenso, así como la posibilidad de realizar investigaciones con mayor número de adolescentes, que pueda dar un panorama amplio sobre el uso de las redes sociales y las interacciones que actualmente se están

generando con los avances tecnológicos, promoviendo a partir del entendimiento de dichas conductas, alternativas para tratar ciertas adicciones en población venezolana, incluso valiéndose de la tecnología en sí misma.

En cuanto al tipo de muestra empleada en este estudio, podría ser conveniente, si se desea trabajar con un término como el de adicción al Internet en caso de que se llegue a comprender como el extremo del continuo patologizante, emplear una muestra clínica, o incluir en ella personas de las que se conoce manifiestan problemas de control con su conducta en línea, ya que tal y como se ha reportado en diversas investigaciones, la adicción a Internet parece encontrarse asociada a diversas manifestaciones psicopatológicas.

Por otro lado, es importante mencionar que al momento de buscar sustento empírico relacionado con la variable apoyo social, fue bastante complejo, ya que en la mayoría de los casos se reportaban artículos científicos relacionados con el apoyo social en línea y no un apoyo social presencial. Por lo que quizá, para futuras investigaciones sería recomendable trabajar con el comportamiento de los usuarios en redes de apoyo social en línea, que permitan ahondar mucho más en el tema y dar una aproximación de cómo los adolescentes se comportan al emplear estos medios o recursos del Internet, y qué características asociadas a sus patrones de personalidad los hacen más propenso a este tipo de interacciones.

Además, otro aspecto que podría ser relevante estudiar en futuras investigaciones, sería conocer si existen diferencias significativas en cuanto al sexo de los participantes en las variables de estudio anteriormente mencionadas, ya que se ha encontrado de forma sistemática que el sexo parece tener una importancia relevante en la manifestación de ciertas conductas asociadas al tipo de uso que se le da al Internet.

Así mismo, se hace necesario reportar una consideración con respecto al tipo de instrumento empleado para medir la variable habilidades sociales, y cómo esta podría ser tratada en diversas investigaciones. Siendo las habilidades sociales una variable que comprende múltiples comportamientos humanos, podría ser recomendable medirla con una escala de fácil corrección, ya que las sub-escalas de dicho instrumento presentaban

una dificultad importante en cuanto a su corrección individual y la suma los puntajes por cada una de ellas, por lo que se empleo únicamente el puntaje total para la presente investigación.

Además, se debe resaltar que parte del sustento teórico encontrado para esta variable, se encuentra entendido a partir de sus dimensiones que la conforman, ya que son pocos los artículos científicos sobre este tema, en los que se plantean las habilidades sociales como una única variable, si no que muchos las subdividen en sus dimensiones o comportamientos asociados a ella, especialmente la manifestación de pobres habilidades sociales, tales como: soledad, agresividad, o por otro lado, asertividad, capacidad comunicativa, entre otras.

Por último, considerando el carácter de tipo ex post-facto y lo novedoso del tema de investigación en población venezolana y la dificultad de consenso teórico en los términos que se han planteado, se podría considerar muy arriesgada la generalización libre de los resultados a poblaciones que posean características diferentes a las estudiadas, por lo que tales resultados deben ser interpretados con cautela y por ende se recomienda un mayor número de investigaciones en el área para la obtención de mayor sustento empírico.

REFERENCIAS

Álvarez, A., Alonso, M., & Guidorizzi, A. (2010). Consumo de alcohol y autoestima en adolescentes. *Revista Latino-americana Enfermagem,* 18, 634-640.

American Psychological Association.Divisions of APA. (2012, Enero, 24). Ciberpsicología [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.apa.org/about/division/index.aspx

Amichai-Hamburger, Y. (2005). *The social net: human behavior in cyberspace* (1er ed.). Great Britain: Oxford.

Angelucci, L. (2001). *Influencia de las variables sociodemográficas, el apoyo social y locus de control sobre la salud en empleados universitarios* (Trabajo de ascenso no publicado). Universidad Simón Bolívar, Sartenejas, Venezuela.

Araujo, E., & Moreno, D. (2006). *Influencia de las emociones positivas y negativas, apoyo social, sexo y edad sobre la salud* (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Bagley, C., Bolitho, F., & Bertrand, L. (1997). Norms and construct validity of the Rosenberg self-esteem scale in Canadian high school populations: Implications for counselling. *Canadian Journal of Counselling,* 31(1), 82-92.

Baron, R., &Byrne, D. (2005). *Psicología social* (10ma ed.). Madrid: Editoral Pearson Prentice Hall.

Beutel, M., Brähler, E., Glaesmer, H., Kuss, D., Wölfling, K., & Müller, K. (2011). Regular and Problematic Leisure-Time Internet Use in the Community: Results from a German Population-Based Survey. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 14(5), 291-296.

Bisbal, M., & Nicodemo, P. (2011) Redes sociales, hábitos y usos.*Comunicación Centro Gumilla*, 154.

Bonetti, L., Campbell, M., & Gilmore, L. (2010).The relationship of loneliness and social anxiety with children's and adolescents' online communication.*Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279-285.

Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima* (1ra ed.). Barcelona: Paidós.

BusinessCol.com. (2011, Enero, 24). Heavy users [Glosario en la Web]. Recuperadodehttp://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=HEAVY%20USERS

Cabrera, M., y Cupaioli, L. (2011, Enero, 24). Solo ciencia [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.solociencia.com/informatica/influencia-internet-sociedad-actual-adiccion-internet.htm

Caplan, S. (2007).Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use.*CyberPsychology&Behavior,* 10(2), 234-242.

Casanova, F., & Colmenares, C. (2008). *Influencia del apoyo social, percepción de dificultad económica, estresores y relaciones objetales sobre la resiliencia de adolescents en contextos de pobreza* (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Castells, M. (2011, Octubre, 18). La dimensión cultural de Internet [Mensaje deBlogenlaWeb].Recuperadodehttp://www.juntadeandalucia.es/averroes/mochiladigital/didactica/Castells_dimension_cultural_internet.pdf

Ceyhan, A. (2011). University students' problematic Internet use and communication skills according to the Internet use purposes. *Edam Educational Sciences: Theory & Practice*, 11(1), 69-77.

Chih-Hung,K., Ju-Yu,Y., Cheng-Fang,Y., Huang-Chi, L., & Ming-Jen, Y. (2007). Factors predictive for incidence and remission of Internet addiction in young adolescents: A prospective study. *CyberPsychology&Behavior*, 10(4), 545-551.

Chipia, J. (2011, Septiembre 19) Riesgos del uso inadecuado de Internet [Fragmento de artículo de periódico en la Web]. Recuperado de http://www.eluniversal.com/2011/09/19/riesgos-del-uso-inadecuado-de-internet.shtml

Ciberhabitat. (2011, Marzo 28) Ciudad de la informática [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.ciberhabitat.gob.mx/medios/

Commendador, K. (2007). The relationship between female adolescent self-esteem, decisión making, and contraceptive behavior. *Journal of the American Academy of Nurse Practitioners,* 19, 614-623.

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of Self-esteem* (1era ed.). San Francisco: Freeman.

Datanálisis, información para la acción. (2011, Abril 10). En Venezuela crece la tendencia a la conexión particular [Fragmento de investigación]. Recuperado de http://www.datanalisis.com/122/en-venezuela-crece-la-tendencia-a-la-conexion-particular

DiNicola, M. (2004).*Pathological Internet use among college students: The prevalence of pathological Internet use and its correlates* (Tesis doctoral). Ohio University, Ohio, UnitedStates.

Dona, A. (2000). *Relación entre dependencia a Internet, dimensión de personalidad introversión-extraversión, depresión, sexo y tipo de aplicación usada en Internet*(Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

El Nacional. (2012, Enero 12). La adicción a Internet cambia el cerebro [Fragmento de artículo de periódico en la Web]. Recuperado de http://www.el-nacional.com/noticia/17696/24/La-adiccion-a-internet-cambia-el-cerebro.html

Engelberg, E., &Sjöberg, L. (2004).Internet Use, Social Skills, and Adjustment.*Cyberpsychology&Behavior*, 7(1), 41-47.

Escuela de Psicología. (2002). *Contribuciones a la deontología de la investigación en psicología* (1ra ed.). Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB.

Espasa-Calpe, S.A. (Ed.). (1985). *Diccionario enciclopédico* (2da ed.). Madrid: Espasa-Calpe.

Frances, A., Pincus, H., &First, M. (1995). *DSM-IV Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (4ta ed.). España: Masson.

Francisco, V., & Gonzáles, F. (2002). *Influencia de los estresores psicosociales, el sexo, el apoyo social, la depresión y la ansiedad en la asistencia a un centro de asesoramiento psicológico universitario* (Trabajo de Grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Fuente, A., Herrero, J., & Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: Sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acciónpsicológica,* 7(1), 9-15.

Gackenbach, J. (2007). *Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal, and Transpersonal implications* (2da ed.). California: Elsevier.

Ghassemzadeh,L., Shahraray, M., &Moradi, A. (2008). Prevalence on Internet addiction and comparison os Internet addicts and non-addicts in Iranian high schools.*CyberPsychology& Behavior*, 11(6), 731-733.

Gómez, R., & Herrera, R. (2000). *Estrategias de afrontamiento y variables sociodemográficas como predictoras de la severidad de los síntomas psicológicos de mujeres menopáusicas* (Trabajo de Grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Greenfield (2000, Junio 02).The net effect: Internet addiction and compulsive Internet use [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.virtual-addiction.com/pages/a_neteffect.htm

Griffiths, M., &Kuss, D. (2011). Online social networking and addiction: A review of the psychological literatura. *International Journal of Environmental Research and Public Health,* 8, 3528-3552.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2000). *Análisis multivariante* (1ra ed.). México: Prentice Hall.

Hardie, E., & Tee, M. (2007). Excessive Internet use: The role of personality, loneliness and social support networks in Internet addiction. *Australian journal of emerging technologies and society*, 5(1), 34-47.

Hernández, A. (2012, Junio 02).Comunicación mediada por computadoras (CMC).Significados que adquiere en las prácticas comunicativas cotidianas de profesores de la universidad de la Habana [Mensaje de Blog en la Web].Recuperado de http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/comunicacion-mediada-por-computadoras-cmc-significados-que-adquiere-en-las-practicas-comunicativas-cotidianas-de-profesores-de-la-universidad-de-la-habana/554/

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (1991). *Metodología de la investigación* (1era ed.). México: McGraw-Hill.

Herrera, M.F., Pacheco, M., Palomar, J., & Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana,* 18(1), 6-18.

Ipiña, M., Molina, L., & Reyna, C. (2010). Estructura Factorial y Consistencia Interna de la Escala MESSY (versión docente) en una Muestra de Niños Argentinos. *Suma Psicológica*, 17(2), 151-161.

Jiménez, A.L., & Pantoja, V. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet. *Psicología- SegundaÉpoca,* 26(1), 78-89.

Jong-Un, K. (2008). The effect of a R/T group counseling program on the Internet addiction level and self-esteem of Internet addiction university students. *International Journal of Reality Therapy*, 27(2), 4-12.

Joinson, A., McKenna, K., Postmes, T., &Reips, U. (2007). *The Oxford Handbook of Internet Psychology* (1era ed.). Great Britain: Oxford.

