

**Influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la
satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de
pareja**

Trabajo de Investigación presentado por

Naomi A. BASTIDAS BELFORT

Andrea NIETO RAMIREZ

a la

Escuela de Psicología

Como un requisito parcial para obtener el título de

Licenciado en Psicología

Profesor Guía:

Alexander IBARRA

Caracas, Julio 2016

A mis padres: Francis Belfort y Numa Bastidas y a mi hermano: Samuel Alejandro.

Por apoyarme en cada momento durante este largo recorrido y ser mi motor de arranque.

Naomi

Esto es para ti, José Gregorio Ulises, porque aún en la distancia, formaste parte de esto.

Pronto serás libre y podremos celebrar.

Andrea

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi mamá y a mi papá por siempre apoyarme durante estos años, por vivir las alegrías y el estrés que causa hacer un trabajo de grado por dos años. A Samuel, por socorrerme cuando dejaba la computadora en casa y por siempre estar ahí, por sus palabras de aliento.

En segundo lugar, agradecerte a ti Andrea, mi compañera de vida, mi colega, por tu apoyo incondicional, por seguir adelante cuando yo no pude y gracias por estudiar psicología, no me imagino hacer este trabajo con alguien más.

Quiero agradecerle a nuestro tutor Alexander Ibarra, por su orientación y dedicación en estos dos años. A mis amigos de clase, a mi Promo 56 por siempre aclararnos dudas de todo tipo.

Y a los que ya no están pero fueron de gran apoyo durante mucho tiempo, Gracias totales.

Naomi Bastidas

Agradezco a mi familia; a mis papás, a mi hermana y a mis peludos de cuatro patas. A mis abuelos, a mis tíos y primos. De ellos vengo y por ellos soy. Gracias por el apoyo y las palabras de aliento, por creer en mí y por bajarle a la música cuando necesitaba concentración.

A mis mejores amigas, a las que se unieron en el camino y a las que formaron parte de este proceso. En especial a Naomi, por aceptar ser mi compañera, por su incondicional apoyo y por toda la procrastinación. Hoy sé que fue la mejor decisión. Lo logramos y lo logramos juntas.

A nuestro tutor, Alexander Ibarra, por aceptar el reto, guiarnos y siempre acompañarnos.

Finalmente, a la Promo 56 por hacerme sentir siempre en casa.

Andrea Nieto

Índice de Contenido

Resumen	viii
Introducción	9
Marco teórico	13
Método	38
Problema de Investigación	38
Hipótesis	38
Hipótesis General	38
Hipótesis Específicas	38
Variables	39
Variables Endógenas	39
Variable Exógena	42
Variables a Controlar	42
Tipo de Investigación	43
Diseño de Investigación	44
Población y Muestra	46
Instrumentos	52
Procedimiento	67
Análisis de Resultados	69
Análisis Descriptivo	69
Análisis Relacional	78
Análisis de Ruta	82
Discusión	91
Conclusiones y Recomendaciones	102
Referencias Bibliográficas	106
ANEXOS	116
ANEXO A. Cuestionario de Datos de Identificación.	117
ANEXO B. Cuestionario de Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.	119
ANEXO C. Escala Triangular del Amor (Intimidad y Compromiso).	122
ANEXO D. <i>Relationship Assessment Scale</i> (RAS)	125
ANEXO E. <i>Revised Self-Disclosure Scale (Intended Disclosure, Amount and Positive/Negative)</i> .	127
ANEXO F. Revisión de Jueces Expertos	129
ANEXO G. Validación de Jueces Expertos	131
ANEXO H. Instrumento para el estudio piloto	138
ANEXO I. Instrumento Final	146

Índice de Tablas

Tabla 1. Frecuencia de personas que se encuentran en una relación de pareja en la actualidad de la muestra piloto	48
Tabla 2. Frecuencia de personas en función de la duración de su relación de pareja actual de la muestra piloto	49
Tabla 3. Frecuencia de personas según los distintos motivos por los que ingresan en Facebook	51
Tabla 4. Comportamiento del cuestionario de Facebook en el instrumento piloto cuando se eliminan el ítem	54
Tabla 5. Comportamiento de la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997) cuando se elimina el ítem 12	58
Tabla 6. Comportamiento de la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997) cuando se elimina el ítem 14	58
Tabla 7. Indicadores de KMO y Bartlett	60
Tabla 8. Comportamiento de la Escala de la Evaluación de la Relación de Hendrick (1998) en el instrumento piloto cuando se elimina el ítem	62
Tabla 9. Frecuencia de estudiantes según la duración de su relación de pareja	70
Tabla 10. Frecuencia de Estudiantes según la situación sentimental que reportar tener en Facebook.	70
Tabla 11. Frecuencia de los motivos de uso de Facebook	72
Tabla 12. Pruebas de normalidad para cada variable continua	77
Tabla 13. Correlaciones bilaterales de las variables Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la pareja en función de la variable sexo	79
Tabla 14. Correlaciones bilaterales de las variables Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la pareja y uso de Facebook dentro de la relación de pareja	80
Tabla 15. Matriz de correlaciones bilaterales entre las variables Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la pareja	81
Tabla 16. Resumen del modelo con las variables sexo, Intimidad, Compromiso, Satisfacción con la pareja hacia la variable dependiente uso de Facebook dentro de la relación de pareja	84

Tabla 17. Resumen del Modelo con la Variable Sexo hacia Satisfacción con la Pareja.	85
Tabla 18. Resumen del Modelo con la Variable Intimidad hacia Satisfacción con la Pareja.	86
Tabla 19. Resumen del Modelo con la Variable Compromiso hacia Satisfacción con la Pareja.	86
Tabla 20. Resumen del Modelo con la Variable Intimidad y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.	87
Tabla 21. Resumen del Modelo con la Variable Compromiso y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.	87
Tabla 22. Resumen del Modelo con la Variable Satisfacción con la Pareja y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja	88
Tabla 23. Resumen del Modelo con las Variables Sexo y Satisfacción con la pareja hacia uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja	88
Tabla 24. Resumen del Modelo con las Variables Sexo, Intimidad y Satisfacción hacia Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.	89
Tabla 25. Resumen del Modelo con las Variables Sexo, Compromiso y Satisfacción hacia Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja	90

Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama de ruta propuesto	38
Figura 2. Frecuencia de personas en función del sexo en la muestra piloto	47
Figura 3. Frecuencia de personas en función de la edad de la muestra piloto	48
Figura 4. Frecuencia de personas según el número de ingresos en Facebook de la muestra piloto	50
Figura 5. Frecuencia de estudiantes por edad	69
Figura 6. Gráfico de barras de la frecuencia de estudiantes según la frecuencia de uso de Facebook	71
Figura 7. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja	73
Figura 8. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Intimidad	74
Figura 9. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Compromiso	75
Figura 10. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Satisfacción con la pareja	76
Figura 11. Gráfico de caja y bigote para la variable Satisfacción con la pareja en función del sexo	79
Figura 12. Gráfico de ajuste a la normal de la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja	83
Figura 13. Diagrama de ruta obtenido de la influencia del sexo, Compromiso, Intimidad y Satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja	84

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja y la relación entre estas variables. La muestra estuvo conformada por 380 estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello de ambos sexos, con edades comprendidas entre 18 y 30 años y que estuvieran actualmente en una relación de pareja.

Se llevó a cabo un estudio piloto con la finalidad de adaptar todos los instrumentos en la población destinada, como fue el Cuestionario de uso de Facebook dentro de la relación de pareja creado para fines de este estudio, la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997), la Escala de Evaluación de la Relación de Hendrick (1988) y la versión reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación de Farrugia (2013).

El diseño de la investigación fue ex post facto retrospectivo y el análisis de datos se realizó por análisis de ruta, ya que se analizó cuál es la relación directa e indirecta entre un conjunto de variables en un punto único del tiempo, siendo la variable exógena el sexo y las variables endógenas la autorrevelación, la intimidad, el compromiso, la satisfacción en la relación de pareja y el uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Como resultados de esta investigación, se encontró que los estudiantes que experimentan mayores niveles de satisfacción ($p < 0,05$), intimidad ($p < 0,05$) y compromiso ($p < 0,05$) con su pareja, son los que utilizan, en mayor medida Facebook con propósitos románticos. En cuanto a la autorrevelación, no se realizó el procedimiento correspondiente para la comprobación de la misma, ya que el instrumento destinado a su estudio, resultó inadecuada en términos de su confiabilidad. Asimismo, no se encontraron diferencias en la manera en que los hombres y mujeres usan Facebook con propósitos románticos ($p > 0,05$), salvo que la satisfacción ($p < 0,05$), la intimidad ($p < 0,05$) y el compromiso ($p < 0,05$) medie esta relación.

Introducción

Las redes sociales están cambiando la manera en que las parejas desarrollan su relación, de manera que, estos espacios virtuales brindan formas alternativas de vincularse que coexisten con las interacciones cara a cara. Por lo mismo, es importante puntualizar cómo se utilizan las redes sociales para propósitos románticos, según las características de las relaciones de pareja (Farrugia, 2013).

Si bien las interacciones por medio de redes sociales son muy populares en los jóvenes (Urista, Dong y Day, 2008), la manera en la cual las personas las utilizan es muy variable, desde quienes acostumbran hacer pública su vida de pareja, a quienes prefieren resguardar sus interacciones (Farrugia, 2013; Zhang, Tang y Leung, 2011). De esta manera, surge el interés por determinar qué factores psicológicos o de la relación pueden propiciar el uso de estas tecnologías, para el desarrollo y mantenimiento de las relaciones, específicamente, de las relaciones románticas, cuando se es usuario de una red social.

Una red social es un espacio web que permite la creación de un perfil, con base en los intereses personales y la interacción con los demás usuarios (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación [INTECO], citado en Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Seguridad de la información [ONTSI], 2011), siendo Facebook la red social con mayor auditoria por los jóvenes a nivel mundial (Web de Empresa 2.0, 2014).

El objetivo del presente estudio es determinar la influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja en 380 estudiantes de pregrado de ambos sexos con edades comprendidas entre 18 y 30 años, en la Universidad Católica Andrés Bello.

Con relación a esto, se encuentra que la satisfacción con la pareja es la variable con mayor estudio dentro del fenómeno del uso de Facebook (Dainton, 2013; Elphinston y Noller, 2011; Farrugia 2013; Hand, Thornas, Buboltz, Deemer y Buyanjargal, 2013; Papp, Danielewicz y Cayemberg, 2012; Utz y Beukeboom, 2011), seguido de la intimidad en las relaciones (Farrugia 2013; Hand, et al., 2013; Hsu, Wang y Tai, 2011; Tello, 2013) la autorrevelación (Qiu, Lin, Leung y Tov, 2012; Wang, 2013) y el sexo (Muise, Christofides y Desmarais, 2014; Murat-Yesil, 2014; Thompson y Loughheed, 2012). Farrugia (2013) encontró que un predictor positivo del uso de Facebook dentro de la relación de pareja es el grado de satisfacción, así como la mayor propensión a la autorrevelación por parte de los miembros de la pareja.

A pesar de que la intimidad no resultó estar significativamente relacionada con el uso de Facebook en el estudio de Hand et. al. (2013), en este mismo estudio se encontró que la intimidad sí correlaciona altamente con la satisfacción de la pareja. Sin embargo, Farrugia (2013) refiere que mientras más íntima es la relación, las interacciones se agudizan, por lo que las personas probablemente buscarán expandir el uso que le dan a su red social y, de esta manera, apoyar sus interacciones por medio del uso de Facebook.

Lo mismo ocurre con el compromiso. Según Farrugia (2013), al ser la demostración pública de afecto, una demostración pública de compromiso, un alto nivel de compromiso en la relación probablemente se relacionará con un mayor uso de Facebook con propósitos románticos. Sin embargo, con relación a esta variable, la investigación es escasa, por lo que se considera beneficioso incorporar esta variable al presente estudio.

A pesar de que no se han encontrados resultados concluyentes con respecto a la relación del sexo con el uso de Facebook (Thompson y Loughheed, 2012; Yesil, 2014; Muise, Christofides y Desmarais, 2014), sí se han encontrado resultados significativos con respecto a la intimidad en la relación de pareja (Greeff y Malherbe, 2001) y con la autorrevelación (Dindia y Allen, 1992).

La relevancia de este estudio recae en la comprensión del uso de Facebook como ambiente alternativo para el desenvolvimiento de las parejas, según las caracterizaciones personales y de la relación. Es decir, las redes sociales, al formar parte importante del contexto social de las personas, se constituyen como un ambiente significativo para la actuación social, incluyendo las interacciones y presentaciones de las relaciones de pareja. Para lograr esta mayor comprensión, se pretende estudiar aquellos comportamientos con propósitos románticos, mostrados en Facebook, que surgen en relación a las características de las personas, como la autorrevelación y el sexo y a las características de las relaciones de pareja, como la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja.

Otro aspecto que aporta relevancia a esta investigación es la validación que se realizará de las subescalas de Intimidad y Compromiso de la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1986), de la Escala de Evaluación de la Relación (RAS) de Hendrick (1998) y de la Escala Revisada de Autorrevelación (Revelación Destinada, Cantidad y Positivo/Negativo) de Wheelless y Grotz (1997). Esto con el objetivo de medir la intimidad, el compromiso, la satisfacción con la pareja y la autorrevelación, respectivamente, en una población de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, en Caracas-Venezuela.

Adicional a esto, se construirá un Cuestionario de Autorreporte sobre el Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja, que no solo incluye aspectos de la relación de pareja sino también sobre el uso general de Facebook. Igualmente, se medirá el uso de Facebook dentro de la relación de pareja en la población seleccionada.

La importancia de dirigir este estudio a una muestra de adultos jóvenes, se encuentra en que, según Espinar-Ruiz y González-Río (2009), son los hombres y mujeres de edades comprendidas entre 18 y 23 años, los que utilizan en mayor medida (34,4%) la red social de Facebook, resultados parecidos a los hallados por Valencia-Solorzano, Torres-Aguilar y Toalongo-Gallegos (2012), los cuales indican que la mayoría de los usuarios de Facebook, en Venezuela, son jóvenes con

edades comprendidas entre 18 y 24 años (34,8%), siguiéndole los adultos de 25 a 34 años (26,3%).

Con base en los planteamientos teóricos e investigaciones examinadas, se espera que el ser mujer (Bowe, 2010), el poseer un alto compromiso en la relación (Farrugia, 2013), poseer una alta intimidad en la relación (Hand et. al, 2013), poseer altos niveles de autorrevelación (Farrugia, 2013) y poseer mayor satisfacción con la pareja (Farrugia, 2013), conlleve a un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja. Para la verificación de estas hipótesis se procederá a plantear un modelo de ruta, a partir del cual se realizará un análisis de regresión múltiple y, de esta manera, verificar las relaciones establecidas en dicho modelo.

Entre las consideraciones éticas a tomar en cuenta en el presente estudio, en primer lugar, se encuentra el respeto por los individuos, se regirá por la dignidad y las buenas condiciones durante la participación de las personas en la investigación. En segundo lugar, se considera el compromiso con la sociedad, en cuanto a las contribuciones a la ciencia y el conocimiento que aporta esta investigación al tratarse de un fenómeno escasamente estudiado en la población venezolana (Escuela de Psicología, 2002).

Otro principio ético considerado es el consentimiento informado, debido a que no se aplicarán actos coercitivos o información distorsionada, con el fin de involucrar a los participantes (Escuela de Psicología, 2002). La investigación, a su vez, considerará la absoluta privacidad de los individuos, informando explícitamente el uso de la confidencialidad (Escuela de Psicología, 2002). Finalmente, no se cometerá plagio, ni se alterarán los resultados de la investigación (Escuela de Psicología, 2002).

Marco Teórico

El presente estudio se ubica dentro de la división APA (American Psychological Association) número 46, correspondiente a la Sociedad de la Psicología de Medios y Tecnología, la cual apoya el estudio y la difusión de información relacionada con el impacto de los medios de comunicación en el comportamiento humano. Es conveniente ubicar la presente investigación dentro de esta división, debido a que se pretende estudiar la variación de los comportamientos con propósitos románticos que se dan en los espacios virtuales, dependiendo de las características de las relaciones de parejas, como intimidad, compromiso y satisfacción, y características de las personas, como sexo y autorrevelación. Siendo estos espacios virtuales, como lo son las redes sociales, medios alternativos para las interacciones sociales entre parejas (APA, 2014).

Las relaciones de pareja, con todo lo que conllevan tanto psicológica como socialmente, son, para la vida cotidiana, enormemente importantes por sus implicaciones en la vida de las personas (Martínez y Fernández, 1993). Y junto con el establecimiento de una relación romántica, aparecen emociones y comportamientos que expresan sentimientos de intimidad por el otro, apoyo y sensación de seguridad (Ozabaci y Eryilmaz, 2015).

A medida que la identificación romántica con el otro empieza a tomar forma, los jóvenes se sienten más motivados a transmitir su verdadero ser a la pareja (Ozabaci y Eryilmaz, 2015). De esta manera, la intimidad se refiere a una colaboración, en la cual cada miembro de la pareja se revela a sí mismo, de manera de buscar y expresar validación hacia los atributos y visiones del otro. Está relacionada con sentimientos, procesos de comunicación verbal y no verbal, comportamientos, rasgos de personalidad, actividades sexuales y a relaciones duraderas (Reis y Shaver, 1988).

Reis y Shaver (1988), amplían la definición de intimidad, estableciendo que involucra sentimientos de entendimiento, validación, cuidado y conexión cercana con la otra persona. Esto incluye el disfrute por cuidar al otro, por fomentar su autopercepción y crecimiento personal. Es un proceso de interacción entre las partes, donde se experimentan y se expresan sentimientos, comunicación verbal y no verbal, donde se satisfacen motivos sociales, se argumentan o se reducen miedos, se conversa y se aprende acerca de uno mismo y donde las personas se aproximan físicamente.

Para Porter y Chambless (2014), la intimidad se refiere tanto a una relación de cuidados mutuos como a la revelación personal de cada miembro, sin que esto implique ganancia o pérdida para cualquiera de los dos. Es un intercambio que está en constante desarrollo y que promueve la diferenciación personal pero, también, las semejanzas con el otro. Es un medio para la aceptación, valorando la singularidad, que promueve el mantenimiento y la continuidad, a través del tiempo.

Yela (1997) define intimidad como un factor referido a aspectos recíprocos generados mediante un vínculo de unión afectiva, el cual incluye apoyo afectivo, comprensión, comunicación, confianza, autorrevelación, seguridad y comodidad junto a la pareja.

Por otro lado, para Sternberg (1997), la intimidad es un componente del amor que incluye sentimientos de cercanía, conexión y bondad. Contiene aquellos sentimientos que generan una sensación de “calor” en la relación de pareja. La intimidad, según este autor, posee 10 elementos:

- Deseo de promover bienestar a la persona amada.
- Experimentar felicidad con la persona amada.
- Sentirse capaz de contar con la persona amada en momentos de necesidad.
- Alta estima por la persona amada.
- Entendimiento mutuo con la persona amada.
- Intercambio de uno mismo y de posesiones con la persona amada.

- Recibimiento de apoyo emocional por parte de la persona amada.
- Entrega de apoyo emocional a la persona amada.
- Comunicarse íntimamente con la persona amada.
- Valoración de la persona amada.

La definición propuesta por Sternberg (1997), será utilizada para definir intimidad en la presente investigación, debido a que esta definición, además de poseer elementos exhaustivos que hacen a la definición más específica, posee una gran tradición a lo largo de las investigaciones relacionadas con la intimidad, contando con una amplia trayectoria de base empírica, de las cuales se derivan numerosas investigaciones.

La intimidad ha sido medida de diferentes maneras, no solo como un componente de otra variable sino también como una variable en sí misma. Con el objetivo de evaluar la relación entre la intimidad y la satisfacción marital, Greeff y Malherbe (2001), estudiaron la relación entre la edad, sexo, longitud del matrimonio, tiempo de relación antes del matrimonio, satisfacción marital, número de hijos, edad de los hijos mayores y posible consideración de divorcio en una muestra de 480 parejas.

Para esto utilizaron el cuestionario de evaluación personal de intimidad en las relaciones (The Personal Assessment of Intimacy in Relationships, PAIR) para medir el grado de intimidad que los esposos sentían hacia su pareja, en cinco dimensiones (Schaefer y Olson, citado en Greeff y Malherbe, 2001): intimidad emocional, intimidad social, intimidad sexual, intimidad intelectual e intimidad recreacional, las cuales se refieren a la habilidad para sentirse afectivamente cercano a una persona, para compartir amigos en común y similitudes en redes sociales, para compartir afectos en general y actividades sexuales, para compartir ideas y para compartir hobbies, respectivamente.

Los resultados evidenciaron que hay diferencias significativas entre dos de los aspectos de intimidad, entre hombres y mujeres, de manera que los hombres experimentaron menos intimidad sexual y recreacional que las mujeres ($t = -4.23$; t

=-3.02; $p < 0.01$). Por otro lado, se encontró que, para los hombres, los componentes de intimidad emocional ($r = 0.75$; $p < 0.01$), intimidad social ($r = 0.35$; $p < 0.01$), intimidad sexual ($r = 0.67$; $p < 0.01$), intimidad intelectual ($r = 0.80$; $p < 0.01$) e intimidad recreacional ($r = 0.61$; $p < 0.01$) se relacionan positivamente con la satisfacción marital. Para las mujeres, la intimidad emocional ($r = 0.80$; $p < 0.01$), sexual ($r = 0.38$; $p < 0.01$), intelectual ($r = 0.79$; $p < 0.01$) y recreacional ($r = 0.72$; $p < 0.01$) se asociaron positivamente con la satisfacción marital, sin incluir la intimidad social ($r = 0.21$; $p = -0.16$).

De forma parecida, en el estudio de Pérez-Aranda y Estrada-Carmona (2006) se pretendió estudiar la relación entre los niveles de intimidad y comunicación en cuatro etapas del matrimonio, con la satisfacción marital en una muestra de 200 matrimonios, mediante el cuestionario de Intimidad (PAIR) de Olson y Scheafer (citado en Pérez-Aranda y Estrada-Carmona, 2006). Se encontraron diferencias significativas con respecto a las cuatro etapas del matrimonio y la intimidad real ($F = 24.557$; $p < 0.01$), indicando que la intimidad es mucho mayor en las primeras etapas del matrimonio, y menor en las últimas etapas. Según estos autores, esto ocurre, entre otras cosas, por la llegada de los hijos.

La intimidad, por otro lado, no solo ha sido estudiada en muestras matrimoniales, de manera que las investigaciones abarcan un cúmulo más amplio de las relaciones de pareja. McCabe (1999) se interesó por estudiar la relación entre la intimidad, el funcionamiento de la relación y la sexualidad entre hombres y mujeres en relaciones de pareja. Más específicamente, en la predictibilidad de estas variables sobre varias dimensiones de la calidad de la relación y la satisfacción sexual.

Los resultados evidenciaron solo una diferencia entre la intimidad experimentada por los hombres y las mujeres, en donde las mujeres experimentaron mayor intimidad sexual que los hombres ($F = 13.53$; $p < 0.001$), mientras que para los demás tipos de intimidad (emocional, social, intelectual y

recreacional), no se encontraron diferencias ($p > 0.001$). Esto quiere decir que los hombres y mujeres tienden a experimentar niveles similares de intimidad, excepto en la dimensión sexual.

Sternberg (1997), por su parte, elaboró una escala destinada a la obtención de los distintos estilos de amor presentes en las relaciones mediante la combinación de, lo que él denomina, los componentes del amor: intimidad, pasión y compromiso. De manera que el estudio de la intimidad está muy relacionado con estos dos componentes (pasión y compromiso). Un ejemplo de ello es la investigación presentada por Ng y Cheng (2010), donde midieron los efectos de la intimidad, la pasión y el compromiso en la satisfacción en una muestra de 273 parejas románticas de Hong Kong, es decir, personas involucradas en una relación romántica heterosexual, encontrando que la intimidad ($\beta = 0.38$; $t = 6.36$; $p < 0.001$) y el compromiso ($\beta = 0.40$; $t = 7.45$; $p < 0.001$) son los únicos en contribuir con la satisfacción en la relación de pareja en esta muestra, mientras que la pasión no mostró ningún efecto ($\beta = 0.08$; $t = 1.34$; $p = 0.177$).

Entendida la pasión, según Sternberg (1997), como el romance, la atracción física, la atracción sexual y, otras formas de activación, que conllevan a la experiencia de pasión en una relación romántica.

El compromiso hace referencia al interés y responsabilidad que se siente por una pareja y por la decisión de mantener dichos intereses en el transcurso del tiempo pese a las posibles dificultades que puedan surgir, debido a que se cree en lo especial de la relación (Yela, 1997).

Para Stanley y Markman (1992) el compromiso abarca dos constructos: dedicación personal y restricción del compromiso. El primero se refiere al deseo de una persona por mantener o mejorar la calidad de su relación para el beneficio de ambas partes. Esto incluye sacrificios, inversiones, vincular metas personales, y buscar el bienestar del otro, no solo el beneficio propio. El segundo, se refiere a las fuerzas de esa restricción, para mantener la relación, con independencia de su dedicación personal. La restricción puede surgir gracias a procesos internos o

externos y favorece la estabilidad de relación mediante la construcción de una relación más costosa.

El compromiso también puede ser entendido como un estado psicológico que representa, globalmente, la experiencia de dependencia en una relación. De esta manera, representa orientación a largo plazo, incluyendo sentimientos de apego al compañero y deseo de mantener esa relación, para bien o para mal. También puede entenderse como un estado subjetivo, tanto cognitivo como emocional, que influencia directamente sobre una gran variedad de comportamientos dentro de la relación (Rusbult y Buunk, 1993).

Para Sternberg (1997) el compromiso se refiere, a corto plazo, a la decisión de amar a otro y, a largo plazo, a la decisión por mantener ese amor. Sin embargo, estos aspectos no siempre van de la mano, ya que una persona puede decidir amar a otra persona sin asumir la responsabilidad de amarla a largo plazo, y en sentido contrario, una persona puede comprometerse a estar en una relación sin reconocer que ama al otro. Como se mencionó anteriormente, la definición de Sternberg (1997) será tomada para la conceptualización del compromiso en la actual investigación.

Etcheverry, Le, Wu y Wei (2013) estudiaron el compromiso con relación al modelo de inversión. El modelo de inversión de Rusbult, Martz y Agnew (1988), incluye las variables de satisfacción, cantidad de inversión en la relación y calidad de las relaciones alternativas para predecir el compromiso y la estabilidad de las relaciones románticas. Específicamente, Etcheverry et. al. (2013) estudiaron el apego ansioso y evitativo como predictores del compromiso, mediado por la satisfacción, la inversión y las alternativas. Encontraron que la relación entre ambos tipos de apego y compromiso estuvo mediada por los niveles de satisfacción, la calidad de las alternativas y la cantidad de inversión, resultando significativo el modelo de ruta propuesto. Y por otro lado, encontraron que el compromiso media la influencia de las variables del modelo de inversión, sobre el mantenimiento y la persistencia de la relación, de nuevo, siendo significativo el modelo de ruta propuesto.

Por otro lado, con el objetivo de estudiar la relación entre los componentes del amor y la satisfacción de la pareja en mujeres heterosexuales y lesbianas, Cusack, Hughes y Cook (2012) utilizaron una muestra de 90 lesbianas y 213 mujeres heterosexuales, encontrando que no existen diferencias significativas entre la orientación sexual y los componentes de compromiso ($t = 0.16$, $p = 0.87$), pasión ($t = 0.03$, $p = 0.97$) e intimidad ($t = 0.33$, $p = 0.74$), y que el compromiso era el único componente que no predecía la satisfacción de la pareja, tanto en parejas heterosexuales ($\beta = 0.09$; $t = 1.39$; $p = 0.07$) como en parejas homosexuales ($\beta = 0.12$; $t = 1.26$; $p = 0.21$). Resultado contradictorio con la investigación de Ng y Cheng (2010), previamente expuesta, donde se encontró que la intimidad y el compromiso eran los que explicaban, en mayor medida, la satisfacción con la pareja.

