AAT 6171

UCAB Universidad Católica
ANDRÉS BELLO
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Psicología

INFLUENCIA ENTRE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES, EL SEXO, TIPO DE CARRERA, CICLO ACADÉMICO Y HABILIDADES SOCIALES.

Trabajo de Investigación presentado por:

Franyeli CARDENAS CÁNCHICA

y

Alexandra RONDON GRESSINI

a la Escuela de Psicología

Como un requisito parcial para obtener el título de

Licenciada en Psicología

Profesor Guía:

María Jimena HERNÁNDEZ

Caracas, Julio 2017

Este Trabajo se lo dedico con profundo agradecimiento primeramente a Dios. A mi familia en general, especialmente a mi abuelo, mi madrina, mi madre y mi hermana, quienes directa o indirectamente me brindaron su apoyo, cariño y amor en todos los años de pre-grado. A mis amigos y compañeros presentes y pasados, quienes me brindaron contención y empuje en los momentos más críticos. Por último y no menos importante, a mi prometido, por estar presente en todo momento de este producto, confiar en mí y brindarme el impulso para alcanzar mis metas.

Por el futuro, ya que lo mejor es lo que pasa y siempre está por venir.

Alexandra Rondón

A Dios y la Virgen, porque todos necesitamos un ente espiritual en quien creer para sentirnos respaldados.

A mis padres y hermanos, porque me alegra saber que siempre podré confiar en ustedes y que no me fallarán.

A mis sobrinos, para que siempre luchen por lo que les apasiona, pues al final, no importa cuánto demoren en lograrlo, lo importante siempre será no rendirse.

"El cielo siempre debe ser el límite"

Franyeli Cárdenas.

Agradecimientos

A Dios por darme las fuerzas y herramientas, así como la sabiduría para transitar el camino hasta este Trabajo para lograr una de mis metas.

A los profesores que me impartieron sus conocimientos, en especial a las profesoras Yolanda Cañoto y Estrella Pinto, al profesor Daniel Castillo, a mis padrinos de promoción, es decir, Janet Guerra, Guillermo Yáber y Milagros Fagúndez y a quien nos guió en el camino para obtener este Trabajo; María Jimena Hernández.

A mi familia y amigos por el amor y el apoyo, especialmente a mi madrina, quien en apoyo en varios aspectos creyó siempre en mí al igual que mi madre y en memoria de mi hermana Indira Rondón, quien en los momentos agrios endulzaba mi vida y me apoyaba para no caer, participando siempre en la construcción y fortalecimiento de mi carácter en pro de mi crecimiento personal y profesional en ocasiones, a mis amigas Lingi y Vanesa, así como a Kevin, Eduardo y Sair.

A todos compañeros y participantes que facilitaron poder lograr el objetivo, especialmente a mis compañeras Bárbara Rodrigues y Franyeli Cárdenas por haber formado parte del presente resultado y sus grandes e importantes apoyos en momentos críticos de su realización, no solo en palabras de aliento, sino también en circunstancias en que necesitaba ser "cubierta".

Finalmente, a mi prometido quien ha sido mi fuente de energía en muchas ocasiones, compañero cálido y cercano, por su confianza, amor y apoyo incondicional, tenderme una mano cuando la requiero, acompañarme en todo momento, estar presente en los sucesos trascendentales de mi vida y hacer que me aferre a mis principios y metas para continuar.

Alexandra Rondón

Agradezco a Dios y a la Virgen, por darme fortaleza y sabiduría en cada momento.

A la UCAB y a sus profesores, por darme las herramientas académicas necesarias y a mi tutora, porque a pesar de la distancia física siempre ayudó y aportó su visión en cada entrega. Por ser un modelo a seguir en puntualidad, rapidez y estructura.

A mis padres. A ti papá, gracias por darme una palabra de aliento cada vez que la angustia me arropaba, por ser quien me decía que la perseverancia es la clave del éxito y el esfuerzo debe ir amarrado a los sueños, por tus cuentos de universidad y por siempre estar ahí para conversar cada decisión. A ti mamá, por ser quien me levantaba antes de cada parcial, estar cerca de mí en cada trasnocho y por apoyarme y confiar siempre en lo mucho que puedo lograr. Nunca dudaste de mí aún cuando yo misma lo hacía. Gracias a ambos por contribuir en quién soy y guiarme en cada paso.

A mi novio, por tu amor y compañía, por ser el autor de tantos momentos de desconexión durante estos 7 años, por ser mi contención en las crisis académicas y estar dispuesto a escucharme siempre, por "premiarme" luego de cada parcial y por decirme "debes estudiar", así a la hora me extrañaras. Por eso y más, ¡gracias!.

A mis hermanos y mejores amigas, porque a su manera me dieron consuelo en momentos difíciles y compartieron mis alegrías en este trayecto. Por estar ahí y soportar en tantas ocasiones mi mal humor o por no estar presente en sus cumpleaños.

A mis compañeros de clases, porque aunque fueron muchos, cada uno dejó su huella.

Por último y no menos importante, a mi compañera de tesis, porque aún casi sin conocerme decidió comprometerse en este largo y torrentoso camino conmigo, el cual estoy segura supimos llevar de una manera eficiente y colaborativa. A ti te digo ¡Lo logramos Alex!

Gracias a todas y cada una de las personas que estuvieron a mi alrededor durante este camino, a los que fueron provisionales y a los que aún están.

Franyeli Cárdenas

Índice de contenido

Resumen x

Introducción 11

Marco Teórico 15

Método 49

Problema de investigación 49

Hipótesis 49

Hipótesis general 49

Hipótesis específicas 49

Definición de variables 50

Variable Dependiente 50

Variables Independientes 51

Tipo de investigación 54

Diseño de investigación 55

Diseño muestral 56

Instrumentos 57

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) 57

Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CDI) 60

Procedimiento 62

Resultados 66

Discusión 91

Conclusiones y Recomendaciones 96

Referencias 99

ANEXO A: CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS) 112

ANEXO B: CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES 115

ANEXO C: CUESTIONARIO DE DIFICULTADES INTERPERSONALES (CDI) 117

ANEXO D: CORRELACIONES ÍTEM-TEST DEL CDI 120

ANEXO E: TABLAS DE ANÁLISIS DE COMPONENTES PRINCIPALES (PILOTO) 122

ANEXO F: ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS Y REGRESIONES (ESTUDIO FINAL) 143

ANEXO G: CUESTIONARIO ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES (ESTUDIO FINAL) 164

ANEXO H: CUESTIONARIO DE DIFICULTADES INTERPERSONALES (ESTUDIO FINAL) 167

Índice de Tablas

Tabla 1 123
Tabla 2 123
Tabla 3 123
Tabla 4 123
Tabla 5 124
Tabla 6 125
Tabla 7 126
Tabla 8 127
Tabla 9 128
Tabla 10 129
Tabla 11 130
Tabla 12 131
Tabla 13 132
Tabla 14 133
Tabla 15 134
Tabla 16 136
Tabla 17 136
Tabla 18 137
Tabla 19 138
Tabla 20 139
Tabla 21 140
Tabla 22 141
Tabla 23 142
Tabla 24 144
Tabla 25 146
Tabla 26 147
Tabla 27 148

Tabla 28 148
Tabla 29 149
Tabla 30 149
Tabla 31 151
Tabla 32 151
Tabla 33 151
Tabla 34 152
Tabla 35 152
Tabla 36 153
Tabla 37 ..... 83, 156
Tabla 38 ..... 84, 157
Tabla 39 ..... 85, 157
Tabla 40 158
Tabla 41 159
Tabla 42 160
Tabla 43 ..... 87, 161
Tabla 44 ..... 88, 162

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales 80, 156
Gráfico 2: Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales 80, 157
Grafico 3: Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales 81, 157
Gráfico 4: Histograma de residuos tipificados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales 81, 158
Gráfico 5: Histograma de residuos tipificados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales 82, 158
Gráfico 6: Histograma de residuos tipificados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales 82, 159

Resumen

La muestra estuvo compuesta por 300 estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, de las Escuelas de Administración y Contaduría y Comunicación Social, seleccionados de forma propositiva y no probabilística con diseño retrospectivo simple. Los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CDI) y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales inicialmente probados mediante un estudio piloto y empleados de forma online, vía correo electrónico con el permiso y ayuda de los directores de ambas escuelas. Los resultados fueron analizados mediante una regresión lineal múltiple, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 20. Se pudo determinar que existe relación entre carrera, habilidades sociales y adicción a las redes sociales mientras que sexo y ciclo académico no poseen relaciones significativas. Sólo una de las relaciones tuvo capacidad explicativa y fue la dimensión Expresión de Punto de Vista de Habilidades Sociales.

Introducción

Las redes sociales, pertenecientes al Internet, son espacios donde los individuos cuentan con la posibilidad de mantener contacto con amistades antiguas o conocer nuevas personas, acortar distancias entre sus usuarios, interactuar en tiempo real con varios individuos a la vez, así como el acceso a fotografías, videos, juegos, entre otros, por ello han tenido un gran impacto en la población a nivel mundial y cada vez es mayor el número de personas que hacen uso de este tipo de plataformas de comunicación, siendo gran parte de esta población representada por los jóvenes (Gutiérrez y Noriega, 2015), puesto que, las redes sociales en Internet se han convertido en promisorios negocios para empresas, artistas, marcas, profesionales independientes y, sobre todo, en lugares para encuentros humanos, donde convergen personas con un interés en común (Duarte, Gamboa y Arguello, 2013).

Ahora bien, estas nuevas formas de mantener contacto con el mundo que circunda al ser humano, a través de un computador o celular, podrían incidir en la manera en el que se éste se relaciona con su entorno, especialmente los jóvenes de edades comprendidas entre los 17 y 25 años, en lo que se refiere a actividades donde se desarrollan de manera tradicional las habilidades sociales. Estas habilidades, se agrupan en cinco grandes categorías/dimensiones: habilidades de interacción con personas desconocidas en situaciones de consumo, interacción con personas que atraen, interacción con amigos y compañeros, interacción con familiares, y hacer y rechazar peticiones a los amigos/as que responden a distintos contextos de interacción social (Eceiza, Arrieta y Goñi, 2008).

Por otro lado, autores como Arab y Díaz (2015) reportan la existencia de una cantidad de peligros asociados a la utilización del Internet como, por ejemplo, el Grooming, Ciberbullying, Sexting y la Ciberadicción, ésta última central para la presente investigación, ya que aunque no exista un consenso entre los teóricos de que el constructo sea realmente aplicable, éste cumple con la función de nombrar

bajo dicho título un conjunto de conductas asociadas entre sí y relacionadas con el tipo de adicción aquí planteado. En esta misma línea, se puede definir como adicción según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2004) como una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. La adicción a las redes sociales fomenta la depresión y baja autoestima y es una condición que afecta al correcto desenvolvimiento en las habilidades sociales (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010).

Además, se ha observado que las mujeres suelen utilizar más las redes sociales y los chats, mientras que los hombres realizan otras actividades en el Internet (Fernández, Alguacil, Almaraz, Cancela, Delgado, García, Jiménez, Llorca, Molina, Ortíz, Valero y Martín, 2015). Por otro lado, se han encontrado diferencias en estudiantes según la carrera que cursan, por ejemplo, Mendoza y Santos (2015) encontraron que los estudiantes de administración y auditoría empleaban más de 6 horas en las redes sociales, de 3 a 6 horas los estudiantes de psicología y de 1 a 3 horas en el caso de comunicación y biotecnología. También, Astonitas (2005) encontró que la relación del ciclo de carrera con la adicción es negativa, lo cual se debería al hecho de que al avanzar en la carrera los estudiantes tienen mayores responsabilidades que restringen el tiempo que pudieran utilizar para el Internet. Adicionalmente, Navarro y Yubero (2012), encontraron un mayor uso de redes sociales entre quienes tenían mayores habilidades sociales, que aquellos que tenían menos habilidades sociales.

Estos datos empíricos se pueden comprender a través de la teoría del uso y las gratificaciones de Katz, Blumler y Gurevitch (1974), la cual será utilizada en esta investigación para dar sentido al porqué de la generación de esta adicción a la interacción virtual, ya que la expectativa y gratificación que se desprenden de éste tipo de interacción permite concebir al público como activo en el proceso de comunicación masiva, existiendo conciencia por parte de los usuarios para poder informar sus intereses, reconocer cuándo se ven confrontados y los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva, siendo

independiente a las orientaciones del público, se observa la gratificación de las necesidades por los medios o las fuentes a partir de la elección por parte de los usuarios de las mismas (Coronel, 2014); así pues los medios proveen alternativas aceptables a la compañía humana real o brindan base para relacionarse con los demás a partir del contenido de los medios o de la información obtenida a través de estos (Martínez, 2004).

En referencia a lo planteado y considerando la pertinencia y relevancia que hoy día tienen el uso del Internet y en consecuencia de las redes sociales, la siguiente investigación se justifica, entre otras razones porque: significará un aporte valioso para el profesional dedicado al área de salud psicológica en tanto que brindará elementos empíricos con relación al tema estudiado que podrán utilizar para su actuación profesional, teniendo en cuenta que integra un grupo de variables que en conjunto no han sido estudiadas, sirviendo de antecedente a instituciones, profesionales y estudiantes que se interesen por estudios de este tipo de manera predictiva y no sólo relacional, asimismo, las redes sociales se convierten en parte del aprendizaje social, que si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, cuando no es así, puede ser instaurada una adicción suponiendo una pérdida de control, una absorción a nivel mental y una alteración negativa en el funcionamiento diario del joven, ya que, si bien la persona con la adicción disfruta de los beneficios de la gratificación inmediata, no repara en las posibles consecuencias negativas a largo plazo. Por ello, el abuso de las redes sociales virtuales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento, el desinterés por otros temas e incluso los cambios de conducta (por ejemplo, la irritabilidad), así como el sedentarismo e incluso la obesidad.

En este sentido, este estudio se plantea contrastar la hipótesis de que el uso excesivo, la falta de control y la obsesión a las redes sociales de Internet en estudiantes de pre-grado pueden ser influenciados por la carrera universitaria, el ciclo académico, el sexo al que pertenecen y las habilidades sociales que poseen, por medio de una metodología cuantitativa no experimental que permita la obtención de datos que compruebe dicha influencia.

Por último, se solicitará a los sujetos que participen de manera voluntaria, pudiendo no continuar con la investigación cuando lo consideren pertinente, resguardando la identidad de cada uno y aclarando que los fines son académicos, informando así que dicha investigación se rige por principios comunes a toda deontología profesional: respeto a la persona, protección de los derechos humanos, sentido de responsabilidad, honestidad, sinceridad para con los clientes, prudencia en la aplicación de instrumentos y técnicas, competencia profesional y solidez de la fundamentación objetiva y científica (Código Deontológico, 2014).

Marco Teórico

En el mundo actual, la sociedad y la forma de desenvolverse en la misma han cambiado significativamente en los últimos años de forma gradual y acelerada, siendo prueba de ello los avances tecnológicos que tienen implicaciones en el día a día y la manera en que se suele vivir, puesto que las personas poseen ahora herramientas y comportamientos en relación a su entorno que antes no existían, como lo son las dos revoluciones tecnológicas comenzadas a mediados del siglo XX y en desarrollo del siglo actual, las cuales le han otorgado al ser humano nuevas alternativas para percibir la realidad, denominadas: (a) la revolución de la realidad virtual y (b) la revolución de la red de Internet, las cuales han cambiado la forma en que el ser humano se comunica con sus semejantes (Romero, 2002; Pérez, 2011).

En lo que respecta a la primera revolución tecnológica, es decir, la realidad virtual, se pudo observar cómo en el punto temporal de la historia se desarrolla en conjunto a la red de Internet, propiciando entornos simulados en tres dimensiones (3D), los cuales permiten a las personas trasladarse a través del tiempo y espacio (a pesar de mantenerse en un sitio vivencian lo que sucede en esa otra realidad que puede partir de una fecha y lugar distintos), teniendo esto relación con la segunda revolución, ya que, el Internet permite al usuario trasladarse de la misma forma (comunicarse con otras personas ubicadas en otros países y a otros husos) (Pérez, 2011).

Un ejemplo de esta segunda revolución tecnológica se observa en el cómo estas nuevas maneras de comunicarse cambiaron el concepto de trabajo en la oficina por el nuevo concepto de trabajo a distancia o teletrabajo, lo cual es posible a través de la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI) que permite la conexión de los empleados con sus empresas desde su domicilio u otro lugar lejos de la oficina; esta Red usa para el transporte de las señales el cable de fibra óptica y los satélites de comunicación haciendo posible la comunicación interactiva, en

la cual se pueden recibir por una sola línea imágenes y datos (correo electrónico, gráficos, planos), sonidos (voz y grabaciones), entre otras, donde el mundo de los negocios tiende a integrarse en forma acelerada al ciberespacio, en el cual los conceptos de tiempo y espacio se han modificado radicalmente si se considera la distancia física y temporal (las diferencias en husos horarios de diferentes países), haciendo más ágil la comunicación entre los participantes (Romero, 2002).

Así pues, siendo el interés para esta investigación la segunda revolución, cabe señalar entonces, que la red de Internet pasó de ser un agregado de la telefonía para transformarse en una infraestructura básica para la sociedad actual y del conocimiento formal y no formal, surgiendo a su vez como motor de la economía mundial, de tal manera que es parte esencial de la vida cotidiana de las personas en el siglo actual (Martínez, 2011). Dada su mayor relevancia, requiere de un marco legal y político que sustente su implementación e incluso garantice el derecho de utilizarlo, por ejemplo, el uso social de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que se ampara, en el caso de Venezuela, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV), en cuyo artículo 110 reza "El estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones" (CRBV, 1999, p.27).

A nivel nacional también existen otros documentos como el Decreto N° 825 (2000) que indica que "el incremento al uso del Internet a todos los niveles y la mejora de la calidad de vida de la población a través del uso de los servicios de telecomunicaciones" (p. 1), incluido en este marco también el Plan Nacional de Ciencia y Tecnología (2005-2030), promoviendo de esta manera el uso de éstas nuevas tecnologías de manera cotidiana y para diferentes fines.

Hasta mediados del año 2016, se destacó la cifra de 3,576,810,939 usuarios conectados a Internet en el mundo, teniendo en Europa un total de 614,974,023 (17,2%), en África 344,011,583 (9,6%), en Asia 1,766,289,264 (49,4%), en el Medio Oriente 129,498,735 (3,6%), en Oceanía/ Australia 27,508,287 (0,8%) y en Latinoamérica/Caribe 374,461,854 (10,5%) de usuarios en la red (Eurostat, 2016; ITU, 2016; Internet World Stat, 2016 y Census USA, 2016), teniendo como participación en este último el gobierno venezolano con la

puesta en marcha del Plan Nacional de Infocentros, lo cual ha permitió la instalación de 637 centros de acceso en todo el país, sin costo alguno para los usuarios, de acuerdo a informaciones suministradas por el ministro de Ciencia y Tecnología y en concordancia al Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, para el segundo trimestre de 2009, de cada 100 venezolanos, 28 tenían acceso a la red, para un total de más de 7.916.632 millones de usuarios en todo el país (IV Congreso de la Cibersociedad, 2009), teniendo en consideración que el país donde la velocidad de conexión es mayor es Uruguay, tanto en cargas como en descargas, en velocidad de cargas le siguen México y Brasil, a la cola de la región en este apartado están Venezuela, Bolivia y Perú, así mismo, la velocidad de descarga (que siempre es mayor que la de carga) promedio en Latinoamérica es de 7,26 megabits por segundo pero hay cuatro países que están por encima del mismo es Uruguay, Chile, Brasil y México. Es destacable que Uruguay tiene una velocidad promedio muy similar a la de países como España, Portugal o Inglaterra y las menores velocidades de descarga se dan en Bolivia, Paraguay y Venezuela (Eurostat, 2016; ITU, 2016; Internet World Stat, 2016 & Census USA, 2016).

Dado estos porcentajes importantes de usuarios de Internet a nivel mundial y estadal, indicando de esta manera que el tiempo invertido para éstas actividades en Venezuela se denota aumentado en contraste con otros países, cobra relevancia la realización de una investigación sobre los usos que dichas personas hacen de estas plataformas,.

Dentro del Internet hay variedad de actividades que se pueden realizar, entre las cuales se encuentran: el envío de correos electrónicos, la búsqueda de información, la realización de compras, la lectura de noticias, el acceso a las redes sociales, entre otras. Marañón (2012) realiza la observación de que el Internet ha facilitado nuevas formas sociales que introducen cuatro modificaciones en los tipos de redes de interconexión social existentes hasta ahora, las cuales son:

- Enormidad: la vasta magnitud de las redes y del número de personas que pueden llegar a estar suscritas en la misma.

- Comunalidad: una ampliación de la escala en la que se puede compartir información y contribuir a esfuerzos colectivos.
- Especificidad: un gran incremento en la particularidad de los vínculos que se puede formar.
- Virtualidad: la capacidad de asumir identidades virtuales.

Es por lo anterior que se encuentra cada vez con mayor frecuencia la utilización de éste tipo de redes, ya que permiten en los usuarios observar cómo se desarrollan dichas interconexiones e incluirse en las mismas, contribuyendo pues a una mayor cantidad de personas a nivel mundial que se suscriben a los diversos servicios que ofrece la plataforma de Internet. Como podía vislumbrar Moral (2001), dada la existencia de interconexión entre ordenadores, se han suprimido las barreras de la comunicación a escala mundial, produciéndose así importantes consecuencias de tipo social (la mayor utilización de éstos medios para comunicarse con otras personas, aun encontrándose a mucha distancia), económico (implementación del Internet como herramienta laboral primordial y de marketing), político (el Internet como medio para campaña e información, así como sitio para exponer opiniones) y cultural (el medio como promotor de nuevos valores y expresiones culturales), entre otras. Por lo cual, hubo un aumento sustancial del número de usuarios de Internet en todo el mundo, siendo expresado por Moral (2001) de la siguiente forma:

> Estas tecnologías informáticas traen nuevas formas de ocupación e interacción social. Desde ellas, se contribuye a la propagación espacial, a nuevas formas de conocimiento, lenguajes y relaciones sociales entre las personas. Internet permite intercambios múltiples e instantáneos con personas situadas en cualquier parte del mundo, de cualquier nacionalidad y cultura. Este nuevo espacio de interacción, o ciberespacio, como muchos lo denominan, se utiliza frecuentemente para relacionarse con otras personas o con el deseo de pertenecer a grupos con los que se comparten intereses (p. 15).