Katz, K. (1995). *Influencias del estrés y el apoyo social sobre la salud de una muestra de estudiantes de bachillerato* (Trabajo de Grado de licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Kelly, J. (1992). *Entrenamiento de las habilidades sociales* (3ra ed.). Bilbao: Desclée de Brouwer, S.A.

Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: métodos de investigación en ciencias sociales* (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

Khazaal, Y., Billieux, J., Thorens, G., Khan, R., Louati, Y., Scarlatti, E et al. (2008). French validation of the Internet Addiction Test. *CyberPsychology & Behavior,* 11(6), 703-706.

Krol, E. (1995). *Conéctate al mundo de Internet* (2da ed.). México: McGraw-Hill.

Lam, L., Peng, Z., Mai, J., & Jing, J. (2009). Factors associated with Internet addiction among adolescents. *CyberPsychology & Behavior*, 12(5), 551-555.

Lazarus, R., &Folkman, S. (1986). *Estrés y procesos cognitivos* (1ra ed.). Barcelona: Martínez Roca, libros universitarios y profesionales.

Martín, J., Núñez, J., Navarro, J., &Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg self-esteem scale: translation and validation in university students. *The Spanish Journal of Psychology,* 10(2), 458-467.

Martins, M., Käppler, K., Lima, J., Martins, P., & Geraldi, V. (2005). The Matson Evaluation of Social Skills with Youngsters (MESSY) and its Adaptation for

Brazilian children and adolescents. *Revista Interamericana de Psicología*, 39(2), 239-246.

Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. *Anuario de Psicologia,* 32(2), 13-30.

Moral, F. (2009). Internet como marco de comunicación e interacción social. *Revista científica de Educomunicación*, 32(16), 231-237.

Munteanu, A., Costea, I., Palos, R., &Jinaru, A. (2009). Psychological and behavior aspects regarding Internet addiction. *Annals of DAAAM,* 20(1), 1477-1478.

Muñoz, M.J., Navarro, M.E., & Ortega, N. (2003). Patrones de uso de Internet en población universitaria española. *Adicciones*, 15(2), 137-144.

Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the general health questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570.

Pacheco, A., & Suárez, L. (1997). *Diagrama de ruta del efecto de los factores sociodemográficos: Depresión y apoyo social sobre la autopercepción de la salud en estudiantes universitarios* (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Parsons, J. (2005). *An examination of massively multiplayer online role-playing games as a facilitator of Internet adiccition* (Tesis doctoral). The University of Iowa, Iowa, United States.

Peter, J., Valkenburg, P., & Schouten, A. (2005).Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet.*Cyberpsychology& Behavior,* 8(5), 423-430.

Pirone, J. (2000). Self-esteem, love, and the Internet: Is self-esteem a factor in choosing to pursue love through online communication?.*Colgate UniversityJournal of theSciences,* 1, 183-202.

Rideout, V., Foehr, U., & Roberts, D. (2010). Generation M^2 Media in the lives of 8-to 18-years-old: A Kaiser Family Foundation study. *The Henry J. Kaiser Family Foundation*, 1-79.

Roco, G. (2011, Marzo 28). Internet y sociedad: Un fenómeno emergente [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de www.ubiobio.cl/cps/ponencia/doc/p1.1.htm

Rojas, O., Antúnez, J., Gelado, J., del Moral, J., & Casas-Alatriste, R. (2007). *Web 2.0*(1ra ed.). Madrid: ESIC Editoriales.

Romaguera, F., & Uzcátegui, A. (2001). *Análisis de ruta del efecto del locus de control de salud: apoyo social y factores sociodemográficos sobre la salud física y percibida* (Trabajo de grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Smahel, D., Blinka, L., & Brown, B (2012).Associations between online friendship and Internet addiction among adolescents and emerging adults.*American PsychologicalAssociation,* 48(2), 381-388.

Taylor, S. (1999). *Health Psychology* (1ra ed.). Los Ángeles: Mc Graw Hill.

Tendencias Digitales (2012, Junio 02).La penetración de internet en Venezuela alcanza 40% de la población [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.tendenciasdigitales.com/1433/la-penetracion-de-internet-en-venezuela-alcanza-40-de-la-poblacion/

Trianes, M., Blanca, M., Muñoz, A., García, B., Cardelle-Elawar, M., & Infante, L. (2002). Relaciones entre evaluadores de la competencia social en preadolescentes: profesores, iguales y autoinformes. *Anales de psicología*, 18(2), 197-214.

Tsitsika, A., Critselis, E., Kormas, G., Filippopoulou, A., Tounissidou, D., Freskou, A., Spiliopoulou, T., Louizou, A., Konstantoulaki, E., &Kafetzis, D. (2009). Internet use and misuse: a multivariate regression analysis of the predictive factors of Internet use among greek adolescents. *Europeanjournal of pediatrics*, 16(8), 655-665.

Web 3.0 (2012, Junio 02). Web 3.0 Web semántica [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://web30websemantica.comuf.com/diferenciasweb3-0web2-0web1-0.htm

Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. (2010).Psychological predictors of young adults' Use of social networking sites.*Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173-177.

Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G., & Olson, J. (2002). *Psicología social* (1ra ed.). México: Thomson.

Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 1(3), 237-244.

Young, K. (2009). Internet Addiction: Diagnosis and Treatment Considerations. *Springer,* 39,241-246.

Young, K., &Nabuco, C. (2011). Internet Addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment (1era ed.) California: Wiley.

Yu-Chun,Y., Huei-Chen, K., Jo Yung-Wei, W., M.A., & Chung-Ping, C. (2008). Gender differences in relationships of actual and virtual social support to Internet addiction mediated through depressive symptoms among college students in Taiwan. *CyberPsychology&Behavior,* 11(4), 485-487.

ANEXO A

(Test de adicción al Internet de Young T.A.I)

Colegio:_____ Edad:____ Sexo: M F Año de escolaridad:___

A continuación se presentan una serie de afirmaciones con 5 opciones de respuesta. Usted deberá escoger sólo la que más se adapte a su realidad, responda según la frecuencia marcando con una equis "X" el número que corresponda: 0= no aplica; 1= rara vez; 2= ocasionalmente; 3= frecuentemente; 4= a menudo; y 5= siempre.

	0	1	2	3	4	5
1. Con qué frecuencia te das cuenta que permaneces conectado a Internet más tiempo del que planificaste.						
2. Con qué frecuencia haces a un lado obligaciones del hogar para estar conectado por más tiempo a Internet.						
3. Con qué frecuencia prefieres la emoción de Internet a la intimidad con tu pareja.						
4. Con qué frecuencia forma nuevas relaciones con otros usuarios en Internet.						
5. Con qué frecuencia personas cercanas a ti se quejan de la cantidad de tiempo que pasas conectado a Internet.						
6. Con qué frecuencia sus calificaciones o sus estudios se ven deteriorados por la cantidad de tiempo que pasas en línea.						
7. Con qué frecuencia chequeas tu correo electrónico antes de hacer cualquier otra cosa pendiente.						
8. Con qué frecuencia tu actividad laboral o tu productividad se ven deterioradas por causa del uso de Internet.						
9. Con qué frecuencia tomas una posición defensiva o de reserva de la información cuando alguien te pregunta acerca de lo que haces en Internet.						
10. Con qué frecuencia bloqueas tus preocupaciones con pensamientos agradables de Internet.						
11. Con qué frecuencia te descubres a ti mismo anticipando cuándo volverás a conectarte.						
12. Con qué frecuencia temes que la vida sin Internet sería aburrida, vacía e insatisfactoria.						
13. Con qué frecuencia te molestas, gritas o actúas agresivamente cuando alguien te interrumpe mientras estás conectado a Internet.						
14. Con qué frecuencia dejas de dormir por estar conectado en las noches						
15. Con qué frecuencia piensas en Internet cuando no estás en línea o fantaseas con estar en Internet.						
16. Con qué frecuencia te dices a ti mismo "sólo unos pocos minutos más" cuando te encuentras conectado a Internet.						
17. Con qué frecuencia fracasas al tratar de reducir la cantidad de tiempo que pasas conectado a Internet y no lo logras.						
18. Con qué frecuencia tratas de ocultar el tiempo que has estado conectado.						
19. Con qué frecuencia escoges pasar mayor tiempo conectado a Internet que salir con otros.						
20. Con qué frecuencia te sientes deprimido, de mal humor o nervioso cuando no estás en Internet, y esta sensación desaparece una vez que te conectas.						

ANEXO B

(Análisis estadísticos del Test de adicción al Internet de Young T.A.I. Estudio piloto)

Estadísticos de fiabilidad del Test de Adicción al Internet

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,870	,871	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1	23,71	169,838	,410	,254	,867
AI2	24,09	169,477	,482	,328	,864
AI3	26,24	183,188	,212	,115	,871
AI4	24,97	172,820	,385	,248	,867
AI5	24,97	164,312	,563	,418	,861
AI6	25,03	166,542	,562	,553	,861
AI7	25,30	178,079	,231	,102	,873
AI8	25,29	171,310	,493	,478	,864
AI9	25,10	170,117	,427	,248	,866
AI10	25,37	169,933	,461	,312	,865
AI11	25,48	167,523	,602	,448	,860
AI12	24,68	170,822	,376	,232	,868
AI13	25,57	170,104	,489	,319	,864
AI14	24,86	165,082	,531	,348	,862
AI15	25,88	171,989	,585	,444	,862
AI16	24,54	162,284	,564	,403	,861
AI17	25,12	161,335	,653	,535	,857
AI18	25,73	169,771	,520	,378	,863
AI19	26,16	178,963	,385	,319	,868
AI20	26,14	176,237	,450	,363	,866

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
26,54	187,624	13,698	20

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
AI1	2,83	1,463	353
AI2	2,44	1,309	353
AI3	,30	,691	353
AI4	1,57	1,297	353
AI5	1,57	1,466	353
AI6	1,51	1,332	353
AI7	1,24	1,282	353
AI8	1,25	1,160	353
AI9	1,43	1,397	353
AI10	1,17	1,326	353
AI11	1,06	1,199	353
AI12	1,86	1,485	353
AI13	,97	1,251	353
AI14	1,68	1,489	353
AI15	,65	,959	353
AI16	2,00	1,587	353
AI17	1,42	1,458	353
AI18	,81	1,209	353
AI19	,38	,782	353
AI20	,40	,887	353

Método de extracción de análisis de componentes principales (a1 un solo factor)

	Componente
	1
AI1	,468
AI2	,544
AI3	
AI4	,455
AI5	,625
AI6	,637
AI7	
AI8	,568
AI9	,492
AI10	,536
AI11	,672
AI12	,446
AI13	,560
AI14	,600
AI15	,667
AI16	,631
AI17	,726
AI18	,586
AI19	,466
AI20	,537

Varianza total explicada del Test de Adicción al Internet

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6,050	30,249	30,249	6,050	30,249	30,249
2	1,447	7,235	37,484			
3	1,181	5,907	43,390			
4	1,106	5,532	48,923			
5	1,031	5,156	54,079			
6	,934	4,669	58,748			
7	,910	4,551	63,299			
8	,904	4,522	67,821			
9	,822	4,112	71,933			
10	,781	3,906	75,839			
11	,644	3,222	79,061			
12	,614	3,071	82,132			
13	,569	2,844	84,976			
14	,526	2,629	87,606			
15	,517	2,584	90,189			
16	,470	2,350	92,540			
17	,453	2,264	94,803			
18	,429	2,146	96,950			
19	,342	1,711	98,660			
20	,268	1,340	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