Martínez y Fernández (1993), con relación a la satisfacción de pareja, en su análisis empírico sobre la teoría de Sternberg y el amor, encontraron que la intimidad es el componente que más se relaciona con la satisfacción de pareja, sin embargo, los componentes de compromiso y pasión sí mostraron relación con dicha variable. Por otro lado, encontraron que los niveles de pasión son significativamente mayores en las mujeres, que en los hombres, mientras que para el compromiso y la intimidad, no se encontraron diferencias.

La satisfacción es una característica de las relaciones que influencia en los sentimientos de compromiso, de manera que las parejas más felices son más propensas a exhibir mayores niveles de compromiso que las parejas menos felices (Rusbult y Buunk, 1993). Así, la satisfacción parece ser un componente crucial para determinar los resultados de una relación debido a que explica la mayor cantidad de varianza en el compromiso (Mikkelsen y Pauley, 2013).

El compromiso en la relación tiene claras implicaciones en la satisfacción de la pareja y en la longevidad de las mismas, y aunque las investigaciones asociadas al compromiso de la pareja son limitadas, una satisfacción de pareja alta puede conllevar a un compromiso en la relación mayor (Cusack, Hughes y Cook, 2012).

La satisfacción con la pareja, en el artículo de Farrugia (2013), se encuentra definida como la manera en que las personas se sienten acerca de su relación. Para Cusack, Hughes y Cook (2012) la satisfacción con la pareja se refiere al grado en el que un individuo está satisfecho con su respectiva pareja romántica. Kimmes, Edwards, Wetchler y Bercik (2014) la definen como el grado de alegría que sienten las personas en cuanto a su relación de pareja. Y finalmente, Rusbult y Buunk (1993) la definen como la evaluación, favorable o desfavorable, de la relación, que se deriva de la comparación de sentimientos positivos y negativos experimentados en la relación.

Hendrick (1998) elabora una escala que evalúa la satisfacción de las relaciones de pareja (The Relationship Assessment Scale, RAS), sin embargo, no hace referencia explícita a una definición de satisfacción con la relación, no obstante, mediante los ítems que componen dicha escala, se entiende la satisfacción con la pareja como el grado en que la persona percibe que su pareja satisface sus necesidades dentro de la relación, como la calidad de la relación de pareja percibida en comparación a otras relaciones, el grado en que la actual relación reúne las expectativas formadas originalmente sobre la relación, el grado de amor sentido por la pareja, el grado de sentimientos de inadecuación dentro de la relación y la percepción subjetiva de satisfacción general que siente con su relación.

Esta definición de Hendrick (1998) representará la conceptualización de satisfacción con la relación en la presente investigación, debido a que las definiciones referidas anteriormente (Cusack et al. 2012; Farrugia, 2013; Kimmes et al. 2014; Rusbult y Buunk, 1993) representan de manera muy sucinta y general la definición de satisfacción. Además de esto, cuenta con su propio instrumento de medida, el cual posee tradición científica, lo que se traduce en una larga trayectoria empírica.

Kimmes, Edwards, Wetchler y Bercik (2014) demostraron que la percepción de empatía diádica, entendida ésta como la capacidad de una persona para comprender y compartir las experiencias de su pareja romántica (Long, citado en

Kimmes et. al, 2014), estuvo relacionada con la satisfacción en la relación ($\beta = 0.74$; $t = 3.856$; $p < 0.001$). De la misma manera, la longitud de la relación ($\beta = 0.365$; $t = 2.894$; $p < 0.001$) y la edad ($\beta = -0.355$; $t = -2.811$; $p < 0.001$) también se relacionaron con la satisfacción en la relación, en contraste con el sexo ($\beta = 0.094$; $t = 1.224$; $p = 0.223$), quien no se asoció significativamente con la satisfacción.

Rivera, Cruz y Muñoz (2011) estudian la satisfacción con la pareja mediante su relación con el apego, la intimidad y la depresión, en una muestra de jóvenes entre 18 y 26 años. Encontrando que la satisfacción con la relación disminuye por los niveles altos de ansiedad ($r = -0.28$; $p < 0.01$), por la depresión ($r = -0.23$; $p < 0.01$) y por el miedo a la intimidad ($r = -0.48$; $p < 0.01$). Para medir la satisfacción utilizaron la escala de evaluación de la relación (Relationship Assesment Scale, RAS), la cual mide la satisfacción global de la relación, mediante una escala Likert de 1 a 5, de acuerdo al grado de representación de esos ítems con experiencia, siendo 5 el mayor grado de representación. Encontrando en este estudio, que la consistencia interna del instrumento fue de 0.71 (Alpha de Cronbach), lo que significa que mide de forma válida la satisfacción global de la relación.

Para Pérez-Aranda y Estrada-Carmona (2006) existen ciertas cualidades que contribuyen a la felicidad en una relación, como compromiso, sensibilidad, generosidad, lealtad, responsabilidad, confianza y comunicación. En su estudio se destaca la importancia de la comunicación en la satisfacción de pareja, ya que exponen que la buena comunicación de la pareja determina la felicidad de su convivencia, es decir, que da como resultado satisfacción en la misma. De esta manera, estos autores enfatizan que, según Noller y Fritzpatrick (citado en Pérez-Aranda y Estrada-Carmona, 2006), esta capacidad de comunicarse abiertamente y con honestidad, es el sello distintivo de las parejas exitosas que se aman.

A su vez, Marc, Milhausen y Maitland (2013) encontraron que la compatibilidad sexual percibida es, también, un fuerte predictor de la satisfacción

en la relación ($r = -0.36$; $p < 0.001$), de manera que la percepción de compatibilidad sexual resulta ser más importante, para la satisfacción en la relación, que la compatibilidad actual de la pareja. Esto quiere decir que a pesar de que las parejas no sean realmente compatibles sexualmente, en términos de factores que impactan el arousal, si las parejas se perciben a sí mismas como compatibles, sus niveles de satisfacción no serán alterados.

En este estudio de Mark, Milhausen y Maitland (2013), la satisfacción con la relación fue medida a través de la subescala de satisfacción de la escala de ajuste diádico (Satisfaction Subscale of the Dyadic Adjustment Scale, DAS-S) de Spanier, que mide el nivel de satisfacción de la relación en parejas romántica, mediante 10 ítems, donde los puntajes mayores indican un mayor y más positivo ajuste con la pareja.

Por otro lado, Sánchez-Jiménez, Ortega-Rivera, Ortega-Ruiz y Vuevo-Almanzor (2008), para medir satisfacción en la relación, utilizaron el Network Relationships Inventory de Furman y Buhrmester, que mide la percepción de los hombres y mujeres con respecto a la calidad de su relación sentimental. Esto se llevó a cabo con el objetivo de evaluar la satisfacción en las relaciones de pareja, de acuerdo con sus expectativas, grado de comunicación, presencia de conflictos, poder, comportamiento transgresivo y violencia. Encontrando que las mujeres son las que presentan mayor satisfacción dentro de la relación ($F = 7.45$; $p < 0.001$), son las que presentan mayores expectativas ($F = 5.72$; $p = 0.17$) y las que perciben mayores conflictos ($F = 9.02$; $p = 0.003$).

Arránz-Becker (2013) encontró que las metas de vida ($\beta = 1.23$, $p = 0.27$), valores y actitudes ($\beta = 1.93$, $p = 0.17$), y personalidad ($\beta = 2.56$, $p = 0.27$) tuvieron efectos positivos en la satisfacción con la pareja. Para obtener esto midieron la satisfacción en la relación utilizando el indicador “¿cuán satisfecho estás con tu actual relación de pareja?”, obteniendo una alta consistencia interna para esta corta medida (Alpha de Cronbach = 0.90), indicando así, que este indicador resultó válido para medir la satisfacción en la relación.

La satisfacción con la relación se encuentra relacionada, además, con los niveles de autorrevelación que muestran las parejas. Comunicar información acerca de uno mismo es importante para la satisfacción con la relación, pero también, lo es para el individuo, comunicar sentimientos, acerca de la pareja, mediante la comunicación afectiva (Miller y Tedder, 2011).

Según la Teoría de la Penetración Social de Altman y Taylor (citado en Morales, Moya, Gaviria y Cuadrado, 2007), una relación entre personas se va desarrollando en la medida que cada persona involucrada intercambia información acerca de sí mismo, donde al principio se revela información más superficial y más tarde, información personal más profunda e íntima. De manera que mientras más amplia y profunda sea la información intercambiada, mayormente desarrollada estará la relación. Estos autores especifican que los efectos en la relación serán mucho más positivos cuando se revelan sentimientos y emociones, que cuando solo se revelan hechos.

En este sentido, la autorrevelación se encuentra definida como el proceso de contar a las demás personas, incluyendo a la pareja, información acerca de los sentimientos, actitudes y experiencias más íntimas (Sprecher y Hendrick, 2004). Este estilo de comunicación involucra un proceso dinámico de intercambio e interacción que se define, según Cozby (citado en Erdost, 2004), como cualquier información acerca de sí mismo que una persona comunica verbalmente a otra, y que incluye aspectos relacionados con información personal, comunicación verbal y comportamiento interpersonal.

Wheeless y Grotz (1977) definen autorrevelación como el proceso de comunicación dado a través de mensajes auto-revelados, que incluye cinco dimensiones: revelación consciente de información, cantidad de información revelada, naturaleza positiva o negativa de la información revelada, honestidad-precisión de la información revelada y control de la profundidad en la revelación. Para la presente investigación se tomará dicha definición (Wheeless y Grotz, 1997) como la principal en el entendimiento de la variable, debido a su amplia tradición de investigación en el área. Además, especifica cinco dimensiones que

permiten una conceptualización más exhaustiva del constructo y cuenta con su propio instrumento de medida.

La autorrevelación ha sido asociada a características personales de la pareja, como sensibilidad y autoestima, y a características de la relación, como satisfacción, amor y compromiso. Sprecher y Hendrick (2004), con relación a esto, encontraron que tanto los hombres como las mujeres indican niveles similares de autorrevelación, mostrándose esta como alta. Obtuvieron, además, que en hombres, la autorrevelación aumenta cuando aumenta la autoestima ($r = 0.21$; $p < 0.05$), la valoración de la relación ($r = 0.29$; $p < 0.01$) y la responsividad ($r = 0.39$; $p < 0.001$). Y con respecto a las mujeres, la autorrevelación aumenta solo cuando aumenta la valoración de la relación ($r = 0.24$; $p < 0.05$) y la responsividad ($r = 0.21$; $p < 0.05$).

Los niveles de autorrevelación, dependen, a su vez, de las personas individuales concretas, debido a que hay personas más reservadas que otras (Morales, et. al., 2007). Junto a estas características de la persona, se han encontrado claras diferencias de género, variable de relevancia para el presente estudio. Así, en el meta-análisis de Dindia y Allen (1992), se comprobó que los hombres ($d = 0.21$) revelan menos aspectos de sí mismos que las mujeres ($d = 0.23$).

Los comportamientos autorrevelados, como se indicó anteriormente, son considerados como formas significativas de interacción dentro de las relaciones de pareja (Sprecher y Hendrick, 2004; Wheelless y Grotz, 1977). Estas formas de interacción son comúnmente encontradas en los contextos offline, es decir, en los ambientes fuera de internet, no obstante, los contextos online, como las redes sociales, son ambientes que propician las interacciones entre las personas (Caldevilla-Dominguez, 2010), y por lo tanto, pueden ser consideradas como un ambiente alternativo para el desarrollo y mantenimiento de las relaciones románticas (Farrugia, 2013), de manera que la información compartida en las redes sociales es también considerada una forma de autorrevelación (Park, Jin y Jin, citado en Farrugia, 2013).

Las redes sociales, surgen como un fenómeno tecnológico y social donde, a través de ellas, sus usuarios pueden mantener amistades, crear nuevos vínculos, entretenerse, compartir información, fotografías y estados de ánimo (Caldevilla-Dominguez, 2010).

Una definición llamativa es la publicada por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) de España, en su “estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online”, del año 2009, donde la definen como aquellos servicios prestados a través de Internet, que permiten a los usuarios generar un perfil público, donde pueden plasmar datos e información personal, disponiendo de herramientas que promueven la interacción con el resto de los usuarios afines al perfil publicado (citado en Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Seguridad de la información [ONTSI], 2011).

La Web de Empresa 2.0 (2014) publicó una lista con las 30 redes sociales más utilizadas a nivel mundial, siendo Facebook la red social con mayor cantidad de usuarios, alcanzando los 1.100 millones alrededor del mundo, manteniéndose en este lugar por dos años consecutivos.

Asimismo, Facebook es una red social que puede ser usada fundamentalmente para el entretenimiento y para la mejora de las relaciones personales a través de la interacción con otros usuarios (ONTSI, 2011). Está basada en perfiles, lo que significa que es una red donde los usuarios aportan información de contenido personal, que suele acompañarse con una fotografía del usuario. Además, es una red social pública, por lo que puede ser empleada por cualquier tipo de usuario que cuente con un dispositivo de acceso a internet (ONTSI, 2011).

Según Crespo, Elgueta-Ruiz y Riffo-Parra (2009), Facebook es considerada como la red social más completa, ya que le permite a los usuarios recordar cumpleaños, ver fotos de las personas, sirve como agenda, para jugar en línea, para chatear, subir videos, etc., lo que aumenta el agrado por la plataforma.

Además, en una investigación realizada por Sheldon (2008) sobre Facebook y los motivos de su uso, medidos a través de una escala tipo likert de 38 ítems, en una muestra de 172 estudiantes de la Universidad Estatal de Louisiana, encontró que los motivos de uso de Facebook se agrupaban en 6 factores, cada uno con ciertas dimensiones.

Los factores son: 1) mantenimiento de relaciones (enviar mensaje a un amigo, postear mensajes en el muro de un amigo, comunicarme con mis amigos, para mantenerse en contacto con amigos, estar en contacto con gente que conozco, buscar a alguien que es difícil de conseguir), 2) pasar el tiempo (para pasar el tiempo cuando estoy aburrido, es parte de mi rutina cuando estoy online, para ocupar mi tiempo, para chequear mi muro después de recibir una notificación de Facebook), 3) ser parte de la comunidad virtual (desarrollar una relación romántica, encuentra a las personas más interesantes que en la vida real, encontrar compañía, conocer amigos nuevos, para sentirse menos solo), 4) entretenimiento (para ver fotos de otras personas, es divertido, para leer el perfil de otras personas) , 5) ser genial (me hace genial entre mis amigos, me divierte, es genial) y 6) compañerismo (para sentirme menos solo, nadie con quien hablar o estar, no quiero estar solo)

Así, también plantea variables sociodemográficas como predictoras de los motivos de uso de Facebook, siendo éstas edad y sexo, de forma que las mujeres y las personas más jóvenes usan Facebook para el mantenimiento de relaciones existentes más que los hombres y las personas de mayor edad Sheldon (2008).

En este sentido, Facebook puede ser utilizada, también, con propósitos románticos (Allison, 2012; Farrugia, 2013; Xu, 2013). Las parejas pueden basar sus interacciones en esta red social, mediante la información compartida, la utilización de la mensajería privada, la publicación de estados y comentarios en las publicaciones de la pareja (Farrugia, 2013; Xu, 2013).

Venezuela tiene 4.636.960 usuarios registrados en Facebook, siendo el cuarto país con más usuarios en Latinoamérica. El 54,3% de los usuarios de

Facebook, en Venezuela, son mujeres y el 47,7% son hombres. Donde el 34,8% son adultos jóvenes entre 18 y 24 años, y el 26,3% son adultos entre 25 y 34 años, representando entre ambos la mayoría de los usuarios registrados (Valencia-Solorzano, Torres-Aguilar y Toalongo-Gallegos, 2012).

Se tomará la red social de Facebook como ambiente alternativo en el desarrollo de las relaciones de pareja, por ser la red social con mayor popularidad a nivel mundial. Además, el porcentaje de personas que posee Facebook, en Venezuela, es mayor en edades entre 18 y 34 años, lo que resulta relevante, dado que este estudio se encuentra dirigido a una muestra de estudiantes con edades comprendidas entre 18 y 30 años.

Asimismo, Facebook es la única red social con la opción de publicar el estatus de relación de una persona, lo que permite observar, de forma más directa, si los usuarios están dispuestos a publicar información relativa a su relación de pareja (Farrugia, 2013). Sin embargo, en Venezuela, el 53,85% de los usuarios no especifican su estatus de relación y tan solo el 7,69% de los usuarios especifican que se encuentran en una relación (Estadísticas de Facebook en Venezuela, 2016)

En este sentido, las interacciones entre parejas también se basan en publicar fotos, estados, comentarios en las publicaciones de la pareja, etiquetas, “likes”, mensajería privada y sinfín de comportamientos con propósitos románticos, que pueden llevarse a cabo dentro de esta red social (Xu, 2013).

Estos comportamientos con propósitos románticos pueden ser considerados como demostraciones públicas de afecto o Public Display of Attention (PDA), que pueden darse tanto en ambientes online como en ambientes offline (Farrugia, 2013). Las demostraciones públicas de afecto offline pueden incluir tomarse de las manos e intercambiar abrazos; mientras que en el mundo online, las demostraciones públicas de afecto o PDA, son referidas como demostraciones públicas de compromiso (Bowe, 2010; Utz y Beukeboom; 2011). Siguiendo con estos autores, las demostraciones públicas de compromiso incluyen

acciones como dar “me gusta” a fotos o a actualizaciones de estados, colocar imágenes o compartir bromas internas en el muro de la pareja.

Según Papp, Danielewicz y Cayemberg (2012) y Utz y Beukeboom (2011), la mejor forma de expresar la relación de pareja es a través de la foto de perfil. Los usuarios de Facebook pueden expresar su relación colocando una foto de perfil con su respectiva pareja. Y, a pesar de que las relaciones románticas solo representan una pequeña porción del uso que un individuo puede hacer de Facebook, este, posiblemente es el medio más público donde una pareja se representa (Bowe, 2010).

En este sentido, Farrugia (2013), con el fin de estudiar cómo el uso de los medios sociales afecta a las relaciones de pareja a largo plazo, midió la satisfacción con la pareja, la atracción interpersonal, la vigilancia de la pareja, la confianza, los celos, la autorrevelación y la intimidad social, vinculado al uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Dicho estudio estuvo conformado por una muestra de 255 participantes inscritos en el Instituto Tecnológico de Rochester, en New York, o amigos en Facebook del investigador. El resto de los participantes fueron elegidos por bola de nieve, mediante los usuarios de Facebook, los cuales, debían compartir el link con sus amigos.

Específicamente, las preguntas planteadas por Farrugia (2013), en su estudio, estuvieron basadas en las siguientes hipótesis: (a) a medida que los estadios de la relación aumentan, las parejas deberían estar más satisfechas en sus relaciones, dependiendo de los niveles de autorrevelación mostrados, (b) el uso de Facebook para la vigilancia de la pareja, cambia la manera en la que las parejas se vuelven más íntimas en sus relaciones, (c) a medida que los estadios de la relación aumentan, la vigilancia de la pareja, en Facebook, tiene un efecto negativo en la relación romántica, (d) los niveles de celos en el individuo varían de acuerdo a los niveles de uso de Facebook dentro de la relación de pareja, (e) existen diferencias en los niveles de celos sentidos por la pareja, de acuerdo al

estadio de la relación en que se encuentren, cuando ambas partes utilizan Facebook.

En cuanto a la diferencia entre los estadios de la relación, el uso de Facebook y la satisfacción de pareja, mediante el análisis de regresión empleado, se obtuvo una relación entre el uso de Facebook y la satisfacción dentro de varios estadios de la relación ($F = 10.854$; $p < 0.001$). Específicamente, se encontró que la satisfacción con la relación es un predictor positivo de los estadios de la relación, es decir, que a medida que se desarrolla la relación, la satisfacción con la relación aumenta ($\beta = 0.230$; $p < 0.001$); así como del uso de Facebook dentro de la relación de pareja ($\beta = 0.152$; $p < 0.001$), de manera que a medida que la relación se desarrolla, el uso de Facebook aporta satisfacción a la relación.

Para la vigilancia, los resultados de la regresión múltiple fueron igualmente significativos ($F = 5.604$; $p < .004$), encontrándose que el uso de Facebook para la inspección de la pareja es un predictor negativo de los estadios de la relación ($\beta = -0.002$; $p < 0.001$), mientras que la vigilancia resultó un predictor positivo ($\beta = 0.152$; $p < 0.001$); estableciendo así que a medida que la autorrevelación incrementa, la vigilancia también, y el uso de Facebook disminuye. En cuanto a los celos, se encontró, mediante un ANOVA simple, que a medida que incrementa el uso de Facebook, los celos incrementan ($F = 6.371$; $p < .001$).

Finalmente, se encontró que la autorrevelación, relacionada al uso de Facebook, es la variable que mejor predice los celos ($F = 55.837$; $p < .001$), encontrándose una influencia inversa entre autorrevelación y celos ($\beta = -0.088$; $p < .001$) y una positiva entre autorrevelación y el uso de Facebook ($\beta = .603$; $p < .001$).

Esta investigación resulta de gran relevancia para el presente estudio, no solo porque incluye las variables del estudio, como uso de Facebook dentro de la relación de pareja, intimidad, satisfacción con la relación y autorrevelación, sino

porque, además, mediante el modelo analizado, lograron encontrar relaciones causales entre las variables, lo que implica un gran avance en el área.

De otra manera, Papp, Danielewicz y Cayemberg (2012) examinaron el uso de Facebook en parejas, tanto en hombres como en mujeres, y la representación de esa relación íntima en el perfil de Facebook. Sus objetivos estuvieron dirigidos a comprobar si los hombres y mujeres reportan niveles similares, tanto de intensidad de uso de Facebook como de la presentación de la relación en el perfil de Facebook, y finalmente si esa presentación de la relación y del compañero(a), en el perfil de Facebook, conlleva a una mayor satisfacción en la relación.

La muestra estuvo conformada por 59 parejas heterosexuales mayores de 18 años, que no se encontraran ni hayan contraído matrimonio. Para esto utilizaron un cuestionario de autorreporte con referencia al uso de Facebook, a la presentación del perfil y a las discusiones acerca del uso de Facebook (Steinfeld, Ellison y Lampe, 2008).

Los resultados evidenciaron que las mujeres y los hombres reportan niveles similares en la intensidad del uso de Facebook ($r = 0.30$; $p < 0.001$), y que tanto los hombres como la mujeres están dispuestos, por igual, a reportar ser pareja en Facebook, si el otro también lo hace (Chi cuadrado = 35.38; $p < 0.001$), al igual que el mostrar a su pareja en la foto de perfil (Chi cuadrado = 8.91; $p < 0.001$).

Con respecto a la satisfacción con la pareja, se encontró que el colocar el estatus de relación tiene un efecto positivo en los hombres ($b = 26.83$; $t = 3.23$; $p < 0.001$) y en su pareja ($b = 18.53$; $t = 10.20$; $p < 0.05$). En cuanto a satisfacción y la foto de perfil, se encontró un efecto positivo en las mujeres ($b = 14.64$; $t = 2.75$; $p < 0.01$) y en sus parejas ($b = 13.18$; $t = 2.47$; $p < 0.05$). Por último, se encontró que los desacuerdos entre las parejas sobre el uso de Facebook, estuvieron relacionadas con menores niveles de satisfacción en las mujeres ($b = -13.62$; $t = -2.20$; $p < 0.05$) pero no en los hombres ($p > 0.05$).

Este estudio de Papp, et al. (2012) resulta importante porque ilustra cómo los distintos comportamientos realizados en Facebook varían según el género y cómo esto afecta en la satisfacción percibida por las parejas. Por lo que se establece que Facebook representa un rol importante en las relaciones románticas.

Por otra parte, con el fin de evaluar si el tiempo invertido en las redes sociales se encuentra relacionado con la intimidad y la satisfacción con la pareja, Hand, Thornas, Buboltz, Deemer, Buyanjargal (2013) examinaron las relaciones de pareja con relación al uso de las redes sociales, la intimidad y la satisfacción con la relación. Este estudio se realizó con una muestra de 253 participantes, con parejas que mantienen una relación offline y con parejas que se comunican principalmente online.

Los resultados, mediante el análisis de correlaciones, evidenciaron que el uso de la red social está positivamente asociado con la percepción del uso de la red social de la pareja ($r = 0.26$; $p < 0.01$), lo que significa que el uso dado por la pareja, a la red social, se corresponde con las percepciones del individuo acerca del uso que le da su pareja. Esta percepción del uso de la red social por la pareja estuvo negativamente asociada con calidad de la relación ($r = -0.14$; $p < 0.05$), lo que significa que el percibir que la pareja invierte elevados montos de tiempo en su red social, se asocia con una baja calidad de la relación. De igual manera pasa con la intimidad, el percibir que la pareja invierte elevados montos de tiempo en su red social, se asocia con una baja intimidad ($r = -0.20$; $p < 0.05$). Por otro lado, la satisfacción con la relación se encuentra positivamente relacionada con la intimidad, específicamente con la intimidad emocional ($r = 0.61$; $p < 0.01$), la intimidad sexual ($r = 0.23$; $p < 0.01$), la intimidad social ($r = 0.51$; $p < 0.01$) y la intimidad intelectual ($r = 0.62$; $p < 0.01$). Finalmente, en el análisis de ruta, en el modelo de ecuaciones estructurales, se encontró que la intimidad media la relación entre la percepción del uso de la red social de la pareja con la satisfacción con la pareja ($z = -3.51$; $p < .001$).

La relevancia del estudio de Hand et al. (2013) recae, nuevamente, en la comprensión del uso de la red social como variable que tiene un impacto en las relaciones de pareja, esta vez, no solo tomando los comportamientos realizados por las parejas en la red social sino cómo el tiempo invertido en estas tecnologías, modifica los niveles de satisfacción e intimidad en las relaciones románticas.

La autorrevelación también ha sido estudiada con relación al uso de Facebook, en la investigación de Qiu, Lin, Leung y Tov (2012), en la cual, mediante dos estudios, intentaron probar la premisa de que los usuarios presentarán mayor bienestar emocional en Facebook que en la vida real, debido a que, en Facebook, las personas son más propensas a revelar información positiva sobre sí mismos.

El primer estudio de Qiu, et. al (2012), estuvo dirigido a evaluar cuán dispuestas están las personas a revelar información positiva o negativa de sí mismos en Facebook y en la vida real, esperando encontrar que las personas estuvieran más dispuestas a revelar aspectos positivos, sobre los negativos, en Facebook que en la vida real. El estudio estuvo conformado por 185 estudiantes universitarios. Los resultados evidenciaron que la información positiva tiene más probabilidad de ser revelada que la negativa ($M=5.50$, $D=1.01$; $M=4.35$, $D=1.16$, respectivamente). Además, se encontró un efecto del medio ($F = 144.01$; $p < 0.001$), debido a que los participantes mostraban mayor probabilidad de revelar información en la vida real que en Facebook. Estos resultados fueron contrarios a la hipótesis de investigación, debido a que se esperaba que las personas revelaran mayor información positiva en Facebook que en la vida real.

El segundo estudio de Qiu, et. al (2012), estuvo conformado por 37 estudiantes universitarios que hubiesen usado Facebook por al menos un año y que contaran con más de 50 amigos. Se les mostró a los participantes un diagrama que categorizaba las relaciones sociales en familia, amigos cercanos, amigos generales y conocidos casuales. Luego debían nombrar tres amigos cercanos y tres amigos en general, para luego indicar en una escala del 1 (extremadamente infeliz) al 7 (extremadamente feliz), cuán feliz es la vida de su

amigo y con qué frecuencia el amigo experimentaba emociones positivas y negativas, en una escala del 1 (nunca) al 7 (casi siempre).

Los participantes debían buscar dichos amigos en Facebook y observar su perfil por dos minutos, para luego responder las mismas preguntas formuladas anteriormente: en una escala del 1 (extremadamente infeliz) al 7 (extremadamente feliz), cuán feliz es la vida de su amigo y con qué frecuencia el amigo experimentaba emociones positivas y negativas, en una escala del 1 (nunca) al 7 (casi siempre), según lo mostrado en el perfil de Facebook. Los resultados muestran que los participantes consideran que sus amigos son más felices en Facebook que en la vida real ($t = 2.81$; $p = 0.008$).

Estos hallazgos resultan importantes para la presente investigación debido a que ilustran una manera en la que las personas son capaces de revelar distinta información dependiendo de si se encuentran en un ambiente online o un ambiente offline.