Siendo que, el enfoque del presente proyecto destaca el uso de aplicaciones dentro de la tecnología, y en función de que el Internet es posiblemente la herramienta tecnológica que ha penetrado de forma más rápida y consistente en el mundo, ya que ha facilitado la comunicación entre las personas sin límite de tiempo (las diferencias de husos horarios), espacio (distancia entre

países), idioma o cultura (costumbres entre habitantes de países diferentes), provee aquella información que es solicitada a través de palabras e imágenes permitiendo así que se pueda tener acceso al entretenimiento, educación y comercio (Cuyún, 2013).

Las redes sociales se han presentado como un nuevo enfoque en lo que respecta a la herramienta del Internet por la forma en que las personas lo utilizan, de manera que los sitios web ya no son usados solamente para buscar información, como se hacía inicialmente, sino que ahora la persona que los usa participa tanto de forma pasiva como activa, pudiendo tanto recibir como aportar información, y al mismo tiempo comparte contenidos virtuales sobre la vida en el tiempo y mundo real, así pues, se dan diversas actividades cotidianas entre las personas como por ejemplo la interacción interindividual e intergrupal, presentándose por medio del uso del lenguaje como vehículo de comunicación ya sea verbal o no verbal (Cuyún, 2013).

Siendo relevante delimitar lo que se considera redes sociales de Internet, para que no se incluyan elementos que no cumplan con las especificaciones pertinentes, Jiménez (2014) las define como "plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes" (p. 13). También, se ha definido a las "redes sociales digitales" según Boyd y Ellison (2007) como sitios dispuestos en la web que brindan la posibilidad a los usuarios de elaborar un perfil público o relativamente público dentro de un sistema limitado, editar una lista de otros usuarios con los que mantengan cierta conectividad y la posibilidad de revisar la lista de publicaciones en el sistema de los contactos de dicha lista y las propias del usuario.

En cuanto a las explicaciones sobre el uso de éstas redes, se encuentra la Teoría Relacional-Cultural de Jordan y Hartling (2002), exponiendo que las personas conforman su identidad y tienen crecimiento mediante la conexión con otras personas, por lo cual, se parte desde una concepción donde el ser humano se encuentra motivado a establecer relaciones con los demás y el medio donde se desenvuelve.

Siendo desarrollada esta teoría posteriormente por el grupo Stone Center es decir, Baker, Pierce, Jordan y Surrey, (Baker, Pierce, Jordan, Surrey, Brooks y Clements, 2010), quienes explican que la vinculación desempeña un papel sobresaliente en la vida de las personas promoviendo su bienestar psicológico, ayudándolas a fomentar el crecimiento y siendo afectado si las diferencias son tratadas a través de rechazos que implican desconexión y por lo tanto sufrimiento, en particular, Jordan (1986) propone a la empatía como un medio para la validación mutua al reconocer las semejanzas y apreciar las diferencias en las experiencias. Por lo tanto, desde esta perspectiva el comportamiento de las personas le es propio al desarrollo relacional y, por ende, contextual, en tanto que la capacidad de relacionarse es una meta mayor a la gratificación individual y a su vez ésta última aumenta en tanto se lleva a cabo mayor relación (Jordan, 1987).

En este sentido, la utilización de las redes sociales de Internet siendo un proceso comunicativo, es parte de lo que se denomina como la interacción social en redes online; la cual es entendida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos sociales, personales y laborales (Zamora, 2006), favorece pues el desarrollo de nuevas relaciones, lo cual produciría un aumento en la sensación de salud psicológica, que en oportunidades se encuentra en interferencia con otras actividades cotidianas, produciendo de este modo un declive en otras áreas de la vida de los usuarios. Al brindar la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcan, el sistema es abierto y se va construyendo con lo que cada suscrito aporta a la red, cada nuevo miembro que ingresa va transformando al grupo en otro nuevo, por lo que la red no es lo mismo si uno de los miembros deja de ser parte, es decir:

> Las redes sociales dan al anónimo, la fuerza del grupo e individual por aminorar su exposición, lo que le permite evidenciar en el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios (Herrera y Valdiviezo, 2011, pp. 16).

Sería a partir de esta vinculación, las cuales dejan un margen de anonimato, que se puede generar conductas indeseadas por un uso inadecuado y no saludable de las redes sociales de Internet.

Por otra parte, también se pudiera tomar en consideración las posturas que ofrecen otras teorías que pueden ayudar a la comprensión del fenómeno, entre las que se encuentra la teoría de las etapas de desarrollo planteada por Erikson (1964), las cuales resaltan la relevancia de la conformación de la identidad, mediante la inclusión y el conocimiento de la sociedad en la que se desenvuelve, así como la sociedad misma que delimita y dirige el desarrollo y cumplimiento de normas para la interacción que, finalmente, permitirá un óptimo desarrollo. Dividiendo entonces el desarrollo humano en ocho etapas (Erikson, 1964), a saber:

1. Confianza básica versus desconfianza básica: cuando se es dependiente para satisfacer las necesidades físicas y emocionales, siendo niños.
2. Autonomía versus vergüenza y duda: en la infancia temprana, donde la crisis se refiere a cuán independiente se percibe y la conciencia de que se es observado, por lo que los otros notas sus deficiencias, de aquello que muestra o no muestra a los demás.
3. Iniciativa versus culpa: el niño en edad de juego desea explorar y aprender, lo cual exige establecer sus propios límites, los cuales si no respeta le producirán culpa.
4. Diligencia versus inferioridad: aprenden a valorar el trabajo bien realizado para sentir aceptación del entorno social, en la edad de escolarización.
5. Identidad versus confusión de identidad: en la adolescencia, donde se cuestionan las formas de conducirse aplicadas en la niñez y procuran asumir nuevos roles, siendo esperado una integración de los modelos pasados y los presentes.
6. Intimidad versus aislamiento: al lograr una identidad relativamente estable, surge el deseo de entablar relaciones estrechas con otros, en especial el logro de una reciprocidad de la pareja amorosa, donde se exhiba una identidad compartida y valoración mutua, en la juventud.
7. Productividad versus estancamiento: en la madurez de una persona, surge entonces una preocupación por ayudar a la generación siguiente a alcanzar buenos logros.

8. Integridad versus desesperación: abarca la aceptación de la propia experiencia de vida como única, donde se acepta la historia de vida con todo lo que ello significa y dota de sentido toda la existencia, en la vejez.

En esta línea, es relevante para la presente investigación ya que su foco de interés se concentra en estudiantes universitarios de pre-grado (de 17 a 26 años), entre los cuales se encuentran adolescentes, que al hallarse en un proceso de formación de identidad se asocia a la quinta etapa de desarrollo expuesta por Erikson (1964) denominada Identidad versus Confusión de la Identidad (13-21 años), en la cual debe llevarse a cabo una integración de las experiencias ya pasadas con lo que se vivencia en el presente en un todo, incurriendo pues en la necesidad de adquirir compromisos tanto con una profesión como con determinados valores, en consecuencia debe sentir el apoyo tanto de la sociedad en general como de sus compañeros con los que concuerda en la elección realizada.

Por lo tanto, la construcción de esta parte esencial del desarrollo finaliza con la configuración de una personalidad sólida y estable en el tiempo, donde se busca una adecuada integración según lo esperado entre las normas del propio individuo y las de la sociedad en la que se desenvuelve, con la posibilidad de adquirir en esta etapa una seguridad respecto a quiénes son y a lo que desean ser y a un sentido de la intimidad (Arab y Díaz, 2015). Si ocurre un entorpecimiento en el correcto desarrollo del adolescente en esta etapa, el mismo puede verse afectado a lo que respecta a su identidad, buscando así apoyo y una forma de integración en la sociedad en la que se desenvuelve de forma indirecta con la evitación de las situaciones que impliquen un contacto personal directo (Bandura y Walters, 1974).

Por su parte, la sexta etapa: Intimidad versus Aislamiento, en la cual las personas (de 21 años a 30 años) intentan lograr sentirse independientes de sus padres y la escuela, además del logro de amistades establecidas y relaciones más íntimas (conexiones más profundas), donde puedan obtener mayor sensación de responsabilidades adultas, proponiendo además que para el logro de lo expuesto

se necesita tener una identidad estable, pues esto determina de forma directa la posibilidad de establecer lazos estrechos y verdaderos de amor y confianza con otros, siendo recíproco y sin las dudas o riesgos de desconexión, en este caso el amor permitiría una valoración de los miembros de la red a través uno del otro dada una identidad compartida entre la díada (lo que da lugar a la empatía) Jordan y Hartling (2002).

A partir de éstas premisas y teniendo en cuenta que los estudiantes de pre-grado se encuentran en las edades que dichas etapas de la teoría de Erikson comprenden, además de la relevancia de la vinculación que se ha expuesto en la Teoría Relacional-Cultural, cabría suponer que las necesidades propuestas en conjunto por dichas posturas predispondrán a dichos estudiantes a una mayor utilización de las redes sociales de Internet, por ello surge la necesidad de abordar el fenómeno teniendo en consideración otras características relevantes de los universitarios.

En este sentido, las personas realizan una exploración del ambiente tanto físico como social, estableciendo así vínculos afectivos (conexiones), laborales y sociales, ya que, a medida que crecen, establecen contacto con otras personas y se integran a la sociedad donde se exponen a diversos tipos de situaciones a lo largo de la vida (conexiones, separaciones, pérdidas, estudio, empleo, entre otras), o que son transmitidas a través de agentes sociales (historia del país o personales, valores, creencias, normas, entre otros), permitiendo así la formación de una personalidad, estas influencias son impartidas por padres, compañeros, profesores, así como medios de comunicación. Siendo en este sentido la socialización un proceso de tipo interactivo entre las necesidades de la sociedad y las necesidades de la persona según la teoría de aprendizaje psicosocial de Bandura donde se demuestra que el ser humano es un participante activo en su desarrollo mediante la observación, el modelaje, la imitación y el reforzamiento vicario (Riviére, 1992), en su teoría del aprendizaje observacional.

Bandura (1965) propuso que las personas aprenden a partir de la observación de la conducta de otros y las consecuencias que de ello se desprenden sin necesidad de que las respuestas ante ello sean realizadas por quien observa

mientras sucede con el modelo, asimismo, Bandura (1986) expuso que debe existir un modelamiento que permite que el observador reciba la información como ejemplo y a través de un modelo, lo cual necesita tener en consideración tres características de la situación donde se lleva a cabo el modelado:

- Características de los modelos: el modelo debería tener similitudes con el observador en cuanto a sexo, edad, estatus, prestigio, entre otras características relevantes para tener mayor probabilidad de influir la conducta del observador.
- Características de los observadores: es importante que el observador tenga suficiente confianza en sí mismo y una autoestima adecuada para así tener mayor probabilidad de imitar a un modelo.
- Recompensas asociadas a las conductas: si las recompensas son atractivas y valoradas de manera positiva por el observador, es más probable que éste imite la conducta observada en el modelo.

A su vez, Bandura (1986) también esboza que el aprendizaje según su teoría se encuentra regulado por cuatro procesos: (a) atención, para explorar y percibir las acciones del modelo, (b) retención, transforma la experiencia en conceptos simbólicos que se almacenan en la memoria, (c) producción, organiza las habilidades como una nueva respuesta y (d) motivación, definiendo cuándo y dónde es pertinente llevar a cabo lo aprendido, siendo éste último proceso proveniente de tres fuentes (Bandura, 1977):

- Observación de un modelo que es recompensado por una conducta dada.
- El modelo recompensa al observador por sus intentos de imitar dicha conducta.
- El observador se recompensa a sí mismo por su desempeño.

A lo anterior, Bandura (1986) agrega que para que sea realmente exitoso el aprendizaje observacional se requiere de la práctica, ya que para producir una conducta compleja es necesario llevarla a cabo en varias oportunidades para que, en concordancia con dichas fuentes de motivación, se encuentre un mejor desempeño y por ende una mayor recompensa. Al referirse a las recompensas, se

incluyen tanto aquellas que provienen de los modelos o el ambiente y las que son internas al observador, en este sentido Bandura (1978) expone que los observadores elaboran unas normas propias de conducta y se auto-recompensan cuando las llevan a cabo, esto se puede relacionar con el uso de las redes sociales de Internet, ya que no solo se refuerza mediante exigencias del medio social en el cual se desenvuelve el individuo y los modelos que llevan a cabo la utilización de ésta tecnología, sino que también el observador establece dichos medios como reforzadores de sus pautas conductuales, por lo que continúa utilizándolos al obtener las recompensas tanto externas como internas.

De allí, se desprende que la interacción juega un papel relevante en el desarrollo humano, en este sentido, Cicourel (citado en Rayo, 2014) explica que interactuar es participar en redes de acción comunicativa, donde se hace posible la aprehensión, comprensión e incorporación de información acerca y del mundo. Según dicho autor, interactuar permite comprender el entorno físico, dar sentido y significado a la experiencia en el mundo en conjunto con los sujetos que habitan en él, así pues, se puede ver cómo esto se relaciona con el uso de las redes sociales de Internet, puesto que es una nueva forma de tener interacción con las demás personas ya que, los sitios web de redes sociales se denominan como redes de relaciones personales que proporcionan apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social y se describen como grupos de personas con algunos intereses similares, las cuales se comunican a través de las mismas.

Además, las relaciones o interacciones como expresa Moral (2001), tienen dos clasificaciones que funcionan para fines de la presente investigación y su entendimiento, siendo pertinente señalarlas:

> A las relaciones que se establecen dentro de Internet se les conoce como relaciones virtuales, relaciones electrónicas, relaciones en línea o relaciones en la red; a las relaciones que se desarrollan fuera de Internet, se les conoce como relaciones de la «vida real», relaciones 3-D, relaciones off-line o relaciones fuera de la red. Quizás puedan utilizarse diferentes denominaciones para distinguir el medio en el que se inició o donde se desarrolla la relación, pero existe, en ellas, un elemento común, en el cual insisten frecuentemente los internautas, y es que ambas son relaciones reales, detrás de ellas, hay personas reales, con sentimientos

> reales y vidas reales, pudiendo alcanzarse, por los dos medios, niveles de autenticidad muy similares (p. 23).

El Internet, y específicamente la comunicación ha cambiado tras la creación de las redes sociales y estas últimas han repercutido como un hecho transformador en cada uno de los ámbitos que componen la cotidianidad de los individuos (negocios, educación, política, romance, entre otros) ya que, el cambio en ésta reside en los instrumentos y medios en la que se transmite la información deseada como más económicos y de fácil acceso y control, así como también, en la urgencia por acortar la distancia y el tiempo de comunicación, así pues, la utilización de las redes sociales ha producido un efecto de sustitución de los espacios públicos para comunicarse hacia los espacios virtuales (Pérez, 2015).

Siendo actualmente una de las formas más comunes de interacción la que se lleva a cabo a través de éstas redes, cabe señalar que en el Internet suelen establecerse cuatro tipos de redes sociales según Marañón (2012) cuyos objetivos son, a su vez, diferentes:

- Redes sociales de carácter personal como lo son: Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat.
- Redes sociales profesionales como lo son: LinkedIn, Xing, Viadeo y Plaxo.
- Redes sociales temáticas como lo son: cuéntate viaje.net, musicmakesfriends.com, etc.
- Redes sociales de escala local como lo son: Skyrock, Xianoei, Tuenti, Hyves.

Por lo tanto, se puede destacar que las redes sociales que son de interés para esta investigación son aquellas que han sido clasificadas como personales, más utilizadas (populares) e investigadas, como lo son: el Facebook en un 39,3%, Twitter un 73,4%, Instagram un 57.6% (eMarketer, 2015) y según el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI), 2014 un 50% en Snapchat, es decir, la redes sociales de carácter personal, las cuales se detallarán en los párrafos siguientes.

Según Alegsa (2011), Facebook es un sitio web del tipo red social. Inicialmente era exclusivo de estudiantes universitarios el cual se creó como una versión en línea de los *"facebooks"* de las universidades americanas. Los *"facebooks"* son publicaciones que hacen las universidades al comienzo del año académico, que contienen las fotografías y nombres de todos los estudiantes y que tienen como objetivo ayudar a los estudiantes a conocerse mutuamente. Facebook llevó esta idea a Internet, primero para los estudiantes americanos, pero en septiembre de 2006 se le permitió tener acceso a cualquier persona que tuviera una cuenta de correo electrónico.

Merodio (2010) agrega que Facebook es una red donde las personas pueden compartir todo tipo de fotos, videos, imágenes, crear un perfil atractivo para conseguir más contactos, siendo éstas tan solo unas cuantas de las opciones a utilizar en esta red social, asimismo para las empresas es fundamental en ámbitos de publicidad, ya que este sitio permite lanzar ofertas, promociones, anuncios. También existe un espacio para obtener mensajes privados que solo el dueño de la cuenta puede leer y de este modo mantener contacto con muchas personas conocidas y no conocidas. Según Zephoria, Inc (2016) las estadísticas globales refieren a 1.71 billones de usuarios activos y 1.57 billones de usuarios activos desde móvil hasta Julio del 2016.

En este sentido, Escoto, Medrano, Ramírez, Ríos y Balcázar (2013) llevaron a cabo un estudio que se proponía, entre otras cosas, dilucidar qué actividad llevaban más a cabo en Internet y cuál es la red social que más utiliza una muestra de 250 estudiantes universitarios (125 hombres y 125 mujeres, entre 17 y 25 años de edad) de administración de empresas, turismo y contabilidad de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México, encontraron que 63,3% de la muestra accede a redes sociales, 13,6 consultaban información para realizar tareas y 7,6 revisaban nada más su correo, siendo entonces la red Facebook, con un 95,2% de la muestra, la más utilizada.

Polo (2009), indica que: Twitter es una red social de la web que permite a los usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a la página. Merodio (2010), explica que

esta red social se creó en el año 2006 por una serie de jóvenes emprendedores que trabajaban para la compañía de *Podcasts Odeo, Inc.*, de San Francisco, Estados Unidos, su creador *Jack Dorsey* propuso una idea en la que se podrían usar SMS para decirle a un grupo pequeño qué se estaba haciendo de forma rápida y gratuita para facilitar la comunicación en el personal dentro de las grandes empresas entre departamentos, así pues, Twitter estalló al gran público en 2007, y pasó de 20,000 tweets al día a 60,000 al ganar el premio *South by Souhwest Award* en la categoría de blog. El funcionamiento de Twitter, es el de un microbloging, donde la persona dice lo que hace, piensa y oferta. Es una forma muy utilizada para mantener la comunicación y transmitir novedades, expectativas, gustos, iniciativas, pensamientos entre otras, según Nuñez (2015) las estadísticas globales refieren a más de 270 millones de usuarios activos en Twitter y que un 10% de las cuentas en Twitter son de empresas, siendo esto análogo al 26,5% de los participantes de la investigación de Marín, Sampedro y Muñóz (2015) que utilizan dicha red social y es utilizada por un 73.4% personas entre los 17 y 40 años de edad (eMarketer, 2015).

Ródenas (2013) se refiere a Instagram como un programa "para tomar fotos y aplicarle un filtro, de modo que la instantánea, aunque sea originariamente muy pobre, cobre un poco de brillo" (p. 64), la cual fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en un proyecto de fotografía para móvil. El producto fue lanzado en el Apple App Store el 6 de octubre de 2010 bautizado como Instagram queriendo solventar tres problemas:

- Las fotos en el móvil siempre tenían un aspecto mediocre. Con los filtros se podían transformar las fotos en instantáneas de aspecto profesional.
- Compartir en múltiples plataformas a la vez (se puede tomar una foto de una vez, y luego compartirlo <al instante> en múltiples servicios).
- La mayoría de las experiencias tardan una eternidad en subir las imágenes, por lo que se ha optimizado la experiencia para que sea rápido y eficiente.

Así pues, se expone posteriormente según Ródenas (2013) que se refiere al Instagram como una red social que permite que se expongan fotografías con pie

de foto, siendo que esto se realiza de forma inmediata a partir de la aplicación, por lo que ofrece una rapidez que antes no se ofrecía desde otras redes. Tourn y Berruhet (2015) agregan que Instagram "invita a crear fotos y videos personalizados para compartir en las redes sociales, brindando la posibilidad de encontrar y seguir a personas según intereses para formar parte de una comunidad inspiradora" (p. 5), según Núñez (2015) las estadísticas globales refieren a más de 300 millones de usuarios activos, cada segundo se suben 26 fotografías, cada día se suben 70 millones de fotos nuevas y se generan 2.5 billones de me gusta en contenidos de Instagram, siendo éstas tan solo unas cuantas de las opciones a utilizar en esta red social, además de estimaciones del uso aumentado que le conceden los usuarios.

Espinoza y Terán (2015) señalan que Snapchat es "una aplicación móvil con la que se pueden enviar fotos y mensajes que se eliminan entre uno y diez segundos después de haberlos leído" (p. 9). Esta aplicación fue creada por Evan Spiegel en la Universidad de Stanford en Estados Unidos como un proyecto de fin de curso de diseño de productos, en donde las imágenes que son borradas automáticamente después de abiertas tanto en el historial del chat como en el historial público, denota mayor privacidad y entretenimiento puesto que el hábito de buscar historiales antiguos para rememorar desparece y se innova creando la necesidad de estar en constante revisión de la cuenta, lo que trae como consecuencia un constante uso de la misma, contando según la INEGI (2014) con un 50% de uso de al menos una hora al día en personas entre 17-30 años de edad.