ANEXO C

(Análisis estadísticos del Test de adicción al Internet de Young T.A.I. Estudio definitivo)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	697	100,0
	Excluidos[a]	0	,0
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,883	,886	20

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadí	Estadístic	Estadístic	Estadístic	Estadístico	Estadístic	Estadístic	Error t	Estadístic	Error
TotalAl	697	2,00	76,00	27,7834	14,82563	219,799	,766	,093	,216	,185
N válido	697									

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estad	Estadís	Estadís	Estadís	Estadís	Estadís	Estadís	Error típico	Estadístico	Error típico
AI1	697	0	5	2,92	1,449	2,099	-,260	,093	-,774	,185
AI2	697	0	5	2,51	1,359	1,848	,012	,093	-,777	,185
AI3	697	0	5	,40	,897	,804	2,852	,093	8,917	,185
AI4	697	0	5	1,49	1,346	1,811	,797	,093	-,074	,185
AI5	697	0	5	1,50	1,443	2,081	,830	,093	-,207	,185
AI6	697	0	5	1,62	1,395	1,945	,729	,093	-,228	,185
AI7	697	0	5	1,53	1,446	2,091	,909	,093	-,005	,185
AI8	697	0	5	1,38	1,210	1,465	,848	,093	,207	,185
AI9	697	0	5	1,48	1,420	2,017	,810	,093	-,199	,185
AI10	697	0	5	1,30	1,406	1,977	,937	,093	-,035	,185
AI11	697	0	5	1,15	1,272	1,617	1,036	,093	,356	,185
AI12	697	0	5	1,79	1,568	2,457	,610	,093	-,655	,185
AI13	697	0	5	1,01	1,242	1,542	1,282	,093	1,024	,185
AI14	697	0	5	1,61	1,532	2,348	,681	,093	-,643	,185
AI15	697	0	5	,69	1,022	1,045	1,774	,093	3,195	,185
AI16	697	0	5	2,03	1,628	2,652	,377	,093	-1,053	,185
AI17	697	0	5	1,50	1,489	2,216	,816	,093	-,313	,185
AI18	697	0	5	,90	1,281	1,642	1,475	,093	1,365	,185
AI19	697	0	5	,51	,952	,906	2,193	,093	4,716	,185
AI20	697	0	5	,47	,954	,910	2,586	,093	7,035	,185
N	697									

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AI1	24,86	199,674	,440	,260	,879
AI2	25,27	200,934	,442	,328	,879
AI3	27,38	209,805	,354	,212	,881
AI4	26,30	203,031	,390	,219	,881
AI5	26,28	197,341	,503	,333	,877
AI6	26,16	195,303	,578	,530	,874
AI7	26,25	207,650	,241	,091	,886
AI8	26,41	199,360	,555	,474	,876
AI9	26,30	199,147	,465	,251	,878
AI10	26,48	197,446	,516	,349	,876
AI11	26,64	196,439	,610	,419	,874
AI12	25,99	198,177	,434	,241	,880
AI13	26,77	199,394	,538	,354	,876
AI14	26,18	194,740	,531	,332	,876
AI15	27,09	201,340	,600	,452	,875
AI16	25,76	192,296	,550	,406	,875
AI17	26,28	191,051	,645	,520	,872
AI18	26,88	196,807	,594	,431	,874
AI19	27,28	206,773	,443	,381	,879
AI20	27,32	205,151	,503	,428	,878

ANEXO D

(Los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten, 2005)

Marque con una "X" cada cuanto emplea el Internet para cada uno de estos propósitos, siendo 0 "nunca", 1 "a veces", y 2 "a menudo".

	Nunca 0	A veces 1	A menudo 2
Para divertirme			
Para hablar con mis amigos de la vida real			
Porque todo el mundo lo hace			
Para mantenerme en contacto con mis amigos			
Por placer			
Porque puedo hablar más cómodamente			
Para ser miembro de algo			
Para llegar a conocer gente nueva			
Porque lo disfruto			
Para hablar con amigos que viven muy lejos			
Para tener algo que hacer			
Porque me atrevo a decir más			
Pata sentirme menos tímido/a			
Así no me aburro			
Para pertenecer a un grupo			
Para hacer nuevos amigos			
Para relajarme			
Pertenecer a mis amigos del chat			

ANEXO E

(Análisis estadísticos de los 18 propósitos de comunicación en línea o motivo de uso del Internet de Peter, Valkenburg y Schouten, 2005)

Estadísticos descriptivos MU entretenimiento

Estadísticos descriptivos MU mantenimiento de relaciones

	N	Rango	Mínimo	Máxim	Media	Desv. típ.	Asimetría		Curtosis	
	Estadís	Estadís	Estadísti	Estadís	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Error típico	Estadís	Error típico
MU2	697	2	0	2	1,35	,640	-,476	,093	-,680	,185
MU4	697	2	0	2	1,42	,603	-,501	,093	-,638	,185
MU10	697	2	0	2	1,50	,625	-,869	,093	-,276	,185
N válido	697									
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
MU17	697	2	0	2	,93	,704	,093	,093	-,978	,185
N válido	697									

Estadísticos descriptivos MU compensación social

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error típico	Estadístico	Error típico
MU6	697	2	0	2	,74	,699	,405	,093	-,911	,185
MU12	697	2	0	2	,40	,638	1,330	,093	,568	,185
MU13	697	2	0	2	,27	,539	1,919	,093	2,733	,185
N válido	697									

Estadísticos descriptivos inclusión social

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv.tip	Asimetría		Curtosis	
	Estadísti	Estadís	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Error típico	Estadís	Error típico
MU3	697	2	0	2	,22	,488	2,159	,093	3,907	,185
MU7	697	2	0	2	,29	,527	1,640	,093	1,793	,185
MU15	697	2	0	2	,19	,443	2,317	,093	4,776	,185
MU18	697	2	0	2	,36	,572	1,358	,093	,853	,185
N válido	697									

Estadísticos descriptivos MU conocer gente

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv.típ.	Asimetría		Curtosis	
	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Estadísti	Error típico	Estadísti	Error típico
MU8	697	2	0	2	,53	,638	,809	,093	-,389	,185
MU16	697	2	0	2	,53	,647	,816	,093	-,402	,185
N válido	697									

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
MUmantrel	697	,00	6,00	4,2697	1,42700
MUcompsol	697	,00	6,00	1,4103	1,47617
MUinclusol	697	,00	8,00	1,0560	1,42978
MUcongent	697	,00	4,00	1,0617	1,20484
MUent	697	1,00	12,00	6,8192	2,59232
N válido (según lista)	697				

Estadísticos de fiabilidad Motivo de uso entretenimiento

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,710	,713	6

Estadísticos de fiabilidad Motivo de uso Mantenimiento de relaciones

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,642	,644	3

Estadísticos de fiabilidad Motivo de uso Compensación social

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,683	,694	3

Estadísticos de fiabilidad Motivo de uso Inclusión social

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,655	,661	4

Estadísticos de fiabilidad Motivo de uso Conocer gente

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,861	,862	2

ANEXO F

(Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES))

A continuación se presentan una serie de enunciados relacionados a sentimientos generales acerca de sí mismo. Donde 1 se refiere a estar totalmente en desacuerdo con el enunciado planteado y 4 totalmente de acuerdo. Marque con una equis (X) el número que corresponda a ese sentimiento general de sí mismo.

	Total desacuerdo 1	En desacuerdo 2	En acuerdo 3	Total acuerdo 4
En general, estoy satisfecho conmigo mismo.				
A veces pienso que no soy bueno en nada.				
Tengo la sensación de que poseo algunas buenas cualidades.				
Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas.				
Siento que no tengo demasiadas cosas de las que sentirme orgulloso.				
A veces me siento realmente inútil.				
Tengo la sensación de que soy una persona de valía al menos igual que la mayoría de la gente.				
Ojalá me respetara más a mí mismo.				
En definitiva, tiendo a pensar que soy un fracaso.				
Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.				

ANEXO G

(Análisis estadísticos de la Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES). Estudio piloto)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	336	95,2
	Excluidos[a]	17	4,8
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,537	,696	10

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
A1	3,38	,672	336
A2	3,34	,805	336
A3	3,49	,593	336
A4	3,60	,585	336
A5	3,28	,874	336
A6	3,51	2,436	336
A7	2,87	1,003	336
A8	3,20	,992	336
A9	3,68	,682	336
A10	3,58	,608	336

Estadísticos de la escala de Autoestima de Rosenberg

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
33,92	21,898	4,680	10

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
A1	30,54	19,067	,406	,257	,484
A2	30,58	18,321	,425	,313	,470
A3	30,43	20,408	,212	,166	,521
A4	30,32	19,962	,305	,218	,506
A5	30,64	17,986	,424	,279	,465
A6	30,42	13,103	,162	,056	,663
A7	31,06	21,433	-,058	,037	,584
A8	30,72	18,780	,248	,204	,506
A9	30,25	18,533	,494	,372	,466
A10	30,34	18,911	,495	,381	,474

ANEXO H

(Análisis estadísticos de la Escala de autoestima de Rosenberg 1989 (RSES). Estudio definitivo)

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	679	97,4
Excluidos[a]	18	2,6
Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,746	,770	10

Estadísticos descriptivos

	N	Mínim	Máxim	Media	Desv.típ	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error típico	Estadístico	Error típico
TotalA	679	18,00	40,00	33,6848	4,37891	19,175	-,844	,094	,488	,187
N válido	679									

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadís	Estadístic	Estadístic	Estadístic	Estadístic	Estadístic	Estadístic	Error típico	Estadís	Error típico
A1	697	1	4	3,36	,702	,493	-,944	,093	,708	,185
A2	695	1	4	3,36	,795	,632	-1,019	,093	,181	,185
A3	696	1	4	3,49	,628	,394	-1,031	,093	,978	,185
A4	695	1	4	3,51	,657	,432	-1,227	,093	1,192	,185
A5	697	1	4	3,27	,881	,776	-1,025	,093	,168	,185
A6	696	1	4	3,36	,870	,756	-1,166	,093	,366	,185
A7	690	1	4	2,86	1,004	1,007	-,534	,093	-,773	,186
A8	692	1	4	3,27	,965	,931	-1,044	,093	-,155	,186
A9	697	1	4	3,66	,662	,439	-2,092	,093	4,014	,185
A10	697	1	4	3,55	,650	,423	-1,437	,093	1,988	,185
Nválid	679									

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
A1	30,32	15,965	,483	,274	,715
A2	30,32	15,448	,496	,293	,711
A3	30,20	17,053	,331	,191	,735
A4	30,17	16,218	,474	,290	,718
A5	30,41	15,125	,478	,279	,713
A6	30,33	14,863	,526	,412	,705
A7	30,82	17,880	,034	,042	,791
A8	30,42	15,653	,338	,194	,739
A9	30,02	15,623	,589	,423	,703
A10	30,14	15,879	,552	,335	,708

ANEXO I

(Cuestionario de Apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987)

A continuación se te presentan una serie de afirmaciones acerca de tus relaciones con las personas que te rodean, debes responder dichas afirmaciones marcando la opción que desees con una equis "X", ya sea nunca, muy poco, regular o mucho. Contesta en relación a tu caso particular y no como desearías que fuera. No hay respuestas correctas o incorrectas. Es importante que contestes TODAS las preguntas.