Orosz, Szekeres, Kiss, Farkas y Roland-Levy (2015), evaluaron el impacto del estatus de relación en Facebook sobre el amor y los celos sentidos hacia la pareja. Para esto, utilizaron una muestra de 532 participantes húngaros, donde 380 eran mujeres y 152 hombres, con edades comprendidas entre 16 y 69 años ($M = 24.88$; $DT = 6.94$). Se le preguntó a cada participante si actualmente se encontraban en una relación de pareja, analizando los datos solo de aquellos que contestaron sí. Se utilizó la escala de amor romántico de Rubin (Romantic Love Scale) para medir los niveles de amor y la escala interpersonal de celos (Interpersonal Jealousy Scale) en la versión húngara de Mathes and Severa.

La escala de amor romántico de Rubin mide necesidad de afiliación y dependencia con su pareja, disposición a ayudar a su pareja y orientación a la exclusividad y la absorción con su pareja. Específicamente, mide qué tan dispuesta está la pareja a animar a su contraparte cuando esta se sienta mal, cuánta es la sensación de confianza hacia su pareja, cuán fácil encuentra ignorar las fallas del otro, cuán dispuesto está de hacer cualquier cosa por el otro, cuán

posesivo se siente sobre el otro, cuán miserable se sintiese de no poder estar con el otro, cuán dispuesto estaría de buscar al otro de encontrarse a sí mismo solo, cuán preocupante es para sí mismo el bienestar del otro, cuán dispuesto está de perdonar al otro por casi cualquier cosa, cuán responsable se siente por el bienestar del otro, cuánto disfruta que el otro confié en ella/él, cuán difícil sería para sí mismo estar bien sin el otro. Siendo el otro, la pareja de la persona que realiza la escala.

Examinaron las diferencias entre participantes que estaban en una relación pero que no declaraban su relación en el estatus de relación de Facebook y aquellos que sí declaraban su relación en dicho estatus. Los resultados indicaron diferencias significativas entre ambos grupos tanto en la escala de amor romántico ($t = -2.85$; $p = 0.005$), como en la escala interpersonal de celos ($t = -2.96$; $p = 0.003$).

Por otro lado, decidieron evaluar, mediante una regresión múltiple, si colocar el estatus de la relación como “en una relación” predice los resultados de la Escala de Amor Romántico de Rubin. Primero, se evaluó el impacto de los celos, el género (masculino y femenino), la duración de la relación (en meses) y la intensidad en el uso de Facebook sobre el amor y segundo, se evaluó el impacto del estatus de relación de Facebook y el género sobre el amor.

Los resultados de la regresión múltiple indican que más allá de los efectos de los celos sobre el amor ($\beta = -0.24$; $p < 0.01$), las personas que colocan su estatus de relación de Facebook como en una relación, reportan niveles mayores de amor que aquellas personas que no colocan dicho estatus como en una relación ($\beta = 0.17$; $p < 0.01$).

Con relación a los celos, se encontró mediante un análisis de regresión múltiple, que aquellos que reportaban su estatus de relación en Facebook experimentaban más celos en comparación a aquellos que no reportaban este estatus de relación ($\beta = 0.12$; $p < 0.05$). Esto quiere decir que tanto el amor como

los celos pueden ser predichos por la declaración del estatus de relación en Facebook.

Estos resultados son también congruentes con los del estudio cualitativo de Fox, Warber y Makstaller (2013), cuyo objetivo era examinar las implicaciones de las redes sociales dentro de las relaciones de pareja. El estudio se llevó a cabo con 24 hombres y 31 mujeres, estudiantes universitarios, entre los 18 y 23 años, que hubiesen tenido una relación romántica desde que son usuarios de Facebook, mediante grupos focales mixtos de entre 4 y 8 personas por grupo.

Las preguntas estuvieron orientadas hacia el rol que juegan las redes sociales, especialmente Facebook, dentro de las relaciones de pareja. Dentro de los resultados se obtuvo que los usuarios interpretan “ser oficiales en Facebook” como estar “fuera del mercado”, incluso, alegando que el estatus de la relación en Facebook es una forma de anillo de compromiso. Adicional a esto, los entrevistados establecieron que colocar el estatus de relación de Facebook indica estar en un nivel mayor de la relación, es decir, este estatus de la relación indica que un individuo se encuentra en un compromiso público, exclusivo y a largo plazo.

De forma parecida, Bowe (2010), a través un estudio cualitativo, estudia el impacto de Facebook en las relaciones románticas. Realizó entrevistas a 7 mujeres y 4 hombres, heterosexuales, estudiantes del tercer y cuarto año de su respectiva carrera, con edades comprendidas entre 21 y 24 años, en la ciudad de Dublín. Encontró que la presentación de la relación romántica en Facebook, no representaba un aspecto importante en el uso de Facebook, mientras que la inspección del perfil de la pareja y el seguimiento de sus actividades, sí lo fue.

De esto se deriva que hay un comportamiento activo y pasivo en el uso de Facebook dentro la relación de pareja, de acuerdo con Xu (2013) el uso activo incluye visitar y dejar comentarios en el perfil de la pareja, reenviar mensajes específicos y compartirlos públicamente con la pareja y crear espacios privados en

la red social para documentar el desarrollo de la pareja. Por otro lado, el uso pasivo se refiere a visitar el perfil de la pareja sin dejar ningún comentario.

Por lo que para la presente investigación, uso de Facebook dentro de la relación de pareja se define como el uso activo o pasivo en la red social asociada a la relación de pareja (Xu, 2013). Donde el uso activo se refiere a las demostraciones públicas de afecto a la pareja (Bowe, 2010) y el uso pasivo, al monitoreo de la actividad de la pareja (Xu, 2013).

En adición a esto, Bowe (2010), mediante la realización de entrevistas en su estudio cualitativo, encontró que las mujeres eran más propensas a demostrar públicamente su relación en la red social que los hombres, de manera que la intimidad online, suele resultar en una elevación del ego en las mujeres, cuando la pareja muestra deseos por hacer pública su relación.

De acuerdo con esto, si las demostraciones públicas de afecto online, tal y como se expuso anteriormente, son demostraciones públicas de compromiso, entonces mayores niveles de compromiso en la relación se relacionarán con mayores demostraciones públicas de afecto en Facebook (Farrugia, 2013). Por otro lado, según este mismo autor, mientras más íntima es la relación, las interacciones son más necesarias, por lo que las personas buscarán expandir el uso que le dan a su red social y, de esta manera, apoyar sus interacciones. Así, al mostrar mayores tendencias a la revelación de información personal, las parejas serán más propensas a exhibir públicamente su relación y esto ocurrirá en mayor medida si las parejas se sienten satisfechas con su relación (Farrugia 2013; Papp et al. 2012), sobre todo si presentan altos niveles de compromiso e intimidad (Martínez y Fernández, 1993). Siendo las mujeres las más propensas a mostrar públicamente afecto hacia su pareja en Facebook (Papp et al. 2012), debido a que presentan mayor tendencia a la autorrevelación que los hombres (Dindia y Allen, 1992).

Con base en lo discutido en los párrafos anteriores, se evidencia la importancia de estudiar las variables vinculadas a la relación de pareja y a las

características de la persona, con el uso de Facebook con propósitos románticos. A pesar de que la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja ha sido estudiada como variable predictora (Farrugia 2013; Papp et. al, 2012), se destaca la importancia de estudiarla como variable predicha, al entenderse el uso de Facebook dentro de la relación de pareja como una forma alternativa de interacción entre parejas, de demostrarse afecto públicamente, de expresar sus niveles de intimidad, compromiso y satisfacción en la relación, dependiendo de cuán dispuestos estén estos miembros en revelar información personal.

Es por esto que el presente estudio tiene como objetivo determinar la influencia de la intimidad en la relación, el compromiso en la relación y la satisfacción con la pareja, con la autorrevelación y el sexo, sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja en estudiantes universitarios.

Método

Problema

¿Cuál es la influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja en estudiantes universitarios y cómo se relacionan estas variables entre sí?

Hipótesis General

El sexo, la autorrevelación, la intimidad en la relación de pareja, el compromiso en la relación de pareja y la satisfacción con la pareja influyen en el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, y estas variables se relacionan entre sí.

Hipótesis Específicas

Se pretende verificar las relaciones planteadas en el siguiente diagrama:

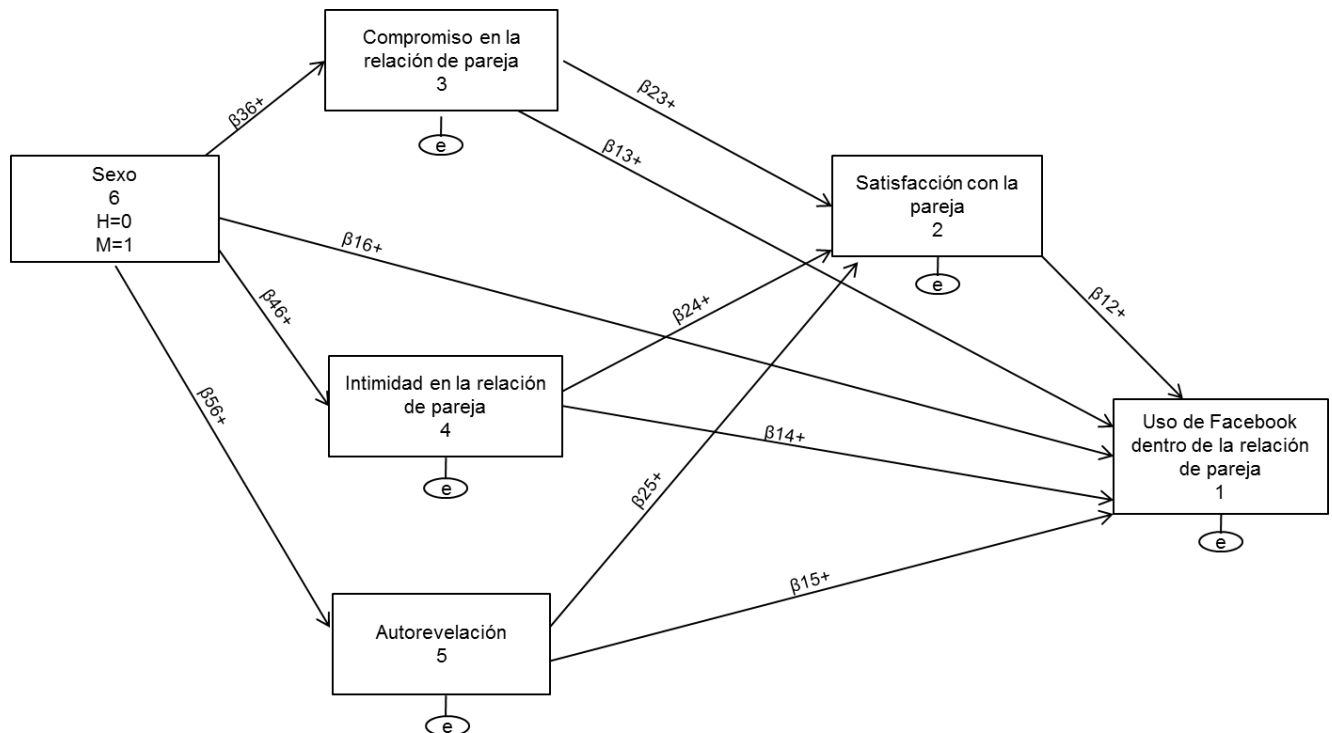


Figura 1. Diagrama de ruta propuesto.

Variables

Variables Endógenas:

Uso de Facebook dentro de la relación de pareja:

Definición conceptual: Entendida como el uso activo o pasivo en la red social asociada a la relación de pareja (Xu, 2013). Donde el uso activo se refiere a las demostraciones públicas de afecto a la pareja o PDA (Farrugia, 2013) y el uso pasivo, al monitoreo de la actividad de la pareja (Xu, 2013).

Definición operacional: Puntaje promedio obtenido del reporte del participante, en el Cuestionario de Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja, creado en la presente investigación, en cuanto a la realización de acciones con propósitos románticos en Facebook: según especifique el estatus de la relación en el perfil, según cuán frecuente haga click en el botón “me gusta” en los contenidos de su pareja (fotos, videos, comentarios), según comente las publicaciones de su pareja, según comparta contenido (fotos, videos, comentarios) en el perfil y este esté relacionado con la pareja, según comparta contenido (fotos, vídeos, comentarios) en el perfil de la pareja, así como también, la frecuencia con la que revisa el perfil de la pareja.

La escala estuvo constituida por un formato tipo Likert de 9 ítems, con un rango del 1 al 5, donde puntajes bajos indicaron sujetos que le dan un menor uso a dicha red social dentro de la relación de pareja, mientras que puntajes altos indicaron sujetos que le dan un mayor uso a dicha red social dentro de la relación de pareja.

Intimidad en la relación de pareja:

Definición conceptual: Componente del amor, según Sternberg (1997), que incluye sentimientos de cercanía, conexión y bondad. Contiene aquellos sentimientos que generan una sensación de “calor” en la relación de pareja. La intimidad, según este autor, posee 10 elementos (que conforman una sola dimensión): deseo de promover bienestar a la persona amada, sensación de felicidad junto con la persona amada, sentirse capaz de contar con la persona amada en momentos de

necesidad, alta estima por la persona amada, entendimiento mutuo con la persona amada, intercambio de uno mismo y de posesiones con la persona amada, recibimiento de apoyo emocional por parte de la persona amada, entrega de apoyo emocional a la persona amada, íntima comunicación con la persona amada y valoración de la persona amada.

Definición operacional: Puntuación promedio obtenido en el componente intimidad en la versión adaptada de la Escala Triangular del Amor (Sternberg, 1997) que evalúa el nivel de intimidad experimentado por el sujeto en la relación de pareja, constituida por un formato tipo Likert de 15 ítems referidos al componente de intimidad, con un rango del 1 al 9, donde puntajes altos indicaron tendencia al componente de intimidad y los puntajes bajos indicaron poca tendencia a dicho componente.

Compromiso en la relación de pareja:

Definición conceptual: A corto plazo, se refiere a la decisión de amar a otro y, a largo plazo, a la decisión por mantener ese amor. Sin embargo, estos aspectos no siempre van de la mano, ya que una persona puede decidir amar a otra persona sin asumir la responsabilidad de amarla a largo plazo, y en sentido contrario, una persona puede comprometerse a estar en una relación sin reconocer que ama al otro. (Sternberg, 1997).

Definición operacional: Puntuación promedio obtenido en el componente compromiso en la versión adaptada de la Escala Triangular del Amor (Sternberg, 1997) para evaluar el nivel de compromiso experimentado en la relación de pareja, constituido por un formato tipo Likert de 15 ítems referidos al componente de compromiso, con un rango del 1 al 9, donde puntajes altos indicaron tendencia al componente de compromiso y los puntajes bajos indicaron poca tendencia a dicho componente.

Satisfacción con la pareja:

Definición conceptual: El grado en el que la persona percibe que su pareja responde a sus necesidades dentro de la relación, la calidad de la relación de pareja percibida en comparación a otras relaciones, el grado en que la actual relación alcanza las expectativas formadas originalmente sobre la relación, el grado de amor sentido por la pareja, el grado de sentimientos de inadecuación dentro de la relación y la percepción subjetiva de bienestar general que siente con su relación (Hendrick, 1988).

Definición operacional: Puntuación promedio obtenido en la Escala de Evaluación de la Relación (The Relationship Assessment Scale, RAS) de Hendrick (1988), compuesta por 7 ítems, en una escala tipo Likert, que miden el grado de satisfacción en la relación de pareja. Donde los puntajes van de 1 a 5, indicado menor satisfacción y mayor satisfacción, respectivamente.

Autorrevelación:

Definición conceptual: Proceso de comunicación, entre los miembros de la pareja, acerca de información personal, dado a través de mensajes auto-revelados, que incluye cinco dimensiones: revelación consciente de información, cantidad de información revelada, naturaleza positiva o negativa de la información revelada, honestidad-precisión de la información y control de la profundidad en la revelación (Wheeless y Grotz, 1977).

Definición operacional: Puntaje medio obtenido en las dimensiones de revelación destinada, cantidad de revelación y revelación positiva/negativa de la Escala Revisada de Autorrevelación (Revised Self-disclosure Scale) de Wheeless y Grotz (1977), que mide autorrevelación. Consta de 16 ítems construidos en una escala tipo Likert, donde 1 significa fuertemente en desacuerdo y 5 fuertemente de acuerdo, en cuanto a la información que expone la persona sobre sí misma.

Variable exógena:**Sexo:**

Definición conceptual: Definido como las características anatómicas y fisiológicas que distinguen a los hombres y a las mujeres (Campillo-Pedrón, Álvarez-Arellano y López-Díaz, 2004).

Definición operacional: Respuesta, por parte de la persona, a la alternativa “Femenino/Masculino” en la hoja de datos de identificación. Se codificó a la opción de Mujer (M) como 1 y a la opción de Hombre (H) como 0.

Variables a controlar:**Estar actualmente en una relación de pareja:**

Definición: Identificación por parte de los individuos si se encuentran, o no, actualmente en una relación de pareja, entendida esta como cualquier vínculo afectivo que incluye mantener una amistad privilegiada, noviazgo, concubinato o relación marital (Cordero y Ferrante, 2009).

Forma de control: Se utilizó la técnica de eliminación, según Kerlinger y Lee (2002), mediante la cual se eligieron solo a los participantes que se encontraban actualmente en una relación de pareja para cumplir los objetivos de la presente investigación.

Edad:

Definición: Es la respuesta dada por los sujetos al ítem de edad en el cuestionario sociodemográfico, para un rango entre 18 y 30 años.

Forma de control: Tomando en cuenta las investigaciones revisadas anteriormente, se encontró que la edad influye en el uso del Facebook en general, de forma que se controló esta variable mediante la técnica de eliminación, seleccionando un rango de edades entre 18 y 30 años, de manera que los sujetos sean los más homogéneos posible en cuanto a esta variable.

Tipo de Investigación

La presente investigación, según el grado de control de las variables, fue de tipo no experimental, pues siguiendo los criterios establecidos por Kerlinger y Lee (2002) hubo carencia de aleatorización y no hubo un control directo de las variables independientes mencionadas, debido a que el sexo, la autorrevelación, el compromiso, la intimidad y la satisfacción, ya han ejercido su efecto y quedan exentas de manipulación debido a que son variables atributivas, es decir, son características de los participantes.

Además, el tipo de investigación fue de campo, ya que se buscó describir las relaciones entre variables psicológicas (Kerlinger y Lee 2002), tales como sexo, autorrevelación, intimidad, compromiso y satisfacción con la pareja, en una estructura social real, como lo es el uso de Facebook, entendido este como un ambiente alternativo para el desenvolvimiento de las parejas.

Según Hernández-Sampieri, Fernández-Collada y Baptista-Lucio (1994), a partir del conocimiento de la variable, la investigación fue explicativa, ya que se pretendió tanto describir el fenómeno del uso de Facebook dentro de la relación de pareja, como determinar la dirección y magnitud de la relación que existe entre las variables de investigación en un contexto determinado con miras a saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable y, por último, pretendió explicar por qué dichas variables están relacionadas. Es decir, se buscó la relación entre las variables endógenas (uso de Facebook dentro de la relación de pareja, satisfacción en la relación de pareja, compromiso, intimidad y autorrevelación) y la exógena (sexo) y las posibles causas de estas relaciones.

Diseño de Investigación

El diseño de investigación fue no experimental, ex post facto retrospectivo y transversal, ya que se centró en analizar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto único del tiempo, abarcando uno o varios grupos de personas, objetos o indicadores que son medidos simultáneamente (Kerlinger y Lee, 2002; Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio, et al. 1994). De esta forma, se pretendió analizar la relación entre las variables ya mencionadas en un grupo de estudiantes de pregrado, de diferentes edades, en un solo momento.

Además, el diseño fue de ruta, por ser una herramienta útil para conceptualizar y formular hipótesis complejas, permitiendo estudiar las relaciones directas e indirectas de las variables presentadas en este estudio, como con el sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción en la relación de pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Kerlinger y Lee, 2002).

Este diseño supone, según el trabajo realizado por Angelucci (2009) que el modelo debe presentar relaciones de causalidad, y estas deben ser lineales y aditivas. Asimismo, las variables dependientes deben estar completamente determinadas por alguna combinación de las demás variables del modelo, y de no ser así, debe agregarse una variable residual o de error, la cual debe ejercer influencias aleatorias a alguna variable del modelo, y no se deben correlacionar entre sí. De esta forma, el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, se encontró precedida por la satisfacción con la pareja, el compromiso, la intimidad, la autorrevelación y el sexo. Siendo todas éstas variables residuales, excepto la variable sexo. Igualmente, la satisfacción con la pareja se encontró precedida por el compromiso, la intimidad, la autorrevelación y el sexo, mientras que el compromiso en la relación de pareja, la intimidad en la relación de pareja y la autorrevelación solo estuvieron anteceditas por la variable sexo.

Además, supone que el modelo es recursivo y lineal, es decir, que las relaciones planteadas son unidireccionales. El nivel de medida de las variables es de intervalo o razón, como fue el caso de la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción en la relación de pareja, siendo su nivel de medida de intervalo. De ser categóricas, son dicotómicas como fue en el caso de la variable sexo. Dichas variables fueron medidas sin error, o con el mínimo error, pues son confiables. Por otro lado, no se cometió error de especificación, es decir, la inclusión de variables irrelevantes o excluir variables relevantes, ni existió indeterminación del modelo, es decir, el modelo presentó la cantidad justa de ecuaciones para explicar dicho modelo (Angelucci, 2009).

Siguiendo esta línea, se hizo uso apropiado del coeficiente de correlación según el nivel de medida de las variables. Se tomó en cuenta el tamaño de la muestra, dado que fue fundamental para evaluar la significancia. Asimismo, todas las relaciones planteadas en el modelo se verificaron con la misma muestra, y por último, al utilizar la técnica de regresión para solucionar el análisis de ruta, se presentaron las mismas limitantes que se aplican a los análisis de regresión, como son la normalidad de los datos de las variables individuales, nula o baja multicolinealidad, es decir, nula o baja correlación entre las variables predictoras. Distribución normal de los errores, siendo estos últimos independientes entre sí y debe cumplirse con el principio de homocedasticidad, donde la distribución de los valores de los errores alrededor de la línea de regresión debe ser constante para todas las variables independientes (Angelucci, 2009).

Población y muestra

La presente investigación estuvo dirigida a la población de estudiantes de pre-grado de la Universidad Católica Andrés Bello de ambos sexos, con edades comprendidas entre 18 y 30 años que se encontraban actualmente en una relación de pareja.

Al definir la muestra, se tomó en cuenta el postulado de Kline (citado en Angelucci, 2009), quien recomienda 20 casos por cada uno de los parámetros para evaluar los efectos del modelo, incluyendo todas las posibles dimensiones de las variables medidas.

En la presente investigación se contó con seis variables a evaluar, (a) uso de Facebook dentro de la relación de pareja, (b) satisfacción con la pareja, (c) compromiso en la relación de pareja, (d) intimidad en la relación de pareja, (e) autorrevelación y (f) sexo.

Asimismo, cada variable contenía dos dimensiones, excepto la variable autorrevelación que contuvo tres: (a) mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja o menor uso de Facebook dentro de la relación de pareja, (b) mayor Satisfacción con pareja o menor Satisfacción con la pareja, (c) alta tendencia al Compromiso en la relación de pareja o baja tendencia al Compromiso en la relación de pareja, (d) alta tendencia a la Intimidad en la relación de pareja o baja tendencia a la Intimidad en la relación de pareja, (e) Revelación Destinada, Cantidad de Revelación y Revelación Positiva/Negativa, (f) hombre o mujer.

Por tanto, siguiendo el criterio de Kline, al haber cinco variables con dos dimensiones cada una y una variable con tres dimensiones, se obtuvo un total de 19 parámetros incluyendo las dimensiones, por tanto la muestra del presente estudio constó de 380 participantes a fin comprobar el modelo planteado, disminuyendo la posibilidad de sesgo.

Muestra piloto

Se realizó un estudio piloto con estudiantes de pregrado de la UCAB, donde participaron 53 hombres (35%) y 98 mujeres (65%) (ver Figura 1), con edades comprendidas entre 18 y 30 años, siendo la edad promedio de 20 años (ver Figura 2) y que se encontraban, para ese momento, en una relación de pareja. Se realizó con la finalidad de adaptar todos los instrumentos a aplicar en la población destinada (Cuestionario de uso de Facebook dentro de la relación de pareja creado para fines de esta investigación, Escala Triangular del Amor de Sternberg, Escala de Evaluación de la Relación de Hendrick y la versión reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación de Farrugia).

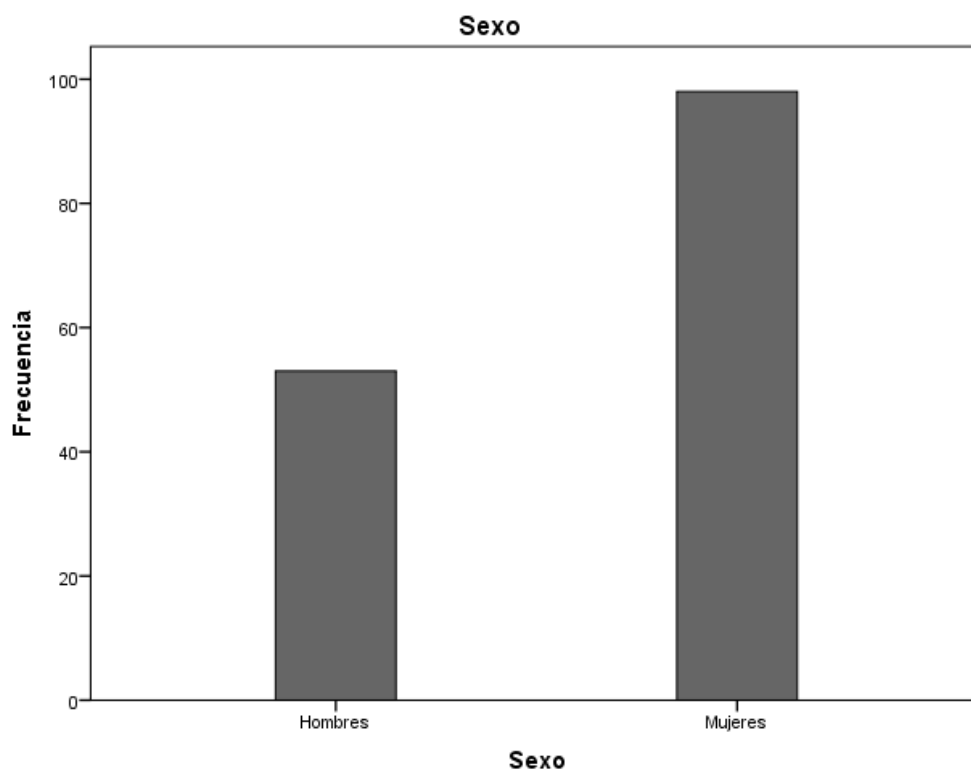


Figura 2. Frecuencia de personas en función del sexo de la muestra piloto.