Del Moral (2005) ofrece una clasificación de los motivos para el uso de las redes sociales, los cuales han sido estudiados por los investigadores en el área:

- Mantenimiento de amistades: continuar el contacto con ciertas personas con las que no se sigue teniendo una cercanía como en tiempos anteriores, es decir, excompañeros (de trabajo o de estudios), amigos ubicados geográficamente alejados, entre otros.

- Nueva creación de amistades: agregar a la lista de amistades amigos de amigos, para conocerlos y establecer relaciones con los mismos.

- Gestión interna de organizaciones empresariales: empresas que cuentan con una estructura que les permite la creación de redes sociales para agilizar trámites, realizar conferencias, transmitir comunicaciones, enviar informes o mantener el contacto con profesionales afines a las áreas.

- Entretenimiento: algunos usuarios utilizan las redes para poder tener cierto conocimiento respecto a las publicaciones de otros usuarios sin necesidad de ser vistos, así como participar en interacciones con otros implementando más tiempo en conexión a diversas aplicaciones incluidas en las redes.

Marañón (2012) ofrece como otro de los motivos para el uso de redes sociales de Internet el poder llevar una vida distinta de forma online e interactuar sin las restricciones a los que se ven sujetos en el mundo real, como ejemplo de ello las personas mayores pueden aparentar ser más jóvenes y viceversa, los hombres pueden aparentar ser mujeres y al revés y experimentar así diferentes roles sociales.

Si bien autores como Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst (2008) han expuesto en su revisión de las investigaciones realizadas que encuestas aplicadas a estudiantes arrojan una prevalencia de adicción al uso de redes sociales de Internet entre un 4 y 18%, según la 16ª encuesta de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC); Rial, Gómez, Braña y Varela (2014) se encontró que 74,2% de los usuarios de Internet navegan en la web a través de las redes sociales, lo cual según Pérez (2015) supone un aumento desde el año 2008 de un 45,6% por las facilitaciones que brindan las redes sociales en cuanto al desenvolvimiento online multifacético mencionadas con anterioridad, que es capaz de brindar a las personas en la red su impacto en la vida cotidiana de las mismas.

Por ello, en los últimos años se ha estudiado el uso excesivo de las redes sociales de Internet, generándose el concepto de dependencia al Internet y/o a las redes sociales del mismo, en este sentido Marañón (2012) expone que se inicia probablemente por la búsqueda de algo que complete la existencia, es decir, que el

individuo atraviesa dificultades o crisis con su identidad y sus habilidades sociales, a raíz de esto y una constante búsqueda de identidad social el individuo se hace más vulnerable, frágil o proclive a subsanar aquellos vacíos a través de las redes sociales.

Así pues, Bonilla y Hernández (2012) señalan que las dependencias son procesos que alteran la funcionalidad del individuo en todos los ámbitos de su vida, afectando la comunicación, las interacciones y las habilidades sociales pudiendo llegar a ser una adicción a las mismas, asimismo, acota que este fenómeno se desencadena a raíz de la vulnerabilidad psicológica del individuo a aquellos factores que son estresantes para el mismo y el bajo apoyo familiar junto con una baja calidad de vida social (pocos amigos, percepción carente de apoyo, entre otros) en donde el dependiente a estas redes presentan síntomas que son comparables a los manifestados en otras adicciones.

Cuyún (2013) define a la dependencia como un comportamiento reiterativo en que la persona afectada no puede dejar de tener pensamientos recurrentes respecto a dicha conducta y continúa realizándola a pesar de las consecuencias negativas que esta conlleva, por lo cual, el uso excesivo de redes sociales como generador de dependencia está catalogado como un tipo de adicción que sigue a dicha utilización de las mismas, la cual es definida según este mismo autor como un trastorno de dependencia de una actividad habitual, por lo general placentera y socialmente aceptada, pero que en un determinado momento se convierte en una compulsión, evidenciando el pensamiento obsesivo de dicha conducta, así pues, señala que no es que la conducta sea perjudicial en sí misma, sino que es nociva la relación que la persona afectada establece con ese comportamiento. Por ejemplo, un adicto al Internet puede parecer muy trabajador, sin embargo, estas personas suelen mostrar algunos signos que ponen en evidencia una conducta adictiva, entre algunos síntomas se puede mencionar la dependencia, el síndrome de abstinencia definido según Martínez, Martín, Valero y Salmoguera (2014) conjunto de síntomas que una persona puede sufrir ante una situación en la cual no puede acceder a alguna actividad o consumir aquello a lo que es adicto) y la pérdida de control, Echeburúa (citado en Cuyún, 2013), explica que la conducta

adictiva se mantiene, porque el sujeto está más interesado en el beneficio y placer que obtendrá, que en el costo de las consecuencias.

Laham (2015) indica que el rasgo principal de la conducta adictiva es su capacidad para generar en la persona adicta la sensación de bienestar y gratificación inmediata, en este sentido, simulan aliviar el malestar psicológico que puede producir el estrés, la angustia, la ansiedad y otras emociones negativas, transformándose en un estilo negativo de afrontamiento de dichas emociones y por esta misma característica, es que este tipo de conductas producen una dependencia que lleva a la persona al fin contrario que quería lograr, cada vez se necesita mayores intensidades para experimentar la sensación de gratificación. De este modo, lo que en principio parecía una conducta de afrontamiento, de adaptación a las situaciones en las que se está inmerso, termina por estructurarse como un comportamiento desadaptativo y autodestructivo.

Desde la postura de autores como Christakis, Moreno, Jelenchick, Myaing y Zhou (2011) así como Rey (2010), el que se inserten en el Internet un conjunto de aplicaciones, como lo son las redes sociales, se relaciona con el desarrollo de conductas adictivas en algunos usuarios con ciertas características de personalidad; introversión, depresión, entre otras; por lo que, se ha creado el concepto de Conducta Adictiva a Internet, que aunque no cuenta con un consenso entre los expertos resulta de gran utilidad para la explicación de un conglomerado de conductas que indican adicción.

En este sentido, Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst (2008) realizan un señalamiento importante, ya que se considera que las aplicaciones sociales de tipo sincrónicas (chat y juegos) son las que permiten la creación de conducta adictiva, ya que se plantea que el tiempo entre la acción (conducta) y la consecuencia positiva (refuerzo) es más corta permitiendo así una asociación importante entre los aspectos involucrados, lo cual hace que lo que lo produjo se repita a futuro.

Se puede hablar de adicción, a partir del momento en que una conducta se manifiesta en la vida del sujeto con una intensidad muy elevada hasta llegar al

punto de interferir con su vida personal, social, y laboral, de este modo la adicción se convierte en el eje y centro de la vida del sujeto, razón por la cual la persona adicta no vive más que por y para el objeto de dependencia, Cugota (citado en Cuyún, 2013) afirma que una adicción es una conducta adictiva a un comportamiento concreto, así mismo, según Valleur y Matysiak (citado en Cuyún, 2013) define como a toda persona cuya vida está focalizada hacia la búsqueda de los efectos producidos sobre el cuerpo por una sustancia tóxica o una conducta bajo riesgo de padecer un intenso malestar físico y psicológico. Así pues, de acuerdo con Moreno (2011), algunos de los síntomas del adicto dependiente a las redes sociales son los siguientes: dejar el dispositivo móvil en casa y sentirse perdido, revisar la cuenta de Facebook aproximadamente 20 veces al día, tener más amigos online que en la vida real y revisar Facebook antes de irse a dormir estando ya en la cama, siendo referida esta red social específica para ese estudio pero que puede extenderse a las otras redes sociales de Internet objeto de estudio de la presente investigación.

Los autores Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst (2008) señalan que lo que se considera uso no adaptativo de las TIC; (referidas específicamente al celular y al Internet) se llegaría a catalogar como un trastorno parecido a la dependencia de sustancias ya que el DSM-IV vigente en ese momento no define a la abstinencia y tolerancia como criterios estrictamente necesarios para dicho diagnóstico, agregando además que (Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst, 2008) cuando el uso de estas tecnologías se realiza dirigido al juego de forma patológica guarda relación con las características relativas a la dependencia de sustancias, con lo cual estas conductas se pueden insertar en el concepto de adicciones.

Algunos síntomas de adicción a las redes sociales según Cuyún (2013) son: (a) preocupación frecuente respecto a la conducta o a su preparación, (b) intensidad y duración de los episodios, (c) intentos repetidos de reducir, controlar o abandonar la conducta, (d) gran cantidad de tiempo consagrado a preparar los episodios, a realizarlos o recuperarse de ellos, (e) aparición frecuente de los episodios cada vez que el sujeto debe realizar obligaciones profesionales,

escolares, familiares o sociales, (f) principales actividades sociales, profesionales o recreativas sacrificadas a causa de la conducta, (g) perpetuación de la conducta a pesar de que el sujeto sepa que esta causa o agrava un problema persistente o recurrente de orden social, económico psicológico o físico, (h) agitación o irritabilidad en caso de imposibilidad de librarse de la conducta e (i) desatención de las tareas habituales y las relaciones sociales y de ocio.

Autores como Fernández (2013) indican otros síntomas de ello:

- Es dominado en sus pensamientos, sentimientos y conducta por su uso (saliencia).
- Invierte grandes cantidades de tiempo y esfuerzo en la actividad e incremento de ésta.
- Altera sus estados emocionales (ansiedad, enojo) como consecuencia de implicarse en la actividad (modificación del humor).
- Se perturba cuando es interrumpido en la actividad o se le reduce el acceso (abstinencia).
- Comienza a enfrentar problemas con las personas que le rodean (dentro y fuera de las RSI) o consigo mismo, con motivo de la persistencia de la actividad o deja de atender las responsabilidades asumidas o impuestas en el trabajo, la escuela o el hogar (conflicto). En el caso de la interacción social fuera de las RSI, ésta se va reduciendo.
- Reanuda la actividad de manera persistente una vez que, aparentemente, la ha dejado o la ha reducido (recaída).
- Niega tener consecuencias por la actividad y se jacta de poderla abandonar en cualquier momento (y no lo demuestra o efectúa).
- Mentir sobre el tiempo que se está conectado o sobre lo que se está haciendo en las RSI.
- Pensar y hablar persistentemente de los temas y circunstancias que suceden en la red, entre los conocidos; aunque no se esté conectado a ella en ese momento.
- Pérdida de la noción del tiempo o del espacio debido a la permanencia frecuente o constante en las RSI.

- Privación del sueño por estar conectado a las RSI.
- Protagonizar discusiones en relación con el uso de las RSI con las personas que rodean al usuario, como los compañeros de trabajo, escuela o familiares.

Por otra parte, de acuerdo a la temática de la presente investigación que es muy relevante para ahondar en la misma y ampliar el campo de conocimiento en esta área poco explorada, se refiere al uso excesivo de Internet direccionada en la ciberadicción, específicamente de las redes sociales de Internet que puede afectar en diversos aspectos la manera en que quienes se encuentran en esta situación se enfrentan al mundo, autores como Abad y Díaz (2015) han planteado algunos indicadores de ciberadicción, los cuales son:

- El tiempo de uso ha ido en aumento en un 60% en un mes y medio.
- El rendimiento académico ha disminuido notablemente porque dedica mucho tiempo a estar conectado/a.
- Manifiesta una gran irritabilidad cuando alguien le interrumpe.
- Se ve ansioso/a, nervioso/a, deprimido/a o aburrido/a cuando no está conectado/a a Internet.
- Deja de reunirse con sus amigos/as por estar frente a la pantalla.
- Se queda hasta muy tarde en la noche navegando, chateando, entre otros.
- Está pendiente a cada momento de sus mensajes y mira en forma obsesiva el doble check del WhatsApp.
- Revisa constantemente su teléfono celular para ver si ha llegado un mensaje y presenta vibraciones fantasmas.
- Habitualmente lo primero y lo último que hace al despertar y al dormir, es revisar el teléfono.

Es necesario señalar que uno de los primeros autores que realizaron experimentos e hicieron referencia a la adicción al Internet, fue Kimberly S. Young en 1996 donde la autora parte de la existencia de la dependencia a los ordenadores y la dependencia a los videojuegos, además de aceptar en un rango de igualdad (con las clásicas) todo tipo de dependencias. Adapta los criterios del

juego patológico a términos relacionados con Internet, sin introducir ninguna otra modificación, de modo que si se cumplían los criterios positivos en cuanto a su número se aceptaba un diagnóstico de dependencia a Internet, el grupo experimental (adictos a Internet, en base a una encuesta de ocho preguntas de un cuestionario diagnóstico donde cinco respuestas o más habían resultado positivas) estuvo formado por 157 varones y 239 mujeres la edad media para los varones fue de 29 años y 43 para las mujeres, con un nivel académico de 15,5 años de escolarización el 42% de la muestra estaba formado por desempleados (amas de casa, limitados, jubilados o estudiantes) el grupo de control estaba formado por 64 varones y 36 mujeres con una edad media de 25 años para los varones y 28 para las mujeres y un nivel educativo de 14 años, la conclusión que se obtuvo fue la existencia de un trastorno por dependencia de Internet similar al de juego patológico evidenciado por un aumento en el uso de esta herramienta de un 63% a un 70% en mes y medio, lo que podría verse como un primer atisbo de lo que se refiere a la adicción a las redes sociales (Young, 1999), ya que del grupo experimental (dependientes) del estudio de Young (1996) el 35% utilizaba el Internet para introducirse a las salas de chat.

Otro autor que cabe mencionar es Viktor Brenner quien es reconocido por dar un primer paso a la definición y aceptación de la adicción al Internet o entidades afines en 1997, Brenner se planteó la necesidad de conocer los hábitos reales de utilización de la red de la comunidad cibernauta y para ello diseñó un cuestionario en el que se tenía los datos de filiación, el mismo incluía 32 ítems relacionados con cuestiones extraídos de los criterios de abuso de sustancias del DSM-IV, reformuladas en dirección a las dificultades para organizar el tiempo adecuadamente y además se añadieron cuatro ítems orientados a valorar la posibilidad de respuestas al azar en una muestra donde la edad media fue de 32 años (sd = 10.5), el nivel académico medio de 15 años de escolarización (sd = 2.6), permaneciendo conectados un promedio de 21 horas semanales (sd = 14), el 32% de sujetos eran solteros, el 20% casados y el 38% divorciados y como resultado se obtuvo que prácticamente el 50% de la muestra reconoce alguna incidencia en su trabajo (de oficina), el 10% han tenido problemas de relevancia con sus jefes o tutores académicos por lo que se pudiera hablar de este término

como una nueva faceta de la adicción puesto que la misma tuvo incidencia en la vida cotidiana de los sujetos.

Dado que se considera que uno de los elementos indicativos de adicción es el uso que se incrementa de la sustancia o el objeto adictivo, es consistente tomar en cuenta este aspecto dentro del conjunto a evaluar, siendo entonces este entendido como el tiempo que dedica una persona a permanecer en las redes sociales de Internet, el cual suele ser categorizado por los autores para considerarlo excesivo o normal (Rodríguez y Fernández, 2014), implementando como criterio por los autores Mythily, Qiu y Winslow (2008) cinco horas o más en la permanencia en redes sociales de Internet. Siendo también resaltante la pérdida de control con la que se hace uso de las redes sociales, ya que aun sabiendo las consecuencias adversas que puede tener se sigue realizando la acción, como se ha referenciado en la dependencia (García, 2012).

Por otro lado, los autores Escurra y Salas (2014) hallaron como dimensiones subyacentes a la adicción a las redes sociales de Internet las siguientes:

- Obsesión por las redes sociales: "compromiso mental con las redes sociales, pensar constantemente y fantasear con ellas, la ansiedad y la preocupación causada por la falta de acceso a las redes" (p.81).
- Falta de control personal en el uso de las redes sociales: "preocupación por la falta de control o interrupción en el uso de las redes sociales; con el consiguiente descuido de las tareas y los estudios" (p. 81).
- Uso excesivo de las redes sociales: se invierte un tiempo excesivo en el uso de las redes sociales, no puede controlarse cuando usa dichas redes y no se es capaz de disminuir dicha cantidad de uso.

Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010) con el objetivo de determinar si existe una adicción al Facebook y la relación que pudiera existir entre la misma y la depresión, baja autoestima y escasas habilidades sociales, realizaron un estudio utilizando una muestra de la Universidad Iberoamericana campus Santa Fe en México, conformada de forma aleatoria y voluntaria por un total de 60

estudiantes de licenciatura (30 no adictos y 30 adictos; utilización de más de 4 horas del facebook con fines no académicos), se les administraron las escalas de adicción a Internet, adicción a Facebook, depresión, autoestima y habilidades sociales. Los resultados más relevantes apuntan a que los que se clasificaron como adictos tienen mayores puntajes de depresión (t=5.635; p=.000), menor calidad de relaciones interpersonales con iguales (t=4.078; p=.000), menor asertividad (t=4.399; p=.000) o mayor dificultad para hablar en público (t=4.457; p=.000), al igual que mayor tendencia a la baja autoestima, en comparación a los no adictos (t=5.5001; p=.001), lo que indica una diferencia significativa entre ambos grupos de personas, siendo el grupo de los adictos, aquellos que tenían menores habilidades sociales y dificultades en la interacción.

Además, la adicción a redes sociales se ha relacionado con diversos aspectos personales/individuales de los usuarios, a partir de ello Bautista (2016) realizó un estudio con el objetivo de "hallar la diferencia entre los grandes usuarios de redes sociales, entendidos como aquellos que dedican más de 4 horas a dichas redes, y los que no utilizan las redes" (p. 9), dicha comparación se realizó a partir de una muestra conformada por 38 personas (con edades entre 14 y 20 años) divididas en dos grupos: grandes usuarios que invierten más de 4 horas diarias al uso de redes sociales (23 sujetos) y los no usuarios de redes sociales (15 personas). Se obtuvo que los no usuarios de redes sociales solían presentar mayor apertura a la cultura (M=39,39; p=.001) que los grandes usuarios de redes sociales (M=35,33; p=.001), mientras que éstos últimos presentan mayor susceptibilidad al aburrimiento (M=4,8; p=.001) que los no usuarios (M=3,65; p=.001). También se halló en este estudio que los grandes usuarios suelen tener mayor histrionismo (M=1,13; p=.001) que los no usuarios (M=0,78; p=.001), al igual que narcisismo (M=1,6>M=0,83; p=.001) y fobia social (M=27,53>M=19,77; p=.001), sin embargo, los no usuarios suelen presentar mayor dependencia (M=3,78; p=.001) que los grandes usuarios de redes sociales (M=2,53; p=.001), estando relacionada de forma moderada con la edad (r=0,663).

Los resultados, aunque no fueron concluyentes respecto a la correlación de la variable dependencia y edad ya que en estudios anteriores no habría explicado

la relación de la dependencia con la adicción a redes sociales, fueron estadísticamente significativos en el resto de las variables, por lo que, representan una importancia empírica entorno a la temática abordada, sugiriendo que se debe trabajar con una muestra con mayor homogeneidad en edad.

Sin embargo, a pesar de todo lo expuesto, se dan algunas críticas al concepto de adicción al Internet entre las que destacan la distribución por sexo, puesto que, se considera que el número de sujetos conectados (o que potencialmente disponen de una conexión) es similar en función de los sexos (50% varones y 50% mujeres), pero muchos de los estudios presentan una mayor proporción de hombres (70-80%) lo cual introducirá sesgos importantes, que puede ser a razón de que el número de hombres suele ser mayor según lo reportado en los estudios nombrados con anterioridad, no obstante la posibilidad de acceso a la red es prácticamente igual para ambos sexos, como también el incluir en los cuestionario el motivo del uso del Internet (Grohol, 1999).

En esta misma línea Young (1999) indica algunos motivos por los cuales las personas pueden encaminarse al aumento del uso del Internet y las redes sociales, como lo son:

- Disminución generalizada de actividad física.
- Baja autoestima y rasgos depresivos.
- Dificultad para relacionarse activamente en situaciones sociales de implicación personal.

Entre los motivos expuestos, destaca éste último, el cual se puede relacionar tanto con la Teoría Relacional-Cultural como con las etapas de la Teoría de Erikson reseñadas con anterioridad (Identidad versus Confusión de la identidad e Intimidad versus Aislamiento), ya que como se ha expuesto, es importante para las personas vincularse para obtener un buen desarrollo y salud psicológica, para lo cual también es pertinente tomar en consideración las edades de los usuarios de dichas redes sociales.

Asociado con el uso de las redes sociales de Internet, se ha encontrado que el tipo de carrera, el ciclo en la que se encuentran los estudiantes en la misma, el sexo al que pertenecen y las habilidades sociales que tienen han arrojado diferencias significativas en diversas investigaciones.

Mendoza y Santos (2015) estudiaron el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito (Ecuador) ante las redes sociales, utilizando una muestra de 384 estudiantes (entre 18 y 23 años) de las carreras de psicología, administración, biotecnología, comunicación y auditoría, encontraron que en administración utilizaban con mayor frecuencia facebook (47% de dicha carrera), mientras que los de auditoría, comunicación y psicología ambas redes (40%, 49% y 39%, respectivamente) y los de biotecnología twitter (37%). Además, hallaron que la mayoría los estudiantes de dichas carreras consideraban que las redes sociales han tenido un nivel de aceptación alto (68% de administración, 70% de psicología, 72% de comunicación, 68% de biotecnología y 68% de auditoría). Y por último, como dato relevante para la presente investigación, se encontró que los estudiantes de administración y auditoría solían emplear más de 6 horas en las redes sociales (45 y 46% de los mismos, respectivamente), de 3 a 6 horas los estudiantes de psicología (42%) y de 1 a 3 horas en el caso de comunicación y biotecnología (57 y 54%, respectivamente). Los autores concluyeron que la tecnología ha sido muy acogida por los estudiantes del campus, siendo para éstos el uso de la red social Facebook algo normal y presentando necesidad de usarla, ya que se suelen conectar mayormente a través del smartphone para chatear y constituye la vía de comunicación inmediata.