	Nunca	Muy poco	Regular	Mucho
1.Tengo amigos que me apoyarán sin importar lo que esté haciendo o como me siento.				
2. Cuando no tengo el apoyo de mi familia me siento más preocupado por lo que estoy viviendo.				
3.Pienso que la gente no necesita a otros y que uno puede solucionar las cosas por sí mismo.				
4.Puedo contar con los compañeros que viven cerca de mí para que me ayuden cuando me siento preocupado.				
5.Recibo apoyo por parte de mis padres.				
6.Soy miembro de un grupo social.				
7.Pido el apoyo de otros.				
8.Aunque me sienta muy mal mis amigos me hacen sentir alegre.				
9.Tengo en quien confiar.				
10.Mi familia me proporciona satisfacciones y un sentimiento de fortaleza.				
11.Las personas deberían poder contar con orientación religiosa para obtener apoyo.				
12. Creo en mí mismo y en mi habilidad para manejar situaciones nuevas sin la ayuda de otros.				
13.Cuando me siento bajo estrés hay gente a quien puedo recurrir para obtener ayuda.				
14.Mi relación con mis compañeros me hace sentir bien.				
15.Durante mi crecimiento siempre había gente a mí alrededor.				
16.Comparto actividades religiosas con mis compañeros.				
17.Para mí es importante contar con el apoyo de la comunicad religiosa a la cual pertenezco.				
18.Me siento bien cuando le pido ayuda a mi familia.				
19.Para mi es importante contar con el apoyo emocional de mis amigos.				
20.Siento que los que están cerca de mí me hacen sentir importante.				
21.Puedo recurrir a mis padres cuando tengo un problema.				
22.Me siento solo, como si no tuviera a nadie cerca.				
23.Los compañeros que están cerca de mí me hacen sentir que hay alguien que se preocupa por mí.				
24.Tengo amigos que me apoyan no importa lo que haga.				
25.Mis hermanos y hermanas (o familiares) me brindan apoyo				
26.Mis profesores me ayudan cuando lo necesito.				
27.Cuando tengo problemas me los guardo para mí mismo.				
28.En mi colegio prefiero trabajar en equipo.				

ANEXO J

(Análisis estadísticos del Cuestionario de Apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987. Estudio piloto)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	346	98,0
	Excluidos[a]	7	2,0
	Total	353	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,819	,833	28

Estadísticos total-elemento de la escala de Apoyo social percibido

	Media de escala si se elimina elemento	Varianza de la escala si se elimina elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS1	56,79	77,080	,459	,488	,809
AS2	58,20	83,474	-,084	,151	,833
AS3	57,99	78,846	,187	,193	,821
AS4	57,36	76,462	,365	,260	,812
AS5	56,66	78,041	,443	,502	,811
AS6	57,16	77,487	,258	,169	,818
AS7	57,66	77,014	,398	,293	,811
AS8	56,80	76,956	,467	,421	,809
AS9	56,69	76,702	,496	,404	,808
AS10	56,70	78,258	,378	,499	,812
AS11	57,80	77,675	,283	,483	,816
AS12	57,03	81,764	,061	,173	,822
AS13	57,06	75,991	,464	,340	,808
AS14	56,75	77,784	,459	,412	,810
AS15	56,68	79,071	,353	,250	,813
AS16	58,58	77,705	,319	,326	,814
AS17	58,27	77,349	,297	,516	,815
AS18	57,07	75,027	,523	,521	,806
AS19	56,91	77,572	,414	,363	,811
AS20	57,10	77,259	,402	,296	,811
AS21	56,85	76,735	,425	,529	,810
AS22	56,93	77,290	,323	,232	,814
AS23	57,01	75,840	,519	,443	,807
AS24	56,89	77,130	,421	,509	,810
AS25	57,19	75,415	,356	,215	,813
AS26	57,79	77,821	,290	,235	,815
AS27	57,95	77,108	,333	,215	,814
AS28	57,21	78,627	,245	,179	,817

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	349	98,9
	Excluidos[a]	4	1,1
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del primer componente de la escala de apoyo social percibido

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,729	,749	17

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS2	34,07	34,957	-,074	,098	,759
AS3	33,86	31,738	,222	,096	,728
AS9	32,56	31,678	,390	,306	,711
AS10	32,57	31,671	,414	,429	,710
AS11	33,67	31,170	,309	,433	,717
AS13	32,93	31,357	,351	,273	,713
AS14	32,62	32,104	,385	,363	,713
AS15	32,55	32,771	,302	,163	,719
AS17	34,14	30,912	,327	,447	,716
AS18	32,94	29,384	,578	,511	,691
AS19	32,78	31,989	,341	,281	,715
AS21	32,73	30,749	,442	,455	,705
AS23	32,89	31,088	,424	,398	,707
AS25	33,07	29,953	,353	,187	,713
AS26	33,66	31,611	,280	,190	,720
AS27	33,83	31,101	,329	,154	,715
AS28	33,09	32,231	,221	,154	,726

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
35,25	35,031	5,919	17

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	353	100,0
	Excluidos[a]	0	,0
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del segundo componente de la escala de Apoyo social percibido

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,727	,742	7

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS1	14,16	8,103	,556	,427	,672
AS4	14,71	7,866	,402	,171	,708
AS8	14,15	8,261	,506	,292	,682
AS20	14,46	8,590	,355	,158	,715
AS22	14,29	8,673	,241	,069	,749
AS23	14,37	7,927	,539	,320	,672
AS24	14,25	7,879	,564	,450	,667

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
16,73	10,657	3,265	7

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	351	99,4
	Excluidos[a]	2	,6
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del tercer componente de la escala de apoyo social percibido

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,541	,509	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS7	7,40	6,133	,173	,071	,544
AS11	7,53	4,775	,461	,411	,399
AS12	6,78	7,093	-,045	,019	,614
AS16	8,32	5,080	,442	,254	,417
AS17	8,01	4,577	,503	,439	,371
AS26	7,52	5,885	,184	,076	,544

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
9,11	7,373	2,715	6

Matriz de componentes rotados[a]

	Componente		
	1	2	3
AS1	,670		
AS2			-,439
AS3			,375
AS4	,491		
AS5		,793	
AS6	,347		
AS7	,444		
AS8	,679		
AS9	,656		
AS10		,743	
AS11			,749
AS12			-,348
AS13	,615		
AS14	,611		
AS15		,402	
AS16			,565
AS17		,304	,727
AS18		,732	
AS19	,555		
AS20	,528		
AS21		,801	
AS22		,324	
AS23	,694		
AS24	,690		
AS25		,479	
AS26		,425	
AS27		,365	
AS28	,326		

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

ANEXO K

(Análisis estadísticos del Cuestionario de Apoyo social de Dunn, Putallaz, Sheppard y Linston, 1987. Estudio definitivo)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	690	99,0
	Excluidos[a]	7	1,0
	Total	697	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach elementos tipificados	N de elementos
,829	,844	28

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS1	57,01	85,570	,439	,430	,822
AS2	58,44	92,493	-,113	,135	,843
AS3	58,19	86,794	,207	,157	,830
AS4	57,52	83,434	,424	,274	,821
AS5	56,91	85,842	,463	,464	,822
AS6	57,34	85,784	,256	,139	,829
AS7	57,84	85,093	,386	,236	,823
AS8	57,08	85,061	,463	,390	,821
AS9	56,94	84,653	,487	,366	,820
AS10	56,99	85,115	,450	,498	,821
AS11	58,03	85,741	,270	,478	,828
AS12	57,25	89,788	,088	,147	,832
AS13	57,28	83,730	,498	,331	,819
AS14	57,00	84,727	,543	,426	,819
AS15	56,91	86,777	,390	,261	,824
AS16	58,65	85,116	,307	,366	,826
AS17	58,44	84,726	,315	,529	,826
AS18	57,33	83,300	,494	,454	,819
AS19	57,15	85,420	,431	,334	,822
AS20	57,35	84,565	,449	,299	,821
AS21	57,14	84,219	,448	,512	,821
AS22	57,17	85,485	,325	,224	,825
AS23	57,30	83,237	,548	,427	,817
AS24	57,11	84,851	,463	,492	,821
AS25	57,34	83,360	,398	,241	,822
AS26	57,95	85,736	,293	,156	,827
AS27	58,26	85,761	,290	,154	,827
AS28	57,44	86,723	,238	,137	,829

Varianza total explicada

Comp	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulad
1	6,033	21,547	21,547	6,033	21,547	21,547	4,605	16,445	16,445
2	2,643	9,438	30,985	2,643	9,438	30,985	3,484	12,445	28,890
3	1,951	6,966	37,951	1,951	6,966	37,951	2,537	9,061	37,951
4	1,339	4,781	42,732						
5	1,180	4,213	46,945						
6	1,125	4,019	50,965						
7	1,097	3,919	54,883						
8	,932	3,328	58,211						
9	,897	3,204	61,415						
10	,875	3,126	64,542						
11	,793	2,832	67,373						
12	,765	2,733	70,107						
13	,727	2,597	72,704						
14	,704	2,513	75,217						
15	,678	2,421	77,638						
16	,630	2,248	79,886						
17	,609	2,175	82,061						
18	,597	2,132	84,193						
19	,572	2,042	86,235						
20	,542	1,935	88,170						
21	,498	1,779	89,950						
22	,494	1,765	91,715						
23	,486	1,736	93,451						
24	,436	1,558	95,009						
25	,386	1,377	96,386						
26	,372	1,330	97,716						
27	,337	1,205	98,921						
28	,302	1,079	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes rotados[a]

	Componente		
	1	2	3
AS1	,635		
AS2			-,459
AS3			
AS4	,548		
AS5		,777	
AS6	,333		
AS7	,405		,349
AS8	,694		
AS9	,621		
AS10		,780	
AS11			,768
AS12			
AS13	,608		
AS14	,638		
AS15		,481	
AS16			,656
AS17			,787
AS18		,667	,325
AS19	,588		
AS20	,560		
AS21		,798	
AS22		,375	
AS23	,665		
AS24	,681		
AS25		,475	
AS26		,332	
AS27			
AS28	,305		

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

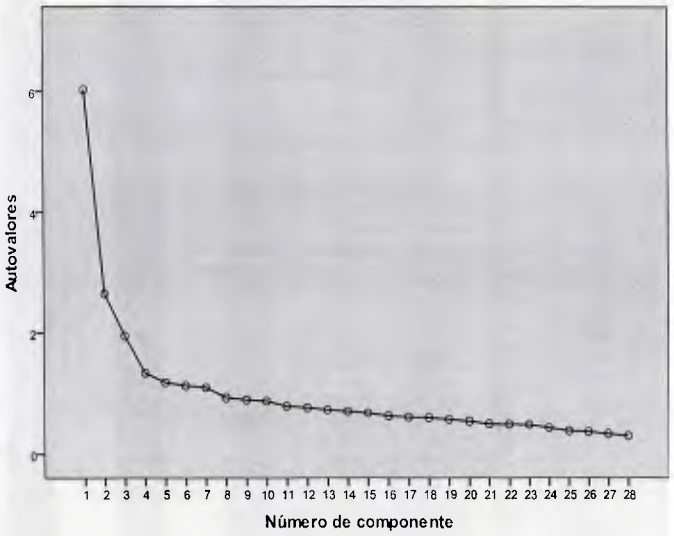
Matriz de transformación de las componentes