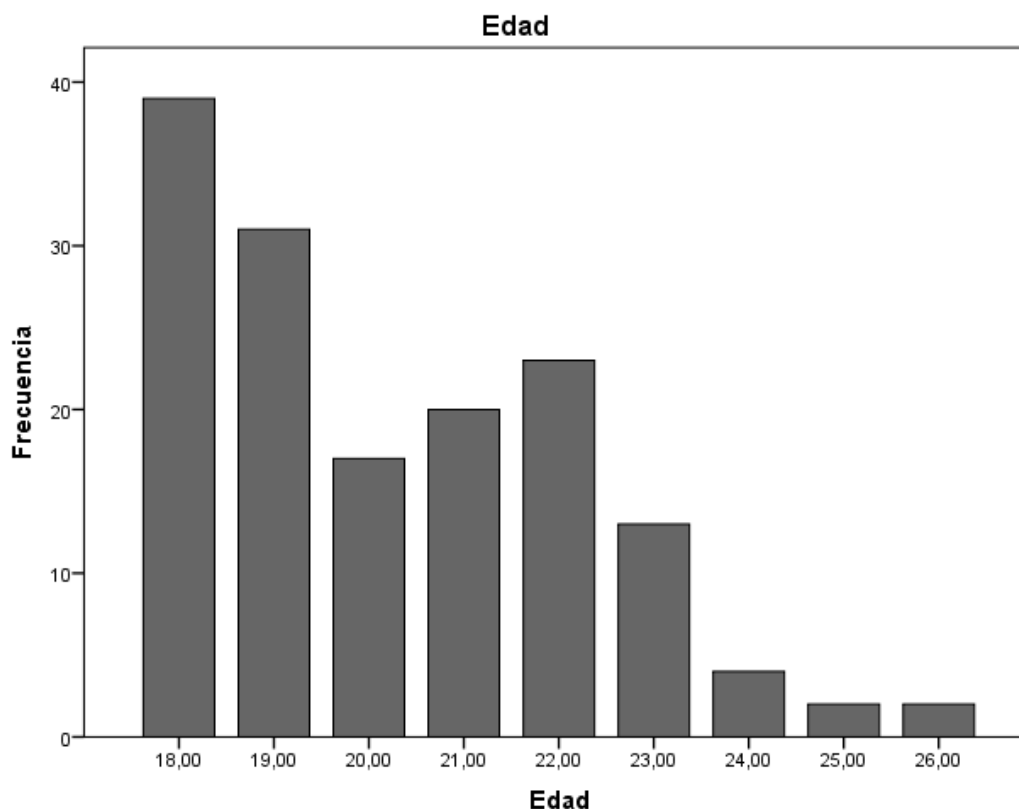


Figura 3. Frecuencia de personas en función de la edad de la muestra piloto.

De las 151 personas de la muestra piloto, 151 afirmaron haber estado en una relación (ver Tabla 1); 108 personas afirmaron haber estado en una relación con una duración de 7 meses en adelante, mientras que 43 afirmaron estar en una relación entre 0 y 6 meses de duración (ver Tabla 2).

Tabla 1.

Frecuencia de personas que se encuentran en una relación de pareja en la actualidad de la muestra piloto.

	N	%
SI	151	100
NO	0	0

Tabla 2.

Frecuencia de personas en función de la duración de su relación de pareja actual de la muestra piloto.

Duración de la relación	N	%
De 0 a 6 meses	43	28,5
7 meses en adelante	108	71,5

En cuanto al uso de Facebook, 151 personas afirmaron poseer una cuenta en Facebook; de las cuales 85 personas afirmaron usar Facebook cuando les llega una notificación, mientras que 66 lo negaron; 80 personas afirmaron utilizar Facebook para mantenerse informado, mientras que 71 personas lo negaron; 54 participantes seleccionaron usar Facebook para publicar información, mientras que 97 no lo hicieron; 44 personas afirmaron usar Facebook para recordar el cumpleaños de sus amigos, mientras que 107 no; 31 participantes seleccionaron usar Facebook para revisar el perfil de alguien específico, mientras que 120 lo negaron; también 31 personas afirmaron usar Facebook para mandar mensajes privados, mientras que 120 no lo usan para este motivo, 9 de las personas usa Facebook para buscar viejos amigos, mientras que 142 no; y 5 participantes utiliza Facebook para jugar, mientras que 146 sujetos no (ver Tabla 3).

Por otro lado, se encontró que el 45% de los participantes ingresa diariamente a la red social de Facebook, el 12% de los participantes ingresa interdiario, 14,6% de las personas lo revisa tres veces por semana, 10,6% ingresa a Facebook una vez por semana, el 4,6% de la muestra piloto usa Facebook una vez cada quince días y el 11,9% ingresa a la red social una vez al mes (ver Figura 3).

Según Argibay (2009), el criterio para seleccionar el número de sujetos para una muestra es de cinco sujetos por ítem en la prueba con mayor número de reactivos. Por tanto, se utilizó una muestra piloto de 151 participantes, ya que la

Escala Triangular del Amor (Sternberg, 1997) es la que posee mayor número de ítems, siendo éstos 30 en total.

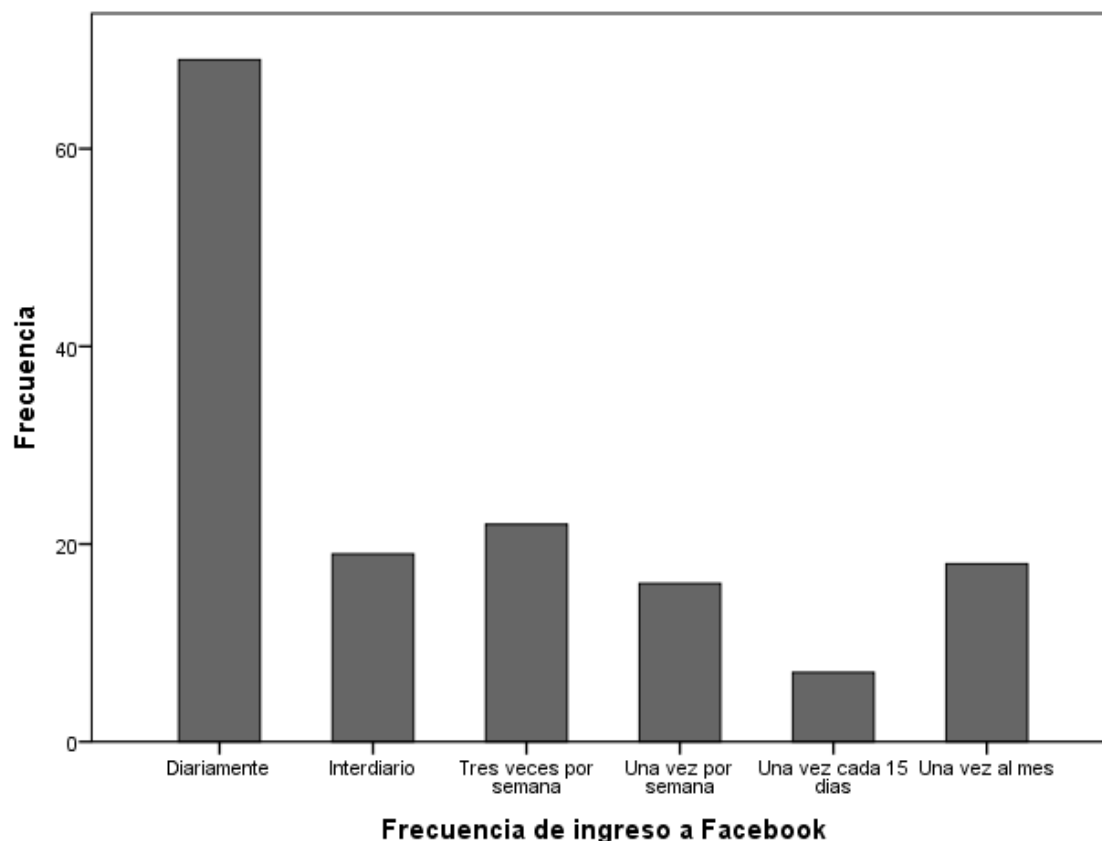


Figura 4. *Frecuencia de personas según el número de ingresos a Facebook de la muestra piloto.*

Además, se utilizó un muestreo no probabilístico propositivo para seleccionar a los sujetos, que se caracterizó por el uso de intenciones deliberadas para obtener una muestra representativa, al incluir casos según los criterios relacionados con el objetivo de estudio (Kerlinger y Lee, 2002). Los criterios relevantes para seleccionar la muestra fueron ser estudiantes de pre-grado de la UCAB, tener edades comprendidas entre 18 y 30 años y estar actualmente en una relación de pareja.

Tabla 3.

Frecuencia de personas según los distintos motivos por los que ingresan en Facebook.

Motivo de uso	N	%
Porque les llega una notificación	85	56,3
Para mantenerse informado	80	53
Para publicar información	54	35,8
Para recordar el cumpleaños de un amigo	44	29,1
Para revisar el perfil de alguien específico	31	20,5
Para mandar mensajes privados	31	20,5
Para buscar viejos amigos	9	6
Para jugar	5	3,3

Nota. Las personas tenían la opción de seleccionar más de un motivo.

Instrumentos

1. Cuestionario del uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Anexo A)

Este cuestionario fue elaborado para la presente investigación con el objetivo de medir el uso de Facebook dentro de la relación de pareja. Así, el cuestionario estuvo conformado por una primera parte que se caracterizó por medir el uso general en Facebook, el cual implicó tres cuestiones como frecuencia de ingreso a la red social Facebook, motivo por el cual se ingresa a Facebook y la situación sentimental que publica el participante en su cuenta de Facebook, donde la primera y la tercera cuestión, respectivamente, tuvo un formato de respuesta de selección simple con una única respuesta, mientras que la segunda cuestión sí admite múltiples respuestas.

La segunda fase constó de un conjunto de 9 afirmaciones, que implicaron el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, presentándose en una escala tipo Likert, donde 1 es *nunca*, 2 *casi nunca*, 3 *a veces*, 4 *casi siempre* y 5 *siempre*. La redacción de esta segunda fase se basó en lo planteado por Farrugia (2013) y Xu (2013), donde mencionan las acciones activas (demostraciones públicas de afecto a la pareja) y acciones pasivas (monitoreo de la actividad de la pareja) en Facebook al estar en una relación de pareja.

De forma que los ítems 1 y 2 implicaron cuán frecuente hace click en el botón “me gusta” en los contenidos de su pareja (fotos, videos, comentarios), el ítem 3 estuvo comprendido de información según la persona comparta en su perfil contenidos que están en el perfil de la pareja, el ítem 4 estuvo referido a la frecuencia con la que revisa el perfil de la pareja, los ítems 5 y 6 a la frecuencia según comente las publicaciones de su pareja, los ítems 7, 8 y 9 incluyeron la frecuencia según publique contenido (fotos, videos, comentarios) en su perfil y este esté relacionado con la pareja.

Se corrigió mediante el programa estadístico SPSS versión 20.0, donde se calculó el promedio obtenido por cada sujeto, siendo éste el de uso romántico que

se le da a Facebook. Los participantes que obtuvieron puntajes bajos fueron clasificados como sujetos que le dan un menor uso a dicha red social dentro de la relación de pareja. Y aquellos sujetos cuya puntuación promedio de uso romántico de Facebook fue alta, fueron clasificados como sujetos que le dan un mayor uso a dicha red social dentro de la relación de pareja.

En este estudio, la validación de esta escala se realizó mediante 3 jueces expertos, quienes examinaron aspectos como la redacción de los ítems, la pertinencia al constructo, pertinencia a la población, redacción de las instrucciones, la escala de puntuación y el formato general.

Como resultado de esta validación, se obtuvo un coeficiente de validez de 0,82 (ver Anexo G) y por las recomendaciones dadas por los jueces expertos se decidió modificar las alternativas de la primera pregunta, debido a que eran inespecíficas (diariamente, casi todos los días, tres veces por semana, con poca frecuencia, casi nunca). Así, para el instrumento final se sustituyeron por Diariamente, Interdiario, Tres veces por semana, Una vez por semana, Una vez cada quince días y Una vez al mes.

En la segunda pregunta, por recomendación de los jueces se decidió cambiar el modo de respuesta de selección simple a selección múltiple, es decir, que las personas pudiesen elegir más de una opción.

Tras la realización del estudio piloto a 151 estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, con edades comprendidas entre 18 y 30 años que estuviesen dentro de una relación de pareja, se obtuvo una alta consistencia interna del Cuestionario de Uso de Facebook creada en la presente investigación ($\text{Alpha de Cronbach}=0,85$), y la media obtenida de la escala fue de 24,2. Debido a que la consistencia interna de la escala no se vio afectada por ningún ítem, se decidió mantener los originales (ver Tabla 4).

Tabla 4.

Comportamiento del Cuestionario de Facebook en el instrumento piloto cuando se elimina el ítem

Ítems de la escala	Media de la escala si el ítem es eliminado	Alpha de Cronbach si el ítem es eliminado
Ítem1	20,6	0,837
Ítem2	21,2	0,842
Ítem3	22,1	0,855
Ítem4	21,1	0,848
Ítem5	22	0,839
Ítem6	21,6	0,829
Ítem7	21	0,846
Ítem8	22,3	0,857
Ítem9	21,2	0,846

2. Escala Triangular del Amor (Sternberg, 1997) (Ver Anexo C)

El instrumento original fue elaborado por Sternberg (1997) y pretende evaluar la relación de pareja en base a los componentes del amor (intimidad, compromiso y pasión).

La Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997) originalmente consta de 45 ítems, donde cada factor (intimidad, pasión y compromiso) está conformado por 15 ítems. Siendo los ítems del 1 al 15 correspondientes al componente Intimidad, los ítems del 16 al 30 son los correspondientes al componente Pasión, y los ítems del 31 al 45 son los correspondientes al componente Decisión-Compromiso. La escala presenta un formato de respuesta tipo Likert con un rango de 1 a 9, donde 1 corresponde a *nada frecuente*, 5 *bastante frecuente* y 9 a *extremadamente frecuente*.

Así, los puntajes altos indican tendencia al componente de Intimidad, Pasión y Compromiso, y los puntajes bajos indican poca tendencia hacia dichos

componentes. Para obtener la calificación, se deberán promediar las puntuaciones por cada factor.

El estudio de validación de la escala total, fue realizado por Sternberg (1997) y se llevó a cabo con 101 sujetos, 50 varones y 51 mujeres, heterosexuales, con edades comprendidas entre 18 y 71 años, casados o implicados en una relación amorosa. Los resultados ofrecieron un alfa general que reflejó alta consistencia interna (α 0,95), indicando que la escala posee ítems que están altamente correlacionados. Además, se encontró una alta consistencia interna entre los ítems del componente Intimidad (α 0,91), Pasión (α 0,94) y Pasión-Compromiso (α 0,94). Esto refiere que el constructo a medir está representado en dichos ítems.

El análisis factorial de las escalas y de las calificaciones de importancia aportó la existencia de tres factores (Compromiso, Pasión e Intimidad), estos tres factores representan el 60% de la varianza total explicada por los datos, así el primer factor (Compromiso) representa el 26%, el segundo (Intimidad) 19% y el tercero (Pasión) 15%.

Siguiendo esta línea, Cassepp-Borges y Pasquali (2014) mencionan que se ha encontrado en estudios que usan la Escala Triangular del Amor (1997) (Hernández, citado en Cassepp-Borges y Pasquali, 2014; Cassepp-Borges y Martins-Teodoro, 2007; Cavalcanti; Gouveia, Fonseca, Cavalcanti, Diniz y Doria, citado en Cassepp-Borges y Pasquali, 2014; Cassepp-Borges y Pasquali, 2012) altos niveles de precisión y carga de ítems en más de un factor. Además, la alta correlación entre factores (mayores a 0,85) explica en parte el fenómeno de ítems que carga en más de un factor. Comúnmente, la solución adoptada es la exclusión de elementos complejos, es decir, eliminar algunos ítems.

De esta forma Cassepp-Borges y Pascuali (2014) realizaron un estudio psicométrico de la versión reducida de la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997), a fin de verificar las propiedades de la escala en una población brasilera. La versión reducida consta de 20 ítems, donde 7 pertenecen al componente de Intimidad, 7 del componente Compromiso y 6 pertenecientes a Pasión. Los

modelos encontrados fueron analizados mediante análisis factorial confirmatorio para Modelado de Ecuaciones Estructurales, obteniendo como resultado buenos indicadores de factorabilidad ($KMO = 0,948$; Bartlett = 19536.762, $p < 0,001$) los cuales son congruentes con la versión completa. Por otro lado, en la escala de ítems reducidos todos los ítems tenían cargas superiores a 0,6 en su factor de carga. Esto muestra que la escala reducida es un instrumento que discrimina sus factores.

Asimismo, la consistencia interna de los niveles de los factores fue alta (mayor a $\alpha 0,90$). También se encontró que la consistencia interna global de la Escala triangular del Amor reducida fue alta ($\alpha 0,94$), lo que sugiere que se mantuvo la precisión del factor general (Amor). Asimismo, al estudiar las correlaciones con la escala completa, se obtuvo altos niveles de correlación entre los componentes de intimidad ($r = 0,96$), Pasión ($r = 0,94$), Compromiso ($r = 0,96$) y Amor ($r = 0,98$). Por lo que se sugiere que una versión reducida de la misma es viable, ya que facilita la separación de los factores, mejorando así su interpretación, además tendría la ventaja de reducir el tiempo de aplicación (Cassepp-Borges y Pasquali, 2014).

En congruencia con esto, Cassepp-Borges y Martins-Teodoro (2007), en su validación de la escala reducida Triangular del Amor de Sternberg (1997), obtuvieron que los valores de los Alpha de Cronbach permanecieron elevados, aún con la reducción del número de ítems de cada subescala (Intimidad = 0,90; Pasión = 0,904; Compromiso = 0,913; Amor = 0,941).

Para fines de la presente investigación solo se tomó en cuenta los factores Compromiso e Intimidad por razones teóricas, de manera que la escala quedó reducida a 30 ítems, tomando en cuenta la escala original. Donde del 1 al 15 son ítems correspondientes al componente Intimidad y los ítems del 31 al 45 pertenecientes al componente Compromiso, manteniéndose la escala tipo Likert que va del 1 al 9, donde 1 *nada frecuente*, 5 *bastante frecuente* y 9 *extremadamente frecuente*. Los puntajes altos indicaron tendencia al componente

de Intimidad y Compromiso, y los puntajes bajos indicaron poca tendencia de dichos componentes. Para obtener la medida, se promediaron las puntuaciones obtenidas por cada factor.

Se realizó una validación de dicha escala mediante el juicio de 3 expertos, los cuales examinaron aspectos como la redacción de los ítems, la pertinencia al constructo, pertinencia a la población, la redacción de las instrucciones, escala de puntuación y formato general. A partir de esta validación de jueces se obtuvo un coeficiente de validez de 0,94 en el rango de redacción, pertinencia al constructo y a la población respectivamente (ver Anexo G) y a partir de las recomendaciones de los jueces se decidió agregar al final de los ítems 17, 19 y 20 la letra “a” entre paréntesis para incluir el género femenino.

Posterior al estudio piloto, se obtuvo que la consistencia interna de la Escala Triangular del Amor con solo los componentes de Intimidad y Compromiso fue alta ($\text{Alpha de Cronbach}=0,917$). A partir de esto, se decidió eliminar los ítems cuyo aporte a la escala no fue adecuado y le restan consistencia interna. Los ítems 12 y 14 correspondientes a la dimensión de Intimidad fueron eliminados para el instrumento final. El ítem 12 posee un poder discriminativo que es inferior a .30 (0,193) por lo que no presenta una contribución relevante a la varianza de la escala y la consistencia interna de la escala aumenta cuando este ítem se elimina (ver tabla 5). El ítem 14 igualmente posee un poder discriminativo inferior a .30 (0,118), afectando la consistencia interna de la escala, ya que cuando este ítem es eliminado dicho valor aumenta (ver tabla 6).

Tabla 5.

Comportamiento de la Escala Triangular del Amor de Sternberg (1997) cuando se elimina el ítem 12.

Ítem	12
Media de la escala cuando se elimina el ítem	217,576
Poder discriminativo	0,193
Alfa de cronbach cuando se elimina el ítem	0,941

Tabla 6.

Comportamiento de la escala Triangular del Amor de Sternberg cuando se elimina el ítem 14.

Ítem	14
Media de la escala cuando se elimina el ítem	217,119
Poder discriminativo	0,264
Alfa de cronbach cuando se elimina el ítem	0,937

Estos resultados son congruentes con lo encontrado por Sternberg (1997) en el estudio de validación de la escala total, reflejando alta consistencia interna (α 0,95), indicando que la escala posee ítems que están altamente correlacionados. Sin embargo, en dicha validación se tomaron en cuenta las tres dimensiones de la escala. Asimismo, en la investigación realizada por Cassepp-Borges y Pasquali, (2014) mencionada anteriormente, se encontró una alta consistencia interna (α 0,94), sugiriendo que a pesar de la reducción de los ítems en cada factor se mantuvo la presión del factor general (amor). En la presente investigación, a pesar

de que se eliminó un factor (pasión), se mantuvo una consistencia interna adecuada en el instrumento con la población seleccionada.

Actualmente no existen estudios que reflejen la validación de la Escala triangular del amor de Sternberg con solo dos factores (intimidad y compromiso), es por ello que esta investigación usa los factores por separados para explicar el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, asimismo, esto puede ser usado para futuras investigaciones en cuanto a la validación de la misma.

Por otra parte, el análisis factorial de la Escala triangular del amor de Sternberg (1997) realizado en el estudio piloto de la presente investigación, arrojó dos componentes individuales, uno que explicaba el 50,8% de la varianza y el otro que explicaba el 7,5% de la varianza total. El primer componente fue denominado por Sternberg (1997) como intimidad, el cual incluye los ítems del 1 al 15, mientras que el segundo componente fue denominado compromiso, incluyendo los ítems del 16 al 30.

Asimismo, se evaluó la estructura factorial de la escala, verificándose con el supuesto de linealidad a través de la prueba de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0,925$; $p < 0,001$) los cuales son congruentes con la versión completa de Sternberg (1997) y con la validación de la escala reducida Triangular del Amor de Sternberg (1997) realizada por Cassepp-Borges y Martins-Teodoro (2007) (Ver Tabla 7). Además, se evaluó el supuesto de esfericidad con la prueba de Barlett ($X^2 = 3915,056$), con esto se evidencia que la matriz obtenida no es igual a la matriz de identidad, por lo que las correlaciones son mayores a cero.

Tabla 7.

Indicadores del test de KMO y Bartlett

Indicador de KMO	0,925
Chi cuadrado aproximado	3915,056
Test de Bartlett	435
Sig	0,000

3. Escala de Evaluación de la Relación (RAS) (Hendrick, 1988) (Anexo E)

La escala RAS (Hendrick, 1988) es una medida genérica de la satisfacción en la relación, concentrada en evaluar cómo se sienten las parejas con su respectiva relación. Consta de 7 ítems, en un formato tipo Likert, con un rango que va del 1 al 5, donde 1 significa poca satisfacción y 5 mucha satisfacción, los ítems 4 y 7 están redactados de forma inversa. Los ítems que la conforman son lo suficientemente generales para ser apropiados para parejas casadas, parejas que viven juntas, parejas de novios, parejas homosexuales, y, con mínimos cambios, para relaciones de amistad. En este estudio la consistencia interna global del instrumento fue alta según el alpha de Cronbach (α 0,71), indicando que la escala posee ítems que están altamente correlacionados.

En la evaluación psicométrica de la escala, Hendrick (1988) realizó un análisis factorial de componentes principales extrayendo un factor, explicando éste el 46% de la varianza. Además, la correlación entre ítems están en un rango moderado y la correlación ítem-total varía desde 0,573 hasta 0,76. Esto último hace referencia a que el constructo a medir está representado en los ítems de la escala.

Asimismo, Moral de la Rubia (2008) en un estudio para validar la Escala de Valoración de la Relación (Relationship Assessment Scale, RAS) de Hendrick, con una muestra mexicana ($n=200$), obtuvo una consistencia interna alta entre ítems (α 0,86) y una estructura unifactorial que explica el 38,52% de la varianza total.

Además, Moral de la Rubia (2008) menciona que muestra una correlación moderada (α 0,48) con el Test de ajuste Marital de Lock-Wallace (1959) y correlaciones moderadas-altas con la Escala de Ajuste Diático (DAS) y sus subescalas (α 0,51- α 0,82). Teniendo así buena capacidad para discriminar entre parejas con problemas y parejas sin problemas. Esto es congruente con lo encontrado por Hendrick (1988) en su estudio de validación de dicha escala.

Para la presente investigación se tradujo la escala del inglés al español por lo que fue expuesta por un proceso de validación mediante 3 jueces expertos, los cuales examinaron la adecuada traducción de los términos originalmente en inglés al español, redacción de ítems, redacción de las instrucciones, la escala de puntuación, la pertinencia al constructo, pertinencia a la población y el formato general. El coeficiente de validez entre los jueces fue de 0,47 en el rango de redacción, 0,48 en el rango de pertinencia al constructo y por ultimo 0,52 en el rango de pertinencia a la población (ver Anexo G). Siguiendo esta línea, como sugerencia de los jueces expertos fueron modificados los ítems 1 y 4 en cuanto a la redacción de los mismos.

De igual forma se realizó un estudio piloto con el objetivo de evaluar la confiabilidad de dicha escala en estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, con edades comprendidas entre 18 y 30 años, que se encontraban actualmente en una relación de pareja. A partir de esto, se obtuvo que la escala consta de una alta consistencia interna (Alpha de Cronbach=0,757), indicando que los ítems están altamente correlacionados. Asimismo, la media de la escala fue de 28,83 con una desviación típica de 4,44. Se decidió eliminar los ítems 5 y 7 debido a que la consistencia interna de la escala aumentaba si estos ítems eran retirados de la escala, a pesar de tener un buen poder discriminativo superior a .30 (Ver Tabla 8).

Tabla 8.

Comportamiento de la Escala de Evaluación de la Relación de Hendrick (1988) en el instrumento piloto cuando se elimina el ítem.

Ítems de la escala	Media de la escala si el ítem es eliminado	Correlación del ítem con la correlación total	Alpha de Cronbach si el ítem es eliminado
Ítem1	24,65	0,509	0,723
Ítem2	24,56	0,643	0,691
Ítem3	24,50	0,674	0,693
Ítem4	24,68	0,608	0,702
Ítem5	24,58	0,347	0,760
Ítem6	24,41	0,392	0,745
Ítem7	25,58	0,319	0,773

Estos resultados son congruentes con lo encontrado por Oropeza-Lozano, Armenta-Huarte, García-Arista, Padilla-Gómez y Díaz-Loving (2010), en su investigación de la validación de la Escala de Evaluación de la Relación de Hendrick (1988) en población mexicana (N=204), siendo la muestra conformada por personas entre 18 y 52 años que vivían juntos, donde obtuvieron una alta confiabilidad (Alpha de Cronbach=0,88), siendo una escala unifactorial. Es importante mencionar que estos autores plantean en los resultados que, los ítem “con qué frecuencia desearías no haber entrado en esta relación” y “qué tantos problemas hay en tu relación” no discriminaban lo suficiente para dar resultados válidos de la escala, ya que disminuían la consistencia interna total. Estos mismos ítems fueron eliminados en la presente investigación por igual motivo.

4. Versión Reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación (Farrugia, 2013) (Ver Anexo G).

La Escala Revisada de Autorrevelación (Wheless y Grotz, 1977) mide la cantidad de información personal que exponen las personas sobre sí mismos a otras personas. Consta originalmente de 31 ítems divididos en cinco secciones o

dimensiones: Revelación Destinada, Cantidad de Revelación, Revelación Positiva/Negativa, Control de Profundidad y Honestidad.

Al analizar cada uno de los factores, se obtuvieron las fiabilidades siguientes: para el factor Revelación Destinada se obtuvo un alpha moderado-alto (α 0,66), para Cantidad de Revelación se obtuvo una consistencia interna alta (α 0,88), el factor Revelación Positiva/Negativa obtuvo un alpha de cronbach alto (α 0,91), el Control de la Profundidad obtuvo una fiabilidad alta (α 0,84) y por último el factor honestidad también obtuvo un alpha elevado (α 0,87) (Wheeless, Nesser y McCroskey, 1986).

Para la presente investigación se acordó la utilización de la versión utilizada por Farrugia (2013), la cual solo incluye tres dimensiones: Revelación Destinada, Cantidad de Revelación y Revelación Positiva/Negativa, teniendo estas una consistencia interna alta (α 0,85, α 0,88 y α 0,91 respectivamente), señalando que los ítems dentro de cada factor están altamente relacionados con el constructo a medir.

Por lo tanto queda reducida a 16 ítems, siendo una escala tipo Likert con un rango de puntuación que va del 1 (muy en desacuerdo) al 5 (muy de acuerdo), donde valores bajos indican fuerte desacuerdo y valores altos indican fuerte acuerdo de la revelación de la información personal hacia los demás.