Por otro lado, respecto al ciclo de carrera y su asociación con el riesgo de desarrollar adicción al Internet (en este caso las redes sociales), la investigación realizada por Astonitas (2005) con una muestra de 66 estudiantes universitarios de todos los ciclos, usuarios regulares del Internet (con edades entre 17 y 28 años; 32 hombres y 34 mujeres), encontró que dicha relación entre las variables es negativa, lo cual se adjudicó al hecho de que a medida que se avanza en la carrera los estudiantes tienen mayores responsabilidades que restringen el tiempo total

que pudieran utilizar a dichas actividades, apoyado además en aspectos psicológicos madurativos que indican la adquisición de mayores recursos permiten una distribución responsable del tiempo del que dispone.

En cuanto al sexo, en un estudio llevado a cabo por Colás, González y de Pablos (2013) se encontró en una muestra de 1.487 jóvenes de la Comunidad Autónoma Andaluza, cuyas edades estaban entre 13 y 19 años, que los hombres que utilizaban las redes sociales tenían una motivación básica de índole psicológica y reconocimiento personal, mientras que las chicas tienen un uso relacional/social, sin embargo no se hallaron diferencias significativas respecto al género y la frecuencia de uso de redes sociales, así como el primero y los usos de las redes sociales.

Sin embargo, Fernández, Alguacil, Almaraz et. al (2015), en su investigación con una muestra de 2780 alumnos (1979 mujeres y 801 hombres) de las universidades de Alicante, Cantabria, Granada, Huelva, Jaén, León, Salamanca, Valladolid y Vigo obtuvieron diferencias significativas de acuerdo al género en relación al uso patológico (problemático) del Internet, específicamente son las mujeres que utilizan las redes sociales o los chats (8,2% y 6,9% de mujeres, respectivamente) y los hombres que juegan o compran online (10,8% y 20% de hombres, respectivamente), quienes dado a éstos indicadores, presentan mayor riesgo para la consolidación de dicha problemática.

Coincidiendo lo anterior con los hallazgos de Rial, Gómez, Braña y Varela (2014), quienes en una muestra de 2339 estudiantes, 1171 mujeres y 1168 hombres, con edades comprendidas entre los 11 y los 18 años y estudiantes, donde las mujeres las presentaron un nivel de interacción mayor que los varones (el 36.5% de las mujeres veía fotos, chateaba y hacía comentarios, mientras que el 30.7% de los hombres realizaba las mismas acciones; y el 11.5% de las chicas colgaba fotos y vídeos y solo el 7.4% de los chicos colgaba fotos y vídeos), por su parte, los hombres solían jugar más que las mujeres (el 10.6% de los varones frente al 6.8% de las mujeres) ($\chi 2 = 117.26$; $p < .001$), además, las mujeres expresaron un descontento significativamente mayor por no poder conectarse

tanto como les gustaría (un 42.5% de las chicas frente al 30% de los chicos; $\chi 2 = 41.35$; $p < .001$).

El ser humano, como se ha expuesto anteriormente, suele permanecer en la búsqueda de vínculos, los cuales le generan satisfacción y permiten que sus necesidades de afiliación se satisfagan, por lo que es común encontrar que mediante el Internet y el uso de redes sociales se obtenga dicha vinculación, lo cual se evidencia en la aseveración de Cornejo y Tapia (2012):

> Las relaciones interpersonales se encuentran en constante transformación en la cotidianeidad del ser humano, y en esta transformación han incidido las nuevas aplicaciones tecnológicas generando cambios en la comunicación interpersonal (p. 224).

Siendo pues, definidas las relaciones interpersonales como "la interacción recíproca entre dos o más personas" (Cornejo y Tapia, 2012, p. 224), donde se colocan en evidencia las destrezas sociales y emocionales que permiten el alcance de las habilidades de comunicación, escucha, resolución de problemas y expresión de la individualidad. Por lo anterior, cobra relevancia las habilidades sociales con las que cuenta el sujeto.

Por su parte, las habilidades sociales son definidas por Del Prette y Del Prette (2003) como conductas de la vida cotidiana que tienen un rol relevante en la consecución de buenos resultados en las relaciones interpersonales.

Otra definición es la que ofrece Roca (2014):

> Pautas de funcionamiento que nos permiten relacionarnos con otras personas, en forma tal que consigamos un máximo de beneficios y un mínimo de consecuencias negativas, tanto a corto como a largo plazo.
> La persona socialmente hábil busca su propio interés, pero también tiene en cuenta los intereses y sentimientos de los demás, y cuando entran en conflicto trata de encontrar, en lo posible, soluciones satisfactorias para ambas partes (p. 11).

Los autores Eceiza, Arrieta y Goñi (2008) señalan cinco categorías a partir de su estudio para dilucidarlas, tomando en cuenta diferentes contextos. En este sentido proponen las siguientes categorías:

- Interacción con personas desconocidas, en situaciones de consumo: capacidad para manifestar quejas, defender derechos, realizar y declinar peticiones, interrumpir conversaciones para comunicar una molestia a personas que no conoce y a quienes ofrecen el servicio.
- Interacción con personas que te atraen: "concertar citas, hacer cumplidos, expresar sentimientos positivos, e iniciar interacciones con personas del mismo o del otro sexo" (Eceiza, Arrieta y Goñi, 2008, p. 17).
- Interacción con amigos y compañeros: "habilidades para expresar opiniones, manifestar disconformidad, hacer preguntas ante los amigos o compañeros y sobre todo en situaciones de grupo" (Eceiza, Arrieta y Goñi, 2008, p. 17).
- Interacción con familiares: exponer opiniones, comunicar desacuerdo, cortar conversaciones, declinar peticiones y expresar enfado a los padres y familiares cercanos.
- Hacer y rechazar peticiones a amigos: "habilidad de solicitar un favor, pedir que te devuelvan algo que dejaste prestado y decir no a las peticiones de los amigos" (Eceiza, Arrieta y Goñi, 2008, p. 17).

Por otro lado, algunos estudios como los de Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson y Crawford; Valkenburg y Peter (Navarro y Yubero, 2012) demostraron que quienes tienen mayores habilidades sociales dotan al Internet con cualidades que les permiten estar en contacto con sus pares y Bryant, Sanders-Jackson y Smallwood (Navarro y Yubero, 2012) señalan que dichas personas con mayores habilidades sociales utilizan más a menudo las redes sociales o mensajes instantáneos con el fin mismo de hallarse en contacto con sus iguales, otros estudios como el de Schouten, Valkenburg y Peter; Valkenburg, Peter y Schouten; Valkenburg y Peter (Navarro y Yubero, 2012) indican que dado el Internet tiene como cualidad desinhibir a sus usuarios para la expresión de ideas, permite que quienes presentan menos habilidades sociales puedan conformar nuevas amistades y compensar su falta de competencia en ese sentido en el contexto real. En el estudio de Navarro y Yubero (2012), llevado a cabo en una muestra de 812 estudiantes de primaria (398 chicas y 414 chicos), de los cuales 346 cursaban 5° y

466 cursaban 6° de primaria, pertenecientes a 8 escuelas de Primaria públicas, se encontró una concordancia con la primera posibilidad expuesta, ya que aquellos estudiantes que tenían mayores habilidades sociales tendían a realizar mayor uso del Internet y las redes sociales que aquellos que tenían menores habilidades sociales, habiendo solo diferencias significativas en cuanto a que éstos últimos tendían a mantener relaciones online con iguales desconocidos (M=1,32) en mayor medida que los que tenían mayores habilidades sociales (M=1,20) y los de menor habilidades sociales se conectaban más para hacer nuevos amigos (M=1,85) que los de mayores habilidades sociales (M=1,63), siendo en este caso el uso de redes sociales mayor, de forma significativa, en quienes tenían mayores habilidades sociales (M=2,29) que aquellos que tenían menos habilidades sociales (M=1,98), siendo que durante la semana solo un 2,8% se conectaba más de 4 horas y en el fin de semana 14,4%. En este caso, cobra relevancia estudiar si esta relación permanece a lo largo del ciclo vital.

Por otra parte, la ansiedad que provoca la situación socio adaptativo del ambiente que se suma a la satisfacción que inducen estas redes sociales puede provocar aprensión a las mismas, e incluso en gran medida una conducta adictiva por parte de los usuarios que se encuentran inmersos en ellas, ya que esta actividad es socialmente aceptada y reforzada por cantidad de "likes", pero en determinado momento puede convertirse en una necesidad física y psicológica (Cuyún, 2013).

De acuerdo a todo lo anteriormente expuesto, tiene alta relevancia estudiar los fenómenos planteados, ya que tienen un impacto social profundo en el desenvolvimiento de las relaciones interpersonales y las actividades académicas y laborales diarias de los usuarios, pudiéndose relacionar entre sí para obtener bases con el fin de realizar estudios más enriquecedores en el área al abordar la multiplicidad de factores de la realidad específica, es decir, abrir preguntas con posibilidad de que se puedan elaborar planes de intervención preventivos, de este modo se hace conveniente exponer los aspectos en los que es posible basar la investigación.

Una teoría pertinente para estudiar dicho fenómeno es la del uso y las gratificaciones desarrollada por Katz, Blumler y Gurevitch (1974); de origen funcionalista y enfoque conductista, la cual propone que la audiencia es activa y uno de sus objetivos principales son los medios masivos, es decir, aquellos que difunden información de forma rápida y a distintos tipos de usuarios, entre los cuales se encuentran la radio, televisión y el Internet. En su mayoría, la iniciativa en relacionar las gratificaciones y la selección del medio depende del usuario. Los medios compiten contra otras fuentes por la satisfacción de necesidades. Así pues, muchos de los logros de los medios masivos se derivan de la información que los individuos les proveen. Además el valor de los juicios de la importancia cultural de los medios masivos deben ser suspendidos mientras que la audiencia explora sus propios términos. Aquí se identifica cómo los usuarios encajan en esta descripción ya que al ser productores y consumidores son activos, al contactar con las personas que ellos deciden imponen sus reglas y sus métodos de uso en lugar de ser forzados a consumir un solo producto inflexible (Pozo, 1989).

Los teóricos de esta propuesta centran su preocupación en lo que las audiencias hacen con los medios de comunicación, a sabiendas de que la sociedad ya no podía ser vista como un conglomerado, pues cada individuo opta por determinados mensajes según sus necesidades. Por ello, según Pozo (1989), crearon algunos principios que denominaron usos y gratificaciones:

- Los individuos eligen los estímulos a los que quieren responder, dependiendo de los valores, su contexto social y sus intereses.
- Los estímulos, como tales, no propician un proceso cognitivo, este se inicia cuando el receptor lo aterriza en su contexto particular.
- Los medios luchan entre sí y al mismo tiempo con otras fuentes para retener la atención del público que busca saciar sus necesidades.

  Respecto a las necesidades, se definen 4 áreas de necesidad:

✓ Personales: relacionadas con la personalidad y las relaciones interpersonales

✓ Escape: las que buscan consumir diversión y entretenimiento

✓ Cognitivas: búsqueda de información

- ✓ Afectivas: experiencias emocionales y placenteras.

Uno de de los modelos teóricos en los que se basa esta investigación es la Teoría Social Cognitiva, según la cual la motivación y acción humana está regulada en gran medida por las creencias de control que implica tres tipos de expectativas (Bandura, 1986): (a) Expectativas de situación-resultado, en las que las consecuencias se producen por sucesos ambientales independientemente de la acción personal, (b) Las expectativas de acción-resultado, en las que el resultado sigue o es consecuencia de la acción personal, y (c) La autoeficacia percibida, referida a la confianza de la persona en sus capacidades para realizar los cursos de acción que se requieren para alcanzar un resultado deseado.

Por ello, desde esta perspectiva, se puede advertir que dependiendo de las expectativas individualmente y sus interacciones, se puede crear y reforzar una conducta adictiva, ya que según el control que crea poseer el sujeto sobre su propia conducta determinará cómo reacciona ante el ambiente, la cual toma este aspecto en común con la teoría del uso y las gratificaciones.

Así pues, la elección de la teoría de los usos y las gratificaciones expuesta se basa en que la misma postula que los medios de comunicación no tienen efectos en la audiencia, a menos que la audiencia los busque y les dé una significación particular a los mensajes. Los medios de comunicación satisfacen las necesidades de los individuos por lo que tiene mayor relación en lo que se quiere abordar en este trabajo por lo que será acogida como la teoría de base del mismo, ya que las redes sociales funcionan como herramienta o medio para la comunicación cabría esperar un comportamiento similar a los medios tradicionales.

En el trabajo realizado por Cuvi (2013), con una muestra total de 383 sujetos entre 17 y 22 años, utilizando una metodología mixta en la que 194 personas fueron encuestadas y el resto conformaron grupos focales, y tomando como base teórica la teoría de usos y gratificaciones, se encontró que al evaluar específicamente el uso del Facebook por parte de los participantes, éste se debía principalmente a entretenimiento y a que facilita en gran medida relacionarse y

socializar con otros, no constituyendo una sustitución de la comunicación cara a cara pero sí un complemento de la misma, en mayor medida cuando se encuentra reducido el tiempo y/o aumentada la distancia física entre los usuarios, quienes además la utilizan como herramienta para definir su identidad mostrando quiénes son.

Una de las finalidades del presente estudio se refiere a la clarificación de la problemática asociada al uso que pudiera hacerle la sociedad a las redes sociales de Internet, con lo cual esta investigación puede funcionar como herramienta informativa para dilucidar algunas de las variables que se asocian con la adicción a las redes sociales de Internet para luego plantearse una intervención para prevenirla, así pues, el presente trabajo pretende aportar una serie de correlaciones sobre las temáticas redes sociales y adicción, las cuales se apoyan en la Teoría Social Cognitiva de Bandura y en la teoría del uso y las gratificaciones de Katz, Blumler y Gurevitch (1974); además se propone desarrollar un estudio sobre la adicción a redes sociales de Internet puesto que es un tema de actualidad, de manera que sirvan como base informativa sobre los mismos y evaluar más a profundidad lo que podría considerarse como adicción, ya que desde el punto de vista de la psicología preventiva es importante que la sociedad de hoy en día y los profesionales tomen las precauciones necesarias para que las personas en general no accionen en estas conductas, que como cualquier otra adicción, pueden impulsar un deterioro en todas las áreas de actividad global del individuo, esto basado en los indicadores de adicción expuestos en párrafos anteriores, ya que observando el efecto de las otras variables sobre ella puede formularse un plan de acción desde un punto de vista formativo que pueda disminuir las conductas asociadas.

Además, dado que no se ha ahondado en la temática, con la aproximación actual integrativa de diversas variables en el ambiente académico, constituye un valor empírico importante para extrapolar los resultados obtenidos con anterioridad a otros contextos y con otras poblaciones.

Los adolescentes ocupan un gran número dentro de la población que utiliza este tipo de herramientas tecnológicas y son más proclives a encontrar por

medio de éstas, una forma de mejorar, mantener o comenzar relaciones sociales, pasar el tiempo o reafirmar la identidad lo que los hace vulnerables a invertir mucho tiempo y energías en la utilización de las mismas.

Por su parte, los adultos jóvenes al encontrarse en mayor proporción en el ambiente educativo superior suponen un foco de gran importancia para la presente investigación, pues sus comportamientos ante el uso de redes sociales constituye la base del entendimiento de los factores que influyen en el mismo dado que se conciben como menos proclives a la generación de adicción a las redes sociales de Internet.

De acuerdo con los datos revisados y señalados, se puede afirmar que existe suficiente evidencia empírica y teórica que sustente el planteamiento de que la adicción a las redes sociales de Internet se encuentra asociada a la pertenencia al sexo femenino, al ser cursante de Administración y Contaduría, hallarse en los primeros semestres de carrera y tener mayores habilidades sociales, permite plantearse la existencia de una relación de influencia entre estas variables, la cual presumiblemente se deba a la elección activa de los usuarios de éstas tecnologías para satisfacer necesidades de índole comunicacional y que al notar que otras personas también utilizan estos medios procuren realizar la misma conducta por aprendizaje vicario, esto constituiría el objetivo central del presente estudio.

Método

Problema de investigación:

¿Existe influencia del sexo, el tipo de carrera, el ciclo académico y las habilidades sociales sobre la adicción a las redes sociales de Internet en estudiantes de 17 a 26 años de la Universidad Católica Andrés Bello?

Hipótesis:

Hipótesis general: El sexo, el tipo de carrera, el ciclo académico y las habilidades sociales influyen de forma significativa sobre la adicción a las redes sociales de Internet.

Hipótesis específicas:

- Las mujeres estudiantes de pre-grado tendrán mayores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que los hombres de estudiantes de pre-grado.
- Los estudiantes que pertenezcan a la carrera de administración y contaduría tendrán mayores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que los estudiantes de comunicación social.
- Los estudiantes que están en los últimos semestres de carrera tendrán menores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que aquellos que se encuentren en los primeros semestres de carrera.
- Los estudiantes que tengan mayores puntajes en la dificultad de interacción con personas desconocidas en situaciones de consumo tendrán menores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes

sociales de Internet que aquellos que tengan menores puntajes en la dificultad de interacción con personas desconocidas.

- Los estudiantes que tengan mayores puntajes en la dificultad de interacción con personas que le atraen tendrán menores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que aquellos que tengan menores puntajes en la dificultad de interacción con personas que le atraen.

- Los estudiantes que tengan mayores puntajes en la dificultad de interacción con amigos y compañeros tendrán menores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que aquellos que tengan menores puntajes en la dificultad de interacción con personas amigos y compañeros.

- Los estudiantes que tengan mayores puntajes en la dificultad de interacción con familiares tendrán menores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que aquellos que tengan menores puntajes en la dificultad de interacción con familiares.

- Los estudiantes que tengan mayores puntajes en la capacidad de hacer y rechazar peticiones tendrán mayores puntajes en uso excesivo, falta de control y obsesión a las redes sociales de Internet que aquellos que tengan menores puntajes en la capacidad de hacer y rechazar peticiones.

Definición de variables:

Variable Dependiente:

Adicción a las redes sociales de Internet:

Definición constitutiva: Conducta compleja asociada a la obsesión por las redes sociales, la falta de control personal en el uso de las redes sociales y al uso excesivo de las redes sociales (Escurra y Salas, 2014), referida cada una a:

- Obsesión por las redes sociales: es el compromiso mental con las redes sociales, pensar constantemente y fantasear con ellas, la ansiedad y la preocupación causada por la falta de acceso a las redes.

- Falta de control personal en el uso de las redes sociales: es la preocupación por la dificultad en el dominio o interrupción respecto al uso de las redes sociales; con el consiguiente descuido de las tareas y los estudios.

- Uso excesivo de las redes sociales: inversión de una cantidad de tiempo elevada en el uso de las redes sociales, no puede controlarse cuando usa dichas redes y no se es capaz de disminuir dicha cantidad de uso.

Definición operacional: Puntaje obtenido en cada subescala del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales de Escurra y Salas (2014) (Ver anexo A):

- Obsesión por las redes sociales: puntaje obtenido en los 10 ítems 2, 3, 5, 6, 7, 15, 17, 22, 28 y 29, siendo el puntaje mínimo de 0 y máximo 40, donde a mayor puntaje mayor adicción a redes sociales de Internet.

- Falta de control personal en el uso de las redes sociales: puntaje obtenido en los 6 ítems 4, 13, 14, 16, 24 y 31 siendo el puntaje mínimo 0 y el máximo 24, donde a mayor puntaje mayor adicción a redes sociales de Internet.

- Uso excesivo de las redes sociales: puntaje obtenido en los 8 ítems 1, 10, 11,12, 18, 19, 20 y 26 siendo el puntaje mínimo 0 y el máximo 32, donde a mayor puntaje mayor adicción a redes sociales de Internet.

Variables Independientes:

Tipo de carrera:

Definición constitutiva: "Tipo de estudio universitario de pre-grado, el cual lleva a la obtención de un título para poder ejercer una profesión" (Lazo, Loaiza, Montiel, Mora, Perales, Rojas y Rojas, 2005). Serán consideradas para la investigación comunicación social y administración y contaduría.

Definición operacional: Dato que señale la carrera cursada por el encuestado: comunicación social y administración y contaduría, en el apartado de datos sociodemográficos del instrumento, donde comunicación social=1 y administración y contaduría=2. (Ver anexo B).

Sexo:

Definición constitutiva: Sexo genético determinado por un par de cromosomas heredados, donde en el caso de la mujer se representan XX y del hombre XY que dirigen la diferenciación de las gónadas (características sexuales primarias); ovarios o testículos (Jayme y Sau, 1996).

Definición operacional: Dato expresado en el apartado de variables sociodemográficas del instrumento indicando el sexo genético, donde hombre=1 y mujer=0. (Ver anexo B).

Ciclo de carrera:

Definición constitutiva: Nivel (semestre) en el que se encuentra el estudiante en el proceso de obtención del título universitario de pregrado en la profesión elegida (Rondón, 2016).

Definición operacional: Dato expresado en el apartado de variables sociodemográficas del instrumento indicando el semestre al que pertenece (según las materias del semestre más bajo que curse el individuo).

Habilidades sociales:

Definición constitutiva: "Conductas o destrezas sociales específicas, requeridas para ejecutar competentemente una tarea interpersonal... un conjunto de comportamientos interpersonales complejos que se ponen en juego en la interacción con otras personas" (Peñafiel y Serrano, 2010).

Definición operacional: Puntaje obtenido en cada subescala del Cuestionario de Dificultades Interpersonales (CDI) de Eceiza, Arrieta y Goñi (2008), donde mayores puntajes en dichas dimensiones que responden a distintos

contextos de interacción social indicará mayor dificultad en dicha habilidad interpersonal (Ver anexo C):

- Habilidades de interacción con personas desconocidas en situaciones de consumo: puntaje obtenido en los ítems 12, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 33, 34 y 36 siendo el puntaje mínimo 0 y el máximo 48, donde a mayores puntajes menor adicción a las redes sociales.

- Interacción con personas que atraen: puntaje obtenido en los ítems 2, 15, 17, 24, 28, 30, 32 y 3, siendo el puntaje mínimo de 0 y el máximo de 32, donde a mayores puntajes, menor adicción a las redes sociales.