Component	1	2	3
1	,773	,585	,244
2	-,557	,441	,704
3	-,304	,680	-,667

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Gráfico de sedimentación



Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	695	99,7
	Excluidos[a]	2	,3
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad factor 1 (apoyo de amigos y cercanos)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,827	,839	13

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
AS1	2,60	,656	695
AS4	2,08	,912	695
AS6	2,27	,969	695
AS7	1,77	,791	695
AS8	2,53	,680	695
AS9	2,66	,691	695
AS13	2,33	,769	695
AS14	2,60	,622	695
AS19	2,46	,684	695
AS20	2,25	,755	695
AS23	2,31	,754	695
AS24	2,49	,704	695
AS28	2,16	,873	695

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS1	27,92	28,117	,519	,417	,812
AS4	28,43	26,808	,478	,255	,815
AS6	28,25	28,331	,280	,096	,834
AS7	28,75	28,266	,388	,183	,821
AS8	27,99	27,596	,574	,370	,808
AS9	27,85	27,823	,529	,338	,811
AS13	28,18	27,310	,529	,302	,811
AS14	27,91	27,950	,581	,385	,809
AS19	28,06	28,100	,495	,287	,814
AS20	28,26	27,743	,483	,267	,814
AS23	28,21	26,914	,598	,413	,805
AS24	28,02	27,508	,563	,468	,809
AS28	28,36	28,881	,268	,113	,832

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	695	99,7
	Excluidos[a]	2	,3
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad factor 2 (apoyo familiar)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,752	,770	8

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
AS5	2,69	,607	695
AS10	2,61	,695	695
AS15	2,70	,579	695
AS18	2,27	,823	695
AS21	2,47	,792	695
AS22	2,44	,853	695
AS25	2,26	,967	695
AS26	1,66	,886	695

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS5	16,41	11,596	,604	,451	,707
AS10	16,49	11,115	,617	,476	,699
AS15	16,41	12,573	,377	,176	,740
AS18	16,83	10,758	,560	,381	,704
AS21	16,64	10,630	,620	,490	,693
AS22	16,66	12,169	,262	,098	,763
AS25	16,84	10,923	,407	,191	,739
AS26	17,44	11,922	,286	,111	,760

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	695	99,7
	Excluidos[a]	2	,3
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad factor 3 (apoyo religioso)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,465	,460	4

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
AS2	1,17	,941	695
AS11	1,58	,942	695
AS16	,95	,944	695
AS17	1,16	,975	695

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
AS2	3,69	5,734	-,238	,064	,786
AS11	3,28	3,076	,479	,440	,170
AS16	3,90	3,083	,474	,317	,175
AS17	3,69	2,815	,545	,496	,081

ANEXO L

(Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY))

Se te presenta una serie de afirmaciones a las cuales deberás responder colocando una equis "X" sobre el número que mejor represente si la frase describe tu forma de ser o comportarte generalmente, donde 1 significa "nunca", 2 "a veces", 3 "a menudo" y 4 "siempre".

	Nunca 1	A veces 2	A menudo 3	Siempre 4
1. Suelo hacer reír a los demás.				
2. Amenazo a la gente o me porto como un matón				
3. Me enfado con facilidad.				
4. Soy un mandón (le digo a la gente lo que tiene que hacer en lugar de preguntar/pedir).				
5. Critico o me quejo con frecuencia.				
6. Interrumpo a los demás cuando están hablando.				
7. Cojo cosas que no son mías sin permiso.				
8. Me gusta presumir ante los demás de las cosas que tengo.				
9. Miro a la gente cuando hablo con ella.				
10. Tengo muchos amigos/as				
11. Pego cuando estoy furioso.				
12. Ayudo a un amigo que está herido.				
13. Doy ánimo a un amigo que está triste.				
14. Miro con desprecio a otros compañeros.				
15. Me enfado y me pongo celoso cuando a otras personas les va bien las cosas				
16. Me siento feliz cuando otra persona está bien.				
17. Me gusta sacar defectos y fallos a los demás.				
18. Siempre quiero ser el primero.				
19. Rompo mis promesas.				
20. Alabo a la gente que me gusta.				
21. Miento para conseguir algo que quiero.				
22. Molesto a la gente para enfadarla.				
23. Me dirijo a la gente y entablo conversación.				
24. Digo "gracias" y soy feliz cuando la gente hace algo por mí.				
25. Me gusta estar solo.				
26. Temo hablarle a la gente.				
27. Guardo bien los secretos.				
28. Sé cómo hacer amigos.				
29. Hiero los sentimientos de los demás a propósito.				
30. Me burlo de los demás.				
31. Doy la cara por mis amigos.				
32. Miro a la gente cuando está hablando.				
33. Creo que lo sé todo.				
34. Comparto lo que tengo con otros.				
35. Soy testarudo.				

36. Actúo como si fuera mejor que los demás.				
37. Muestro mis sentimientos.				
38. Pienso que la gente me critica cuando en realidad no lo hace.				
39. Hago ruidos que molestan a los otros (eructar, sonarse…).				
40. Cuido las cosas de los demás como si fueran mías.				
41. Hablo demasiado fuerte.				
42. Llamo a la gente por sus nombres.				
43. Pregunto si puedo ayudar				
44. Me siento bien si ayudo a alguien.				
45. Intento ser mejor que los demás.				
46. Hago preguntas cuando hablo con los demás.				
47. Veo a menudo a mis amigos.				
48. Juego solo.				
49. Me siento solo.				
50. Me pongo triste cuando ofendo a alguien.				
51. Me gusta ser el líder.				
52. Participo en los juegos con otros adolescentes.				
53. Me meto en peleas con frecuencia.				
54. Me siento celoso de otras personas.				
55. Hago cosas buenas por la gente que se porta bien conmigo.				
56. Pregunto a los demás cómo están, qué hacen…				
57. Me quedo en casa de la gente tanto tiempo, que casi me tienen que echar.				
58. Explico las cosas más veces de las necesarias.				
59. Me río de los chistes e historias divertidas que cuentan los demás.				
60. Pienso que ganar es lo más importante.				
61. Suelo molestar a mis compañeros porque les tomo el pelo.				
62. Me vengo de quien me ofende.				

ANEXO M

(Análisis estadísticos de la Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY). Estudio piloto)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	340	96,3
	Excluidos[a]	13	3,7
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,852	,851	62

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
149,24	236,942	15,393	62

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS1	146,19	230,263	,282	,849
HS2	147,94	230,395	,343	,849
HS3	147,09	230,128	,259	,850
HS4	147,51	226,416	,448	,847
HS5	147,11	227,830	,367	,848
HS6	147,54	230,751	,289	,849
HS7	147,86	230,943	,305	,849
HS8	147,84	230,925	,298	,849
HS9	145,76	233,004	,143	,852
HS10	145,90	235,439	,042	,853
HS11	147,63	229,738	,269	,850
HS12	145,62	231,929	,242	,850
HS13	145,54	233,123	,191	,851
HS14	147,74	231,477	,243	,850
HS15	147,78	232,749	,196	,851
HS16	145,89	232,679	,162	,851
HS17	147,55	227,027	,397	,847
HS18	146,59	224,184	,387	,847
HS19	147,72	233,941	,131	,852
HS20	146,84	226,771	,312	,849
HS21	147,55	229,257	,321	,849
HS22	147,54	226,031	,401	,847
HS23	146,30	228,731	,303	,849
HS24	145,58	231,289	,284	,849
HS25	147,32	230,784	,209	,851
HS26	147,64	234,484	,091	,852
HS27	145,80	236,802	-,020	,855
HS28	146,07	232,057	,173	,851
HS29	147,98	231,053	,320	,849
HS30	147,31	226,835	,357	,848
HS31	145,88	230,924	,226	,850
HS32	145,72	234,072	,105	,852
HS33	147,39	226,068	,397	,847
HS34	146,21	232,221	,187	,851
HS35	147,00	227,540	,292	,849
HS36	147,56	226,170	,428	,847
HS37	146,53	231,749	,174	,851

HS38	147,26	228,251	,334	,848
HS39	147,89	230,515	,269	,850
HS40	146,02	231,613	,161	,852
HS41	147,08	226,209	,371	,848
HS42	146,02	234,725	,063	,853
HS43	146,21	229,652	,251	,850
HS44	145,73	230,983	,249	,850
HS45	146,57	224,523	,378	,847
HS46	146,14	227,166	,415	,847
HS47	145,70	233,780	,141	,851
HS48	147,56	230,165	,250	,850
HS49	147,71	231,610	,216	,850
HS50	146,81	233,953	,074	,854
HS51	146,69	221,186	,487	,845
HS52	146,16	231,568	,184	,851
HS53	147,85	230,039	,324	,849
HS54	147,61	229,814	,307	,849
HS55	145,74	228,574	,376	,848
HS56	145,75	231,007	,247	,850
HS57	147,70	230,622	,226	,850
HS58	147,00	226,705	,344	,848
HS59	145,68	232,632	,180	,851
HS60	146,86	225,298	,375	,847
HS61	147,31	224,326	,427	,846
HS62	147,25	224,204	,410	,847

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	345	97,7
	Excluidos[a]	8	2,3
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del primer componente de la escala de Habilidades sociales

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,855	,859	22

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS2	36,35	64,833	,486	,348	,848
HS3	35,50	64,977	,333	,282	,852
HS4	35,92	63,307	,501	,341	,846
HS5	35,52	63,146	,498	,342	,846
HS6	35,94	65,634	,354	,243	,851
HS7	36,27	65,599	,394	,251	,850
HS8	36,25	65,327	,412	,263	,850
HS11	36,04	63,966	,408	,353	,850
HS14	36,16	65,047	,399	,268	,850
HS17	35,95	62,509	,544	,405	,844
HS19	36,12	66,226	,303	,242	,853
HS21	35,95	63,948	,453	,325	,848
HS22	35,95	61,524	,577	,446	,843
HS29	36,39	64,842	,508	,359	,847
HS30	35,72	61,924	,523	,396	,845
HS35	35,41	63,655	,341	,235	,853
HS38	35,67	65,518	,286	,219	,854
HS39	36,29	64,532	,411	,349	,850
HS41	35,48	64,582	,312	,196	,854
HS53	36,26	64,582	,459	,366	,848
HS61	35,72	62,559	,444	,378	,849
HS62	35,65	61,419	,500	,318	,846

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	350	99,2
	Excluidos[a]	3	,8
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del segundo componente de la escala de Habilidades sociales

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,835	,845	26

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS1	80,07	77,230	,224	,200	,834
HS9	79,65	75,574	,326	,405	,831
HS12	79,52	74,663	,505	,445	,826
HS13	79,44	75,175	,483	,411	,826
HS16	79,79	74,012	,464	,329	,826
HS20	80,73	74,529	,300	,183	,833
HS23	80,19	74,501	,382	,374	,829
HS24	79,47	74,474	,547	,430	,825
HS27	79,70	76,543	,240	,126	,834
HS28	79,95	75,453	,321	,386	,831
HS31	79,79	73,709	,451	,314	,826
HS32	79,61	75,556	,351	,430	,830
HS34	80,10	75,216	,380	,232	,829
HS37	80,41	75,044	,331	,212	,831
HS40	79,93	74,447	,326	,217	,832
HS42	79,93	76,196	,262	,172	,834
HS43	80,10	72,308	,517	,404	,823
HS44	79,62	72,883	,584	,470	,822
HS46	80,03	75,850	,325	,221	,831
HS47	79,59	76,557	,318	,260	,831
HS50	80,71	75,783	,239	,285	,835
HS52	80,04	75,640	,292	,267	,832
HS55	79,64	73,286	,568	,393	,823
HS56	79,65	73,879	,493	,350	,825
HS58	80,89	76,817	,185	,199	,837
HS59	79,57	74,767	,448	,272	,827