De forma más específica, el factor Relevación Destinada incluye los ítems del 1 al 4, el factor Cantidad de Revelación incluye los ítems del 5 al 11 y el factor de Revelación Positiva/Negativa incluye los ítems del 12 al 16 (Farrugia, 2013).

Blau (2011) en su investigación sobre el uso de aplicación, tipos de relación en línea, auto-revelación y el abuso de internet entre niños y jóvenes, usó la versión reducida de la escala de autorrevelación revisada de Lapidot-Leffler (citado en Blau, 2011), la cual tuvo un alto coeficiente de confiabilidad (0,76) indicando que los ítems están correlacionados entre sí, siendo representativos del constructo. Esta escala reducida incluyó solo tres dimensiones, siendo estas Revelación Destinada, Honestidad y Profundidad. Además, reporta los

coeficientes de confiabilidad obtenidos por los ítems en su investigación, y estos oscilan entre 0,71 y 0,76, indicando una alta correlación entre ellos. Por otro lado, este autor menciona la validación para la versión corta de la autorrevelación en línea de Leung (2002), donde reporta alfas de Cronbach que variaron desde moderado alto-alto (0,59-0,80), confirmando lo anteriormente planteado.

Para el presente estudio, se tradujo la escala del inglés al español por lo que se expuso por un proceso de validación mediante 3 jueces expertos, los cuales examinaron la adecuada traducción de los términos originalmente en inglés al español, la redacción de los ítems, la pertinencia al constructo, pertinencia a la población, redacción de las instrucciones, la escala de puntuación y el formato general. A partir de esto, se obtuvo un coeficiente de validez de 0.86 para la redacción y un coeficiente de 0,88 para la pertinencia al constructo y a la población (Ver Anexo G).

Así mismo, por recomendación de los jueces expertos se decidió agregar a los ítems 1, 4, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16 la letra “a” entre paréntesis al final de cada uno de ellos para incluir al género femenino. Por otro lado, los ítems 9, 10, 11 fueron modificados en cuanto a redacción.

De igual forma se realizó un estudio piloto con el objetivo de evaluar la confiabilidad de la escala en estudiantes de pregrado, con edades comprendidas entre 18 y 30 años en la Universidad Católica Andrés Bello, donde se obtuvo una baja consistencia interna (α de cronbach=0,498), lo que quiere decir que los elementos que conforman la escala no midieron el constructo en cuestión dentro de la población seleccionada. Al enfocarse la confiabilidad como el grado de homogeneidad de los ítems del instrumento en relación a lo que se pretende medir, los errores de medición pueden depender, algunas veces, de una validación inadecuada del instrumento y otras, de las condiciones externas bajo las cuales se realiza la medición (Bolívar y Ruiz, 2007).

Según Kerlinger (2002), la varianza de error consiste en errores aleatorios que están presentes en todas las mediciones y que son de causas desconocidas; fatiga, condiciones fortuitas en un momento en particular que afectan en forma temporal al objeto medido o al instrumento de medición, fluctuaciones de memoria o de humor, como otros factores que son temporales y que cambian. En la medida que estos factores se encuentren presentes para el momento de la medición, la confiabilidad del instrumento desciende, es decir, que un instrumento es más confiable mientras menos factores de error le afecten.

En este sentido, la varianza total de un instrumento está compuesta por una varianza verdadera y esta varianza de error, y dado los resultados de confiabilidad obtenidos en la escala de autorrevelación por el método de Alpha de Cronbach (0,498), es posible afirmar que la varianza de error predomina sobre la varianza verdadera (Kerlinger, 2002).

Específicamente en la escala de autorrevelación, aspectos como la redacción de las instrucciones de la escala, la traducción y redacción ambigua de ciertos ítems, pudieron afectar la confiabilidad de dicho instrumento. Kerlinger (2002) indica que un reactivo ambiguo puede aumentar la varianza de error, de manera que puede interpretarse diferente según cada individuo, haciendo que dichas interpretaciones sean aleatorias. De la misma manera pasa con las instrucciones; las instrucciones claras y estándares tienden a reducir los errores de medición.

Esta ambigüedad facilita que no haya consistencia en la ejecución de los reactivos de la prueba, teniendo como consecuencia que los diferentes ítems del instrumento no tengan una correlación positiva entre sí, resultando una escala poco homogénea.

La homogeneidad implica que una prueba es unidimensional, es decir, que el instrumento está midiendo una sola variable (Bolívar y Ruiz, 2007). Según esto, podemos estimar que los ítems de la escala de autorrevelación usada en la

presente investigación no midieron una característica en común, y por lo tanto, no era una prueba homogénea

Es por esto, junto con la consideración del tiempo, que se decidió eliminar dicha escala del instrumento final, implicando que las hipótesis correspondientes a autorrevelación no fueron comprobadas para esta investigación como estaba previsto.

Procedimiento

La investigación se llevó a cabo en la población de estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en Caracas, Venezuela.

Se creó un cuestionario de autorreporte para medir la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja, el cual incluyó ítems para conocer cómo es el uso de Facebook del participante en general y qué uso le da dentro de la relación de pareja, de forma que esto último incluye la situación sentimental en Facebook (casado, en una relación, es complicado, soltero, otros) y un conjunto de 9 ítems presentados en una escala tipo Likert que van del 1 al 5, donde 1 es “*nunca*” y 5 es “*siempre*” dando lugar a puntuaciones en una escala continua, pudiendo permitir más posibilidades de análisis (Ver Anexo B).

Además, se efectuó una modificación de la Escala Triangular del Amor Sternberg (1997) para cumplir con los objetivos de la presente investigación, la cual consta originalmente de 45 ítems, donde cada factor (intimidad, compromiso y pasión) está conformado por 15 ítems. En la versión reducida de esta escala, que se construyó y validó para la presente investigación, se consideraron solo los ítems correspondientes a los componentes de Intimidad y Compromiso, debido a que el componente Pasión no se incluye en el problema de investigación. Esta nueva versión constó, igualmente, de un formato tipo Likert, con un rango de 1 a 9, donde 1 correspondió a “*en lo absoluto*” y 9 a “*extremadamente*”.

Siguiendo esta línea, se realizó la traducción del inglés al español de la Escala de Evaluación de la Relación (RAS) (Hendrick, 1988) y de la Versión Reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación (Farrugia, 2013).

Por tanto, se efectuó una validación de todas las escalas mediante el juicio de 3 expertos con la finalidad de examinar la pertinencia al constructo y a la población, la redacción de los ítems, así como la traducción de los mismos, la redacción de las instrucciones, la puntuación de las escalas y forma general de las mismas (Ver Anexo H).

Aunado a esto se realizó un estudio piloto para analizar psicométricamente los aspectos pertinentes del Cuestionario de uso de Facebook dentro de la relación de pareja, la Escala Triangular del Amor (Sternberg, 1997), ya que fueron creadas y modificadas para la presente investigación, respectivamente. Además, fueron analizadas psicométricamente la Escala de Evaluación de la Relación (RAS) (Hendrick, 1988), la Versión Reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación (Farrugia 2013), ya que fueron traducidas del inglés al español. De forma general, se realizó el análisis psicométrico de cada una de las escalas en la población de la UCAB.

Para seleccionar dichos estudiantes, se realizó un muestreo no probabilístico propositivo, donde los criterios relevantes para seleccionar la muestra fueron ser estudiantes de pregrado de la UCAB, tener edades comprendidas entre 18 y 30 años, estar actualmente en una relación de pareja y poseer una cuenta de Facebook. De manera que para seleccionar a dichos participantes se les preguntó de forma deliberada si poseían estas características en conjunto.

Así, se le presentó a los sujetos una serie de cuestionarios de autorreporte, conformados por las escalas de cada una de las variables, para ser contestado de manera individual, con la posibilidad de acudir a las examinadoras frente a cualquier duda que pueda presentarse.

Se procedió a realizar el análisis de los datos obtenidos en la muestra piloto, a fin de poder realizar las modificaciones pertinentes para la investigación. Luego se administraron los cuestionarios a la muestra definitiva, siendo éstos los participantes que cumplían con las condiciones planteadas anteriormente. Seguidamente se procedió a realizar la base de datos en el programa de computación para ciencias sociales llamado Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 20.0, donde se calcularon los resultados finales a partir del análisis de ruta planteado que son discutidos en el apartado de análisis de resultados.

Análisis de Resultados

Análisis descriptivo

La muestra del presente estudio estuvo conformada por 380 estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, de los cuales 258 (67,9%) son mujeres y 122 (32,1%) son hombres, con edades comprendidas entre 18 y 30 años, siendo 20,2 años la edad promedio, con una desviación típica de 1,91, siendo la forma de la distribución de edades leptocúrtica ($K=1,358$) y coleada hacia la derecha ($AS=0,906$), ya que la mayoría de los datos se agruparon en el extremo inferior izquierdo, tal y como se observa en la Figura 5.

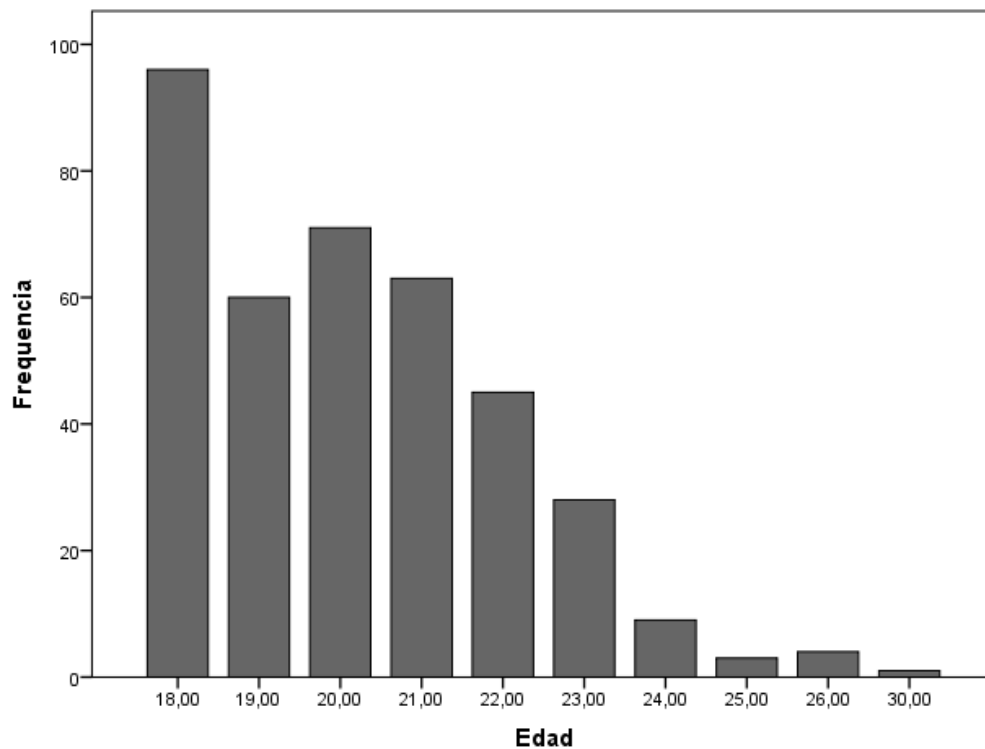


Figura 5. Frecuencia de estudiantes por edad.

Con respecto a la pareja, los 380 (100%) participantes manifestaron estar en una relación, de los cuales, 244 (64,2%) manifestaron mantener una relación de 7 meses en adelante, mientras que los 136 restantes (35,8%) mantenían una relación de 0 a 6 meses de duración, como se muestra en la Tabla 9.

Tabla 9.

Frecuencia de Estudiantes Según la Duración de su Relación de Pareja.

Duración de la relación	Frecuencia	%
0 a 6 meses	136	35,8
7 meses en adelante	244	64,2

Asimismo, los participantes reportaron su situación sentimental en Facebook, donde 294 (77,4%) personas no manifiestan estar en una relación, 62 personas (16,3%) reportan estar en una relación y etiquetan el nombre de su pareja, 16 (4,2%) participantes reportan estar en una relación pero sin etiquetar el nombre de su pareja, 3 (0,8%) personas reportaron estar comprometidos etiquetando a su pareja, 1 (0,3%) persona reportó estar comprometida sin etiquetar a su pareja y por ultimo 3 personas reportaron estar casados, donde 2 de ellas etiquetan a su pareja (0,5%) y una no (0,3%). Ver tabla 10

Tabla 10.

Frecuencia de Estudiantes según la situación sentimental que reportar tener en Facebook.

Situación sentimental	Frecuencia	%
Soltero	294	77,4
Tiene una relación (etiqueta)	62	16,3
Tiene una relación (sin etiqueta)	16	4,2
Comprometido (etiqueta)	3	0,8
Comprometido (sin etiqueta)	1	0,3
Casado (etiqueta)	1	0,3
Casado (sin etiqueta)	2	0,5

Nota. Se excluyeron las categorías donde no hubo reporte

En cuanto a poseer una cuenta en la red social Facebook, los 380 (100%) participantes notificaron poseerla. De esta manera, 164 (43,2%) de ellos reportaron usar la red social diariamente, 81 (21,3%) la usa interdiario, 48 (12,6%) tres veces por semana, 36 (9,5%) una vez por semana, 36 (9,5%) una vez al menos y 15 (3,9%) estudiantes notificaron utilizarla cada quince días, resultados mostrados en la Figura 6.

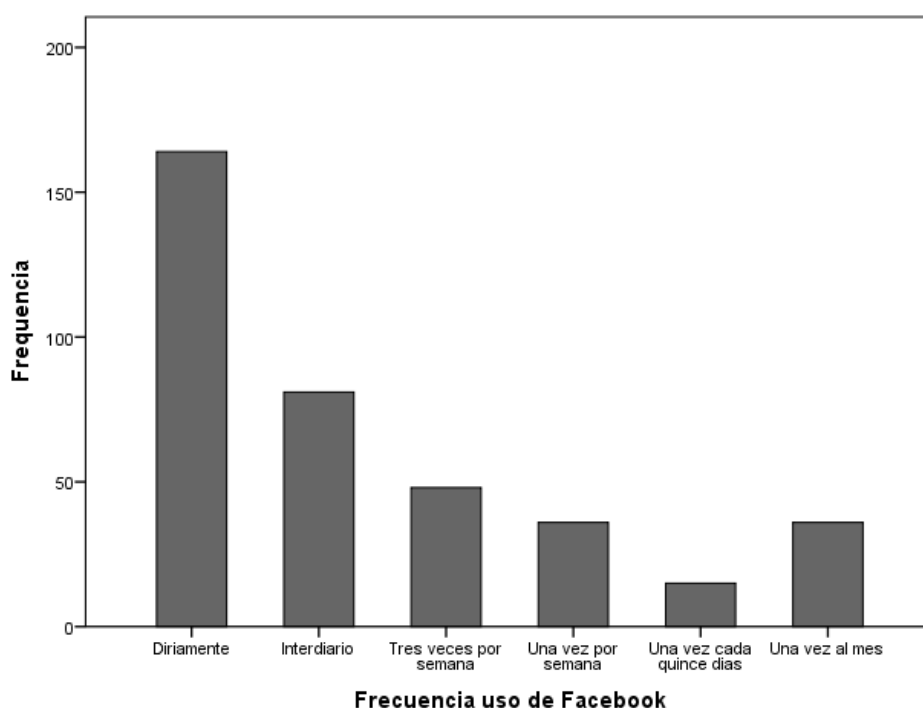


Figura 6. Gráfico de barras de la frecuencia de estudiantes según la frecuencia de uso de Facebook.

En cuanto a los motivos de uso de Facebook, 210 (55,3%) participantes reportaron ingresar a Facebook cuando les llegaba una notificación, mientras que el resto indicó que no ingresa por este motivo (44,7%); 189 (49,7%) participantes reportaron ingresar a Facebook para mantenerse informado, mientras que el resto no (50,3%); 139 (36,6%) participantes reportaron ingresar a Facebook para publicar información, mientras que el resto no (63,4%); 107 (32,8%) reportó ingresar a Facebook para revisar el perfil de alguien en específico, mientras que el

resto no (71,8%); 103 (27,1%) participantes reportaron ingresar a Facebook para recordar los cumpleaños de sus amigos, mientras que el resto no (72,9%); 81 (21,3%) participantes reportaron ingresar a Facebook para enviar mensajes privados, mientras que el resto no; 34 (8,9%) participantes reportaron ingresar a Facebook para buscar viejos amigos, mientras que el resto no (91,1%), y 29 participantes reportaron ingresar a Facebook para jugar, mientras que el resto no ingresa por este motivo, tal y como se observa en la Tabla 11.

Tabla 11.

Frecuencia de los Motivos de Uso de Facebook.

Motivo de uso de Facebook	Selecciona sí	%	Selecciona no	%
Porque me llega una notificación	210	55,3	170	44,7
Para mantenerme informado	189	49,7	191	50,3
Para buscar viejos amigos	34	8,9	346	91,1
Para revisar el perfil de alguien en específico	107	28,2	273	71,8
Para publicar información	139	36,6	241	63,4
Para recordar el cumpleaños de mis amigos	103	27,1	277	72,9
Para jugar	29	7,6	351	92,4
Para mandar mensajes privados	81	21,3	299	78,7

Uso de Facebook dentro de la relación de pareja

Con respecto al puntaje promedio en la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja, el recorrido posible para esta variable es de 1 a 5 puntos. Se obtuvo una media de 2,60 y una desviación estándar de 0,79, con una forma de distribución mesocúrtica ($K=0,028$) y simétrica ($AS=0.258$), lo que señala una distribución normal, donde el 95% de los datos están dentro de 2 desviaciones estándar de la media, como se muestra en la Figura 7.

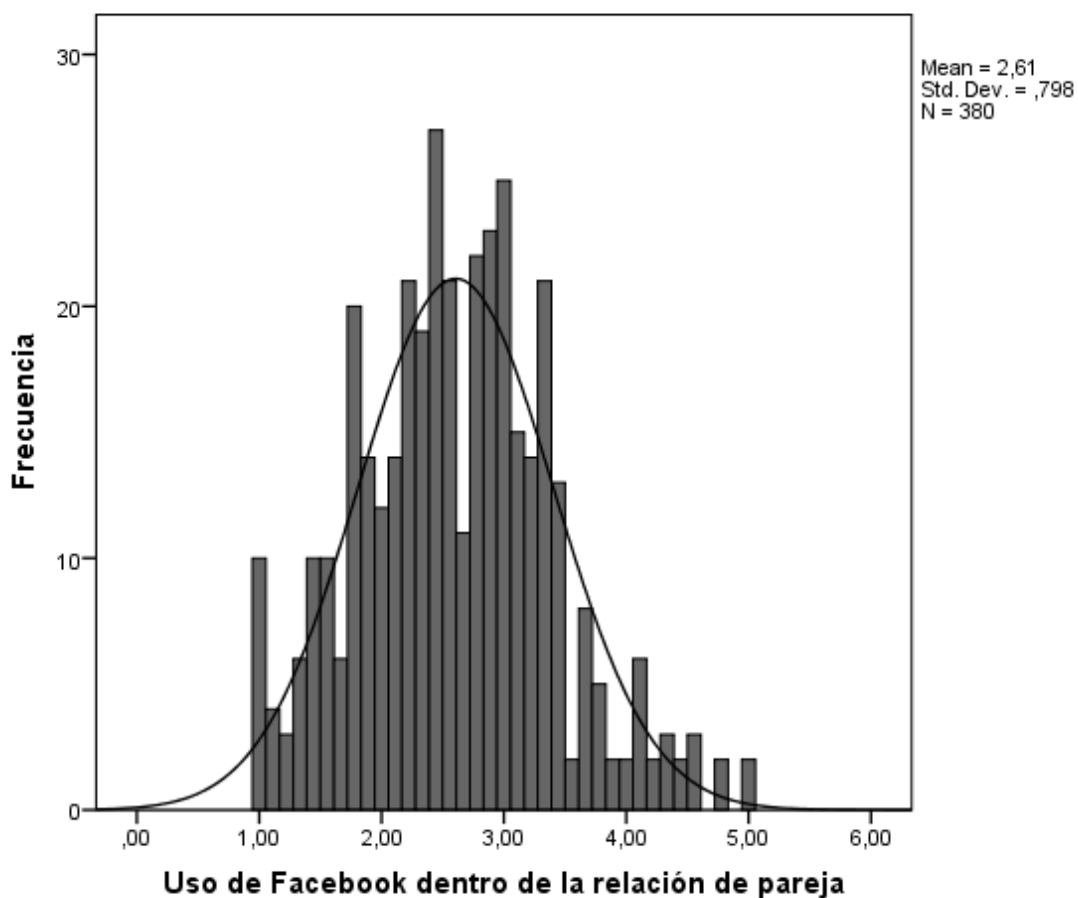


Figura 7. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Intimidad en la relación de pareja

Con respecto a la variable intimidad en la relación de pareja, se obtuvo una media de 7,61 y una desviación estándar de 1,35. Asimismo la forma de la distribución es leptocúrtica ($K=1,663$) y con asimetría negativa ($AS=-1,350$). Lo que indica que los datos están agrupados hacia el extremo superior derecho, la media se encuentra por encima de la mediana, siendo la distribución coleada hacia la izquierda, como se muestra en la Figura 8.

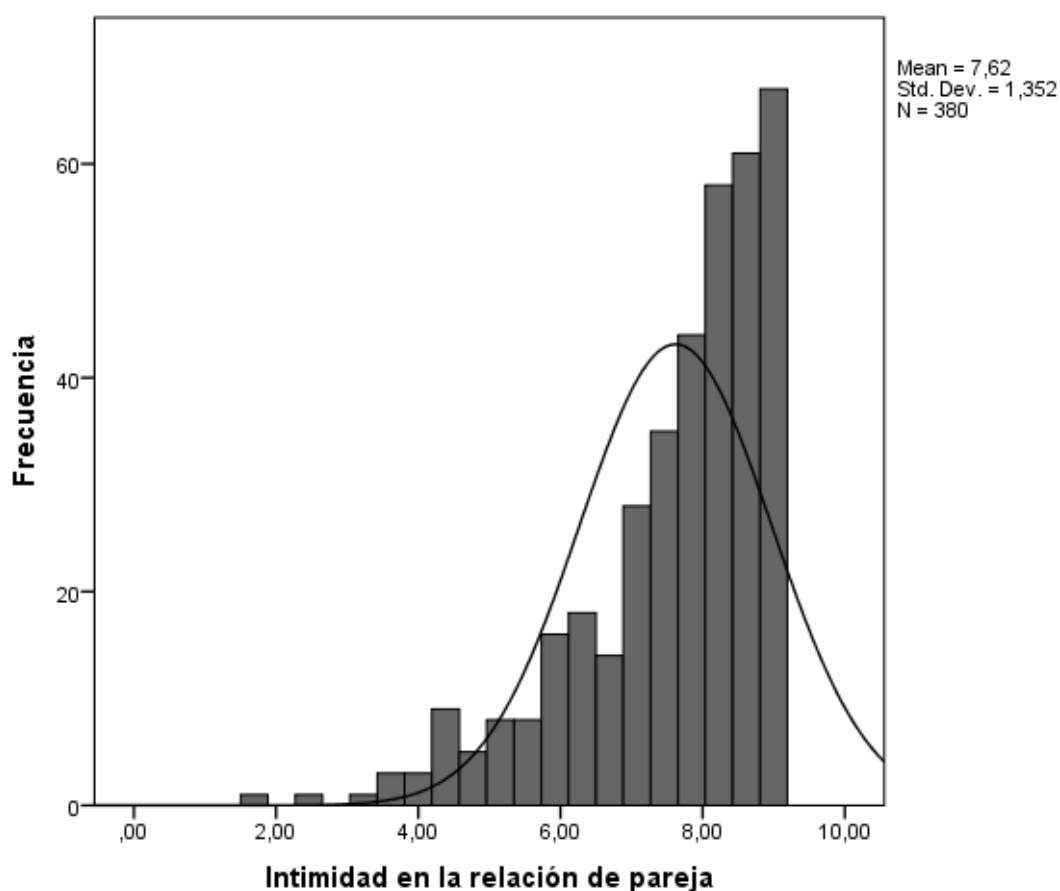


Figura 8. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Intimidad.

Compromiso en la relación de pareja

Con respecto a la variable compromiso en la relación se pareja, se obtuvo una media de 3,67 y una desviación estándar de 1,00, asimismo la forma de la distribución es mesocúrtica ($K=-0,030$) y con asimetría negativa ($AS=-0,908$), indicando que los datos se agrupan hacia la derecha de la distribución por encima de la media, siendo una distribución coleada hacia la izquierda como se muestra en la Figura 9.

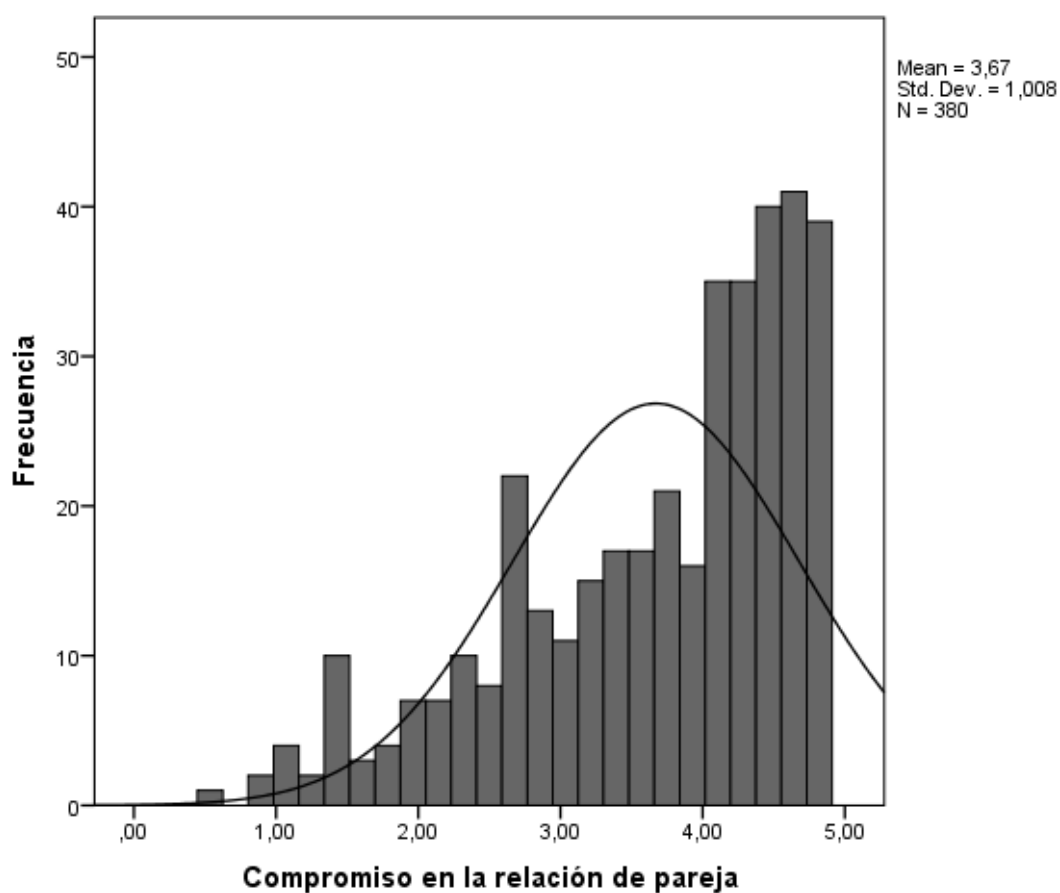


Figura 9. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Compromiso.

Satisfacción con la pareja

Con respecto a la variable satisfacción en la relación de pareja, se obtuvo una media de 4,14 y una desviación típica de 0,826, la forma de la distribución de dicha variable es leptocúrtica ($K=1,223$) y con asimetría negativa ($AS=1,226$), señalando que los datos se encuentran en el extremo superior derecho, la mediana está por encima de la media, siendo una distribución coleada hacia la izquierda como se muestra en la Figura 10.