- Interacción con amigos y compañeros: puntaje obtenido en los ítems 3, 6, 10, 11, 13 y 29, siendo el puntaje mínimo de 0 y el máximo de 24, donde a mayores puntajes menor adicción a las redes sociales.

- Interacción con familiares: puntaje obtenido en los ítems 4, 5, 14, 16, 27 y 31, siendo el puntaje mínimo de 0 y un máximo de 20, donde a mayores puntajes menor adicción a las redes sociales.

- Hacer y rechazar peticiones a los amigos/as: puntaje obtenido en los ítems 1, 7, 8 y 9, siendo el puntaje mínimo de 0 y un máximo de 20, donde a donde a mayores puntajes mayor adicción a las redes sociales.

Variables a controlar:

Nivel de estudio: ya que el nivel de instrucción y las responsabilidades que de ello se derivan condicionan la utilización de estas tecnologías (Twitter, Facebook, Instagram y Snapchat) se empleó como técnica de control la eliminación, puesto que fueron incluidos sólo estudiantes de pre-grado.

Edad: en concordancia con el cuerpo teórico y empírico revisado, la presencia de adicciones a redes sociales de Internet varía en función de la edad del sujeto, por lo cual se aplicó la homogenización como técnica de control de esta variable, incluyendo solo a estudiantes cuyas edades se encontraran entre los 17 y 26 años de edad.

Tipo de redes: en concordancia con la investigación actual se enfocó solo en el estudio de redes sociales de carácter personal (Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat).

Lugar de administración de los tests: puesto que el lugar donde se realizaran las encuestas pudiera haber propiciado un conjunto de variables externas no deseadas (contextos sociales que promuevan interferencias), se aplicaron los tests luego de clases aun dentro del aula de clases.

Investigadoras: las personas que aplicaron los tests en todos los casos fueron las autoras del presente estudio, pues las diferencias entre aplicadores pudieran arrojar diferencias en cuanto a las respuestas según aspectos ajenos a la presente investigación.

Instrucciones: dado que es necesario mantener una estructura de encuesta que no varíe entre los participantes, todas las instrucciones se dieron del mismo modo en todos los casos para no generar diferencias no relevantes para la investigación.

Tipo de investigación:

El presente trabajo es un estudio no experimental (o ex post facto) el cual, se define según Kerlinger y Lee, 2002) como:

> La búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente (p. 504).

Se realizó este tipo de estudio ya que las variables sexo, tipo de carrera y ciclo de carrera son denominadas como variables atributo, las cuales son variables que no pueden ser manipuladas porque son características propias del sujeto y por tanto, sólo pueden ser medidas (Kerlinger y Lee, 2002).

Según el grado de conocimiento en el área, es una investigación que cuenta con características de la investigación explicativa, la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2006) se plantea explicar por qué ocurre un fenómeno y bajo cuáles condiciones, o por qué existe una relación entre determinadas variables, otorgando de este modo un entendimiento del fenómeno, sin embargo, en este caso no se cuenta con suficiente evidencia empírica para sustentar la existencia de una posible relación causal. En ese sentido, se considera que la investigación es relacional, siendo que este tipo de estudio, según Hernández et al. (2006), permite determinar la dirección y magnitud de la relación entre dos o más variables, predecir el valor de una variable a partir de otra(s) variable(s), sin llegar a establecer causalidad.

En este sentido, y de acuerdo a lo mencionado, la presente investigación pretendía establecer una relación entre el sexo, tipo de carrera, ciclo académico, habilidades sociales y la adicción a las redes sociales de internet que permitiera poder afirmar que el ciclo académico, tipo de carrera, sexo y habilidades sociales influyen significativamente sobre la adicción a las redes sociales de internet.

En cuanto al objetivo del estudio, se trata de una investigación aplicada. Según Sabino (1992), ésta persigue fines más directos e inmediatos puesto que los conocimientos obtenidos a través de ella se utilizarían en la práctica con una mayor brevedad que las investigaciones puras, ya que principalmente brinda herramientas para solventar determinadas problemáticas, en este caso, disminuir la adicción a las redes sociales de internet.

Diseño de investigación:

El diseño de investigación según León y Montero (2003) es un diseño retrospectivo simple, pues solo existió un grupo de estudio, ya que no se clasificaron a los participantes en categorías a priori, y existía una variable dependiente (adicción a redes sociales de internet) a predecir a partir de varias variables dadas (sexo, ciclo de carrera, carrera y habilidades sociales). Los diseños retrospectivos, según Ato, López y Benavente (2013), utilizan información histórica para remontarse hacia atrás en el tiempo examinando eventos que han

tenido lugar con anterioridad, el investigador sólo puede tratar de reconstruir los hechos, medir la VD y después buscar hacia atrás posibles explicaciones de la misma. En este caso las variables independientes en cuestión ya están dadas de forma inherente en los sujetos (sexo, ciclo de carrera, carrera y habilidades sociales), y se ha encontrado que las mismas tienen una relación con la adicción a las redes sociales (VD).

Este diseño establece que debe existir una medición inicial de la variable dependiente y los sujetos tener un determinado valor de la adicción a las redes sociales. En este caso, se tuvieron los valores de la adicción a las redes sociales y se tomó en cuenta el grado en que las personas se encuentren adictas a las redes sociales, para posteriormente contrarrestarlas con las variables (las independientes), que serían la explicación de por qué se dio dicho fenómeno. A su vez, las variables que explican la ocurrencia de la VD deben ser las más relevantes que se hayan encontrado y preceder a la misma, por eso se usaron habilidades sociales y sólo algunas carreras de las que ofrece la UCAB, debido a que son las que tienen sustento empírico y teórico sobre la adicción a las redes sociales. Finalmente, lo que se quiso fue buscar coincidencia, es decir, que las variables sexo, carrera, ciclo de carrera y habilidades sociales pudieran explicar la adicción a las redes sociales (Fontes, García y Quintanilla, 2010).

Diseño muestral:

En el año académico 2016, según la Dirección de Gestión Estudiantil de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la población estudiantil de pre-grado en dicha universidad, en su Sede Montalbán-Caracas, está conformada por un total de 13112 estudiantes, de los cuales 2373 pertenecen a Administración y Contaduría y 2607 a Comunicación Social, conformando respectivamente en un 18,09% y 19,88% de la población total de estudiantes de dicha sede.

Teniendo lo anterior en cuenta, la población total utilizada para realizar este estudio sumaría 4980 estudiantes de dichas carreras de pre-grado en la sede de Caracas.

Los autores Barón y Téllez (2004) informan que como regla básica se suele recomendar que haya al menos 20 observaciones por cada variable independiente (o predictora) que se considere en un modelo de regresión múltiple, sin embargo, como señalan Kerlinger y Lee (2002) si se toman muestras pequeñas (en este caso 80 sujetos) aumenta la probabilidad de seleccionar las mismas de forma sesgada, por lo cual, se consideró pertinente para la presente investigación seleccionar una muestra más grande, de un total de 300 estudiantes (150 pertenecientes a Administración y Contaduría y 150 de Comunicación Social). Siendo que, para el caso de la prueba piloto, la autora Martín (2004) informa que como norma se suelen aplicar los instrumentos en las pruebas piloto a una muestra de entre 30 y 50 personas, por lo que en esta investigación se seleccionaron 50 sujetos que, como señalan algunos autores como García (1993), no necesariamente representativos de la población del estudio final pero con sus características fundamentales (en este caso las edades, el grado de instrucción y la facultad a la que pertenecen) serán 25 estudiantes de Economía y 25 de Psicología, garantizando de esta manera que solo exista una medida en las muestras piloto y final.

Se escogieron las carreras y los sujetos de manera no probabilística y propositiva, lo cual se caracteriza "por el uso de juicios e intenciones deliberadas para obtener la muestras representativas al incluir áreas o grupos que se presume son típicos de la muestra" (Kerlinger y Lee, 2002, p.160), además de existir diferencias empíricas encontradas entre dichas carreras y la generación de adicción a redes sociales de Internet, específicamente Mendoza y Santos (2015) encontraron que los estudiantes de Administración empleaban más de 6 horas en las redes sociales y aquellos cursantes de Comunicación Social, de 1 a 3 horas.

Instrumentos:

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

La construcción y validación del Cuestionario De Adicción A Redes Sociales (ARS) la realizaron los autores Escurra y Salas en base al Modelo de Respuesta Graduada de Samejima (MRG) que sirve para ítems politómicos y

también por ser el más recomendado y utilizado cuando se trabajan las escalas tipo Likert Ostini y Nering, (citado en Escurra y Salas, 2014).

Para la validación de dicho instrumento, fue implementado en una muestra de 380 alumnos provenientes de cinco universidades de la ciudad de Lima, siendo un 63.7% mujeres y 36.3% varones en edades comprendidas entre los 16 y 42 años de edad (Escurra y Salas, 2014).

En lo que respecta a su construcción se puede decir que el primer paso para realizar el ARS fue basarse en el DSM-IV-TR (American Psychiatric Association - APA, 2008); el cual es un instrumento de diagnóstico que no reconoce las adicciones psicológicas como trastornos por lo que se intercambió el término "sustancia" por el de "redes sociales", una vez que los criterios fueron identificados y arbitrados, se construyó el Cuestionario ARS, para ello, se recogieron las experiencias de instrumentos que medían adicciones a internet y a redes sociales y se redactaron los ítems tomando en cuenta todos los criterios diagnósticos de acuerdo a las reglas de construcción de ítems para cuestionarios de tipo Likert, DeVellis; Fishman y Galguera; Furr; Schepers, (citado en Escurra y Salas, 2014), así pues, el conjunto de criterios ya definidos con los ítems que lo evaluaban, fueron revisados por jueces evaluadores expertos y una vez concluida la evaluación por criterio de expertos, se realizó una aplicación piloto en una muestra de 48 alumnos universitarios (Escurra y Salas, 2014).

En la prueba piloto se les solicitó a los estudiantes indicar para cada ítem si era o no claramente comprensible; de igual forma, podían preguntar directamente por cualquiera de ellos, los mismos fueron presentados en una escala tipo likert con un sistema de clasificación de 5 puntos (de 0 a 5) tomando en cuenta la frecuencia desde «nunca» hasta «siempre» Hernández, Muñiz y García, (citado en Escurra y Salas, 2014) y se concluyó la etapa de elaboración de la encuesta preliminar. Cabe mencionar que se acordó no denominarlo cuestionario de «adicción a redes», para evitar que las personas evaluadas puedan sesgar sus respuestas en función al nombre del instrumento.

Luego de lo mencionado con anterioridad, se estableció la estructura factorial y el análisis psicométrico de los ítems con el Modelo de Respuesta Graduada de Samejima (MRG) a través de un análisis factorial exploratorio y posteriormente un análisis factorial confirmatorio del cual de los 31 ítems que constituían la escala principalmente quedaron solo 24 de ellos siendo eliminados el 8, 9, 21, 23, 25, 27 y 30, ya que, presentaron valores que no se incluían entre el intervalo de ± 2 identificado como criterio de inclusión-exclusión de los mismos por un análisis de asimetría y curtosis junto con un análisis de multicolinealidad, lo cual indicaba que su inclusión produciría distorsiones en la construcción del instrumento. El análisis de la multicolinealidad entre los ítems, permitió notar que las correlaciones inter-ítem fueron en todos los casos menores de $r = .90$, por lo que no fue necesario eliminar más ítems (Escurra y Salas, 2014), para finalizar se alude como ítems de uso excesivo 1, 10, 11, 12, 18, 19, 20 y 26 explicaron un 46,59% de la varianza, como ítems de falta de control el 4, 13, 14, 16, 24 y 31 el cual explicó un 6.25% y como ítems de obsesión se encuentran el 2, 3, 5, 6, 7, 15, 17, 22, 28 y 29 los cuales explicaron un 4,65% de la varianza, siendo entonces la longitud final del test de 24 ítems. Adicionalmente, los tres factores correlacionaron de forma estadísticamente significativa, teniendo magnitudes del efecto pequeñas ($r \geq .50$, $r2 \geq .25$), y obtuvieron coeficientes de confiabilidad altos (mínimo .88; máximo .92).

Además de esto, se realizó un análisis factorial confirmatorio, en el cual se corroboró la consistencia de los factores expuestos, por lo que se compararon tres modelos: (1) de tres factores independientes, (2) de tres factores relacionados y (3) el modelo independiente, obteniéndose que el modelo que mejor se adecuaba a los criterios presentados era el de tres factores relacionados ($\chi2$ (238) = 35.23; $p < .05$; $\chi2/gl = 1.48$; GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04; AIC = 477.28).

En el estudio piloto realizado por esta investigación se encontró que en efecto los ítems son independientes entre sí, es decir, no existen correlaciones entre ellos y que se mantienen 3 componentes los cuales explican un 48,668% de la varianza total del instrumento.

Se obtuvo que se debían eliminar de la propuesta inicial a 6 ítems, los cuales fueron el 4, 11, 13, 15, 18 y 21 y que los componentes sufrirían algunas reagrupaciones en sus ítems donde Obsesión sería el Componente 1 y lo conformarían los ítems 1, 2, 3, 5, 6, 7, 17 y 23, la Falta de Control sería el Componente 2 y estarían en él los ítems 10, 12, 14, 16, 19, 20, 22 y 24 y finalmente el Uso Excesivo sería el Componente 3 con los ítems 8 y 9. Esto se diferencia de la versión mostrada al inicio, ya que los autores Escurra y Salas, (2014) mostraban que los 3 componentes tenían más o menos la misma cantidad de ítems y en este caso, el componente más afectado fue el uso excesivo ya que quedó reasignado con solo 2 ítems.

A su vez, algo positivo es que se encontró la correlación esperada perfecta de los componentes consigo mismo (1.000), siendo también evidenciada la falta de covariación entre los pares de componentes (.000), lo cual indica la total independencia entre los mismos.

Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CDI)

La construcción y validación del Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CDI) la realizaron los autores Eceiza, Maite; Arrieta, Modesto y Goñi, Alfredo (2008) en base al Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en Adolescentes (CEDIA) de los autores Inglés, Cándido, Méndez, Francisco y Hidalgo María (2000).

Para la validación de dicho instrumento, fue implementado en una muestra de 358 alumnos/as de 1°, 2° y 3° curso de las Escuelas de Magisterio de Bilbao, Donostia y Vitoria/Gasteiz. De la muestra total, 311 son mujeres y 47 hombres, se obtuvieron once tipos de conducta desplegadas en cinco contextos de interacción (1. el hogar; 2. el lugar de trabajo/estudio; 3. las relaciones con las amistades; 4. las relaciones con personas que atraen; 5. las situaciones de calle, comerciales y de servicios) que constituyen cinco dimensiones del constructo.

Las opciones de respuesta a la pregunta genérica "¿Tienes dificultad para..." son las siguientes: 1= Ninguna dificultad; 2= Poca dificultad; 3= Mediana dificultad; 4= Bastante dificultad y 5= Mucha dificultad.

El cuestionario consta de 36 ítems que se distribuyen en 5 factores que explican el 47,47% de varianza total. El primer factor, *Interacción con personas desconocidas en situaciones de consumo*, explica el 12,05% de la varianza, e incluye 12 ítems (12, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 33, 34 y 36). El segundo factor, *Interacción con personas que te atraen*, que explica el 11,08% de la varianza, se compone de ocho ítems (2, 15, 17, 24, 28, 30, 32 y 35). El tercer factor, *Interacción con amigos y compañeros*, que da cuenta del 9,70 % de la varianza, consta de seis ítems (3, 6, 10, 11, 13 y 29). El cuarto factor, *Interacción con familiares*, explica el 7,89 % de la varianza, constando de seis ítems (4, 5, 14, 16, 27 y 31). Por último, el quinto factor, *Hacer y rechazar peticiones a amigos*, con cuatro ítems (1, 7, 8 y 9), explicando una varianza de 6,74%.

Con el fin de explorar la estructura subyacente del cuestionario se empleó el método de componentes principales con rotación varimax, que determina la carga factorial de cada uno de los ítems pertenecientes a una dimensión en torno a un factor principal. Se eligieron como criterios para definir la solución factorial quedarse únicamente con los factores que obtuviesen un autovalor mayor que 1 y que explicaran, al menos, el 3% de la varianza total así como aquellos ítems que saturaran en los factores seleccionados con carga factorial igual o mayor que .40. y todos los cálculos fueron realizados en versión 14.0 del paquete estadístico SPSS.

El CDI ofrece unos índices de fiabilidad altos. En concreto el Alfa de Cronbach de cada una de las cinco escalas es, respectivamente, de .841, de .834, de .808, de .721 y de .663; siendo el global del cuestionario de .896.

Se calculó, por otro lado, el índice de homogeneidad o consistencia interna del mismo a partir únicamente de aquellos ítems cuya correlación ítem-test fuera igual o mayor de .30. En el Anexo D se presentan las correlaciones ítem-test del CDI.

En el estudio piloto de este cuestionario, realizado por la presente investigación, se encontró que en efecto existen 5 componentes los cuales explican el 60,009% de la varianza total de la escala. Sin embargo, en primera instancia resultó que se debían eliminar 4 ítems del cuestionario (16, 35, 30 y 31), ya que dos de ellos, ítem 16 y 35, obtuvieron una carga menor a .50 (criterio utilizado en este estudio para conservar los ítems) y los ítems 30 y 31 cargaban de forma simultánea, en el factor uno y dos y en el uno y tres, respectivamente, con similar carga, por lo que se procedió a realizar una rotación de factores Varimax.

Al realizar la rotación de los factores, se observó la necesidad de eliminar definitivamente cuatro ítems, ya que sus cargas eran menores a .50, los cuales son: el ítem 7 con una carga entre .105 y .445, el ítem 8 con carga entre .130 y .482, el ítem 13 con una carga entre .186 y .348 y el ítem 16 con carga entre .108 y .492. Por lo que se considera que para la presentación final de este cuestionario, estos ítems no deberían colocarse.

En cuanto a los componentes existió una variación, ya que muchos de los ítems no cargaron como lo predicho por Eceiza et al. (2008), sólo se conservó el componente dos denominado *Interacción con personas que te atraen*, ya que sus ítems cargaron de forma casi exacta, el resto de componentes sufrieron una reasignación de ítems conforme a los resultados encontrados. Finalmente, Se encontró además que esta nueva distribución de ítems en cada componente no son dependientes unos de otros, es decir, cada componente es independiente de otro.

Procedimiento:

Del piloto

Para el estudio piloto realizado, lo primero que se hizo fue elegir una muestra que compartiera características esenciales con la muestra final, por tanto, se decidió escoger a la carrera Economía la cual se encuentra dentro de la misma facultad que incluye a la Escuela de Administración y Contaduría, y como segunda se usó Psicología, carrera que también comparte facultad con la Escuela de Comunicación Social, esto con la finalidad de que los sujetos que contestaran

en esta oportunidad, no tuviera probabilidad de contestar en la aplicación del instrumento final.

Realizado esto, se procedió a realizar una copia de las escalas en la aplicación Google Forms, la cual es una herramienta de Google donde se pueden realizar formularios de encuesta para ser enviados vía correo electrónico, acción que ayudaría a una obtención complementaria de datos con las escalas que se administrarían también en físico. Se hizo de este modo buscando garantizar que la muestra prevista (50 sujetos) se pudiese tener en los tiempos determinados.

En simultáneo con esta actividad, se procedió a cumplir también con los siguientes pasos:

1) Se solicitó permiso por escrito a los directores de las Escuela de Economía y a la Escuela de Psicología para realizar el estudio con los alumnos de dichas carreras y se les pidió además al personal directivo si podían facilitar los correos de los estudiantes de todos los cursos que se encontrabas inscritos para el momento.
2) Obtenido el permiso de las autoridades correspondientes y los correos de los alumnos pertenecientes a cada una de las escuelas, el grupo de trabajo con los horarios de las carreras seleccionadas se dirigió a los salones, de acuerdo a la disponibilidad horaria de las investigadoras, para solicitar a los estudiantes que participaran de manera voluntaria en una investigación en psicología en torno al tema de las redes sociales de internet, con fines netamente académicos. A su vez le fue enviado, de forma aleatoria, el formulario a todos los estudiantes que ofrecieron los directores de sus escuelas para que estos también pudiesen responder a las escalas. Es importante señalar que las encuestas en físico se realizaron en la UCAB en horario matutino-vespertino, y con la consigna "por favor, responda al cuestionario el cual trata sobre el uso de las redes sociales y es para fines académicos, muchas gracias por participar", constituyendo un total de 12 encuestas respondidas por estudiantes de Economía. Vía correo se les dijo: "Estimado participante, nos encontramos realizando nuestro Trabajo Especial de Grado que se dirige a estudiar algunos aspectos sobre las

redes sociales por lo que solicitamos tu colaboración respondiendo los siguientes cuestionarios. Los resultados serán usados con fines académicos y las respuestas son confidenciales. En estos cuestionarios no hay respuestas correctas ni incorrectas, requerimos de tu experiencia para contestarlo. Agradecemos tu colaboración", siendo respondida por 13 estudiantes de Economía y 25 de Psicología.

3) Se esperó que las personas contestaran tanto las escalas en versión física como online hasta obtener una muestra de menor tamaño (50 personas) que la del estudio final, pero que se presumía representativa de la misma, finalmente se cerró el portal online para que no contestaran más personas de las necesarias y a quienes contestaron la escala en físico se les agradeció por su colaboración.
4) Se transcribieron los datos de las escalas en físico a un formato de Excel y se copiaron los datos obtenidos vía Google Forms, luego de hacerlo se procedió a exportar la información al programa SPSS versión 20, en el cual luego de codificarse las variables y organizar la información, se realizó primero una análisis de los datos, el cual primero incluyó datos descriptivos o análisis exploratorio de la muestra en general, para posteriormente realizar un Análisis de Componentes Principales de las escalas aplicadas.