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	350	99,2
	Excluidos[a]	3	,8
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad del tercer componente de la escala de Habilidades sociales

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,772	,762	8

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS15	15,34	17,966	,238	,091	,778
HS18	14,14	13,970	,619	,443	,718
HS33	14,95	15,496	,517	,320	,740
HS36	15,12	15,241	,620	,427	,725
HS45	14,12	14,333	,567	,378	,729
HS51	14,25	14,401	,549	,383	,733
HS57	15,27	18,257	,108	,028	,801
HS60	14,41	14,730	,551	,331	,733

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	352	99,7
	Excluidos[a]	1	,3
	Total	353	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,410	,400	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS10	8,36	6,064	-,357	,158	,642
HS25	9,80	3,472	,353	,227	,251
HS26	10,10	3,936	,299	,202	,305
HS48	10,03	3,603	,353	,243	,259
HS49	10,17	3,631	,415	,274	,229
HS54	10,05	4,026	,251	,083	,333

ANEXO N

(Análisis estadísticos de la Escala de evaluación de las habilidades sociales en jóvenes de Matson, 1983 (MESSY). Estudio definitivo)

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	685	98,3
	Excluidos[a]	12	1,7
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad habilidades sociales

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,848	,845	62

Estadísticos de resumen de los elementos

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo/mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de los elementos	2,457	1,331	3,654	2,323	2,745	,596	62
Varianzas de los elementos	,662	,399	1,062	,663	2,661	,027	62

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS1	149,26	241,971	,232	,846
HS2	150,94	239,103	,361	,844
HS3	150,18	240,913	,245	,846
HS4	150,48	235,633	,461	,842
HS5	150,13	237,711	,368	,844
HS6	150,55	238,403	,391	,844
HS7	150,88	240,468	,310	,845
HS8	150,88	240,093	,336	,845
HS9	148,89	244,560	,102	,849
HS10	149,00	244,339	,118	,848
HS11	150,64	238,565	,309	,845
HS12	148,73	244,459	,134	,848
HS13	148,68	245,320	,100	,848
HS14	150,72	239,577	,320	,845
HS15	150,78	241,315	,267	,846
HS16	149,01	245,181	,081	,849
HS17	150,61	237,930	,371	,844
HS18	149,65	235,080	,372	,844
HS19	150,74	242,118	,228	,846
HS20	149,89	237,521	,296	,845
HS21	150,62	239,924	,304	,845
HS22	150,57	236,693	,385	,844
HS23	149,34	239,291	,304	,845
HS24	148,69	242,996	,216	,847
HS25	150,31	241,631	,198	,847
HS26	150,72	244,509	,111	,848
HS27	148,96	248,624	-,062	,852
HS28	149,12	242,745	,173	,847
HS29	151,00	239,522	,379	,844
HS30	150,40	237,732	,355	,844
HS31	148,94	242,317	,200	,847
HS32	148,82	244,980	,093	,849
HS33	150,36	235,253	,430	,843

HS34	149,28	243,172	,170	,847
HS35	150,04	236,693	,335	,844
HS36	150,58	234,183	,506	,841
HS37	149,64	243,141	,142	,848
HS38	150,29	238,615	,322	,845
HS39	150,88	238,991	,325	,845
HS40	149,12	243,722	,113	,849
HS41	150,10	236,372	,357	,844
HS42	149,10	244,980	,083	,849
HS43	149,21	241,646	,211	,847
HS44	148,81	242,851	,196	,847
HS45	149,61	234,279	,410	,843
HS46	149,22	239,222	,346	,844
HS47	148,79	244,878	,114	,848
HS48	150,55	239,716	,276	,846
HS49	150,81	243,998	,136	,848
HS50	149,86	244,053	,093	,849
HS51	149,61	232,490	,450	,842
HS52	149,23	242,047	,186	,847
HS53	150,85	237,804	,384	,844
HS54	150,62	238,881	,339	,845
HS55	148,82	242,226	,233	,846
HS56	148,89	243,550	,161	,847
HS57	150,72	239,574	,265	,846
HS58	150,04	236,697	,359	,844
HS59	148,77	244,822	,112	,848
HS60	149,97	237,805	,320	,845
HS61	150,32	234,420	,432	,842
HS62	150,24	235,757	,374	,844

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	690	99,0
	Excluidos[a]	7	1,0
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad factor 1 (HS)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,876	,880	22

Estadísticos total-elemento primer factor (agresividad/comportamiento antisocial)

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS2	37,92	81,272	,536	,385	,868
HS3	37,16	82,845	,358	,258	,874
HS4	37,45	80,332	,536	,360	,868
HS5	37,11	81,128	,470	,342	,870
HS6	37,53	81,893	,484	,320	,870
HS7	37,86	82,280	,473	,305	,870
HS8	37,86	82,954	,428	,230	,871
HS11	37,62	80,550	,475	,372	,870
HS14	37,70	81,331	,501	,308	,869
HS17	37,59	80,634	,522	,326	,869
HS19	37,72	82,757	,423	,263	,872
HS21	37,59	81,423	,490	,340	,870
HS22	37,55	79,502	,552	,421	,867
HS29	37,98	81,171	,603	,448	,867
HS30	37,38	80,140	,522	,375	,868
HS35	37,02	81,605	,352	,204	,875
HS38	37,27	83,741	,280	,180	,876
HS39	37,86	81,510	,456	,304	,871
HS41	37,07	82,494	,312	,172	,876
HS53	37,83	80,843	,521	,376	,869
HS61	37,30	79,545	,500	,384	,869
HS62	37,21	79,959	,461	,257	,871

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	694	99,6
	Excluidos[a]	3	,4
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad factor 2 (HS)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,844	,854	26

Estadísticos total-elemento segundo factor (Habilidades sociales/asertividad)

	Media escala si se elimina el elemento	Varianza escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbachelimina el elemento
HS1	80,51	81,197	,263	,179	,842
HS9	80,15	79,603	,347	,368	,840
HS12	79,99	78,437	,530	,455	,834
HS13	79,95	78,871	,522	,433	,835
HS16	80,27	77,869	,493	,347	,834
HS20	81,15	79,621	,251	,116	,845
HS23	80,59	78,608	,402	,337	,838
HS24	79,95	78,765	,529	,333	,834
HS27	80,22	81,227	,215	,119	,844
HS28	80,38	79,757	,331	,341	,840
HS31	80,21	77,561	,507	,343	,834
HS32	80,08	79,688	,370	,387	,839
HS34	80,55	78,866	,429	,250	,837
HS37	80,89	78,886	,359	,186	,839
HS40	80,39	78,581	,355	,213	,840
HS42	80,37	79,901	,318	,156	,841
HS43	80,47	77,228	,501	,363	,834
HS44	80,07	77,361	,581	,435	,832
HS46	80,48	79,534	,381	,194	,838
HS47	80,05	80,011	,391	,277	,838
HS50	81,13	80,468	,221	,196	,845
HS52	80,48	79,223	,342	,272	,840
HS55	80,09	78,018	,542	,369	,833
HS56	80,15	78,047	,513	,338	,834
HS58	81,31	82,580	,102	,112	,850
HS59	80,03	79,495	,425	,227	,837

Estadísticos de fiabilidad (factor 3)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,764	,760	8

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	694	99,6
	Excluidos[a]	3	,4
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos total-elemento soberbia tercer factor (vanidad/soberbia)

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS15	15,86	18,099	,256	,117	,769
HS18	14,73	14,600	,584	,409	,715
HS33	15,46	15,634	,535	,337	,726
HS36	15,66	15,430	,621	,420	,713
HS45	14,69	14,952	,550	,369	,722
HS51	14,70	15,068	,503	,338	,732
HS57	15,82	18,270	,143	,059	,791
HS60	15,06	15,544	,519	,286	,729

Estadísticos de fiabilidad (factor 4)

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,477	,463	6

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	696	99,9
	Excluidos[a]	1	,1
	Total	697	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos total-elemento cuarto factor (soledad/ansiedad social)

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
HS10	8,66	6,998	-,321	,137	,676
HS25	10,00	4,263	,357	,221	,359
HS26	10,39	4,624	,329	,209	,384
HS48	10,23	4,017	,457	,258	,295
HS49	10,48	4,443	,416	,303	,338
HS54	10,29	4,582	,319	,128	,387

ANEXO Ñ

(Análisis estadísticos descriptivos de las variables de estudio)

Estadísticos descriptivos

	N	Mínim	Máxim	Media	Desv.típ	Asimetría		Curtosis	
	Esta	Estadís	Estadís	Estadís	Estadís	Estadís	Error típico	Estadís	Error típico
Sexo	697	0	1	,60	,491	-,390	,093	-1,854	,185
Edad	697	14	19	16,40	,820	,156	,093	,062	,185
AdicciónInter	697	2,00	76,00	27,7834	14,8256	,766	,093	,216	,185
MUmant	697	,00	6,00	4,2697	1,42700	-,518	,093	-,319	,185
MUcompe	697	,00	6,00	1,4103	1,47617	1,160	,093	,868	,185
MUinclusión	697	,00	8,00	1,0560	1,42978	1,584	,093	2,545	,185
MUconocerg	697	,00	4,00	1,0617	1,20484	,801	,093	-,351	,185
MUentreten	697	1,00	12,00	6,8192	2,59232	,008	,093	-,606	,185
Autoestima	679	18,00	40,00	33,6848	4,37891	-,844	,094	,488	,187
Apoyo familiar	684	11,00	42,00	33,3626	5,10391	-,842	,093	,823	,187
Apoyosociala/c	695	5,00	24,00	19,1022	3,80235	-1,092	,093	1,014	,185
Apoyoreligioso	695	,00	11,00	4,8518	2,35524	,185	,093	-,507	,185
Habilsociales	684	90,00	211,00	152,339	15,7497	,141	,093	,599	,187
N válido	663								

Estadísticos descriptivos de Adicción al Internet

N	Válidos	697
	Perdidos	0
Media		27,7834
Desv. típ.		14,82563
Asimetría		,766
Error típ. de asimetría		,093
Curtosis		,216
Error típ. de curtosis		,185
Mínimo		2,00
Máximo		76,00

TOTAL Adicción Internet

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2,00	2	,3	,3	,3
3,00	6	,9	,9	1,1
4,00	4	,6	,6	1,7
5,00	8	1,1	1,1	2,9
6,00	6	,9	,9	3,7
7,00	11	1,6	1,6	5,3
8,00	11	1,6	1,6	6,9
9,00	11	1,6	1,6	8,5
10,00	9	1,3	1,3	9,8
11,00	11	1,6	1,6	11,3
12,00	7	1,0	1,0	12,3
13,00	14	2,0	2,0	14,3
14,00	19	2,7	2,7	17,1
15,00	16	2,3	2,3	19,4
16,00	21	3,0	3,0	22,4
17,00	31	4,4	4,4	26,8
18,00	19	2,7	2,7	29,6
19,00	24	3,4	3,4	33,0
20,00	23	3,3	3,3	36,3
21,00	24	3,4	3,4	39,7
22,00	23	3,3	3,3	43,0
23,00	12	1,7	1,7	44,8
24,00	21	3,0	3,0	47,8
25,00	24	3,4	3,4	51,2
26,00	28	4,0	4,0	55,2
27,00	21	3,0	3,0	58,2
28,00	12	1,7	1,7	60,0
29,00	18	2,6	2,6	62,6
30,00	13	1,9	1,9	64,4
31,00	14	2,0	2,0	66,4
32,00	16	2,3	2,3	68,7
33,00	8	1,1	1,1	69,9
34,00	16	2,3	2,3	72,2
35,00	7	1,0	1,0	73,2
36,00	12	1,7	1,7	74,9