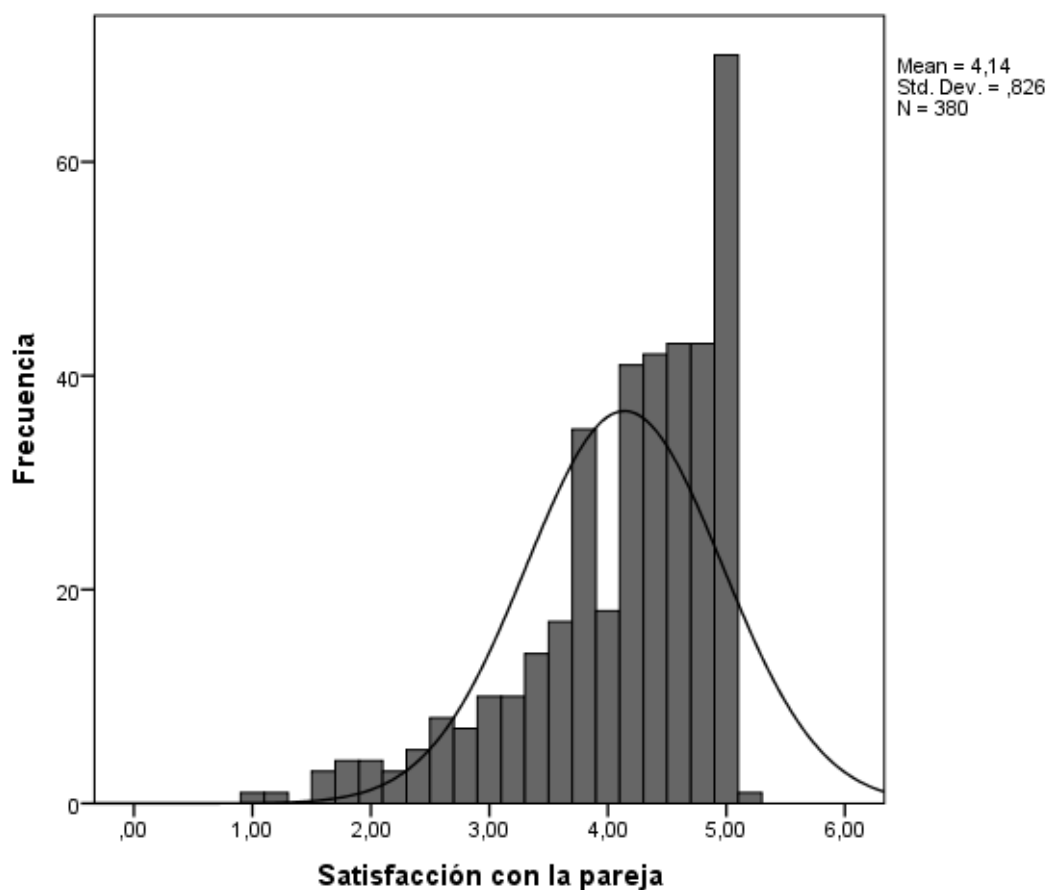


Figura 10. Histograma de distribución de los sujetos en función de la variable Satisfacción con la Pareja.

Los datos para cada una de las variables continuas Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la Pareja, no provienen de una distribución normal, mientras que los datos de la variable Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja sí constituyen una distribución normal ($0,450 > 0,01$), tal y como se muestra en la Tabla 12.

Tabla 12.

Pruebas de Normalidad Para Cada Variable Continua.

Kolmogorov-Smirnov	Intimidad	Compromiso	Satisfacción	Uso de Facebook
Estadístico	0,860	3,124	2,993	2,804
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,450*

Análisis Relacional

En cuanto a las correlaciones bivariadas, que permiten establecer el grado en que los puntajes de una variable mantienen una relación lineal sistemática con los puntajes de otra, se obtuvo que la variable sexo y uso de Facebook dentro de la relación de pareja poseen una correlación baja negativa ($R=-0,086$) y no significativa ($0,095>0,01$), lo cual revela que el uso de Facebook dentro de la relación de pareja no varía según el sexo de la persona, es decir, hombres y mujeres no difieren en cuanto al uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Tabla 13).

En lo que respecta a la variable sexo e intimidad, se obtuvo una correlación baja positiva ($R=0,005$) y no significativa ($0,920>0,01$), lo que implica que hombres y mujeres reportan niveles similares de intimidad en sus relaciones de pareja. De esta manera, sexo y compromiso resultaron correlacionar baja y negativamente ($R=-0,052$), siendo esta correlación no significativa ($0,313>0,01$), lo que indica que hombres y mujeres no difieren en cuanto a los niveles de compromiso en sus relaciones de pareja, reportados (Tabla 13).

Por otro lado, la variable sexo y satisfacción con la pareja resultaron en una correlación baja negativa ($R=-0,110$) y significativa ($0,00<0,01$), lo que sugiere que los hombres reportan mayores niveles de satisfacción con sus parejas que las mujeres, estos resultados apuntan más bien a una tendencia, dado a su baja magnitud, siendo limitado el poder explicativo de esta variable (Tabla 13).

Con relación a lo anterior, el comportamiento de los datos presentados en la figura 11 sobre la satisfacción con la pareja donde la puntuación mínima fue 1 y la puntuación máxima fue 5, señala que los hombres obtuvieron una puntuación mínima de 1,5 y una puntuación máxima de 5. A su vez, el 75% de los hombres se agrupan entre los valores 4 y 5, siendo los valores más altos. Asimismo, muestran menor dispersión que las mujeres, quienes además reportan puntuaciones más bajas (Ver Figura 11).

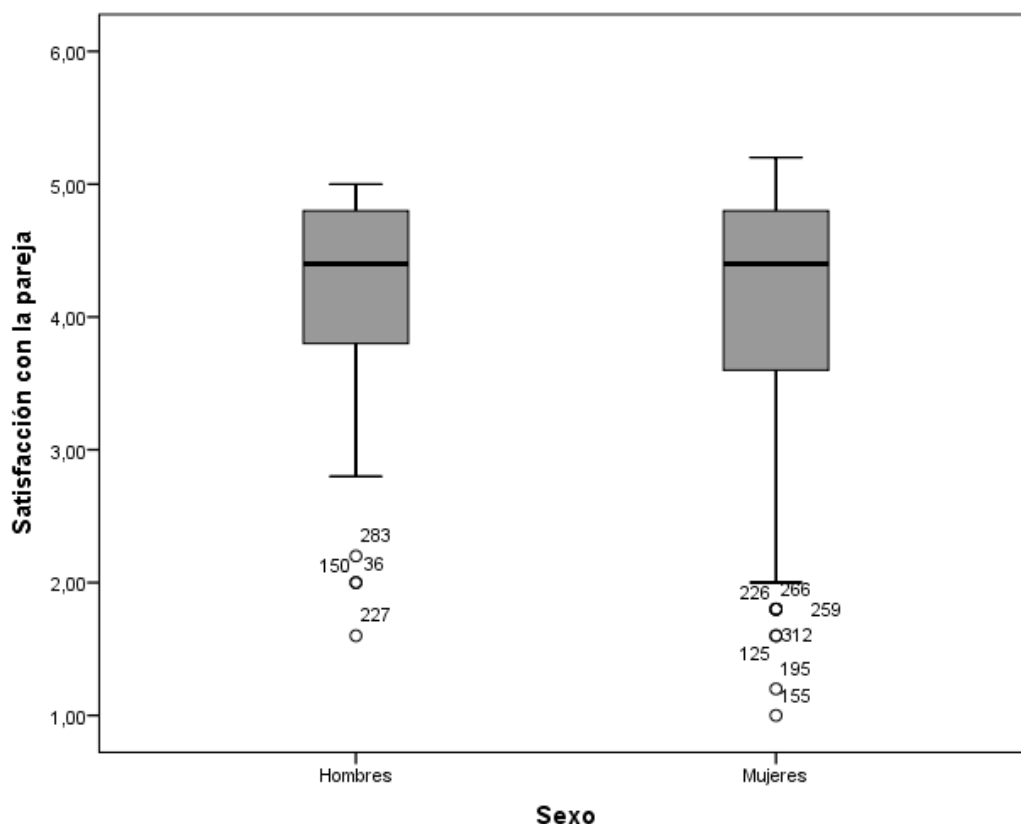


Figura 11. Gráfico de caja y bigote para la variable Satisfacción con la Pareja en función del sexo.

Tabla 13.

Correlaciones Bilaterales de las Variables Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la Pareja en Función de la Variable Sexo.

	Sexo	
	Correlación	Significancia
Intimidad	0,005	0,920
Compromiso	-0,052	0,313
Satisfacción con la pareja	-0,110*	0,000
Uso de Facebook dentro de la relación de pareja	-0,086	0,095

Para la variable intimidad y uso de Facebook dentro de la relación de pareja, se obtuvo una correlación baja positiva ($R=0,283$) y significativa

($0,00 < 0,01$), lo que revela que existe una tendencia de los que reportan mayores niveles de intimidad a hacer un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja. Lo mismo sucede con la variable compromiso, ya que se obtuvo una correlación baja positiva ($R=0,333$) y significativa ($0,00 < 0,01$) con la variable uso de Facebook dentro de la relación de pareja, indicando que aquellos que reportaron mayores niveles de compromiso dentro de su relación, tienden a usar más Facebook dentro de la relación de pareja (Tabla 14).

En concordancia, la variable satisfacción con la pareja correlaciona baja y positivamente ($R=0,302$) con el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, resultando esta correlación significativa ($0,00 < 0,01$), lo cual sugiere que aquellas personas que reportaron mayores niveles de satisfacción con su pareja, muestran una tendencia de hacer mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Tabla 14).

Igualmente, es importante resaltar que estas relaciones reportadas entre las variables intimidad, compromiso y satisfacción en función del uso de Facebook dentro de la relación de pareja, poseen una baja magnitud, por la cual estos resultados sugieren solo una tendencia y poseen un valor explicativo limitado (Tabla 14).

Tabla 14.

Correlaciones Bilaterales de las Variables Intimidad, Compromiso, Satisfacción con la Pareja y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

	Uso de Facebook dentro de la relación de pareja	
	Correlación	Significancia
Intimidad	0,283*	0,000
Compromiso	0,333*	0,000
Satisfacción con la pareja	0,302*	0,000

Por otro lado, las variables intimidad y compromiso resultaron estar correlacionadas de forma alta y positiva ($R=0,778$), siendo esta una relación significativa ($0,00<0,01$), indicando que las personas que mostraron altos niveles de intimidad, también mostraron altos niveles de compromiso (Tabla 15).

Lo mismo sucede con la variable satisfacción con la pareja, la cual correlaciona alta y positivamente con intimidad ($R=0,701$), resultando significativa ($0,00<0,01$) esta relación, lo que sugiere que los participantes que presentaron un puntaje superior correspondiente a los niveles de intimidad, presentaron a su vez, un puntaje superior en los niveles de satisfacción con la pareja (Tabla 15).

Por último, las variables compromiso y satisfacción con la pareja correlacionaron alta positiva ($R=0,771$) y significativamente ($0,00<0,01$), lo que implica que las personas que reportaron mayores niveles de compromiso en su relación de pareja, reportan estar altamente satisfechas con la misma (Tabla 15).

Tabla 15.

Matriz de Correlaciones Bilaterales entre las Variables Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la pareja.

	Intimidad	Compromiso	Satisfacción con la pareja
Intimidad	-	0,778**	0,701**
Compromiso		-	0,771**

** $p<0,01$.

Análisis de Ruta

Con la finalidad de verificar las hipótesis planteadas se empleó el método de análisis de ruta, el cual se llevó a cabo a partir del análisis de regresión múltiple. Dicho análisis se realizó en dirección izquierda, comenzando por la variable dependiente, uso de Facebook dentro de la relación de pareja y finalizando con las variables exógenas, tomando el puntaje beta y el nivel de significancia menor al 5%.

Previamente, se consideraron los supuestos requeridos para poder llevar a cabo el análisis. En primer lugar, el índice Durbin-Watson fue cercano a 2 en todos los análisis de regresión aplicados, lo cual sugiere que no existe relación entre los errores (Ver Tabla 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25).

En cuanto al supuesto que hace referencia a la no relación entre las variables independientes, se encontró que las variables independientes correlacionan igual o por encima de 0,7 lo que indica que existe multicolinealidad entre las variables (Ver Tabla 15), incumpléndose así este supuesto.

Con relación al ajuste a la normal de las variables del modelo, se encontró que la variable que posee mejor ajuste es el uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Figura 12), mientras que las variables que peor se ajustan a la normal son intimidad, compromiso y satisfacción con la pareja.

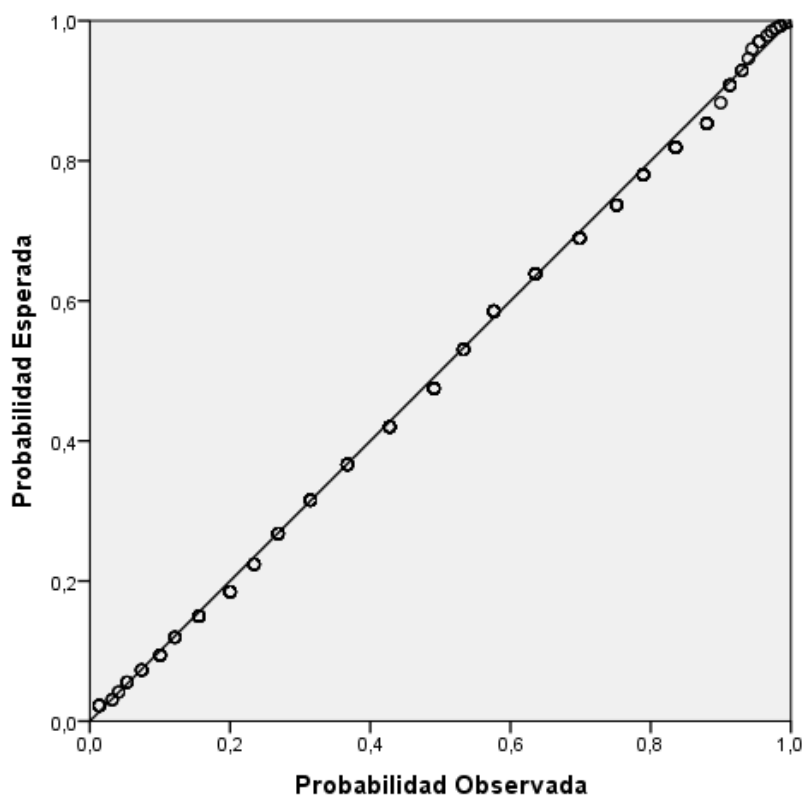


Figura 12. Gráfico de ajuste a la normal de la variable Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

En general, el modelo resultó efectivo con una $F=12,852$, con un nivel de significancia de 0,05 y una probabilidad asociada de $p=0,00$. El grado de asociación entre las variables es bajo y positivo ($R=0,347$), explicando un 12,1% de la varianza de la variable dependiente uso de Facebook dentro de la relación de pareja, que es explicada por la combinación de las variables predictoras sexo, intimidad, compromiso y satisfacción con la pareja (ver Tabla 16)

Tabla 16.

Resumen del Modelo con las Variables Sexo, Intimidad, Compromiso y Satisfacción con la Pareja hacia la Variable Dependiente Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada	Error estándar	Durbin-Watson
			Ajustada	de medida	
1	0,347	0,121	0,111	0,752	1,812

- Predictoras (Constante), Sexo, Intimidad, Compromiso, Satisfacción con la Pareja.
- Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

Siguiendo esta línea, el modelo resultante a partir de la combinación de las variables propuestas en el estudio se puede observar en la Figura 13.

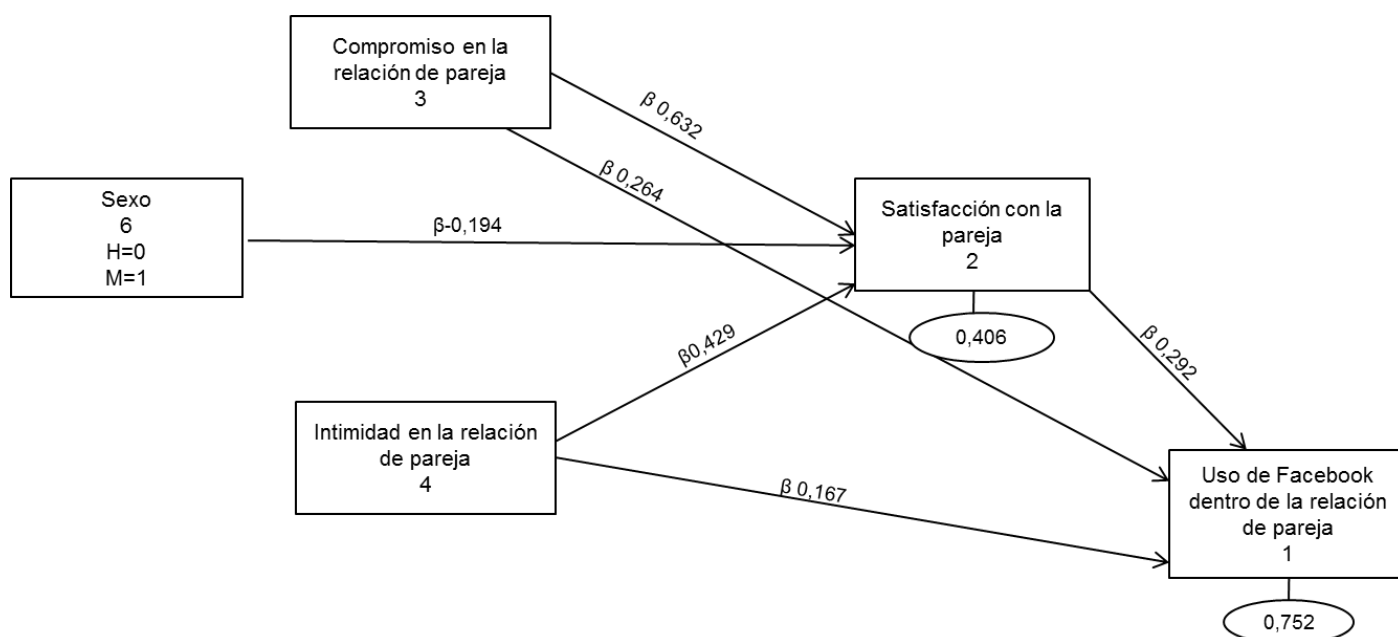


Figura 13. Diagrama de ruta obtenido de la influencia del sexo, compromiso, intimidad y satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Con respecto a los pesos beta de las variables relacionadas con la satisfacción con la pareja, se encontró que los hombres muestran mayor satisfacción en sus relaciones que las mujeres en general, con una significancia al 5% ($F= 4,604$; $p=0,03$) y un puntaje beta de $\beta=-0,194$. De igual forma se obtuvo una correlación múltiple baja y positiva ($R=0,11$) explicando el 1,1% de la varianza de dicha variable. No obstante, no se obtuvieron resultados significativos en cuanto la variable sexo hacia el resto de las variables del modelo, por lo que ser hombre o mujer no determina de forma directa los niveles de intimidad y compromiso experimentados dentro de la relación de pareja, ni el uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Tabla 17.

Resumen del Modelo con la Variable Sexo hacia Satisfacción con la Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,110	0,012	0,009	0,822	1,826

a. Predictoras (Constante), Sexo.

b. Variable Dependiente: Satisfacción con la Pareja.

Siguiendo esta línea, se encontró que tanto el compromiso como la intimidad, influyen de forma significativa en la satisfacción con la pareja, con un nivel de significancia del 5%, siendo $F=552,928$ con $p=0,000$ para la primera variable y $F=365,997$ con $p=0,000$ para la segunda, donde los betas obtenidos son $\beta=0,632$ (Tabla 19) y $\beta=0,429$ respectivamente (Tabla 18). De forma que la intimidad explica un 49% de la varianza de la satisfacción con la pareja (Tabla 18), mientras que el compromiso explica un 59% (Tabla 19), indicando que tanto las personas que reportaron mayor compromiso, como las que reportaron mayor intimidad en su relación de pareja, experimentan mayor satisfacción con su pareja.

Tabla 18.

Resumen del Modelo con la Variable Intimidad hacia Satisfacción con la Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,701	0,492	0,491	0,589	1,862

- a. Predictoras (Constante), Intimidad.
- b. Variable Dependiente: Satisfacción con la Pareja.

Tabla 19.

Resumen del Modelo con la Variable Compromiso hacia Satisfacción con la Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,771	0,594	0,593	0,527	1,872

- a. Predictoras (Constante), Compromiso.
- b. Variable Dependiente: Satisfacción con la Pareja.

Con respecto a la intimidad, se obtuvo que esta variable influye de forma baja, positiva y significativa al 5% ($F=47,194$; $p=0,000$) sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, con un peso beta de $\beta=0,167$. De forma tal que la intimidad explica el 8% de la varianza del uso de Facebook dentro de la relación de pareja, indicando así que aquellos sujetos que reportaron experimentar mayor intimidad dentro de sus relaciones de pareja, son los que hacen un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Tabla 20).

Tabla 20.

Resumen del Modelo con la Variable Intimidación y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,283	0,08	0,078	0,766	1,755

- a. Predictoras (Constante), Intimidación.
- b. Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

De igual modo, se encontró que el compromiso que la persona siente en su relación de pareja, tiene un impacto significativo del 5% en el uso de Facebook dentro de la relación de pareja ($F=47,194$; $p=0,000$), de forma que se obtuvo un beta de $\beta=0,264$, explicando un 11% de la varianza del uso de Facebook con una correlación múltiple baja y positiva ($R=0,333$). Lo que quiere decir que quienes reportaron experimentar mayor compromiso dentro de su relación de pareja, son quienes hacen un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Tabla 21).

Tabla 21.

Resumen del Modelo con la Variable Compromiso y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,333	0,111	0,109	0,753	1,785

- a. Predictoras (Constante), Compromiso.
- b. Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

Por otro lado, la influencia de la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja resultó significativa al 5% ($F=552,928$; $p=0,000$), obteniéndose un peso beta de $\beta=0,292$, explicando así el 9% de la varianza total de la variable dependiente del presente estudio, asimismo se

evidenció una correlación múltiple baja y positiva ($R=0,302$). De forma que las personas que perciben un mayor bienestar general en su relación hacen un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja (ver Tabla 22).

Tabla 22.

Resumen del Modelo con la Variable Satisfacción con la Pareja y Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,302	0,091	0,089	0,761	1,852

- Predictoras (Constante), Satisfacción con la Pareja.
- Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

Asimismo, se encontró que la variable sexo y satisfacción con la pareja, explicaron un 9,4% de la variabilidad del uso de Facebook dentro de la relación de pareja, de forma significativa al 5% ($F=19,588$; $p=0,000$), con una correlación baja y positiva ($R=0,307$), indicando que los hombres que están más satisfechos con su relación ($\beta=-0,194$) tienen un mayor uso de Facebook con propósitos románticos ($\beta=0,292$). De manera que, la satisfacción media la relación entre el sexo y el uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Tabla 23).

Tabla 23.

Resumen del Modelo con las Variables Sexo y Satisfacción hacia Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,307	0,094	0,089	0,761	1,863

- Predictoras (Constante), Sexo y Satisfacción con la Pareja.
- Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

De esta manera, se encontró que las variables sexo, intimidad y satisfacción explican en un 11% la variabilidad del uso de Facebook dentro de la

relación de pareja, de forma significativa al 5% ($F=14,794$; $p=0,000$), con una correlación, baja y positiva ($R=0,325$), indicando que los hombres que reportaron mayor intimidad dentro de su relación de pareja, se sienten más satisfechas con su pareja ($\beta=0,429$) y por ende, hacen un mayor uso de Facebook dentro de su relación de pareja ($\beta=0,292$). Destacando así que aunque la relación directa de sexo con intimidad no resultó significativa ($\beta=0,15$; $p=0,920$), la variable sexo en conjunto con intimidad y satisfacción con la pareja predicen una parte significativa de la variabilidad del uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Tabla 24).

Tabla 24.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada	Error estándar	Durbin-Watson
			Ajustada	de medida	
1	0,325	0,106	0,098	0,757	1,824

c. Predictoras (Constante), Sexo, Intimidad y Satisfacción con la Pareja.

d. Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

De igual manera ocurre con las variables sexo, compromiso y satisfacción con la pareja, las cuales explican el 12% de la variabilidad del uso de Facebook dentro de la relación de pareja, siendo este un modelo significativo al 5% ($F=17,061$; $p=0,000$), con una correlación múltiple baja y positiva ($R=0,346$), lo que significa que los hombres que reportan experimentar mayor compromiso dentro de su relación de pareja, se sienten más satisfechos con su pareja ($\beta=0,632$) y por ende, hacen un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja ($\beta=0,292$). Destacando nuevamente que aunque la relación de sexo con compromiso no resultó significativa ($\beta=-0,112$; $p=0,313$), la variable sexo en conjunto con compromiso y satisfacción con la pareja predicen una parte significativa de la variabilidad del uso de Facebook dentro de la relación de pareja (Ver Tabla 25).

Tabla 25.

Resumen del Modelo con las Variables Sexo, Compromiso y Satisfacción hacia Uso de Facebook Dentro de la Relación de Pareja.

Modelo	R	R cuadrada	R cuadrada Ajustada	Error estándar de medida	Durbin-Watson
1	0,346	0,120	0,113	0,751	1,819

- a. Predictoras (Constante), Sexo, Compromiso y Satisfacción con la Pareja.
- b. Variable Dependiente: Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

Discusión

La presente investigación, tuvo como objetivo determinar la influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja y la relación entre estas variables en 380 estudiantes de pregrado de ambos sexos con edades comprendidas entre 18 y 30 años de la Universidad Católica Andrés Bello. Para esto, se realizó un diagrama de ruta con el fin de estudiar las relaciones entre dichas variables y lograr una mayor comprensión acerca de las mismas.

El uso de Facebook dentro de la relación de pareja fue tomada como la variable predicha en esta investigación, entendida como el uso activo o pasivo en la red social asociada a la relación de pareja (Xu, 2013), donde uso activo se refiere a las demostraciones públicas de afecto a la pareja (Farrugia, 2013) y el uso pasivo, al monitoreo de la actividad de la pareja (Xu, 2013). Se tomó la red social Facebook por ser la red de mayor popularidad a nivel mundial (La Web Empresa, 2014), siendo Venezuela el cuarto país de Latinoamérica con más usuarios registrados (Valencia-Solorzano, Torres-Aguilar y Toalongo-Gallegos, 2012).

Esto es congruente con los resultados obtenidos en la presente investigación, los cuales mostraron que la mayoría de los participantes ingresan a Facebook diariamente (43,2%), indicando así que Facebook sigue siendo una red social muy frecuentada por la mayoría de los jóvenes que conforman la muestra.

Siguiendo esta línea, se encontró que los motivos predominantes por los que los estudiantes ingresan a Facebook son porque les llega una notificación, para mantenerse informados y para publicar información. De forma que en general, los jóvenes de la muestra suelen usar Facebook como una red social informativa más que como una red social interactiva, siendo esto último un motivo secundario.

Estos resultados no son compatibles con la investigación realizada por Sheldon (2008), acerca de los motivos de uso de Facebook, donde menciona seis factores, siendo mantenimiento de las relaciones el que mayor explica, seguido por pasar el tiempo, lo que indica que los jóvenes de este estudio utilizan Facebook por razones interactivas, más que informativas, hallazgo contrario al de la actual investigación.

Esto se puede explicar por el año de la investigación, dado que desde el 2008 hacia el presente han surgido otras redes sociales que han generado que muchos jóvenes migren de redes. Así, Marcelino-Mercedes (2015) en una investigación sobre la migración de los jóvenes españoles en redes sociales, plantea dos migraciones potenciales, una es la de Tuenti a Facebook y otra es de Facebook a Instagram, siendo esta última importante para explicar los resultados encontrados en la presente investigación.

De forma que encontraron que Facebook desde hace algunos años dejó de ser un espacio casi exclusivo para jóvenes, dando paso a la integración de público adulto, con una presencia significativamente superior a la de los años anteriores. Los usuarios de 35 a 45 años llegaron a Facebook en 2013 y los jóvenes sintieron invadido su espacio (Sánchez, citado en Marcelino-Mercedes, 2015). Actualmente, los jóvenes de diversas partes del mundo parecen estar perdiendo interés en Facebook, aunque mantienen sus perfiles en esta plataforma, aumentando simultáneamente su participación en otras redes, como son: Snapchat, Ask, Tinder e Instagram.