Del estudio final

Luego de tener los resultados y el debido análisis del estudio piloto, se procedió a realizar la aplicación del estudio final donde se repitieron los pasos iniciales cumplidos en el piloto:

1) Permiso a las escuelas de Comunicación Social y Administración y Contaduría, petición de correos electrónicos y revisión de horarios de los grupos) para finalmente administrar los cuestionarios a los participantes en una sola versión de las mencionadas (vía correo electrónico), fue de igual forma que en el piloto diciéndoles a cada uno de los sujetos: "Estimado participante, nos encontramos realizando nuestro Trabajo Especial de Grado que se dirige a estudiar algunos

aspectos sobre las redes sociales por lo que solicitamos tu colaboración respondiendo los siguientes cuestionarios. Los resultados serán usados con fines académicos y las respuestas son confidenciales. En estos cuestionarios no hay respuestas correctas ni incorrectas, requerimos de tu experiencia para contestarlo. Agradecemos tu colaboración".

5) Posteriormente se organizaron y cuantificaron los datos obtenidos a partir de la encuesta en su aplicación final.
6) Luego se procedió a desarrollar el análisis de la información; mediante el análisis de datos planteado en la sección siguiente, para finalmente discutir el apoyo o no de las hipótesis esbozadas previamente.

Resultados

Para todo el análisis de datos de la presente investigación se utilizó el software de SPSS en su versión 20. En el caso de la prueba piloto, inicialmente se constató que no existían diferencias entre los resultados de las encuestas aplicadas de forma física y las respondidas de manera digital. Sin embargo, para el estudio final, sólo se utilizó la versión digital de los cuestionarios con la finalidad de recolectar sólo un tipo de muestra y evitar futuros errores de aplicación o diferencias significativas entre ambas versiones.

Seguidamente para el piloto, se realizó un Análisis de Componentes Principales (ACP) en el que se obtuvo para cada uno de los cuestionarios algunos resultados de los cuales se ofrecerá un resumen a continuación, donde para el cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CDI) se encontró que:

- Todos los ítems fueron respondidos por la totalidad de los sujetos de la muestra, obteniéndose que 24 ítems, es decir, el 66,66% en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción *mediana dificultad*, mientras que los 12 ítems restantes, correspondientes al 33,34%, en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción *poca dificultad*, lo cual se aprecia en el Anexo E (Tabla 6).

- La relación entre los ítems es baja o moderada en todos los pares de variables diferentes, oscilando de .006 a .767 (Anexo E; Tabla 7), por lo que se puede afirmar que son independientes entre sí.

- Se confirmó la normalidad de las variables (KMO=0.519) y la no esfericidad de las mismas (Prueba de esfericidad de Bartlett no significativa; Chi cuadrado aproximado=1440.974), por lo que se pudieron realizar los cálculos del Análisis de Componentes Principales (Anexo E, Tabla 8).

- Se constató que el ítem que aporta en mayor proporción a la explicación de varianza es el 32 (Expresar tus sentimientos a una persona de la que te estás enamorando) con un .810 de comunalidad, seguido por el 15 (Expresar tu punto

de vista cuando estás con el grupo de amigos o cuadrilla) con una proporción de .788, el 36 (Mostrar tu enfado a un desconocido/a que hace algo que te molesta) con .749, el 17 (Acercarte y presentarte a una persona que te atrae pero sólo conoces de vista) con .737, el 31 (Expresar claramente el motivo de tu enfado a tus padres o familiares cercanos) con .726, el 29 (Expresar tu opinión ante los compañeros/as de clase o trabajo) con .725 y el 28 (Invitar a una persona que te "gusta" a ir al cine) con .719, siendo que los que menos aportan son los ítems 16 (Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres) con .299 y el 13 (Decir lo que piensas en una clase o reunión cuando consideras que la intervención del profesor ha sido incorrecta) con .274, pudiendo esto ser revisado en la Tabla 9 del Anexo E.

- Se consideró como criterio de extracción de factores un porcentaje de varianza explicada acumulada de 60%, ante lo cual (y en congruencia a lo planteado por los autores de la escala) se obtuvieron 5 componentes, explicando el 60,009% de la varianza total de la escala.

- En cuanto a los ítems y sus cargas en los componentes, en un primer momento se evidenció que los ítems Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres y Decir a tu novio/a "te quiero" y lo bien que estas con él/ella, obtuvieron una carga menor a .50 (criterio utilizado en este estudio para conservar los ítems) y los ítems Pedirle el número de teléfono a una persona que acabas de conocer y que te atrae, y Expresar claramente el motivo de tu enfado a tus padres o familiares cercanos cargaban de forma simultánea, en el factor uno, Expresar punto de vista y aclarar dudas y dos Interacción con personas que te atraen y en el uno, mencionado anteriormente, y tres Expresión de molestia, respectivamente, con similar carga, por lo que se procedió a realizar una rotación de factores Varimax (ver Tabla 11, Anexo E).

- Luego de realizar la rotación de los factores, se observó la necesidad de eliminar cuatro ítems, ya que sus cargas eran menores a .50, los cuales son: el ítem "Pedir a un amigo/a que te haga un favor", con una carga entre .105 y .445, el ítem "Decir que no a un amigo/a que te pide prestado algo que te disgusta prestar", con carga entre .130 y .482, el ítem "Decir lo que piensas en una clase o

reunión cuando consideras que la intervención del profesor ha sido incorrecta", con una carga entre .186 y .348 y el ítem "Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres", con carga entre .108 y .492, lo cual puede verificarse con la Tabla 12 del Anexo E.

- Se encontró a su vez diferencias entre los componentes que resultaron del piloto y los componentes iniciales planteados por los autores, ya que si bien se realizó un análisis de componentes principales forzado a los 5 componentes planteados por la teoría, los ítems cargaron de forma diferente en los componentes. Resultando así que según el piloto los ítems que conforman el componente 1 fuesen 1, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 18, 19, 20, 23, 29 y 34, los ítems del componente 2 fuesen 2, 15, 17, 24, 28, 30 y 32 , los del componente 3 serían 5, 22, 26, 31, 33 y 36, los del componente 4 con los ítems 21, 25, 27 y 35 y finalmente el 5 con sólo los ítems 4 y 14. De estos, sólo el componente 2 computo los mismos ítems con lo propuesto por Eceiza (2008), sólo excluyendo el ítem 35. En el resto de componentes hubo una mezcla de los ítems, es decir, ítems que pertenecían a un componente se agrupaban en otros, ocasionando así que se reconsiderara asignarles nombres distintos a los componentes de los propuestos inicialmente, basándose en el tipo de ítems y sus similitudes.

Hecho esto, los componentes que resultaron serían Componente 1 denominado como *Expresar punto de vista y aclarar dudas* (ítems 1, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 18, 19, 20, 23, 29 y 34), Componente 2 como *Interacción con personas que te atraen* (ítems 2, 15, 17, 24, 28, 30 y 32), Componente 3 como *Expresión de molestia* (ítems 5, 22, 26, 31, 33 y 36, Componente 4 como *Expresión de sentimientos* (ítems 21, 25, 27 y 35) y Componente 5 como *Comunicación asertiva con padres y amigos* (ítem 4 y 14).

- Por último, se denota una independencia entre los componentes que agrupan a los ítems, ya que la matriz de covarianza presenta la diagonal esperada de correlación del mismo componente consigo de 1.000 y los pares presentan una correlación de .000 en todos los casos (Anexo E , ver Tabla 13).

Por su parte, en el otro cuestionario, el de Adicción a Redes Sociales (ARS) se encontró que:

- Todos los ítems fueron respondidos por la totalidad de los sujetos de la muestra, obteniéndose que 2 ítems, correspondientes al 8,35%, tendieron a ser respondidos más en la opción *nunca*, 11 ítems equivalente al 45,83% ,en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción *a veces*, 10 ítems, correspondientes al 41,66%, en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción *rara vez* y 1 ítem, es decir, el 4,16% en promedio tendió a ser respondido más en la opción *casi siempre* (Anexo E, Tabla 14).

- La relación entre los ítems es baja o moderada en todos los pares de variables diferentes va de .003 a .684, por lo que se puede afirmar que son independientes entre sí (Anexo E, ver Tabla 15).

- También, se pudo constatar que los ítems de la escala se distribuyen de manera normal (KMO=.584), además de la obtención de la Prueba de Esfericidad de Bertlett no significativa (Chi cuadrado aproximado=654.528), tal como se presenta en la Tabla 16 del Anexo E, por lo cual se procedió a realizar el Análisis de Componentes Principales.

- El ítem que aporta en mayor proporción a la explicación de varianza es el "Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja", con un .697 de comunalidad, seguido por el "Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales", con un .685, el "Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado", con .679, el "Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales", con .664, el ítem "Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales", con .656 y el "Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales", con .626, siendo que los que menos aportan son los ítems "Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales", con .282, "Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días", con .276, "Aún cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales", con .271, "Aún cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales", con

.207 y el "Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora", con .116 (Anexo E, ver Tabla 17).

- A su vez, se extrajeron 3 componentes forzados partiendo de los resultados encontrados por los autores de la escala, los cuales explican el 48,668% de la varianza total del instrumento (ver Tabla 18 del Anexo E). Cabe destacar, que la versión de Escurra y Salas (2014) explicaba una varianza mayor al 60%, lo cual significa un declive entre una presentación y otra.

- En cuanto a los ítems y sus cargas en los componentes, en un primer momento se pudo evidenciar que los ítems "Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales", "Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo", "Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días", "Aún cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales", "Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora", "Aún cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales" y "Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a)" obtuvieron una carga menor a .50 (criterio utilizado en este estudio para conservar los ítems) y los ítems restantes cargaban de forma diferencial en cada factor (Anexo E, Tabla 19), del mismo modo se procedió a realizar una rotación de factores Varimax.

- Luego de realizar la rotación de los componentes, se halló que continuando con el criterio de inclusión de ítems de .50, se eliminarían los ítems "Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales", "Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales", "Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días", "Aún cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales", "Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora" y "Aún cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales" (ver Anexo E, Tabla 20), mientras que los componentes serían y estarían conformados por: *Obsesión* (Componente 1, ítems 1, 2, 3, 5, 6, 7, 17 y 23), *Falta de Control* (Componente 2, ítems 10, 12, 14, 16, 19, 20, 22 y 24) y *Uso Excesivo* (Componente 3, ítems 8 y 9).

Estos ítems en dichos componentes se pudieran considerar una reasignación de la versión original, ya que se observó que hubo variaciones entre los ítems que habían sido considerados para un componente especifico por los autores Escurra y Salas (2014) y los encontrados en el estudio piloto, donde cargaron en otros componentes, el caso más particular fueron los ítems de Uso Excesivo los cuales muchos terminaron distribuyéndose entre los otros dos componentes en el estudio piloto, resultando así que sólo quedaran dos ítems para el componente de uso excesivo cuando inicialmente cargaba 8 ítems.

- Por último, en la matriz de covarianza se encontró la correlación esperada perfecta de los componentes consigo mismo (1.000), siendo también evidenciado la falta de covariación entre los pares de componentes (.000), lo cual indica la total independencia entre los mismos (Anexo E, Tabla 23).

Explicitado todo este proceso de análisis y habiendo evaluado todos los resultados por separado del estudio piloto, se puede concluir de forma general que se hizo necesaria una reestructuración de ítems en los componentes de ambos cuestionarios, ya que muchos de los ítems que se encontraban dentro de un componente inicialmente, terminaron ubicándose en otros. También se excluyeron algunos ítems para el estudio final, todo esto motivado a que las características de la muestra parecían haber alterado lo planteado por los autores de los cuestionarios, ya que se evidenció contradicción entre la información que planteaban éstos y lo encontrado.

De forma específica, en el Cuestionario CDI los componentes adoptaron otros nombres contrarios a la versión original y se hizo una reasignación de acuerdo a las características que compartían sus ítems, sólo manteniendo el nombre del componente 2 por tener prácticamente los mismos ítems de lo propuesto por sus autores iniciales, resultando así 5 componentes, que si bien son la misma cantidad que en el cuestionario inicial, los ítems que lo conforman fueron otros, dando lugar a que el Componente 1 correspondiera a *Expresar punto de vista y aclarar dudas* (ítems 1, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 18, 19, 20, 23, 29 y 34), el Componente 2 a la *Interacción con personas que te atraen* (ítems 2, 15, 17, 24, 28, 30 y 32), Componente 3 a la *Expresión de molestia* (ítems 5, 22, 26, 31, 33 y

36, Componente 4 a la *Expresión de sentimientos* (ítems 21, 25, 27 y 35) y el Componente 5 a la *Comunicación asertiva con padres y amigos* (ítem 4 y 14).

Para la escala ARS, no hubo cambios en la denominación de los componentes pero sí la hubo en la composición de sus ítems en comparación con la versión original, resultando así que el componente 1 que es *Obsesión* agrupó los ítems 1, 2, 3, 5, 6, 7, 17 y 23, el Componente 2, como *Falta de Control* comprendió los ítems 10, 12, 14, 16, 19, 20, 22 y 24 y el componente 3 como *Uso Excesivo* sólo estuvo compuesto por los ítems 8 y 9.

A su vez, como se dijo anteriormente, se consideró prudente para la aplicación final de este estudio, excluir de la versión original de los cuestionarios final algunos ítems, como lo fueron: "Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales", "Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales", "Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días", "Aún cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales", "Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora" y "Aún cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales" (ver Anexo E, Tabla 20) para la escala de Adicción a las Redes Sociales y los ítems "Pedir a un amigo/a que te haga un favor", "Decir que no a un amigo/a que te pide prestado algo que te disgusta prestar", "Decir lo que piensas en una clase o reunión cuando consideras que la intervención del profesor ha sido incorrecta" y "Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres" para el cuestionario CDI.

En el caso de los análisis de los datos de la investigación final, se empleó en un primer momento un Análisis Exploratorio de los Datos (AED) siguiendo los objetivos que plantea Peña (2009), uno de los objetivos consiste en proporcionar una mayor recopilación de datos a través de encuesta, por lo cual genera un aporte significativo a esta investigación, además este análisis también permite producir hipótesis sobre las causas de un fenómeno, igualmente ayuda a determinar los análisis estadísticos a utilizar en la investigación.

Por otra parte, es importante destacar que se realizó un análisis descriptivo de las variables con el propósito de resumir la información contenida en el conjunto de datos tanto para el piloto como para el estudio final, para ello se hizo uso de estadísticos descriptivos como media y desviación para la variable adicción a las redes sociales y habilidades sociales, así como también la frecuencia y porcentaje para las variables sexo, carrera y ciclo académico.

Aplicando esto, para el piloto en el que se usó, como se mencionó anteriormente, una muestra de 50 sujetos de la Universidad Católica Andrés Bello, estudiantes correspondientes a las carreras de Economía y Psicología se encontró que las edades de los participantes oscilaron entre los 17 y 25 años, siendo la media 20,34, con una desviación típica de 2,172, participando en mayor proporción los sujetos de 18 y 21 años (11 sujetos con 18 años y 10 de 21 años) y abarcando casi el 50% de la muestra obtenida (42%), lo cual puede revisarse en las Tablas 1 y 2 del Anexo E.

También que 25 sujetos (50%) pertenecían al género femenino y los 25 (50%) sujetos restantes al género masculino, del mismo modo, 25 sujetos (50%) pertenecieron a Psicología y 25 (50%) a Economía, lo que significa que ambos sexos y carreras estuvieron distribuidos equitativamente en la aplicación de la escala.

Referente al ciclo, se obtuvieron 11 sujetos de primer semestre, 11 de cuarto año, 7 de tercer semestre, 7 de quinto año, 6 de tercer año, 3 de quinto semestre, 2 de cuarto semestre, 1 de séptimo semestre, 1 de octavo semestre y 1 de tercer año, lo que garantiza que la muestra fue aleatoria y variada en cuanto a este aspecto. Sin embargo, se observó que algunos años y semestres no entraron dentro de la muestra, probablemente por lo reducida de la misma. De haber sido más extensa, se hubiesen podido obtener al mismo un sujeto de cada semestre y año.

Por su parte, en el estudio final la muestra estuvo compuesta por 300 sujetos en total, de los cuales 200 son femeninos (66,7%) y 100 son masculinos (33,3%), 150 (50%) pertenecientes a Comunicación Social y 150 (50%)

pertenecientes a Administración/Contaduría de todos los semestres en ambas carreras, donde 30 estudiantes (10%) cursan primer semestre, 57 estudiantes (19%) son de segundo semestre, 21 estudiantes (7%) cursan tercer semestre, 52 estudiantes (17,3%) son de cuarto semestre, 30 estudiantes (10%) cursan quinto semestre, 28 estudiantes (9,3%) pertenecen a sexto semestre, 14 estudiantes (4,7%) cursan séptimo semestre, 29 estudiantes (9,7%) pertenecen al octavo semestre, 20 estudiantes (6,7%) cursan el noveno semestre y 19 estudiantes son de décimo semestre (6,3%). (Anexo F, Ver Tablas 26, 27, 28).

El rango de edad de la muestra va desde los 17 a los 28 años, siendo a partir de los 25 menos frecuente la participación de estudiantes y su adherencia a algún semestre (6 sujetos para los 25 años y 1 para cada una de las edades subsiguientes), lo que permite afirmar que donde se observó la mayor cantidad de estudiantes fue en las edades comprendidas entre 18 y 22 (83,66% del total de estudiantes), edades en las que además se estima se inicie y termine, respectivamente, una carrera universitaria (Anexo F, Tabla 29)

En cuanto a la conexión y uso de las redes, de los 300 estudiantes evaluados, 86 jóvenes (28,7%) utiliza sólo un medio para conectarse a las redes sociales, 124 (41,3%) utilizan dos medios y los restantes 90 estudiantes (30%) utilizan tres o más medios, teniendo como opciones el hacerlo desde su casa, desde la computadora de la universidad, el celular, cabinas de Internet y en el trabajo y las diferentes combinaciones que resultan de estas (Anexo F, ver Tabla 30). Se halló además, que un 47,7% de los estudiantes se encuentra conectado todo el tiempo a las redes sociales y un 26,3% de 7 a 12 veces por día acceden a las plataformas (Anexo F, ver Tabla 31), lo que implica que menos de un 30 % de los estudiantes se encuentra poco interesado en conectarse a las redes constantemente. En cuanto al porcentaje de personas que conocen fuera de las redes, un 38,7% de los estudiantes señalan que conocen a más del 70% de los usuarios que tienen añadidos, mientras un 28,7% señalaron que conocen entre un 51 y un 70% de sus contactos, es decir, la mayoría (67,4%) conoce a más de la mitad de sus contactos en comparación con quienes no (Anexo F, ver Tabla 32).

Finalmente se observó que la mayoría de las personas (93,7%) que poseen cuentas en las redes utilizan sus datos verdaderos (dirección, nombre, edad, género, etc), por lo que el anonimato o utilización de otra identidad resguardando sus datos reales no constituye un factor común entre los encuestados (Anexo F, ver tabla 33).

Para los resultados finales, también se realizaron otros cálculos, los cuales incluyeron descriptivos para ambos cuestionarios (Adicción a las Redes Sociales y Dificultades interpersonales) y el análisis de regresiones correspondientes a las variables independientes y dependiente seleccionada que se narrarán a continuación:

Para el Cuestionario de Dificultades Interpersonales, se evidenció que todos los ítems fueron respondidos por la totalidad de los sujetos de la muestra, obteniéndose que 10 ítems, es decir, el 31,25% en promedio, tendieron a ser indicados como *mediana dificultad* en hacer cumplidos (elogio, piropos, etc.) a una persona que te atrae, cortar la conversación con tu madre/padre cuando no te interesa el tema, solicitar una cita a una persona que te atrae, pedir al dependiente que te atienda a ti primero porque tú estabas antes, comunicarle a una persona que insiste en llamarte que no te apetece volver a salir con ella, entablar una conversación con una persona atractiva que se acerca y estabas deseando conocer, negarte a hacer cosas que tus padres o familiares cercanos te piden y te disgustan, invitar a una persona que te" gusta "a ir al cine, pedirle el número de teléfono a una persona que acabas de conocer y que te atrae y expresar tus sentimientos a una persona de la que te estás enamorando (Anexo F, ver Tabla 24).

A su vez, 21 ítems correspondientes al 65,63%, en promedio tendieron a ser respondidos más como *poca dificultad* en decir que no a un amigo/a que insiste en que hagas algo que no te apetece hacer, manifestar tu punto de vista a un amigo/a cuando este/a expresa una opinión con la que estas en desacuerdo, decir lo que piensas ante tus padres o familiares cercanos, expresar tu disconformidad

ante los compañeros de clase o trabajo, pedir a un amigo que te devuelva algo que le dejaste prestado, manifestar tu punto de vista cuando este es impopular, hacer preguntas en clase o trabajo, pedir información a un camarero si tienes dudas sobre el menú, expresar tu punto de vista cuando estás con el grupo de amigos o cuadrilla, decir a alguien que se te cuela en una fila que guarde su turno, quejarte al camarero si en un bar te sirven una bebida o comida que no está a tu gusto, decir que se callen a unas personas que en el cine están hablando muy alto, devolver algo que has comprado cuando compruebas que está defectuoso, pedir el cambio correcto en una tienda si te das cuenta que te han dado mal las vueltas, cortar la conversación con un conocido o vecino que te aborda por la calle, expresar tu opinión ante los compañeros/as de clase o trabajo, expresar claramente el motivo de tu enfado a tus padres o familiares cercanos, cortar la conversación a un desconocido que te aborda en el autobús, parque, etc., solicitar información o ayuda en tiendas, oficinas etc., decir a tu novio/a "te quiero" y lo bien que estas con él/ella y mostrar tu enfado a un desconocido/a que hace algo que te molesta (Anexo F, ver Tabla 24).

Finalmente, el ítem restante (3,12%) fue respondido mayormente como *bastante dificultad* en "acercarte y presentarte a una persona que te atrae pero sólo conoces de vista" (Anexo F, ver Tabla 24).