37,00	10	1,4	1,4	76,3
38,00	7	1,0	1,0	77,3
39,00	14	2,0	2,0	79,3
40,00	8	1,1	1,1	80,5
41,00	10	1,4	1,4	81,9
42,00	8	1,1	1,1	83,1
43,00	8	1,1	1,1	84,2
44,00	7	1,0	1,0	85,2
45,00	9	1,3	1,3	86,5
46,00	6	,9	,9	87,4
47,00	6	,9	,9	88,2
48,00	6	,9	,9	89,1
49,00	3	,4	,4	89,5
50,00	9	1,3	1,3	90,8
51,00	7	1,0	1,0	91,8
52,00	5	,7	,7	92,5
53,00	8	1,1	1,1	93,7
54,00	4	,6	,6	94,3
55,00	4	,6	,6	94,8
56,00	3	,4	,4	95,3
57,00	4	,6	,6	95,8
58,00	5	,7	,7	96,6
60,00	2	,3	,3	96,8
61,00	1	,1	,1	97,0
62,00	1	,1	,1	97,1
63,00	1	,1	,1	97,3
64,00	3	,4	,4	97,7
65,00	1	,1	,1	97,8
66,00	2	,3	,3	98,1
67,00	4	,6	,6	98,7
69,00	2	,3	,3	99,0
70,00	1	,1	,1	99,1
71,00	2	,3	,3	99,4
73,00	3	,4	,4	99,9
76,00	1	,1	,1	100,0
Total	697	100,0	100,0	

Motivo de uso entretenimiento

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válidos	1,00	8	1,1	1,1	1,1
	2,00	27	3,9	3,9	5,0
	3,00	40	5,7	5,7	10,8
	4,00	68	9,8	9,8	20,5
	5,00	73	10,5	10,5	31,0
	6,00	103	14,8	14,8	45,8
	7,00	94	13,5	13,5	59,3
	8,00	103	14,8	14,8	74,0
	9,00	69	9,9	9,9	83,9
	10,00	45	6,5	6,5	90,4
	11,00	41	5,9	5,9	96,3
	12,00	26	3,7	3,7	100,0
	Total	697	100,0	100,0	

Motivo de uso mantenimiento de relaciones

		Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
Válidos	,00	6	,9	,9	,9
	1,00	24	3,4	3,4	4,3
	2,00	35	5,0	5,0	9,3
	3,00	152	21,8	21,8	31,1
	4,00	153	22,0	22,0	53,1
	5,00	148	21,2	21,2	74,3
	6,00	179	25,7	25,7	100,0
	Total	697	100,0	100,0	

Motivo de uso compensación social

		Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
Válidos	,00	230	33,0	33,0	33,0
	1,00	214	30,7	30,7	63,7
	2,00	108	15,5	15,5	79,2
	3,00	75	10,8	10,8	90,0
	4,00	37	5,3	5,3	95,3
	5,00	18	2,6	2,6	97,8
	6,00	15	2,2	2,2	100,0
	Total	697	100,0	100,0	

Motivo de uso inclusión social

		Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
Válidos	,00	353	50,6	50,6	50,6
	1,00	148	21,2	21,2	71,9
	2,00	89	12,8	12,8	84,6
	3,00	52	7,5	7,5	92,1
	4,00	35	5,0	5,0	97,1
	5,00	11	1,6	1,6	98,7
	6,00	6	,9	,9	99,6
	7,00	1	,1	,1	99,7
	8,00	2	,3	,3	100,0
	Total	697	100,0	100,0	

Motivo de uso conocer gente

		Frecuencia	Porcentaje	%válido	%acumulado
Válidos	,00	336	48,2	48,2	48,2
	1,00	94	13,5	13,5	61,7
	2,00	192	27,5	27,5	89,2
	3,00	38	5,5	5,5	94,7
	4,00	37	5,3	5,3	100,0
	Total	697	100,0	100,0	

TOTAL Autoestima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18,00	2	,3	,3	,3
	19,00	1	,1	,1	,4
	20,00	2	,3	,3	,7
	21,00	2	,3	,3	1,0
	22,00	5	,7	,7	1,8
	23,00	11	1,6	1,6	3,4
	24,00	6	,9	,9	4,3
	25,00	9	1,3	1,3	5,6
	26,00	10	1,4	1,5	7,1
	27,00	17	2,4	2,5	9,6
	28,00	20	2,9	2,9	12,5
	29,00	29	4,2	4,3	16,8
	30,00	32	4,6	4,7	21,5
	31,00	34	4,9	5,0	26,5
	32,00	50	7,2	7,4	33,9
	33,00	57	8,2	8,4	42,3
	34,00	56	8,0	8,2	50,5
	35,00	60	8,6	8,8	59,4
	36,00	83	11,9	12,2	71,6
	37,00	57	8,2	8,4	80,0
	38,00	55	7,9	8,1	88,1
	39,00	43	6,2	6,3	94,4
	40,00	38	5,5	5,6	100,0
	Total	679	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	18	2,6		
Total		697	100,0		

Apoyo social familiar

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válidos	11,00	1	,1	,1	,1
	14,00	1	,1	,1	,3
	15,00	1	,1	,1	,4
	16,00	1	,1	,1	,6
	17,00	3	,4	,4	1,0
	18,00	1	,1	,1	1,2
	19,00	2	,3	,3	1,5
	20,00	1	,1	,1	1,6
	21,00	3	,4	,4	2,0
	22,00	6	,9	,9	2,9
	23,00	8	1,1	1,2	4,1
	24,00	9	1,3	1,3	5,4
	25,00	19	2,7	2,8	8,2
	26,00	13	1,9	1,9	10,1
	27,00	19	2,7	2,8	12,9
	28,00	21	3,0	3,1	15,9
	29,00	43	6,2	6,3	22,2
	30,00	32	4,6	4,7	26,9
	31,00	38	5,5	5,6	32,5
	32,00	45	6,5	6,6	39,0
	33,00	34	4,9	5,0	44,0
	34,00	50	7,2	7,3	51,3
	35,00	60	8,6	8,8	60,1
	36,00	63	9,0	9,2	69,3
	37,00	55	7,9	8,0	77,3
	38,00	55	7,9	8,0	85,4
	39,00	50	7,2	7,3	92,7
	40,00	20	2,9	2,9	95,6
	41,00	22	3,2	3,2	98,8
	42,00	8	1,1	1,2	100,0
	Total	684	98,1	100,0	
Perdidos	Sistema	13	1,9		
Total		697	100,0		

Apoyo social de amigos y cercanos

		Frecuencia	Porcentaje	%válido	% acumulado
Válidos	5,00	2	,3	,3	,3
	6,00	4	,6	,6	,9
	7,00	1	,1	,1	1,0
	8,00	3	,4	,4	1,4
	9,00	7	1,0	1,0	2,4
	10,00	11	1,6	1,6	4,0
	11,00	6	,9	,9	4,9
	12,00	15	2,2	2,2	7,1
	13,00	17	2,4	2,4	9,5
	14,00	26	3,7	3,7	13,2
	15,00	16	2,3	2,3	15,5
	16,00	37	5,3	5,3	20,9
	17,00	42	6,0	6,0	26,9
	18,00	62	8,9	8,9	35,8
	19,00	69	9,9	9,9	45,8
	20,00	72	10,3	10,4	56,1
	21,00	88	12,6	12,7	68,8
	22,00	92	13,2	13,2	82,0
	23,00	78	11,2	11,2	93,2
	24,00	47	6,7	6,8	100,0
	Total	695	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	,3		
Total		697	100,0		

Apoyo social religioso

		Frecuencia	Porcentaje	% válido	%acumulado
Válidos	,00	11	1,6	1,6	1,6
	1,00	38	5,5	5,5	7,1
	2,00	80	11,5	11,5	18,6
	3,00	85	12,2	12,2	30,8
	4,00	97	13,9	14,0	44,7
	5,00	109	15,6	15,7	60,4
	6,00	105	15,1	15,1	75,5
	7,00	80	11,5	11,5	87,1
	8,00	39	5,6	5,6	92,7
	9,00	30	4,3	4,3	97,0
	10,00	17	2,4	2,4	99,4
	11,00	4	,6	,6	100,0
	Total	695	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	,3		
Total		697	100,0		

TOTAL Habilidades sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	90,00	1	,1	,1	,1
	100,00	1	,1	,1	,3
	109,00	1	,1	,1	,4
	113,00	2	,3	,3	,7
	115,00	1	,1	,1	,9
	116,00	1	,1	,1	1,0
	117,00	2	,3	,3	1,3
	118,00	2	,3	,3	1,6
	120,00	1	,1	,1	1,8
	121,00	4	,6	,6	2,3
	122,00	3	,4	,4	2,8
	123,00	1	,1	,1	2,9
	124,00	1	,1	,1	3,1
	125,00	3	,4	,4	3,5
	126,00	4	,6	,6	4,1
	127,00	8	1,1	1,2	5,3
	128,00	2	,3	,3	5,6
	129,00	3	,4	,4	6,0
	130,00	6	,9	,9	6,9
	131,00	7	1,0	1,0	7,9
	132,00	5	,7	,7	8,6
	133,00	11	1,6	1,6	10,2
	134,00	16	2,3	2,3	12,6
	135,00	7	1,0	1,0	13,6
	136,00	7	1,0	1,0	14,6
	137,00	8	1,1	1,2	15,8
	138,00	14	2,0	2,0	17,8
	139,00	10	1,4	1,5	19,3
	140,00	9	1,3	1,3	20,6
	141,00	16	2,3	2,3	23,0
	142,00	16	2,3	2,3	25,3
	143,00	17	2,4	2,5	27,8
	144,00	20	2,9	2,9	30,7

145,00	14	2,0	2,0	32,7
146,00	22	3,2	3,2	36,0
147,00	24	3,4	3,5	39,5
148,00	15	2,2	2,2	41,7
149,00	16	2,3	2,3	44,0
150,00	20	2,9	2,9	46,9
151,00	17	2,4	2,5	49,4
152,00	14	2,0	2,0	51,5
153,00	19	2,7	2,8	54,2
154,00	19	2,7	2,8	57,0
155,00	17	2,4	2,5	59,5
156,00	18	2,6	2,6	62,1
157,00	20	2,9	2,9	65,1
158,00	16	2,3	2,3	67,4
159,00	19	2,7	2,8	70,2
160,00	17	2,4	2,5	72,7
161,00	12	1,7	1,8	74,4
162,00	16	2,3	2,3	76,8
163,00	13	1,9	1,9	78,7
164,00	9	1,3	1,3	80,0
165,00	12	1,7	1,8	81,7
166,00	6	,9	,9	82,6
167,00	8	1,1	1,2	83,8
168,00	8	1,1	1,2	84,9
169,00	14	2,0	2,0	87,0
170,00	4	,6	,6	87,6
171,00	9	1,3	1,3	88,9
172,00	8	1,1	1,2	90,1
173,00	7	1,0	1,0	91,1
174,00	4	,6	,6	91,7
175,00	8	1,1	1,2	92,8
176,00	1	,1	,1	93,0
177,00	3	,4	,4	93,4
178,00	4	,6	,6	94,0
179,00	4	,6	,6	94,6
180,00	5	,7	,7	95,3