Esta última red, permite compartir una imagen o una serie de imágenes desde el teléfono móvil, otorgándoles, a la vez, un formato de fotografía instantánea (Instagram, citado en Marcelino-Mercedes, 2015). Esto se ha visto influenciado por el uso de dispositivos móviles con cámara de fotos integradas y teléfonos Smartphone (Marcelino-Mercedes, 2015). Los jóvenes valoran Instagram porque les aporta cierta sensación de libertad, sienten que pueden expresarse mejor y sentirse libres de las expectativas y limitaciones sociales que presenta para ellos una red como Facebook. (Madden et al, citado en Marcelino-Mercedes,

2015). Facebook les parece más abierta desde el punto de vista social, sobre todo en lo que se refiere a otros públicos y por tanto menos exclusiva (Marcelino-Mercedes, 2015).

Esto último, podría ser útil para explicar por qué los estudiantes de la muestra de la presente investigación usan Facebook como una red informativa más que interactiva, es decir, donde la interacción con amigos o parejas pasa a segundo plano. De forma tal que al Facebook ampliar su público, a usuarios de mayor edad, las personas se sienten más expuestas y por ello prefieren migrar a plataformas sociales más privadas donde puedan interactuar con personas de edades cercanas o que compartan sus intereses.

Además de esto, las nuevas actualizaciones de Facebook fomentan que la red social sea más informativa que interactiva. Facebook ha pasado a ser un espacio para compartir noticias, promociones, campañas de concienciación, fotos y videos de humor, en contraste con Instagram, quien ha pasado a ser un espacio para compartir fotos y videos cortos más personales.

En este sentido, con respecto al uso de Facebook dentro de la relación de pareja, la mayoría de los sujetos expresan hacer un uso moderado de Facebook con propósitos románticos, por lo que no existe una tendencia ni muy fuerte ni muy baja de hacer uso de la red social para las demostraciones públicas de afecto y el monitoreo de la actividad de la pareja dentro del espacio virtual. Esta información es congruente con lo expresado anteriormente por Marcelino-Mercedes (2015), donde explica que por ser Facebook percibida como una red social más publica, las interacciones con las amistades disminuyen, lo que a su vez podría disminuir las interacciones con la pareja, ya que las personas se sienten menos libres por las presiones sociales que pudiese generar esta red social y prefieren migrar estas interacciones a redes sociales más personales, como Instagram.

Con respecto a la primera hipótesis, según la cual las personas más satisfechas con su pareja presentarán un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja que aquellas que se encuentren menos satisfechas, se encontró

de forma significativa que los estudiantes que experimentan mayores niveles de satisfacción con su pareja, utilizan en mayor medida Facebook con propósitos románticos.

Esto resulta contrario a lo obtenido por Farrugia (2013), quien encontró, de forma inversa a la actual investigación, que el uso de Facebook con propósitos románticos, aumenta la satisfacción dentro de las relaciones de pareja. Sin embargo, el hallazgo de Farrugia (2013) arroja que ambas variables se encuentran relacionadas. Lo que ocurre de forma similar en la investigación de Papp, et al. (2012), quienes encontraron que la satisfacción con la relación aumenta cuando la pareja coloca el estatus de relación en Facebook y fotos de perfil con su respectiva pareja, es decir, que el uso de Facebook con propósitos románticos influye en la satisfacción de estas parejas, indicando una vez más que ambas variables se encuentran relacionadas.

Esto quiere decir que si bien el uso de Facebook dentro de la relación de pareja puede predecir la satisfacción que experimentan las personas dentro de sus relaciones de pareja, el uso de Facebook con propósitos románticos también puede explicarse a partir de la satisfacción con la pareja. Esto último, indica que las parejas más satisfechas con su relación son de hecho quienes publican más detalles sobre su vida en pareja en Facebook.

Al ser entendida la satisfacción con la pareja como el grado de alegría o bienestar que sienten las personas con respecto a su relación (Kimmes, et al., 2014), o como una evaluación de la cual se derivan sentimientos positivos (Kimmes, et al., 2014), la felicidad y demás sentimientos que se generan a partir de la relación, permite que la pareja lleve a cabo una serie de comportamientos que demuestran afecto por el otro; algunos de estos comportamientos pueden darse en público, tal como tomarse de las manos e intercambiar abrazos, lo que es mejor conocido como demostraciones públicas de afecto o PDA, según Bowe (2010), Utz y Beukeboom (2011).

Al considerarse Facebook como un ambiente alternativo donde las parejas se desenvuelven, estas demostraciones públicas de afecto se extrapolan a la red social, llevando a cabo comportamientos en la red que demuestren afecto por el otro, como dar “me gusta” a las publicaciones de la pareja, compartir fotos, entre otros. Lo que indica finalmente, que el estar más felices y satisfechos con sus relaciones, hace que las personas se comporten de manera más afectuosa hacia sus parejas, tanto en la vida offline como en la vida online.

Con respecto a la segunda hipótesis, en la que se plantea que las personas que experimentan mayores niveles de compromiso presentarán un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja que aquellas que experimenten niveles menores, se obtuvo de forma significativa que los estudiantes que se sienten más comprometidos con sus relaciones de pareja, son más propensos a utilizar Facebook con propósitos románticos, por lo que se cumple la hipótesis planteada en la investigación.

A pesar de no contar con evidencia empírica que constate este resultado, debido a que las investigaciones que incluyen la variable compromiso dentro de sus estudios actualmente son escasas, Fox, Warber y Makstaller (2013), obtuvieron a través de entrevistas, que los usuarios de Facebook interpretan los comportamientos con propósitos románticos dentro de la red social, tal como colocar el estatus de la relación, como una forma de anillo de compromiso, ya que según los participantes, estos comportamientos dentro de la plataforma indican que la relación está en un nivel mayor, que hay un compromiso público, exclusivo y a largo plazo.

El compromiso se refiere a la decisión de mantener el amor en el transcurso del tiempo, es decir, asumir la responsabilidad de amar a una persona a largo plazo (Sternberg, 1997), también entendida como un estado subjetivo que influencia directamente sobre una gran variedad de comportamientos dentro de la relación que buscan evidenciar esta decisión (Rusbult y Buunk, 1993), como realizar sacrificios por el otro, inversiones, buscar el beneficio de la pareja (Stanley y Markman, 1992) y en este caso, demostrar públicamente el afecto a través de

Facebook. Según Bowe (2010), Utz y Beukeboom (2011), las demostraciones públicas de afecto o PDA son a su vez una demostración pública de compromiso, lo que implica que acciones como dar me gusta, publicar fotos con la pareja, realizar comentarios en el muro de la pareja y actualizar el estatus de la relación, refleja que una persona está comprometida con su relación.

En cuanto a la tercera hipótesis, donde se plantea que los estudiantes que reportan mayor intimidad dentro de su relación de pareja, presentarían un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja que aquellos que reportan menor intimidad, se evidenció de forma significativa que el experimentar mayor intimidad dentro de la relación hace que las personas hagan un mayor uso de Facebook con propósitos románticos, por lo tanto, la hipótesis es corroborada.

Esto es contradictorio con los resultados de Hand et al. (2013), quienes no hallaron una relación directa y significativa entre la intimidad y la percepción del uso de la red social de la pareja, si no que encontraron significativamente que la intimidad media la relación entre percepción del uso de la red social de la pareja y la satisfacción con la pareja. De forma similar a la investigación de Farrugia (2013) y Papp et. al (2012), en el estudio de Hand et al. (2013), la intimidad es la variable predicha mientras que la percepción del uso de la red social de la pareja es la variable predictora, contrario a la actual investigación donde intimidad es la variable predictora. Al mismo tiempo que las variables uso de Facebook dentro de la relación de pareja, utilizada en la actual investigación y percepción del uso de Facebook de la pareja, utilizada en el estudio de Hand et al. (2013), se refieren a fenómenos distintos, este último referido al tiempo invertido en la red social en general, mientras que el primero se refiere al uso con propósitos románticos.

En síntesis, en el estudio de Hand et al. (2013) la intimidad y la percepción de uso de Facebook de la pareja no se encontraron directamente relacionadas, mientras que en la actual investigación la intimidad experimentada en la relación de pareja predice, en cierta medida, el uso de Facebook con propósitos románticos.

La intimidad incluye sentimientos de cercanía, conexión y bondad, específicamente deseos de promover bienestar al otro, sentir confianza, intercambiar posesiones, comunicarse íntimamente, brindar y recibir apoyo, sentir estima por el otro, entre otras cosas (Sternberg, 1997). Algunos de estos elementos se encuentran medidos en la escala de amor romántico de Rubin, utilizada en la investigación de Orosz et al. (2015), quienes encontraron que las personas que colocan su estatus de relación de Facebook como en una relación, reportan mayores niveles de amor que aquellas personas que no colocan dicho estatus.

La escala de amor de Rubin mide, en líneas generales, necesidad de afiliación y dependencia, disposición a ayudar a la pareja, valoración de la pareja, preocupación por el bienestar del otro, confianza por el otro, entre otras cosas (citado en Orosz et al., 2015) aspectos similares medidos en la intimidad. Por lo que lo encontrado en el estudio de Orosz et al. (2015), resulta congruente a lo hallado en la presente investigación.

De esta manera, el hecho de que una relación sea más íntima hace que las interacciones entre la pareja sean más necesarias (Farrugia, 2013), incluyendo las interacciones que se dan por medio de la red social Facebook. Es decir, que el que una persona sienta cercanía, apoyo, confianza y estima hacia el otro (Sternberg, 1997), hace que el deseo por interactuar con su pareja sea mayor, expandiendo estas interacciones a la red social de Facebook.

Con relación a la cuarta hipótesis, según la cual las personas con mayor tendencia a revelar información sobre sí mismos serían más propensas a hacer un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja que aquellos cuya tendencia a revelar la propia información es menor, no se realizó el procedimiento correspondiente para la comprobación de la misma, ya que el instrumento destinado a su estudio, resultó inadecuada en términos de su confiabilidad y validarla nuevamente iba más allá del programa establecido para realizar el presente estudio, por lo que se decidió retirar la variable del análisis, constituyéndose esta una limitación de la presente investigación.

Con respecto a la variable sexo, se hipotetizó que las mujeres, en mayor medida que los hombres, eran las que le darían un mayor uso a Facebook con propósitos románticos, hipótesis que no se cumple, debido que no se encontraron diferencias significativas entre los hombres y mujeres en cuanto al uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Esto es congruente con los resultados hallados por Papp et al. (2012), quienes evidenciaron que los hombres y mujeres reportan niveles similares en la intensidad de uso de Facebook y que ambos están dispuestos, por igual, a mostrar a su pareja dentro de la red social. Contrario a esto, Bowe (2010) encontró que las mujeres son más propensas a demostrar públicamente su relación en Facebook que los hombres, hallazgo contradictorio al de Papp et al. (2012) y al de la presente investigación.

Espinar-Ruiz y González-Río (2009), hallaron resultados similares a los de Papp et al. (2012), ya que a través de un análisis exploratorio de las diferencias de género en las redes sociales, encontraron que no existen diferencias significativas entre las características de uso por parte de las mujeres y hombres, específicamente en cuanto a preferencias por redes sociales, publicidad de los perfiles, frecuencia de uso, tiempo de uso y motivos de uso. Estos autores explican luego que las variables que marcan diferencia en el uso de las redes sociales son edad, nivel educativo y situación laboral, más que el sexo.

Esto apunta a que la brecha digital de género no es perceptible desde una perspectiva cuantitativa, tanto a lo que respecta al uso en general (Espinar-Ruiz y Gonzáles-Río, 2009), como al uso con propósitos románticos (Papp et al., 2012), ya que analizado desde una perspectiva cualitativa (Bowe, 2010), estas diferencias sí se hacen presentes.

No obstante, la hipótesis que planteaba que el ser mujer conllevaría un mayor uso de Facebook dentro de la relación de pareja, cuando se experimenta satisfacción con la pareja, es corroborada parcialmente, ya que contrario a lo que se esperaba, los hombres hacen un mayor uso de Facebook dentro de la relación

de pareja, que las mujeres, cuando se encuentran altamente satisfechos con su relación.

Esto quiere decir que la satisfacción con la pareja media la relación entre el sexo y el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, o dicho de otra manera, la relación sexo y uso de Facebook dentro de la relación de pareja es significativa cuando satisfacción media dicha relación.

Este hallazgo es incongruente con lo reportado por Sánchez-Jimenez et al. (2008), quienes encontraron que las mujeres son las que reportan mayor satisfacción dentro de la relación, que los hombres, y contrario a lo hallado por Bowe (2010), quien especifica que las mujeres son las que le dan un mayor uso a Facebook con propósitos románticos, en comparación a los hombres, como anteriormente fue expuesto.

Por otro lado, la hipótesis que sostenía que las mujeres más comprometidas, serían las más satisfechas con su pareja, lo que las llevaría a compartir más detalles de su relación en Facebook, es corroborada parcialmente. Ya que contrario a lo que se esperaba, son los hombres quienes harán un mayor uso de la red social con propósitos románticos cuando estas variables medien la relación.

Lo que ocurre de forma similar con la hipótesis que sostenía que las mujeres que intiman en mayor medida, serían las más satisfechas con su pareja, lo que las llevaría a compartir más detalles de su relación en Facebook, ya que son los hombres quienes harán un mayor uso de la red social con propósitos románticos cuando las variables intimidad y satisfacción con la pareja medien esta relación.

El hecho de que en la actual investigación los hombres tiendan a compartir más aspectos de su relación vía Facebook que las mujeres, cuando ciertas características de la relación de pareja median la relación entre ambas variables, arroja que las características de la actual muestra difieren sustancialmente de las características de la muestra estudiada por Bowe (2010),

estando esta última conformada por 7 mujeres y 4 hombres heterosexuales, del tercer y cuarto año de sus respectivas carreras, con edades entre 21 y 24 años, a diferencia de la muestra del presente estudio, cuyos participantes sobrepasan en número, de forma considerable, a estos últimos, al mismo tiempo que no se considera la orientación sexual como filtro, ni el año de la carrera que cursan y finalmente, el rango de edades es mucho más amplio.

De igual forma, este hallazgo apunta a que las diferencias entre sexos con respecto al uso de Facebook, son solo una creencia guiada por los estereotipos de género y que tales diferencias no existen o no son perceptibles cuantitativamente, salvo al incluir variables de la relación de pareja, en cuyo caso los hombres de la muestra tienden a mostrar más detalles de su relación en las redes, que las mujeres, cuando estos se encuentran satisfechos con su relación de pareja; cuando se encuentran comprometidos y a su vez se encuentran satisfechos con su pareja; y cuando experimentan intimidad y su vez se sienten satisfechos con su pareja.

Siguiendo esta línea, los hombres en una relación comprometida, íntima y satisfactoria se pueden sentir más cómodos para mostrar su relación públicamente en Facebook, en comparación con las mujeres, quienes comparten los mismos niveles de información sobre su pareja independientemente del grado de intimidad, compromiso y satisfacción que sientan con su relación.

Por otro lado, satisfacción con la pareja también resultó mediar la relación entre compromiso y uso de Facebook dentro de la relación de pareja y entre intimidad y uso de Facebook dentro de la relación de pareja. El primer resultado implica que las parejas más comprometidas publican más detalles de su relación en Facebook, en la medida que se sientan más satisfechos con su relación. El segundo resultado sugiere que las parejas que tienden a intimar en mayor medida, publican más detalles de su relación en Facebook, en la medida que se sientan más satisfechos con su relación.

Se destaca el hecho de que la satisfacción con la pareja es la variable que mejor explica el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, lo que quiere decir que lo que influye en mayor medida que una persona publique información sobre su relación en Facebook es que esta se sienta satisfecha con ella, más que el sentirse comprometido o sentir íntima la relación.

Por otro lado, es el compromiso, en mayor medida que la intimidad, la variable que mejor explica la satisfacción con la pareja, lo que sugiere que el nivel de alegría y bienestar experimentado en la relación depende más del compromiso que de la intimidad. Dicho de otra manera, sentirse comprometido eleva más la satisfacción que intimar con la pareja.

Esto resulta similar a los hallazgos de Ng y Cheng (2010), quienes encontraron que la intimidad y el compromiso son predictores positivos de la satisfacción con la pareja, sin embargo, contrario a los resultados de la actual investigación, Martínez y Fernández (1993), encontraron que la intimidad se relaciona en mayor medida que el compromiso, con la satisfacción con la pareja.

Finalmente, el presente estudio resultó relevante ya que permitió evaluar algunas variables que explican un fenómeno tan complejo como es el uso de las redes sociales con propósitos románticos, específicamente en Facebook, siendo ésta muy popular entre los jóvenes venezolanos. Al indagar cuáles son los patrones de uso dentro de la red social cuando se está en una relación, se pudo evidenciar que existe un uso moderado de la red social Facebook con propósitos románticos, por lo que esta investigación puede ser de provecho para otros estudios acerca de este fenómeno pero usando otras redes sociales, más exclusiva para los jóvenes, como es el caso de Instagram. Asimismo, es un aporte para la cyber psicología, que actualmente es una rama con mucho potencial de investigación.

Conclusiones y Recomendaciones

El modelo propuesto en la actual investigación logra explicar de forma parcial la variable predicha uso de Facebook dentro de la relación de pareja, ya que la varianza explicada por el efecto conjunto de las variables sexo, intimidad, compromiso y satisfacción con la pareja es baja, lo cual lleva a concluir que este modelo es explicativo solo de manera parcial y las relaciones que lograron ser corroboradas en su mayoría, tienen también un poder explicativo bajo.

El sexo explicó parte de la varianza del uso de Facebook dentro de la relación de pareja solo cuando esta relación se encontró mediada por la intimidad, el compromiso o la satisfacción con la pareja, sin embargo, por sí sola no explica ninguna proporción de la variable predicha, debido a que esta relación directa no resultó significativa. Por otro lado, tanto sexo, como intimidad y compromiso lograron explicar parte de la varianza de la variable satisfacción con la pareja, sin embargo, solo intimidad, compromiso y satisfacción con la pareja explican de forma parcial el uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

Con respecto a la satisfacción con la pareja, se concluye que el compromiso es la variable con mayor poder explicativo sobre ella, seguido de la intimidad y por último el sexo. Mientras que la satisfacción con la pareja resultó ser la variable con mayor poder explicativo sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja, seguido del compromiso y por último por la intimidad.

De las relaciones que pudieron ser verificadas, se puede afirmar que en la medida que las personas de la muestra perciban que su pareja satisface sus necesidades dentro de la relación, que su relación es mejor en calidad en comparación a muchas otras y que su relación reúne las expectativas formadas originalmente, a la vez que sientan amor y satisfacción en general por su pareja, harán mayores demostraciones públicas de afecto a la pareja vía Facebook, así como aumentarán el monitoreo de la actividad de la pareja a través de la red social.

De la misma manera, en la medida que las personas de la muestra asuman la decisión de amar a otro y escojan mantener ese amor a lo largo del tiempo, demostrarán públicamente, en mayor medida, el amor por su pareja a través de Facebook y aumentarán el monitoreo de la actividad de la pareja a través de la red social.

También es posible afirmar que en la medida que las personas de la muestra sientan deseo por promover bienestar a su pareja, sientan alta estima por la pareja, se sientan capaces de contar con la pareja en momentos de necesidad, experimenten felicidad con la pareja, reciban y entreguen apoyo emocional al otro, se comuniquen íntimamente con la pareja y valoren a la persona amada, harán mayores demostraciones públicas de afecto a la pareja vía Facebook, así como aumentarán el monitoreo de la actividad de la pareja a través de la red social.

En cuanto al sexo, se concluye que el ser hombre o mujer no diferencia la manera en que las personas de la muestra manifiesten públicamente el afecto por su pareja a través de Facebook, ni el monitoreo de la actividad de la pareja a través de la red social. Esta variable diferencia estos comportamientos solo cuando la persona se siente satisfecha con su relación, cuando se siente comprometida con su relación o cuando perciben su relación como íntima, en cuyos casos las personas de la muestra aumentarán las demostraciones públicas de afecto a la pareja vía Facebook, así como el monitoreo de la actividad de la pareja a través de la red social.

Con respecto a la satisfacción con la pareja, el sexo resultó diferenciar la manera en la que las personas de la muestra perciben que su pareja satisface sus necesidades dentro de la relación, que su relación es mejor en calidad en comparación a muchas otras y que su relación reúne las expectativas formadas originalmente, a la vez en que sientan amor y satisfacción en general por su pareja, resultando que los hombres son los que experimentan estos elementos en mayor medida que las mujeres. Mientras que con respecto al compromiso y la intimidad, los hombres y mujeres de la muestra reportan experimentar niveles similares para cada uno.

Por su parte, las personas de la muestra que asuman la decisión de amar a otro y escojan mantener ese amor a lo largo del tiempo son las que en mayor medida perciben que su pareja satisface sus necesidades dentro de la relación, que su relación es mejor en calidad en comparación a muchas otras y que su relación reúne las expectativas formadas originalmente, a la vez que sienten mayor amor y satisfacción en general por su pareja.

De forma similar ocurre con la intimidad; las personas de la muestra que sientan alto deseo por promover bienestar a su pareja, sientan alta estima por la pareja, se sientan capaces de contar con la pareja en momentos de necesidad, experimenten felicidad con la pareja, reciban y entreguen apoyo emocional al otro, se comuniquen íntimamente con la pareja y valoren a la persona amada, perciben en consecuencia que su pareja, satisface sus necesidades dentro de la relación, que su relación es mejor en calidad en comparación a muchas otras y que su relación reúne las expectativas formadas originalmente y a la vez sienten mayor amor y satisfacción en general por su pareja.

Dentro de las limitaciones que posee este estudio, se encuentra que la investigación presenta restricciones, tal como la imposibilidad de corroborar las hipótesis referidas a la autorrevelación, debido a que el instrumento destinado al estudio de esta variable resultó inadecuado en términos de su confiabilidad, siendo imposible, bajo el programa establecido, realizar una segunda validación. Por lo que se recomienda a futuras investigaciones, en primer lugar, validar el instrumento de autorrevelación de Wheelless y Grotz (1997) en la muestra planteada en el presente estudio, tomando en cuenta las previsiones de tiempo necesarias que se ajusten al programa establecido, para así incluir la autorrevelación dentro del modelo explicativo del uso de Facebook dentro de la relación de pareja y corroborar las hipótesis planteadas.

Así como la inclusión de la variable autorrevelación al modelo propuesto, se recomienda considerar variables referidas a las características de las personas más allá de las características de la relación y así determinar qué factores personales, independientemente de la relación de pareja, están influyendo en la

manera en como las personas demuestran afecto por sus parejas en las plataformas virtuales.

Otra limitación considerada, tiene que ver con la muestra. La investigación estuvo dirigida a una población de estudiantes de pregrado, con edades comprendidas entre 18 y 30 años, sin embargo, la actual muestra estuvo representada, en su mayoría, por participantes agrupados entre los 18 y 23 años de edad, donde un solo participante reportó tener 30 años, pudiendo esto crear un sesgo en los resultados, afectando así la validez externa de la investigación. De esta manera, se recomienda ampliar la población, al incluir estudiantes de postgrado de la Universidad Católica Andrés Bello, de manera que exista mayor probabilidad de cubrir el rango de edades requerido.

Siguiendo esta línea, con el fin de aumentar la validez externa de la investigación, a su vez se recomienda considerar estudiantes de otras universidades, buscando subsanar los sesgos inherentes a las características de la actual muestra y así contrastar los hallazgos que resultaron no esperados, como los referidos a la variable sexo. También resultaría valioso comparar los resultados que sostienen que no hay diferencias entre los hombres y mujeres con respecto al uso de Facebook dentro de la relación de pareja, salvo que los hombres se encuentren altamente satisfechos, comprometidos y perciban como íntima su relación, con muestras de otras universidades y así corroborar que estos hallazgos no son consecuencia de sesgos o errores de medición, si no a características de la muestra.

Por último, se insta a los futuros investigadores en el área, a estudiar el actual problema de investigación en otras plataformas virtuales como Instagram y Twitter. Así, podría comprobarse que estamos ante un fenómeno que ocurre en lo ancho de las redes sociales y no solo en la estrechez de Facebook.

Referencias Bibliográficas

- Allison, M. (2012). *Is Facebook Wrecking Your Relationship?* (Tesis). Recuperado de <http://blogs.longwood.edu/allisonmr/files/2013/02/ProspectusFINAL.pdf>
- American Psychological Association. (2014). Divisions of APA. Recuperado de <http://apa.org/about/division/index.aspx>
- Angelucci, L. (2009). Investigaciones basadas en el fenómeno de covariación. En G. Peña, Y. Cañoto & Z. Santalla (Eds.), *Una introducción a la psicología* (3ra ed., pp. 511-533). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Argibay, J. (2009). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 13(1), 13-29. Recuperado de http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/719/Muestra_en_investigaci%C3%B3n_cuantitativa.pdf?sequence=1
- Arránz-Becker, O. (2013). Effects of similarity of life goals, values, and personality on relationship satisfaction and stability: Findings from a two-wave panel study. *Personal Relationships*, 20(3), 443-461. DOI: 10.1111/j.1475-6811.2012.01417.x
- Blau, I. (2011). Application use, online relationship types, self-disclosure, and internet abuse among children and youth: implications for education and internet safety programs. *J. Education Computing research*, 45(1) 95-116. Recuperado de <http://jec.sagepub.com/content/45/1/95.short>
- Bowe, G. (2010). Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, (2), 61-77.
- Caldevilla-Dominguez, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de*

de la Información, 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN1010110045A/18656>

Campillo-Pedró, M.C, Álvarez-Arellano, L. & López-Díaz, C.J. (2004). *Cómo ser adolescente y ser feliz en el intento*. México DF, México: Limusa. Recuperado de [http://books.google.co.ve/books?id=389_it-vHGIC&pg=PA73&dq=definicion+sexo+\(hombre+mujer\)&hl=en&sa=X&ei=ak-ZUpzoKcefkQfCsICABw&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20sexo%20\(hombre%20mujer\)&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=389_it-vHGIC&pg=PA73&dq=definicion+sexo+(hombre+mujer)&hl=en&sa=X&ei=ak-ZUpzoKcefkQfCsICABw&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20sexo%20(hombre%20mujer)&f=false).