Además, los ítems tienen una varianza entre 1,051 y 1,916, la asimetría encontrada señala que 3 de los ítems de esta escala se comportan bajo una curva asimétricamente negativa (Asimetría<0; con valores hacia los más altos), mientras que 27 ítems presentan asimetría positiva (Asimetría>0; con valores más bajos) y 2 ítems se ajustan a una distribución simétrica (Asimetría=0; valores mayormente en la media), lo cual significa que la distribución de los valores en una curva normal depende del ítem de la escala. Aunado a esto, 25 ítems se adaptan a una distribución platicúrtica (curtosis <0; baja concentración de los valores), 6 ítems presentan ajuste a una distribución leptocúrtica (curtosis >0), es decir, con una amplia concentración de valores y 1 ítem que presenta un ajuste a una distribución mesocúrtica (curtosis =0), lo que significa que presenta una concentración de

valores normal y que indica que la distribución de valores en una curva normal es diferencial según el ítem de la escala al que se refiera (Anexo F, ver Tabla 24).

En cuanto a los descriptivos del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales, se evidenció que todos los ítems fueron respondidos por la totalidad de los sujetos de la muestra, obteniéndose que 10 ítems, es decir, el 55,56% en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción RV indicando que "rara vez" han notado que el tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más, no sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales, me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales, me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales, me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales, descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales, descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales, mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales, cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a) y creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social (Anexo F, ver Tabla 25).

También 6 ítems, correspondientes al 33,33%, en promedio tendieron a ser respondidos más en la opción AV indicando que "a veces" notan que necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales, entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja, cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo, pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales, invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales y permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales, mientras que los 2 ítems restantes (11,11%) fueron respondidos mayormente en la opción CS indicando que "casi siempre" siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales y generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado (Anexo F, ver Tabla 25).

Además, los ítems tienen una varianza entre 1,016 y 1,748, la asimetría encontrada señala que 13 de los ítems de esta escala se comportan bajo una asimetría positiva (Asimetría>0; con valores más bajos), mientras que 4 ítems presentan un ajuste a una curva asimétricamente negativa (Asimetría<0; con valores hacia los más altos) y el ítem restante se ajusta a una distribución simétrica (Asimetría=0; valores mayormente en la media), lo cual significa que la distribución de los valores en una curva normal depende del ítem de la escala. Aunado a esto, 15 ítems presentan una curtosis <0, adaptándose a una distribución platicúrtica (baja concentración de los valores) y los 3 ítems restantes presentan una curtosis >0, ajustándose a una distribución leptocúrtica, es decir, con una amplia concentración de valores, lo que indica que la distribución de valores en una curva normal es diferencial según el ítem de la escala al que se refiera (Anexo F, ver Tabla 25).

Referente a las regresiones realizadas, las cuales estuvieron compuestas por las dimensiones de las variables independientes (habilidades sociales, sexo, carrera y ciclo académico) en conjunto con cada una de las dimensiones de la variable adicción a las redes sociales (variable dependiente), inicialmente se puede decir que se cumplieron todos los supuestos para poder realizar un análisis de regresión, ya que se confirmó por medio del índice Durbin-Watson que se trata de un modelo cuyos errores no se encuentran correlacionados (Durbin-Watson=1,864 en Obsesión, 1,940 en Falta de Control y 1,805 en Uso Excesivo, tendientes a 2), es decir, existe independencia de los errores (Anexo F, ver tablas 34, 35, 36). También se encuentran distribuidos normalmente y tienen una igualdad de varianzas que permite afirmar que existe homocedasticidad como se puede ver en los gráficos 1, 2 y 3:

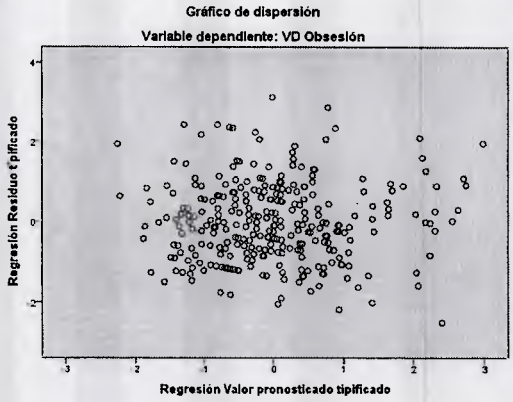

Gráfico 1. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales.

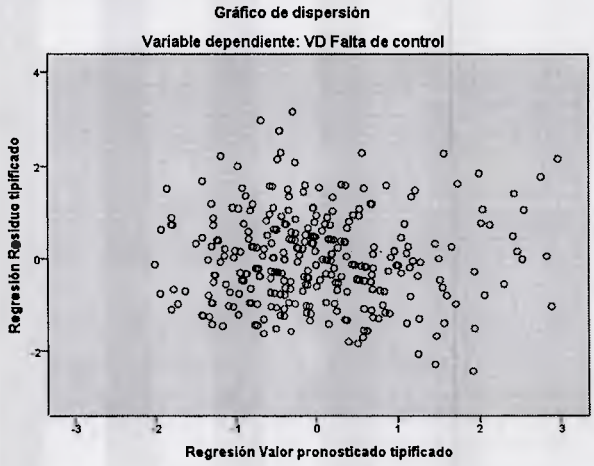

Gráfico 2. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales.

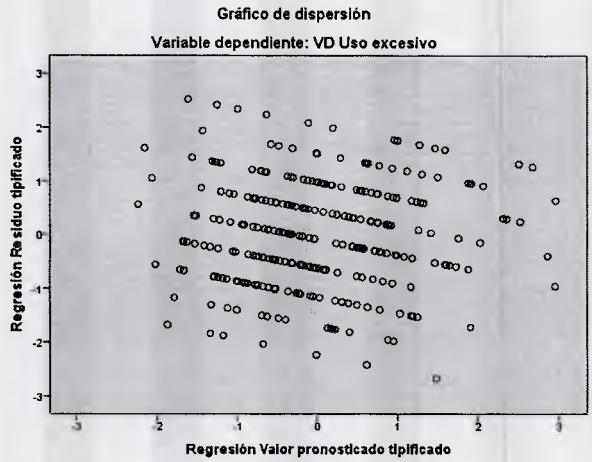

Grafico 3. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales.

En cuanto al supuesto de normalidad, como se puede ver en los gráficos 4, 5 y 6, se sigue un modelo de probabilidad normal, ya que no existe mayor peso en ninguno de los extremos de las campanas de Gauss y los histogramas de residuos tipificados en las tres variables dependientes (Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo).

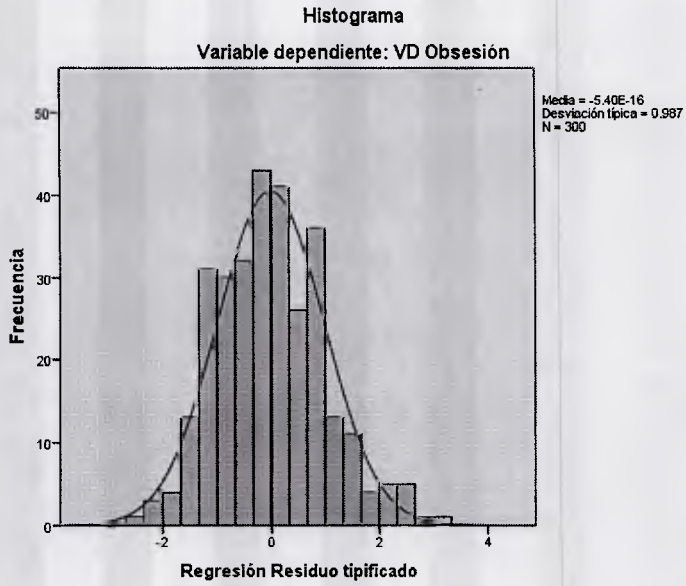

Gráfico 4. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales.

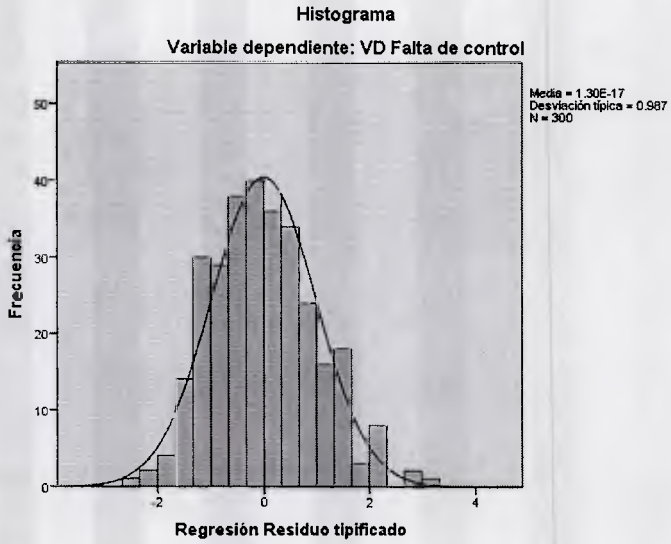

Gráfico 5. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales.

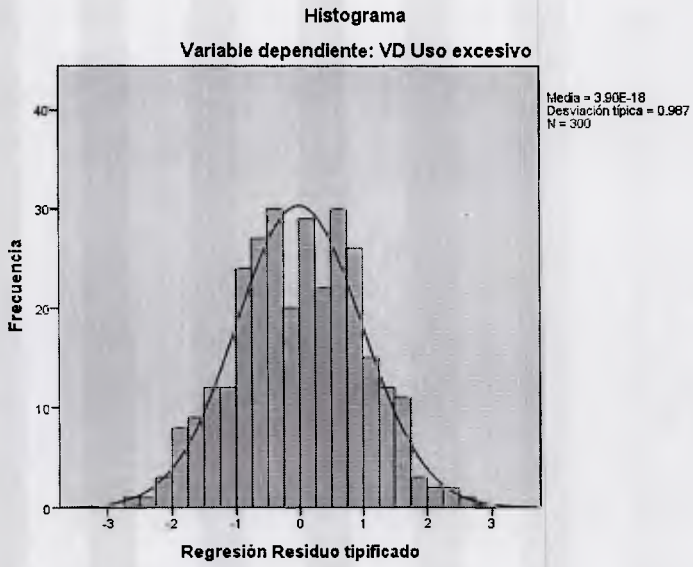

Gráfico 6. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales.

Por su parte, se asume que existe linealidad de todas las variables según la variable adicción a las redes sociales (Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo), ya que el contraste estadístico utilizado es robusto.

Respecto al supuesto de no colinealidad, se confirmó que no existe colinealidad entre las variables independientes (habilidades sociales, sexo, carrera, ciclo académico) mediante el índice de tolerancia, ya que aunque entre las dimensiones de habilidades sociales (Expresión de Punto de Vista=.321, Expresión de Molestia=.350 y Expresión de Sentimientos=.436) existen valores bajos, no son menores a .20 (Anexo F, Tablas 40, 41, 42)

Confirmado el cumplimiento de los supuestos, en las Tablas 37 y 38 de los coeficientes de correlación parcial, se nota que en el caso de la dimensión Obsesión de adicción a las redes sociales todos se hallan con una disminución notable en cuanto a su valor neto, por lo que la asociación entre las variables es mínima, y en algunos casos, sucede una inversión de la dirección de la correlación, por lo que a valores altos en Comunicación, Expresión de Molestia, así como pertenecer al sexo femenino y cursar Comunicación Social se relaciona con menor adicción a las redes sociales, sucediendo de manera similar en la dimensión Falta de Control.

Tabla 37

Coeficientes de Obsesión

Modelo		Correlaciones		
		VD Obsesión	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.281	.198	.191
	Interacción (hs)	.093	-.084	-.079
	Comunicación (hs)	.086	-.087	-.082
	Expresión de molestia (hs)	.202	-.033	-.032
	Expresión de sentimientos (hs)	.230	.079	.075
	Sexo	-.061	-.016	-.016
	Carrera	-.113	-.082	-.078
	Ciclo académico	-.033	.005	.005

Tabla 38
Coeficientes Falta de Control

Modelo		Correlaciones		
		VD Falta control	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.283	.153	.148
	Interacción (hs)	.126	-.008	-.007
	Comunicación (hs)	.148	-.018	-.017
	Expresión de molestia (hs)	.231	.013	.012
	Expresión de sentimientos (hs)	.220	.025	.024
	Sexo	.001	.069	.066
	Carrera	-.092	-.076	-.073
	Ciclo académico	-.043	-.021	-.020

Y finalmente, en la dimensión Uso Excesivo de la variable adicción a redes sociales, también ocurrió lo mismo como se puede ver en la tabla 39:

Tabla 39
Coeficientes Uso excesivo

Modelo		Correlaciones		
		VD Uso Excesivo	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.246	.168	.164
	Interacción (hs)	.080	-.042	-.040
	Comunicación (hs)	.082	-.073	-.070
	Expresión de molestia (hs)	.209	.059	.057
	Expresión de sentimientos (hs)	.139	-.052	-.050
	Sexo	-.044	.019	.018
	Carrera	-.118	-.096	-.093
	Ciclo académico	-.059	-.031	-.030

Indicando estos datos expuestos la existencia de una o varias variable(s) interviniente(s) de tipo moderadora(s) según Ato y Vallejo (2011) al cambiar la magnitud y/o dirección de la relación existente. Sin embargo, al controlar los efectos de terceras variables aumenta la correlación del sexo con la dimensión Falta de Control, lo cual apunta a la actuación de factores inherentes a la muestra del estudio que disminuyen los efectos producidos entre estas variables, no obstante, la relación baja y no significativa (casi nula; r=.001, rxy.z=.069).

Por otro lado, de las regresiones realizadas se encontró que las tres correlaciones resultantes entre la mejor combinación de variables independientes Expresión del Punto de Vista, Interacción, Comunicación, Expresión de Molestia, Expresión de Sentimientos, sexo, carrera y ciclo de carrera (el modelo) con Obsesión (R=.321), Falta de Control (R=.301) y Uso Excesivo (R=.287) son bajas y significativas (F=4,176, F=3,615 y F=3,257, respectivamente, alfa<.05). En

cuanto a las varianzas explicadas por cada modelo, en el caso de Obsesión es de 10% (R^2 ajustada=7,8%), en cuanto al modelo y Falta de Control se obtuvo una varianza de 9% (R^2 ajustada=6,5%) y en el caso de Uso Excesivo es de 8,2% (R^2 ajustada=5,7%), lo que permite decir que la variable adicción a las redes sociales puede no estar siendo explicada (menos del 15%) por las variables habilidades sociales, sexo, carrera y ciclo de carrera (Anexo F, tablas 34, 35, 36)

También se encontró que la única variable definitoria explicativa del modelo es Expresión de Punto de Vista, produciendo en el caso de Obsesión una beta de .338, en el de Falta de Control una beta de .261 y el Uso Excesivo una beta de .289 y, además, son significativas (menores a 0,05) (Ver Anexo F, Tablas 40, 41, 42). A pesar de esto, se encontró que todas las correlaciones entre las variables de la regresión eran bajas, excepto entre las dimensiones Expresión de Punto de Vista-Expresión de Molestia (r=.767, sig=.000), Expresión de Molestia-Expresión de Sentimientos (r=.682, sig=.000) y Expresión de Punto de Vista-Expresión de Sentimientos (r=.686, sig=.000), lo cual supone que las personas que presenten una mayor Expresión de Punto de Vista tenderán a una mayor adicción a las redes sociales, a su vez, tener mayor Expresión de Molestia y de Sentimientos.

En este sentido, se encontraron correlaciones bajas pero significativas entre las variables dependientes Uso Excesivo, Falta de Control y Obsesión y las variables independientes (Anexo F, Tabla 43). Expresión de Punto de Vista, Expresión de Molestia, Expresión de Sentimientos, Comunicación y carrera, tales como: Obsesión con Expresión de Punto de Vista, Expresión de Molestia, Expresión de Sentimientos y Tipo de Carrera; Falta de Control con Expresión de Punto de Vista, Interacción, Comunicación Expresión de Molestia y Expresión de Sentimientos; y Uso excesivo con Expresión de Punto de Vista, Expresión de Molestia, Expresión de Sentimientos y Carrera

Tabla 43.
Correlaciones de las dimensiones de las variables dependientes con las variables independientes

	VD Obsesión	Sig.	VD Falta Control	Sig.	VD Uso excesivo	Sig.
Expresión punto de vista (hs)	.281	.000	.283	.000	.246	.000
Interacción (hs)	.093	.054	.126	.015	.080	.083
Comunicación (hs)	.086	.069	.148	.005	.082	.078
Expresión de Molestia (hs)	.202	.000	.231	.000	.209	.000
Expresión de sentimientos (hs)	.230	.000	.220	.000	.139	.008
Sexo	-.061	.145	.001	.493	-.044	.223
Carrera	-.113	.025	-.092	.056	-.118	.021
Ciclo académico	-.033	.286	-.043	.228	-.059	.154

Por otra parte, también se encontraron correlaciones bajas pero significativas entre algunas variables independientes como lo son Expresión de Punto de Vista, Interacción, Comunicación, Expresión de Molestia, Expresión de Sentimientos, sexo y carrera, tal y como se puede ver en la tabla 44.

Tabla 44.
Correlaciones entre variables independientes

	Interacción	Sig. Unila-teral	Comunicación	Sig. Unila-teral	Expresión de Molestia (hs)	Sig. Unila-teral
Expresión punto de vista (hs)	.487	.000	.564	.000	.767	.000
Interacción (hs)	1.000	.	.292	.000	.395	.000
Comunicación (hs)	.292	.000	1.000	.	.539	.000
Expresión de molestia (hs)	.395	.000	.539	.000	1.000	.
Expresión de sentimientos (hs)	.482	.000	.441	.000	.682	.000
Sexo	-.388	.000	-.072	.105	-.134	.010
Carrera	-.219	.000	-.040	.244	-.123	.016
Ciclo académico	-.040	.247	-.004	.470	-.025	.336

Tabla 44.
Correlaciones entre variables independientes (Continuación)

	Expresión de sentimientos (hs)	Sig. Unila-teral	Sexo	Sig. unila-teral	Carrera	Sig. Unila-teral	Ciclo Académico	Sig. Unila-teral
Expresión punto de vista (hs)	.686	.000	-.169	.002	-.116	.023	-.061	.145
Interacción (hs)	.482	.000	-.388	.000	-.219	.000	-.040	.247
Comunicación (hs)	.441	.000	-.072	.105	-.040	.244	-.004	.470
Expresión de molestia (hs)	.682	.000	-.134	.010	-.123	.016	-.025	.336
Expresión de sentimientos (hs)	1.000	.	-.105	.035	-.146	.006	-.054	.177
Sexo	-.105	.035	1.000	.	.339	.000	.113	.026
Carrera	-.146	.006	.339	.000	1.000	.	.170	.002
Ciclo académico	-.054	.177	.113	.026	.170	.002	1.000	.

Lo anteriormente expuesto, apunta a que la predicción del modelo sería: mayor expresión de punto de vista, expresión de molestia, expresión de sentimientos y ser estudiante de Comunicación Social se relaciona con mayor obsesión; mayor expresión de punto de vista, interacción, comunicación, expresión de molestia y expresión de sentimientos se relaciona con mayor falta de control; y mayor expresión de punto de vista, expresión de molestia, expresión de sentimientos y ser estudiante de Comunicación Social se relaciona con mayor uso excesivo.

Finalmente, como se pudo observar, ciclo académico/semestre no proporcionó varianza explicada significativa con la variable adicción a las redes sociales en ninguna de sus dimensiones Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo (b^2 corregido= .057; .033; -.010 respectivamente y significancia= >0.05) (Anexo F, tablas 40, 41 y 42), ni se encontraron correlaciones significativas a excepción de semestre con carrera indicando que dependiendo de la carrera cursada tienden a responder determinados semestres más que otros, por lo tanto no se pueden confirmar ni estimar los comportamientos de esta variable sobre la adicción a las redes sociales.

Discusión

Esta investigación partió del hecho que los avances tecnológicos han surtido efecto en la sociedad y que cada vez más las personas en este siglo se dirigen a diversas formas de comunicación virtual (Martínez, 2011), entre las que se encuentran las redes sociales. En este sentido, se pudo observar mediante los resultados que todos los estudiantes encuestados (n= 300), hacían uso de, al menos, alguna red social con la finalidad de comunicarse e informarse y que, usualmente, se conectaban desde algún dispositivo, bien sea una computadora en su casa, trabajo o universidad, lo que se puede interpretar como que las personas se encuentran muy ligadas a las redes sociales y esto puede conllevar a conductas adictivas. De hecho, hace algunos años se proclamó en la ONU (2012), y anteriormente en la OEA (2011), que el internet es un derecho humano y hoy en día, incluso en Venezuela, prácticamente cualquier persona puede acceder a este (IV Congreso de la Cibersociedad, 2009).

Aunado a este principio, se ha conocido que las personas mediante las redes podrían conservar su anonimato (Herrera y Valdiviezo, 2011), lo que podría implicar que las personas hagan un uso inadecuado y no saludable de las redes, que puede traducirse en adicción, ya que el estar de forma anónima en las redes aminora su exposición, lo que puede promover que el individuo genere vínculos afectivos que de otra forma no obtendría en su desenvolvimiento cotidiano, lo que podría traducirse en conductas adictivas. Sin embargo, mediante esta investigación y sus resultados se pudo constatar que la mayoría (93,7%) de los estudiantes encuestados prefieren utilizar sus propias identidades al momento de ingresar a alguna red social, lo que hace posible que no exista adecuada diferenciación entre adictos y no adictos, esto pudiera relacionarse con el hecho de que 67,4% de los estudiantes indicaron conocer fuera de redes a más del 50% de sus contactos.