	181,00	5	,7	,7	96,1
	182,00	4	,6	,6	96,6
	183,00	2	,3	,3	96,9
	185,00	3	,4	,4	97,4
	186,00	2	,3	,3	97,7
	187,00	2	,3	,3	98,0
	188,00	1	,1	,1	98,1
	189,00	2	,3	,3	98,4
	190,00	3	,4	,4	98,8
	191,00	3	,4	,4	99,3
	192,00	1	,1	,1	99,4
	197,00	1	,1	,1	99,6
	198,00	1	,1	,1	99,7
	202,00	1	,1	,1	99,9
	211,00	1	,1	,1	100,0
	Total	684	98,1	100,0	
Perdidos	Sistema	13	1,9		
Total		697	100,0		

ANEXO O

(Resultados de los análisis estadísticos de la regresión múltiple y t de Student, diferencia entre sexo y Adicción a Internet)

Correlaciones

		TOTALAl	MUent	MUmantrel	MUcompsol	MUinclusol	MUcongent	TOTALA	TOTALHS	ASfam	ASami	ASrel
Pearson	TOTALAl	1,000	,458	,209	,429	,444	,338	-,320	,304	-,207	-,241	-,012
	MUent	,458	1,000	,167	,343	,289	,189	-,115	,231	-,024	-,103	-,113
	MUmantr	,209	,167	1,000	,297	,226	,276	-,022	,110	,079	,040	-,049
	MUcomp	,429	,343	,297	1,000	,515	,430	-,254	,213	-,151	-,112	-,026
	MUinclus	,444	,289	,226	,515	1,000	,390	-,132	,211	-,083	-,060	,131
	MUconge	,338	,189	,276	,430	,390	1,000	-,156	,082	-,097	-,099	-,028
	totala	-,320	-,115	-,022	-,254	-,132	-,156	1,000	-,049	,495	,333	,083
	totalhs	,304	,231	,110	,213	,211	,082	-,049	1,000	,122	,001	,099
	ASfam	-,207	-,024	,079	-,151	-,083	-,097	,495	,122	1,000	,440	,139
	ASami	-,241	-,103	,040	-,112	-,060	-,099	,333	,001	,440	1,000	,250
	ASrel	-,012	-,113	-,049	-,026	,131	-,028	,083	,099	,139	,250	1,000
Sig. unilateral	TOTALAl	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,372
	MUent	,000	.	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,267	,003	,001
	MUmantr	,000	,000	.	,000	,000	,000	,288	,002	,020	,146	,100
	MUcomp	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,247
	MUinclus	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,015	,057	,000
	MUconge	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,016	,006	,005	,228
	totala	,000	,001	,288	,000	,000	,000	.	,105	,000	,000	,016
	totalhs	,000	,000	,002	,000	,000	,016	,105	.	,001	,494	,005
	ASfam	,000	,267	,020	,000	,015	,006	,000	,001	.	,000	,000
	ASami	,000	,003	,146	,002	,057	,005	,000	,494	,000	.	,000
	ASrel	,372	,001	,100	,247	,000	,228	,016	,005	,000	,000	.
N	TOTALAl	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	MUent	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	MUmantr	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	MUcomp	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	MUinclus	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	MUconge	697	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
	totala	679	679	679	679	679	679	679	668	678	677	677
	totalhs	684	684	684	684	684	684	668	684	672	682	682
	ASfam	684	684	684	684	684	684	678	672	684	682	682
	ASami	695	695	695	695	695	695	677	682	682	695	693
	ASrel	695	695	695	695	695	695	677	682	682	693	695

		MUent	MUmantrel	MUcompsol	MUinclusol	MUcongent	TOTALA	TOTALHS	ASfam	ASami	ASrel
MUent	Correlación de Pearson	1	,167**	,343**	,289**	,189**	-,115**	,231**	-,024	-,103**	-,113**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,003	,000	,533	,006	,003
	N	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
MUmantrel	Correlación de Pearson	,167**	1	,297**	,226**	,276**	-,022	,110**	,079*	,040	-,049
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000	,576	,004	,040	,291	,200
	N	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
MUcompsol	Correlación de Pearson	,343**	,297**	1	,515**	,430**	-,254**	,213**	-,151**	-,112**	-,026
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,003	,495
	N	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
MUinclusol	Correlación de Pearson	,289**	,226**	,515**	1	,390**	-,132**	,211**	-,083*	-,060	,131**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,031	,115	,001
	N	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
MUcongent		,189**	,276**	,430**	,390**	1	-,156**	,082*	-,097*	-,099**	-,028
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000		,000	,032	,011	,009	,456
	N	697	697	697	697	697	679	684	684	695	695
TOTALA		-,115**	-,022	-,254**	-,132**	-,156**	1	-,049	,495**	,333**	,083*
	Sig. (bilateral)	,003	,576	,000	,001	,000		,210	,000	,000	,031
	N	679	679	679	679	679	679	668	678	677	677
TOTALHS		,231**	,110**	,213**	,211**	,082*	-,049	1	,122**	,001	,099**
	Sig. (bilateral)	,000	,004	,000	,000	,032	,210		,002	,988	,010
	N	684	684	684	684	684	668	684	672	682	682
ASfam		-,024	,079*	-,151**	-,083*	-,097*	,495**	,122**	1	,440**	,139**
	Sig. (bilateral)	,533	,040	,000	,031	,011	,000	,002		,000	,000
	N	684	684	684	684	684	678	672	684	682	682
ASami		-,103**	,040	-,112**	-,060	-,099**	,333**	,001	,440**	1	,250**
	Sig. (bilateral)	,006	,291	,003	,115	,009	,000	,988	,000		,000
	N	695	695	695	695	695	677	682	682	695	693
ASrel		-,113**	-,049	-,026	,131**	-,028	,083*	,099**	,139**	,250**	1
	Sig. (bilateral)	,003	,200	,495	,001	,456	,031	,010	,000	,000	
	N	695	695	695	695	695	677	682	682	693	695

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Variables introducidas/eliminadas[a]

Modelo	Variables introducidas	Variables eliminadas	Método
1	ASrel, MUcompsol, ASfam, TOTALHS, MUmantrel, MUent, MUcongent, ASami, TOTALA, MUinclusol[b]	.	Introducir

a. Variable dependiente: TOTALAI

b. Todas las variables solicitadas introducidas.

Resumen del modelo[b]

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,659[a]	,435	,426	11,23099	1,785

a. Variables predictoras: (Constante), ASrel, MUcompsol, ASfam, TOTALHS, MUmantrel, MUent, MUcongent, ASami, TOTALA, MUinclusol

b. Variable dependiente: TOTALAI

ANOVA[a]

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	63735,291	10	6373,529	50,529	,000[b]
	Residual	82870,818	657	126,135		
	Total	146606,108	667			

a. Variable dependiente: TOTALAI

b. Variables predictoras: (Constante), ASrel, MUcompsol, ASfam, TOTALHS, MUmantrel, MUent, MUcongent, ASami, TOTALA, MUinclusol

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Correlaciones			Estadísticos de colinealidad	
		B	Error típ.	Beta			Orden cero	Parcial	Semiparcial	Tolerancia	FIV
1	(Constante)	17,098	5,759		2,969	,003					
	MUent	1,609	,185	,281	8,678	,000	,458	,321	,255	,818	1,222
	MUma	,588	,329	,057	1,786	,074	,209	,070	,052	,856	1,168
	MUco	,727	,382	,072	1,902	,058	,429	,074	,056	,594	1,682
	MUincl	2,067	,376	,199	5,494	,000	,444	,210	,161	,653	1,530
	MUcon	1,316	,417	,107	3,157	,002	,338	,122	,093	,750	1,333
	totala	-,504	,119	-,149	-4,249	,000	-,320	-,164	-,125	,702	1,425
	totalhs	,154	,029	,164	5,241	,000	,304	,200	,154	,878	1,139
	ASfam	-,199	,107	-,069	-1,869	,062	-,207	-,073	-,055	,638	1,567
	ASami	-,438	,133	-,112	-3,308	,001	-,241	-,128	-,097	,745	1,343
	ASrel	,219	,197	,035	1,108	,268	-,012	,043	,033	,877	1,140

a. Variable dependiente: TOTALAI

Diagnósticos de colinealidad[a]

Modelo	Dimensión	Autovalores	Índice de condición	Proporciones de la varianza										
				(Constante)	MUent	MUmantrel	MUcomposol	MUinclusol	MUcongent	TOTALA	TOTALHS	ASfam	ASami	ASrel
1	1	9,054	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,905	3,163	,00	,00	,00	,08	,17	,10	,00	,00	,00	,00	,01
	3	,375	4,917	,00	,00	,00	,00	,41	,68	,00	,00	,00	,00	,01
	4	,282	5,662	,00	,01	,00	,65	,28	,17	,00	,00	,00	,00	,04
	5	,170	7,305	,00	,10	,02	,16	,08	,01	,00	,00	,00	,00	,65
	6	,094	9,821	,00	,68	,25	,01	,03	,02	,00	,00	,00	,01	,10
	7	,069	11,474	,00	,12	,71	,05	,02	,01	,01	,00	,01	,03	,17
	8	,025	19,168	,02	,07	,00	,00	,00	,00	,02	,07	,00	,77	,01
	9	,014	25,565	,03	,02	,00	,03	,00	,00	,10	,19	,44	,17	,01
	10	,010	30,022	,01	,01	,00	,01	,00	,00	,60	,10	,52	,00	,00
	11	,004	48,307	,93	,00	,01	,00	,01	,01	,26	,64	,02	,02	,00

a. Variable dependiente: TOTALAI

Estadísticos sobre los residuos[a]

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica	N
Valor pronosticado	6,9439	68,4207	27,7381	9,78254	663
Residual	-33,84281	36,53810	,14574	11,07954	663
Valor pronosticado tip.	-2,132	4,157	-,005	1,001	663
Residuo típ.	-3,013	3,253	,013	,987	663

a. Variable dependiente: TOTALAI

Resumen del procesamiento de los casos (diferencia entre medias)

	Casos					
	Incluidos		Excluidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
TOTALAI * Sexo	697	100,0%	0	,0%	697	100,0%

Informe

TOTALAI

Sexo	Media	N	Desv. típ.
Mujer	25,2624	282	13,95118
Hombre	29,4964	415	15,17035
Total	27,7834	697	14,82563

Tabla de ANOVA[a]

			Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
TOTALAI * Sexo	Inter-grupos	(Combinadas)	3009,961	1	3009,961	13,949	,000
	Intra-grupos		149970,326	695	215,785		
	Total		152980,287	696			

a. Con menos de tres grupos, las medidas de linealidad para TOTALAI * Sexo no se pueden calcular.

Medidas de asociación

	Eta	Eta cuadrado
TOTALAI * Sexo	,140	,020