Cassepp-Borges, V. & Pascuali, L. (2012). Estudo nacional dos atributos psicométricos da Escala Triangular do Amor de Sternberg. *Revista Paidéia*, 22 (51) 21-31. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/paideia/v22n51/04.pdf>

Cassepp-Borges, V. & Pasquali, L. (2014). A redução de itens como uma alternativa para a Escala Triangular do Amor The item reduction as an alternative to Triangular Love Scale. *Scielo Portugal*, 28 (2) 11-20. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0874-20492014000200002&lng=en&nrm=iso

Cassepp-Borges, V., & Martins-Teodoro, M.L. (2007). Propriedades psicométricas da versão brasileira da Escala Triangular do Amor de Sternberg. *Psicologia: Reflexão & Crítica*, 20, 513-522. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722007000300020

Cordero, A. & Ferrante, M. (2009). *Influencia del sexo, estilos de apego, satisfacción sexual y duración de la relación de la pareja en la actitud hacia el amor en estudiantes universitarios* (Trabajo de Grado de Licenciatura no publicado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

- Crespo, K. L., Elgueta Ruiz, Á., & Riffo Parra, A. (2009). Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: El caso de la Red UCSC Chile. *Última década*, 17(31), 129-145. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362009000200008
- Cusack, C.E., Hughes, J. L. & Cook, R.E. (2012). Components of love and relationship satisfaction: Lesbians and heterosexual women. *Psi Chi Journal of Psychological Research*, 17(4), 171-179.
- Dainton, M. (2013). Relationship maintenance on Facebook: Development of a measure, relationship to general maintenance, and relationship satisfaction. *College Student Journal*, 47(1), 113-121.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112(1), 106-124.
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631-635.
- Erdost, T. (2004). *Trust and self-disclosure in the context of computer mediated communication* (Tesis Doctoral, Middle East Technical University, Ankara, Turquía). Recuperado de <http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/3/12604928/index.pdf>
- Escuela de Psicología. (2002). *Contribuciones a la deontología de la investigación en psicología*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Espinar-Ruiz, E., & González Río, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismos*, 87-106. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/13302>

- Etcheverry, P.E., Le, B., Wu, T. & Wei, M. (2013). Attachment and the investment model: Predictors of relationship commitment, maintenance, and persistence. *Personal Relationships*, 20, 546–567. DOI: 10.1111/j.1475-6811.2012.01423.x
- Farrugia, R. (2013). *Facebook and relationships: a study of how social media use is affecting long-term relationships*. (Trabajo de Grado de Maestría). Rochester Institute of Technology, Nueva York, Estados Unidos. Recuperado de <http://scholarworks.rit.edu/theses/30>
- Fox, J., Warber, K. M., & Makstaller, D. C. (2013). The role of Facebook in romantic relationship development An exploration of Knapp's relational stage model. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(6), 771-794.
- Greeff, P. & Malherbe, H.L. (2001). Intimacy and marital satisfaction in spouses. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 27(3), 247-257.
- Hand, M.M., Thomas, D., Buboltz, W.C., Deemer, E.D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: Intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 8-13.
- Hendrick, S. (1998). A Generic Measure of Relationship Satisfaction. *Journal of Marriage and Family*, 50(1), 93-98.
- Hernández-Sampieri, E., Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (1994). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hsu, C.W., Wang, C.C., & Tai, Y.T. (2011). The closer the relationship, the more the interaction on facebook? Investigating the case of Taiwan users. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 14 (7-8), 473-476
- Kerlinger, F. & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

- Kimmes, J.G., Edwards, A.B., Wetchler, J.L., & Bercik, J. (2014). Self and other ratings of dyadic empathy as predictors of relationship satisfaction. *The American Journal of Family Therapy*, 42(5), 426-437.
- la Información, 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN1010110045A/18656>
- Leung, L. (2002). Loneliness, self-disclosure, and ICQ ("I Seek You") use. *CyberPsychology & Behavior*, 5(3), 241-251.
- Mark, K.P., Milhausen, R.R. & Maitland, S.B. (2013). The impact of sexual compatibility on sexual and relationship satisfaction in a sample of young adult heterosexual couples. *Sexual and Relationship Therapy*, 28(3), 201-214. DOI: 10.1080/14681994.2013.807336
- Marcelino-Mercedes, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono 14*, (13), 48-72. DOI: 10.7195/ri14.v13i2.821
- Martínez, G.S., & Fernández, M.C. (1993). La teoría de Sternberg sobre el amor. Análisis empírico. *Psicothema*, 5(Suplemento), 151-167.
- McCabe, M.P. (1999). The interrelationship between intimacy, relationship functioning, and sexuality among men and women in committed relationships. *Canadian Journal of Human Sexuality*, 8, 31-38.
- Mikkelsen, A.C., & Pauley, P.M. (2013). Maximizing relationship possibilities: relational maximization in romantic relationships. *The Journal of Social Psychology*, 153(4), 467-485. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23951952>
- Miller, J. & Tedder, B. (2011). The discrepancy between expectations and reality: satisfaction in romantic relationships. *PSY 401: Advanced Research*, 1-40.

- Moral de la Rubia, J. (2008). Validación de la Escala de Valoración de la Relación en una muestra mexicana. *Revista Electrónica de Metodología Aplicada*, 13(1) 1-12. Recuperado de <http://www.unioviedo.es/reunido/index.php/Rema/article/view/9778>
- Morales, J.F., Moya, M.C., Gaviria, E. & Cuadrado, I. (2007). *Psicología social* (3era. Ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2014). "Creeping" or just information seeking? Gender differences in partner monitoring in response to jealousy on Facebook. *Personal Relationships*, 21(1), 35-50.
- Murat-Yesil, M. (2014). The relationship between facebook use and personality traits of university students. *International Journal of Academic Research*, 6 (2), 75-80. DOI: 10.7813/2075-4124.2014/6-2/B.12
- Ng, T.K., & Cheng, H.K.C. (2010). The effects of intimacy, passion, and commitment on satisfaction in romantic relationships among Hong Kong Chinese people. *Journal of Psychology in Chinese Societies*, 11(2), 123-146.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2011). Las redes sociales en internet. http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf Revisado el día 9 de marzo de 2015.
- Orosz, G., Szekeres, Á., Kiss, Z. G., Farkas, P., & Roland-Lévy, C. (2015). Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared on Facebook. *Frontiers in psychology*, 6, 1-6.
- Özabacı, N., & Eryılmaz, A. (2015). The sources of self-esteem: Initiating and maintaining romantic intimacy at emerging adulthood in Turkey. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 179-191. Recuperado de <http://www.i-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/viewFile/3014/1411>

- Papp, L.M., Danielewicz, J., & Cayemberg, C. (2012). "Are we Facebook official?" Implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 85-90.
- Pérez-Aranda, G.I., & Estrada-Carmona, S. (2006). Intimidad y comunicación en cuatro etapas de la vida de pareja: su relación con la satisfacción marital. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 12(2), 133-163.
- Porter, E., & Chambless, D.L. (2014). Shying away from a good thing: social anxiety in romantic relationships. *Journal of Clinical Psychology*, 70(6), 546-561.
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A.K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572.
- Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. *Handbook of Personal Relationships*, 24(3), 367-389. Recuperado de <http://depts.washington.edu/uwcscs/sites/default/files/Reis%20%26%20Shaver,%201988.pdf>
- Rivera, D., Cruz, C., & Muñoz, C. (2011). Satisfacción en las Relaciones de Pareja en la Adultez Emergente: El Rol del Apego, la Intimidad y la Depresión. *Terapia Psicológica*, 29(1), 77-83. Recuperado en 21 de marzo de 2015, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082011000100008&lng=es&tlng=es. 10.4067/S0718-48082011000100008.
- Rusbult, C.E., & Buunk, B.P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10, 175–204.
- Rusbult, C.E., Martz, J.M. & Agnew, C.R. (1998). The investment model scale: measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and

- investment size. *Personal Relationships*, 5, 357-391. Recuperado de http://carylrusbult.com/documents/60_RusbultMartzAgnew1998_PersonalRelationships.pdf
- Sánchez-Jiménez, V., Ortega-Rivera, F.J., Ortega-Ruiz, R., & Viejo-Almanzor, C. (2008). Las relaciones sentimentales en la adolescencia: satisfacción, conflictos y violencia. *Escritos de Psicología*, 2, 97-109.
- Sheldon, P. (2008). Studen favorite: Facebook and motives for its use. *Southwestern Mass communication Journal Spring*, 39-53. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/273145319>
- Sierra-Bravo, J. (1981). *Ciencias sociales: Análisis estadístico y modelos matemáticos*. Madrid: Paraninfo
- Sprecher, S., & Hendrick, S.S. (2004). Self-disclosure in intimate relationships: Associations with individual and relationship characteristics over time. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 857-877.
- Stanley, S.M., & Markman, H.J. (1992). Assessing commitment in personal relationships. *Journal of Marriage and the Family*, 595-608. DOI: 10.2307/353245
- Steinfeld, C., Ellison, N.B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445.
- Sternberg, R.J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93(2), 119-135.
- Sternberg, R.J. (1997). Construct validation of a triangular love scale. *European Journal of Social Psychology*, 27(3), 313-335. Recuperado de <http://web.comhem.se/u52239948/08/sternberg97.pdf>

- Tello, L. (2013). Intimacy and «Extimacy» in Social Net-works. Ethical Boundaries of Facebook. *Comunicar*, 21(41), 205-213. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-20>.
- Thompson, S.H. & Lougheed, E. (2012). Frazzled by facebook? An exploratory study of gender differences in social network communication among undergraduate men and women. *College Student Journal*, 46(1), 88-98. Recuperado de <http://www.freepatentsonline.com/article/College-Student-Journal/285532023.html>
- Urista, M.A., Dong, Q., & Day, K.D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215-229. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Rebecca_Merkin/publication/255578386_Cross-Cultural_Differences_in_Approach-Avoidance_Communication_In_South_Korea_and_the_US/links/0a85e5340f0cd8bf73000000.pdf#page=98
- Utz, S., & Beukeboom, C.J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2011.01552.x
- Valencia-Solorzano, Torres-Aguilar & Toalongo-Gallegos (2012). *Prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet por adolescentes de colegio* (Trabajo de Grado de Licenciatura). Universidad de Cuenca, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/412>
- Wang, S.S. (2013). "I Share, Therefore I Am": Personality Traits, Life Satisfaction, and Facebook Check-Ins. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(12), 870-877.

Web de empresa 2.0. (2014). Las 30 redes sociales más utilizadas.
<http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-masutilizadas.html>

Revisado el día 17 de marzo de 2015

Wheeless, L. R., & Grotz, J. (1977). The measurement of trust and its relationship to self-disclosure. *Human Communication Research*, 3(3), 250-257.

Wheeless, L.R., Nesser, K. & McCroskey, J.C. (1986). The relationships of self-disclosure and disclosiveness to high and low communication apprehension. *Communication Research Reports*, 3, 129-134

Xu, M. (2013). *Romance 2.0: An Explorative Study on Romantic Partners' Use of Social Networking Sites* (Tesis Doctoral, City University, Hong Kong).
 Recuperada de
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2256327

Yela, C. (1997). Curso temporal de los componentes básicos del amor a lo largo de la relación de pareja. *Psicothema*, 9, 1-15. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2013698>

Zhang, Y., Tang, L.S.T., & Leung, L. (2011). Gratifications, collective self-esteem, online emotional openness, and traitlike communication apprehension as predictors of Facebook uses. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 733-739. DOI:10.1089/cyber.2010.0042.

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO DE DATOS DE IDENTIFICACIÓN.

A continuación se le presenta un conjunto de cuestionarios acerca del uso de Facebook en la relación de pareja. Todas las respuestas son totalmente confidenciales y anónimas, y se usarán solo para fines de la investigación.

Por favor lea cuidadosamente, y responda a las mismas de acuerdo a su opinión, no hay ninguna respuesta correcta o incorrecta, solo estamos interesados en conocer cómo usted usa esta red social con respecto a lo planteado.

¡Gracias de antemano por su colaboración!

Estimado participante, por favor, conteste las siguientes preguntas:

Sexo: F__ M__

Edad: ____

¿Se encuentra actualmente en una relación de pareja? (Entendida esta como amistad privilegiada, noviazgo, compromiso o relación matrimonial).

Sí ____ No ____

Tiempo de tu relación:

__ de 0 días a 6 meses __ de 7 meses o más

¿Posee cuenta en Facebook?

Sí ____ No ____

ANEXO B

Cuestionario de Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja.

Construida en la actual investigación.

Instrucciones

Responde a las siguientes preguntas marcando con una equis (X) la opción que se ajusta más a ti.

¿Con qué frecuencia revisas tu cuenta de Facebook?

1. Diariamente ____
2. Interdiario ____
3. Tres veces por semana ____
4. Una vez por semana ____
5. Una vez cada quince días ____
6. Una vez al mes ____

Normalmente cuándo ingresas a Facebook, ¿por qué lo haces? (puedes escoger varias opciones)

1. Porque me llega una notificación ____
2. Para mantenerme informado ____
3. Para buscar viejos amigos ____
4. Para revisar el perfil de alguien en específico ____
5. Para publicar información (fotos, noticias, etc.) ____
6. Para recordar los cumpleaños de mis amigos ____
7. Para jugar ____
8. Para mandar mensajes privados ____

¿Cuál es tu situación sentimental en Facebook?

1. Soltero(a) ____
2. Tiene una relación (con la etiqueta de tu pareja) ____
3. Tiene una relación (sin la etiqueta de tu pareja) ____
4. Comprometido(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
5. Comprometido(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
6. Casado(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
7. Casado(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
8. Mantiene una unión civil (con la etiqueta de tu pareja) ____
9. Mantiene una unión civil (sin la etiqueta de tu pareja) ____
10. Tiene una pareja de hecho (con la etiqueta de tu pareja) ____
11. Tiene una pareja de hecho (sin la etiqueta de tu pareja) ____
12. Tiene una relación abierta (con la etiqueta de tu pareja) ____
13. Tiene una relación abierta (sin la etiqueta de tu pareja) ____
14. Es complicado (con la etiqueta de tu pareja) ____
15. Es complicado (sin la etiqueta de tu pareja) ____
16. Separado(a) ____
17. Divorciado(a) ____
18. Viudo(a) ____
19. ____

A continuación se presentan una serie de afirmaciones donde debes responder acerca de las interacciones que tienes con tu pareja en la red social de Facebook. Responde con una equis (X) según la frecuencia de estas interacciones.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1. Le doy "me gusta" a las fotos que sube mi pareja					
2. Le doy "me gusta" a las publicaciones que hace mi pareja en su muro (estados, links					
3. Comparto, en mi perfil, las publicaciones que hace mi pareja en su muro					
4. Visito el perfil de mi pareja					
5. Coloco comentarios en el muro de mi pareja					
6. Coloco comentarios en las fotos de mi pareja					
7. Publico en mi perfil fotos con mi pareja					
8. Publico estados asociados a mi relación de pareja					
9. Etiqueto a mi pareja en mis publicaciones					

ANEXO C

Escala Triangular del Amor (Intimidad y Compromiso)

Sternberg (1997)

ANEXO D

Relationship Assessment Scale (RAS)

Hendrick (1998)

Instrucciones

Las siguientes afirmaciones representan qué tan satisfecho te encuentras en cuanto a tu actual relación de pareja. Contesta marcando una (X) según el grado de satisfacción con tu relación, donde 1 significa “bajamente” y 5 significa “altamente”.

	1	2	3	4	5
How well does your partner meet your needs?					
How good is your relationship compared to most?					
In general, how satisfied are you with your relationship?					
To what extent has your relationship met your original expectations					
How often do you wish you hadn't gotten in this relationship?					
How much do you love your partner?					
How many problems are there in your relationship?					

ANEXO E

Revised Self-Disclosure Scale (Intended Disclosure, Amount and
Positive/Negative)

Wheeless y Grotz (1977)

Instrucciones

Las siguientes afirmaciones reflejan la manera en la que te comunicas con tu pareja, mediante el grado de acuerdo que indiques con una (X). Donde 1 significa “fuertemente en desacuerdo”, 2 “algo en desacuerdo”, 3 “de acuerdo”, 4 “algo de acuerdo” y 5 “fuertemente de acuerdo”.

Intended Disclosure	1	2	3	4	5
When I wish, my self-disclosures are always accurate reflections of who I really am.					
When I express my personal feelings, I am always aware of what I am doing and saying.					
When I reveal my feelings about myself, I consciously intend to do so.					
When I self-disclose, I am consciously aware of what I am revealing.					
Amount					
I do not often talk about myself.					
My statements of my feeling are usually brief.					
I usually talk about myself for fairly long periods of time.					
My conversation lasts the least time when I am discussing myself.					
I often talk about myself.					
I often discuss my feelings about myself.					
Only infrequently do I express my personal beliefs and opinions.					
Positive-Negative					
I usually disclose positive things about myself.					
On the whole, my disclosures about myself are more negative than positive.					
I normally reveal “bad” feelings about myself.					
I normally “express” my good feelings about myself.					
I often reveal more undesirable things about myself than desirable things.					

ANEXO F

REVISIÓN DE JUECES EXPERTOS



De parte de las estudiantes Naomi Bastidas (CI: 22027734) y Andrea Nieto (CI: 24171759), solicitamos su colaboración para la revisión de elementos concernientes a los instrumentos que serán empleados en la investigación realizada como requisito del proyecto de Trabajo de Grado “Influencia del sexo, la autorrevelación, la intimidad, el compromiso y la satisfacción con la pareja sobre el uso de Facebook dentro de la relación de pareja en estudiantes universitarios y la relación de estas variables entre sí”

Los instrumentos a revisión son: Cuestionario de Datos de Identificación, Cuestionario de Uso de Facebook dentro de la Relación de Pareja (realizada para la presente investigación), Escala Triangular del Amor de (Sternberg, 1997) (Intimidad y Compromiso), Escala de la Evaluación de la Relación (Relationship Assessment Scale, RAS) (Hendrick, 1998), Versión Reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación (Revised Self-Disclosure Scale) (Farrugia, 2013).

Los aspectos a considerar son:

a) Adecuada traducción de los términos originalmente en inglés al español en la Escala de la Evaluación de la Relación (RAS) (Hendrick, 1998) y en la Versión Reducida de la Escala Revisada de Autorrevelación (Farrugia, 2013),

b) Adecuación del instrumento al constructo y a la población de los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello,

c) Sugerencias respecto a cambios que abarquen tanto el contenido como la presentación de los ítems y el formato de respuestas.

Sugerimos evaluar la calidad del instrumento a través de un juicio numérico del 1 al 3 (siendo 3 el más positivo) para la redacción, adecuación al constructo y adecuación a la población.

El documento está constituido, en una primera parte, por el formato de evaluación para cada ítem según la escala a la que pertenezcan (de la página 3 a la 13), seguido por el formato de comparación de ítems traducidos de inglés a español según la escala correspondiente (páginas 14-16) y finalmente, el instrumento tal cual será presentado a los participantes de la investigación.

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO G

VALIDACION DE JUECES EXPERTOS

Validez de jueces del Cuestionario de uso de Facebook dentro de la relación de pareja.

	Redacción			Pertinencia con el constructo			Pertinencia del ítem a la población		
ÍTEMS	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 1	Juez 2	Juez 3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Redacción	Pertinencia Constructo	Pertinencia a Población	Índice redacción	Índice pertinencia constructo	Índice pertinencia población	Rango redacción	Rango pertinencia constructo	Rango pertinencia población	Valoración de expertos
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00

9,00

9,00

9,00

Coeficiente de validez de contenido	0,82	0,82	0,82
-------------------------------------	------	------	------

Validación de la escala satisfacción en la relación de Hendrick (1998)

	Redacción			Pertinencia con el constructo			Pertinencia del ítem a la población		
ÍTEMS	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 1	Juez 2	Juez 3
1	3	1		3	3		3	3	3
2	3	2		3	3		3	3	3
3	3	3		3	3		3	3	3
4	2	3		3	3		3	3	3
5	3	3		3	3		3	3	3
6	3	3		3	3		3	3	3
7	3	3		3	3		3	3	3

Redacción	Pertinencia Constructo	Pertinencia Población	Índice reducción	Índice pertinencia constructo	Índice pertinencia población	Rango redacción	Rango pertinencia constructo	Rango pertinencia población
4	4	6	1,33	1,33	2,00	0,44	0,44	0,67
5	5	6	1,67	1,67	2,00	0,56	0,56	0,67
6	6	6	2,00	2,00	2,00	0,67	0,67	0,67
5	6	6	1,67	2,00	2,00	0,56	0,67	0,67
6	6	6	2,00	2,00	2,00	0,67	0,67	0,67
6	6	6	2,00	2,00	2,00	0,67	0,67	0,67
6	6	6	2,00	2,00	2,00	0,67	0,67	0,67
6	6	6	2,00	2,00	2,00	4,22	4,33	4,67
Coeficiente de validez de contenido						0,47	0,48	0,52

Redacción	Pertinencia Constructo	Pertinencia Población	Índice redacción	Índice pertinencia constructo	Índice pertinencia población	Rango redacción	Rango pertinencia constructo	Rango pertinencia población	Valoración de expertos
8	8	9	2,67	2,67	3,00	0,89	0,89	1,00	0,93
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8	8	9	2,67	2,67	3,00	0,89	0,89	1,00	0,93
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8	8	8	2,67	2,67	2,67	0,89	0,89	0,89	0,89
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8	8	9	2,67	2,67	3,00	0,89	0,89	1,00	0,93
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
9	9	9	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00
						15,56	15,56	15,89	
						0,86	0,86	0,88	

ANEXO H

INSTRUMENTOS PARA EL ESTUDIO PILOTO

Instrucciones:

A continuación se le presenta un conjunto de cuestionarios acerca del uso de Facebook en la relación de pareja. Todas las respuestas son totalmente confidenciales y anónimas, y se usarán solo para fines de la investigación.

Por favor lea cuidadosamente, y responda a las mismas de acuerdo a su opinión, no hay ninguna respuesta correcta o incorrecta, solo estamos interesados en conocer cómo usted usa esta red social con respecto a lo planteado.

¡Gracias de antemano por su colaboración!

Estimado participante, por favor, conteste las siguientes preguntas:

Sexo: F__ M__

Edad: ____

¿Se encuentra actualmente en una relación de pareja? (Entendida esta como amistad privilegiada, noviazgo, compromiso o relación matrimonial).

Sí ____ No ____

Tiempo de tu relación:

__ de 0 días a 6 meses __ de 7 meses o más

¿Posee cuenta en Facebook?

Sí ____ No ____

Instrucciones

Responde a las siguientes preguntas marcando con una equis (X) la opción que se ajusta más a ti.

¿Con qué frecuencia revisas tu cuenta de Facebook?

- 7. Diariamente ____
- 8. Interdiario ____
- 9. Tres veces por semana ____
- 10. Una vez por semana ____
- 11. Una vez cada quince días ____
- 12. Una vez al mes ____

Normalmente cuándo ingresas a Facebook, ¿por qué lo haces? (puedes escoger varias opciones)

- 9. Porque me llega una notificación ____
- 10. Para mantenerme informado ____
- 11. Para buscar viejos amigos ____
- 12. Para revisar el perfil de alguien en específico ____
- 13. Para publicar información (fotos, noticias, etc.) ____
- 14. Para recordar los cumpleaños de mis amigos ____
- 15. Para jugar ____
- 16. Para mandar mensajes privados ____

¿Cuál es tu situación sentimental en Facebook?

- 20. Soltero(a) ____
- 21. Tiene una relación (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 22. Tiene una relación (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 23. Comprometido(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 24. Comprometido(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 25. Casado(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 26. Casado(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 27. Mantiene una unión civil (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 28. Mantiene una unión civil (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 29. Tiene una pareja de hecho (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 30. Tiene una pareja de hecho (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 31. Tiene una relación abierta (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 32. Tiene una relación abierta (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 33. Es complicado (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 34. Es complicado (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 35. Separado(a) ____
- 36. Divorciado(a) ____
- 37. Viudo(a) ____

A continuación se presentan una serie de afirmaciones donde debes responder acerca de las interacciones que tienes con tu pareja en la red social de Facebook. Responde con una equis (X) según la frecuencia de estas interacciones.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
10. Le doy "me gusta" a las fotos que sube mi pareja					
11. Le doy "me gusta" a las publicaciones que hace mi pareja en su muro (estados, links					
12. Comparto, en mi perfil, las publicaciones que hace mi pareja en su muro					
13. Visito el perfil de mi pareja					
14. Coloco comentarios en el muro de mi pareja					
15. Coloco comentarios en las fotos de mi pareja					
16. Publico en mi perfil fotos con mi pareja					
17. Publico estados asociados a mi relación de pareja					
18. Etiqueto a mi pareja en mis publicaciones					

Instrucciones

Las siguientes afirmaciones representan qué tan satisfecho te encuentras en cuanto a tu actual relación de pareja. Contesta marcando una equis (X), según el grado de satisfacción con tu relación, donde 1 significa “poco” y 5 significa “mucho”.

	1	2	3	4	5
1. ¿Qué tan bien conoce tu pareja tus necesidades?					
2. ¿Qué tan buena es tu relación comparada con la mayoría de las relaciones que conoces?					
3. En general, ¿cuán satisfecho estás con tu relación?					
4. ¿Hasta qué punto tu relación cumple tus expectativas originales?					
5. ¿Con qué frecuencia desearías no haber entrado en tu relación?					
6. ¿Cuánto amas a tu pareja?					
7. ¿Cuántos problemas hay en tu relación?					

Instrucciones

Las siguientes afirmaciones reflejan la manera en la que te comunicas con tu pareja, mediante el grado de acuerdo que indiques con una (X). Donde 1 significa “fuertemente en desacuerdo”, 2 “algo en desacuerdo”, 3 “de acuerdo”, 4 “algo de acuerdo” y 5 “fuertemente de acuerdo”.

	1	2	3	4	5
1. Cuando lo decido, la información que revelo sobre mí mismo (a) es siempre reflejo exacto de lo que realmente soy.					
2. Cuando expreso mis sentimientos personales, siempre estoy consciente de lo que estoy haciendo y diciendo.					
3. Cuando revelo mis sentimientos tengo la intención consciente de hacerlo.					
4. Soy consciente de la información que revelo sobre mí mismo (a).					
5. Regularmente evito hablar sobre mí mismo (a).					
6. Las declaraciones que hago acerca de mis sentimientos, generalmente, son breves.					
7. Usualmente hablo sobre mí mismo (a) por largos períodos de tiempo.					
8. Mis conversaciones que menos duran son aquellas en las que hablo sobre mí mismo (a).					
9. Regularmente hablo sobre mí mismo (a).					
10. Con frecuencia hablo sobre mis propios sentimientos.					
11. Pocas veces expreso mis creencias y opiniones personales.					
12. Usualmente revelo información positiva sobre mí mismo (a).					
13. En general, mis revelaciones sobre mí mismo (a) son más negativas que positivas.					
14. Normalmente revelo mala información acerca de mí mismo (a).					
15. Normalmente expreso mis buenos sentimientos sobre mí mismo (a).					
16. Frecuentemente revelo más cosas indeseables acerca de mí mismo (a) que cosas deseables.					

ANEXO I

INSTRUMENTO FINAL

Instrucciones

Responde a las siguientes preguntas marcando con una equis (X) la opción que se ajusta más a ti.

¿Con qué frecuencia revisas tu cuenta de Facebook?

- 13. Diariamente ____
- 14. Interdiario ____
- 15. Tres veces por semana ____
- 16. Una vez por semana ____
- 17. Una vez cada quince días ____
- 18. Una vez al mes ____

Normalmente cuándo ingresas a Facebook, ¿por qué lo haces? (puedes escoger varias opciones)

- 17. Porque me llega una notificación ____
- 18. Para mantenerme informado ____
- 19. Para buscar viejos amigos ____
- 20. Para revisar el perfil de alguien en específico ____
- 21. Para publicar información (fotos, noticias, etc.) ____
- 22. Para recordar los cumpleaños de mis amigos ____
- 23. Para jugar ____
- 24. Para mandar mensajes privados ____

¿Cuál es tu situación sentimental en Facebook?

- 38. Soltero(a) ____
- 39. Tiene una relación (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 40. Tiene una relación (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 41. Comprometido(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 42. Comprometido(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 43. Casado(a) (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 44. Casado(a) (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 45. Mantiene una unión civil (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 46. Mantiene una unión civil (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 47. Tiene una pareja de hecho (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 48. Tiene una pareja de hecho (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 49. Tiene una relación abierta (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 50. Tiene una relación abierta (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 51. Es complicado (con la etiqueta de tu pareja) ____
- 52. Es complicado (sin la etiqueta de tu pareja) ____
- 53. Separado(a) ____
- 54. Divorciado(a) ____
- 55. Viudo(a) ____

A continuación se presentan una serie de afirmaciones donde debes responder acerca de las interacciones que tienes con tu pareja en la red social de Facebook. Responde con una equis (X) según la frecuencia de estas interacciones.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
19. Le doy "me gusta" a las fotos que sube mi pareja					
20. Le doy "me gusta" a las publicaciones que hace mi pareja en su muro (estados, links					
21. Comparto, en mi perfil, las publicaciones que hace mi pareja en su muro					
22. Visito el perfil de mi pareja					
23. Coloco comentarios en el muro de mi pareja					
24. Coloco comentarios en las fotos de mi pareja					
25. Publico en mi perfil fotos con mi pareja					
26. Publico estados asociados a mi relación de pareja					
27. Etiqueto a mi pareja en mis publicaciones					

Instrucciones

Las siguientes afirmaciones representan qué tan satisfecho te encuentras en cuanto a tu actual relación de pareja. Contesta marcando una equis (X), según el grado de satisfacción con tu relación, donde 1 significa “poco” y 5 significa “mucho”.

	1	2	3	4	5
8. ¿Qué tan bien conoce tu pareja tus necesidades?					
9. ¿Qué tan buena es tu relación comparada con la mayoría de las relaciones que conoces?					
10. En general, ¿cuán satisfecho estás con tu relación?					
11. ¿Hasta qué punto tu relación cumple tus expectativas originales?					
12. ¿Cuánto amas a tu pareja?					