En otro sentido, era relevante para la investigación la etapa de conformación de identidad, que se da en la adolescencia, propuesta por Erikson, es por esto que las edades de la mayoría de los estudiantes encuestados estuvieron comprendidas entre los 18 y 22 años y al igual que Mendoza y Santos (2015), se encontró que la tecnología ha sido muy acogida por los estudiantes del campus, ya que se suelen conectar mayormente a través del smartphone para chatear y constituye la vía para comunicarse (64,6% de los encuestados lo reportaron entre sus opciones), lo que puede relacionarse con que en estas edades las personas, dada la búsqueda de identificación, se introducen en las redes, estando vinculados a las mismas y participando activamente en ellas.

Por otro lado, se señalaba que las redes sociales más populares y, por tanto, de interés para la investigación actual fueron Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat (Marañón, 2012). Conforme a esto, en la muestra estudiada, al menos, una de ellas fue mencionada e, incluso, en ocasiones las personas las señalaban todas. Es por esto que podrían considerarse como las más populares o las que se encuentran vigentes en la actualidad, al menos, entre los jóvenes de 17 a 28 años. Se obtuvo además, que las personas usan las redes sociales como medios de entretenimiento, comunicación y en ocasiones por información, dada su relevancia y utilización cotidiana, sería relevante seguir investigando los posibles efectos de las mismas.

En cuanto a las hipótesis planteadas, existe relación significativa de las variables independientes en conjunto (sexo, carrera, ciclo académico y habilidades sociales) sobre la adicción a las redes sociales de Internet, explicando menos del 10% del comportamiento de la variable adicción, lo que significa que existe relación entre dichas variables predictoras con la predicha pero no llega a alcances predictivos suficientes para ser generalizables a una población, confirmando así la necesidad de seguir profundizando en investigaciones en torno al tema.

Así pues, sólo la dimensión Expresión de Punto de Vista (de la variable Habilidades Sociales) explica significativamente a las tres dimensiones de adicción a redes (Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo), por lo tanto se

puede decir que sólo el poder expresar o no el punto de vista podría predecir en alguna medida la adicción a las redes sociales. Esta aclaratoria permite afirmar que se rechazan la mayoría de las hipótesis específicas planteadas, siendo entonces que las mujeres no poseen mayor adicción (Uso Excesivo, Falta de Control y Obsesión) en comparación con hombres, tampoco el pertenecer a los primeros o últimos semestres genera cambios significativos en la adicción, ni el poseer mayores puntajes en Dificultades Interpersonales (menores habilidades sociales) o pertenecer a alguna carrera en específico genera significativamente menor o mayor adicción a las redes sociales. Sin embargo, entre las habilidades sociales y la carrera existen correlaciones con la adicción a las redes sociales.

Cabe señalar, además, respecto al Cuestionario de Dificultades Interpersonales, que los ítems fueron redistribuidos y ajustados, por lo que se procedió a renombrar las dimensiones que lo conforman, dado que las agrupaciones tenían puntos en común que no aparecían congruentes con las planteadas, en primer momento, por sus autores originales.

En cuanto al sexo, los hallazgos confirman lo planteado por Colás, González y de Pablos (2013), es decir, la no existencia de diferencias significativas respecto al género y la frecuencia de uso de redes sociales, por lo que la adicción no puede ser predicha a partir del género al que pertenece una persona, rechazándose de este modo las hipótesis planteadas.

Por su parte, el ciclo académico no se encontró correlacionado con la adicción a las redes, de modo que estar en los primeros o en los últimos semestres no predice la adicción a las redes sociales, lo cual niega la posibilidad de una influencia entre estas variables y rechaza la hipótesis planteada que establecía esto y hace que los resultados sean contrarios a lo planteado por Astonitas (2005), quien establecía que existe una asociación entre el ciclo de carrera y el riesgo de desarrollar adicción al Internet (en este caso las redes sociales) y que dicha relación entre las variables es negativa, donde a medida que se avanza en la carrera los estudiantes tienen mayores responsabilidades que restringen el tiempo total que pudieran utilizar a dichas actividades, apoyado además en aspectos psicológicos madurativos que indican la adquisición de mayores recursos

permiten una distribución responsable del tiempo del que dispone, estos resultados contradictorios pudieran deberse a la brecha temporal existente entre el estudio citado y la realización del actual.

Respecto a la correlación existente entre carrera y adicción se puede decir que es contraria a la hipótesis, pues se afirmaba que los estudiantes de Administración y Contaduría tendrían mayores niveles de adicción en las distintas dimensiones (Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo) y mediante los resultados se pudo determinar que parece ocurrir lo contrario, siendo los comunicadores sociales quienes pudieran presentar mayor disposición a obsesionarse y usar en exceso las redes sociales, lo que es posible que tenga que ver con las exigencias mediáticas de su carrera.

La correlación existente entre las dimensiones de habilidades sociales (Expresión de Punto de Vista, Interacción con las Personas, Expresión de Sentimientos, Expresión de Molestia y Comunicación) y la Falta de Control (dimensión de adicción), rechaza la hipótesis previamente planteada, debido a que se encontró que a menores habilidades sociales, es decir, mayores puntajes en el Cuestionario de Dificultades Interpersonales, existe mayor adicción (mayores puntajes en Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo).

Estos últimos resultados concuerdan con lo hallado por los autores Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010), esto se puede explicar basándose en que una persona con una adicción por lo general presenta una "menor capacidad de mantener la dirección de su propia conducta y menor habilidad para soportar los aumentos de su tensión psíquica" (Jiménez y Pantoja, 2007, p. 87), lo cual se relaciona con que las relaciones interpersonales de estas personas "tienden a ser inestables y poco sólidas, determinadas por vínculos más bien dependientes" (p. 89), constituyéndose de este modo en una forma para sustituir las relaciones interpersonales reales y directas, permitiendo una sensación de contención, disminución de ansiedad y vínculo afectivo con otros, por lo que el anonimato puede facilitar a los usuarios mostrarse como desean ser conocidos (Jiménez y Pantoja, 2007).

Finalmente se encontró que existían correlaciones entre las variables independientes, aunque bajas, donde expresión de punto de vista correlacionaba con todas las demás dimensiones de dificultades interpersonales (Interacción, Comunicación, Expresión de Molestia y Expresión de Sentimientos) e incluso entre ellas también existieron otras combinaciones que correlacionaban, lo cual es esperado porque miden el mismo constructo. Sin embargo, no es esperado que existan correlaciones entre las demás variables independientes (Expresión de Punto de Vista y Carrera, Interacción y Sexo, Interacción y Carrera, Expresión de Molestia y Sexo, Expresión de Molestia y Carrera, Expresión de Sentimientos y Sexo, Expresión de Sentimientos y Carrera, Sexo y Carrera, Carrera y Semestre).
Por último, se puede afirmar que los roles y estereotipos culturales/sociales de los que son objeto los seres humanos, permiten entender estos resultados no esperados, dado que la enseñanza, desde el ambiente familiar, expone a niños y niñas a estímulos diferenciales, haciéndolos proclives a relacionarse y tener intereses distintos entre sí y la promoción de la expresión de determinadas emociones por medio del modelaje (Bandura, 1965), siendo en este sentido valorados algunos aspectos, inherentes al ser humano, y otros no de forma diferencial por el sexo al que se pertenece.

Conclusiones y Recomendaciones

A raíz de los resultados mostrados y la contrastación teórica- metodológica realizada, se puede afirmar que las variables utilizadas y consideradas como predictivas no ofrecieron la tendencia planteada, por tanto no pueden ser consideradas como las predictoras o tomadas como que ejercen influencia sobre la adicción a las redes sociales. Sí se pudo constatar que existe relación entre las habilidades sociales y la adicción a las redes sociales, resultando significativa al ser tomada como una variable completa sin dimensiones.

En este sentido, una de las razones por las cuales pudieron darse resultados contrarios a los esperados es porque el instrumento de medida utilizado para habilidades sociales no poseía una adecuada capacidad discriminativa entre las dimensiones que planteaba, ya que en el piloto resultaron dimensiones distintas a las planteadas por los autores inicialmente. Al ser contrastadas en el modelo de regresión, sus dimensiones se correlacionaban y aunque midieran el mismo constructo no miden las mismas habilidades sociales, ya que se refieren a partes diferenciales del ambiente social de los individuos. Otro factor que pudo afectar los resultados es que no se medían propiamente las habilidades sociales sino que el instrumento estaba diseñado para medir dificultades interpersonales. Esto llama la atención sobre la necesidad de construir un cuestionario que mida habilidades sociales, lo se enriquecería el cuerpo de conocimientos.

Los resultados también pudieron verse afectados por variables extrañas, tales como las características propias de la muestra, ya que la mayoría de las personas encuestadas expresaban tener poca dificultad para desenvolverse ante distintos escenarios independientemente del sexo, carrera o semestre.

En esta línea, la dimensión de Expresión de Punto de Vista del Cuestionario de Dificultades Interpersonales constituye una variable importante para predecir la adicción a las redes sociales en sus tres dimensiones (Obsesión, Falta de Control y Uso Excesivo).

Por otra parte, una de las razones por las cuales pudieron no resultar diferencias significativas entre el sexo, carrera y semestre es porque Venezuela está viviendo una agudización de la crisis político-económica que seguramente llevó a las personas a que se dirigieran a las redes sociales como mecanismos informativos para enterarse de lo que estuviese pasando en su entorno. De este modo se habría subestimado la tendencia a acceder a las redes para buscar información, lo cual no constituye una adicción sino un mecanismo esperado dado las condiciones referidas.

El uso constante y desde cualquier dispositivo afecta la adicción, ya que esto implica que el uso de las redes sociales se realiza sin llevar un control, puesto que los usuarios pudieran tener dificultades al momento de definir la cantidad de tiempo que invierten o destinan a la utilización de estas tecnologías y subestimar la afectación que esto pudiera tener en el desenvolvimiento diario, por lo que hace sumamente necesario que se evalúe el foco y alcance que está teniendo el Internet y el desarrollo agregado de la creación de redes sociales continuamente, considerando que pueden conllevar a adicciones.

Por otro lado, dadas las correlaciones bajas encontradas en el conjunto de variables, cabe señalar la existencia de variables intervinientes que, en la mayoría de los casos, al ser controladas disminuyen más aún el índice de relación de las variables, por lo que se presume que el efecto de las variables intervinientes es mediador, facilitando la visualización de la relación.

Finalmente, se considera pertinente para futuros estudios incluir otras variables que se han encontrado relevantes y que pueden tener impacto sobre la relación y predicción de la problemática de adicción a estas tecnologías, como lo es la personalidad, aspectos físicos, otro tipo de adicciones, entre otras (Christakis, Moreno, Jelenchick, Myaing y Zhou, 2011; Pozo, 1989; Rey, 2010). Además, se sugiere ampliar el conocimiento incluyendo la evaluación de otras carreras, las

cuales pudieran arrojar resultados diferentes, así como otro tipo de institución (pública/privada).

A su vez, la diferenciación entre adictos/no adictos es nula al tomar en consideración el anonimato, el cual forma parte del basamento explicativo de la presente investigación, contradiciendo así lo postulado por los autores Herrera y Valdiviezo (2011).

Por otro lado, para futuras investigaciones debería realizarse una categorización a priori de los participantes, definiendo de este modo quiénes son adictos y quiénes no para facilitar el tratamiento de los datos (mediante otros procedimientos estadísticos) y para probar la validez del instrumento utilizado en la población destino.

En este sentido, dado que la utilización del Cuestionario de Dificultades Interpersonales demostró tener fallas al medir la variable habilidades sociales, se sugiere utilizar otra medida para este constructo. No obstante, si se opta por utilizarlo, habrá que evitar separarlo por dimensiones puesto que, como se ha señalado antes, le resta poder predictivo.

Por otra parte, el basamento teórico/empírico que se encuentra disponible en la actualidad no permitiría utilizar técnicas más sofisticadas y con objetivo de predicción de la variable dependiente implicada, por lo que se considera pertinente continuar realizando estudios de tipo correlacional con diferentes grupos de variables para nutrir el cuerpo de conocimientos que van a ser utilizados posteriormente.

Referencias

Alegsa, L. (2011, Julio 27). Definición de Facebook [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.alegsa.com.ar/Dic/facebook.php

Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes, 26*(1), 7-13. Doi: 10.1016/j.rmclc.2014.12.001

Astonitas, L. (2005). Personalidad, hábitos de consumo y riesgo de adicción al internet en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología de la PUCP, 23*(1), 65-112. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/3378/337829529003.pdf

Ato, M., López, J. y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038-1059. Doi: http://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511

Ato, M., y Vallejo, G. (2011). Los efectos de terceras variables en la investigación psicológica. Anales de Psicología, 27(2), 550-561. Recuperado de http://www.redalyc.org/html/167/16720051031/

Baker, J., Pierce, I., Jordan, J., Surrey, J., Brooks, C. y Clements, J. (2010). Enfoques feministas de la teoría de la personalidad. En Teorías de la personalidad. R. Frager y J. Fadiman (pp. 141-172). Sexta edición. México: Alfaomega Grupo Editor.

Bandura, A. (1965). Vicarious processes: A case of no-trial learning, en L. Berkowitz (comp.), *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 2, pp. 1-55). Academic Press: Nueva York, EEUU.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory.* Prentice Hall: Nueva Jersey, EEUU.

Bandura, A. (1978). The self system in reciprocal determinism. *American Psychologist, 33*(4), 334-358. Doi: 0003-066X/78/3304-0344$00.75.

Bandura, A. (1986). *Social fundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory.* Prentice Hall: Nueva Jersey, EEUU.

Bandura, A. y Walters, R. (1974). *Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad.* Alianza Editorial: Alianza Universidad.

Barón, F. y Téllez, F. (2004). *Apuntes de Bioestadística: Tercer Ciclo en Ciencias de la Salud y Medicina.* Universidad de Málaga: España.

Bautista, M. (2016). *Características psicoemocionales de los grandes usuarios de redes sociales* (Tesis de grado de licenciatura, Universidad de Jaén, España). Recuperada de http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/2515/1/Bautista_Lopez_Marta_TFG_Psicologia.pdf

Bonilla, L. y Hernández, A. (2012). Impacto de la dependencia a las redes sociales virtuales sobre las habilidades sociales en estudiantes de la facultad de psicología de la universidad de San Buenaventura extensión Ibagué. *Revista PsicologiaCientifica.com, 14*(20). Recuperado de http://www.psicologiacientifica.com/dependencia-redes-sociales-habilidades-sociales-estudiantes-universitarios/

Boyd, D. y Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230. Recuperado de http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf

Brenner, V. (1997). Psychology of computer use: XLVII. Parameters of internet use, abuse and addiction: the first 90 days of the Internet Usage Survey. *Psychological Report, 80(3)*, 879-882. Recuperado de http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9198388

Cancela, R., Cea, N., Galindo, G. y Valilla, S. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto.* (Trabajo de investigación, Universidad Autónoma de Madrid, España). Recuperada de

https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf

Christakis, D., Moreno, M., Jelenchick, L., Myaing, M. y Zhou, C. (2011). Problematic internet usage in US college students: a pilot study. *BMC medicine*, *9*(1). Doi: 10.1186/1741-7015-9-77.

Colás, P, González, T. y de Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Revista Científica de Educomunicación 20*(40), 15-23. Recuperado de http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-03

Colegio Oficial de Psicólogos. (2010). Código Deontológico del Psicólogo. Modificado en marzo de 2010 para su adaptación a la Ley 25/2009 de 22 de diciembre (Ley Ómnibus). Recuperado el 15 de Abril de 2015, de http://www.cop.es/pdf/CodigoDeontologicoPsicologo-ModifAprobadaJGral13-12-14.pdf

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de diciembre). Gaceta Oficial de la República, N° 36.860. [Extraordinaria], Marzo 24, 2000.

Cornejo, M. y Tapia, M. (2012). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades,* (2), 219-229. Recuperado de http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/articulo-24-219.pdf

Coronel, A. (2014). Teoría de usos y gratificaciones. [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-de-usos-y-gratificaciones/

Cuyún, M. (2013). *Adicción a redes sociales en jóvenes.* (Tesis de Licenciatura, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperada de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf

Decreto Presidencial de Internet como Prioridad. (2000, 10 de mayo). Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela, n° 36 955 [Extraordinaria], Mayo 22, 2000.

Del Moral, J. (2005). *Redes Sociales ¿Moda o Nuevo Paradigma?* Madrid: Asociación de usuarios de Internet.

Del Prette, Z. y Del Prette, A. (2003). *Psicología de las Habilidades Sociales: Terapia y Educación.* Manual Moderno: México.

Duarte, V., Gamboa, A. y Arguello, S. (2013). *Impacto de las Redes Sociales en la Actualidad.* Tecnológica FITEC: Bucaramanga, Colombia.

Eceiza, M., Arrieta, M. y Goñi, A. (2008). Habilidades sociales y contextos de la conducta social. *Revista de Psicodidáctica, 13*(1), 11-26. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/175/17513102.pdf

eMarketer (2015, Septiembre 8). College Students Still Spend Most Social Time with Facebook [Artículo en la Web]. Recuperado de http://www.emarketer.com/Article/College-Students-Still-Spend-Most-Social-Time-with-Facebook/1012955

Erikson, E. (1964). *Insight and Responsability.* Norton: Nueva York, EEUU.

Escoto, V., Medrano, D., Ramírez, N., Ríos, L. y Balcázar, M. (2013). El uso de medios sociales digitales en internet en estudiantes universitarios. *Revista universitaria de administración, 4*(7), 6-10. Recuperado de http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/22/25

Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit, 20*(1), 73-91. ISSN: 2233-7666.

Espinoza, B. y Terán, L. (2015). Internet y seguridad: Implicaciones sociales y sus alcances. *Contribuciones a las Ciencias Sociales, 27.* Recuperado de http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/01/internet-seguridad.html

European Commission. (2016). *Eurostat: Your key to european stadistics.* Consultado el 20 de Agosto de 2016. Recuperado de http://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home

Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales de internet. *Salud Mental, 36*(6), 521-527. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-33252013000600010&script=sci_arttext

Fernández, T., Alguacil, J., Almaraz, A., Cancela, J., Delgado, M., García, M., Jiménez, E., Llorca, J., Molina, A., Ortíz, R., Valero, L. y Martín, V. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: Factores asociados y diferencias de género. *Adicciones 27*(4), 265-275. Recuperado de http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/751/720

Fontes, S., García, C. y Quintanilla, L. (2010). *Fundamentos de Investigación en Psicología.* (1ra ed.). Editorial UNED: Madrid.

García, E. (2012). La luz roja de una conducta descontrolada. *Revista de Negocios del IEEM.* Recuperado de https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxudWNjb21wdXRlcmxpdGVyYWN5bGFifGd4OjNiNTI1MGVlODIwNThmNTY

Grohol, J. (1999). *Internet addiction guide.* Recuperado de: http://www.pshychcentral.com/pageone.htm

Gutiérrez, C. y Noriega, P. (2015). *Estudio interpretativo del uso excesivo de las redes sociales a través de relatos de vida en jóvenes con edades comprendidas entre los 21 y 23 años* (Trabajo especial de grado, Universidad de Carabobo, Venezuela). Recuperada de http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3025/cgutpnor.pdf?sequence=3

Hernández-Simpieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de Investigación* (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

Hernández-Simpieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de Investigación* (5ta ed.). México: McGraw-Hill.

Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana, 18*(1), 6-18. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002

Herrera, A. y Valdiviezo, E. (2011). *Tecnología de información y comunicación (TIC's).* (Trabajo en Postgrado, Maturín, Monagas). Recuperado de http://legislacionempresarialgga.blogspot.com/2011/03/informe-final-de-las-tics.html

Inglés, C., Méndez, F. e Hidalgo, M. (2000). Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en la Adolescencia. *Psicothema, 12*(3), 390-398. ISSN 0214 - 9915

II Congreso Internacional Comunicación 3.0 (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. *Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación.* Recuperado de http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2015). Estadísticas a propósito del... Día mundial del Internet (17 de mayo) [Artículo en la Web]. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf

International Telecommunication Union. (2016). *ITU: Committed to connecting the world.* Consultado el 20 de Agosto de 2016. Recuperado de http://www.itu.int/es/Pages/default.aspx

IV Congreso de CiberSociedad (2009). Las TIC en Venezuela: Acceso, usos y apropiación. *Crisis Analógica, Futuro Digital.* Recuperado de

http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/las-tic-en-venezuela-acceso-usos-y-apropiacion/761/

Jayme, M. y Sau, V. (1996). *Psicología diferencial del sexo y el género: Fundamentos.* (1ra ed.). Icaria Antrazyt: España.

Jiménez, A. y Pantoja, V. (2007). Autoestima y relaciones interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología - Segunda Época, 26*(1), pp. 78-89. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repsi/v26n1/v26n1a06.pdf

Jiménez, G. (2014). El proceso de desintermediación comunicativa. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, 7*, 69-91. Recuperado de http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Gloria-Jim%C3%A9nez-el-proceso-de-desintermediaci%C3%B3n-comunicativa.pdf

Jordan, J. (1986). The meaning of mutuality, en J. V. Jordan, A. G. Kaplan, J. B. Miller, I. P. Stiver y J. L. Surrey, *Women's growth in connection* (pp. 81-86). Guilford Press: Nueva York, EEUU.

Jordan, J. (1987). Clarity in connection: Empathic knowing, desire and sexuality, *Work in pregress, 29,* Wellesley, Massachusetts, Stone Center Working Paper Series.

Jordan, J. y Hartling, L. (2002). New developments in relational-cultural theory, en M. Ballou y L. S. Brown (comp.), *Rethinking mental health and disorder: Feminist perspectives* (pp. 48-70). Guilford Press: New York, EE-UU.

Katz, E., Blumler, J., y Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. En J. Blumler y E. Katz (Eds.), The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (p. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage

Kerlinger, F. y Lee H. (2002). *Investigación del Comportamiento* (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

Laham, M. (2015). La conducta adictiva. *Psicología de la Salud.* Recuperado de www.psicologiadelasalud.com.ar/art-profesionales//la-conducta-adictiva-78.html?p=1pp

Lazo, V., Loaiza, G., Montiel, L., Mora, N., Páez, V., Perales, A., Rojas, C. y Rojas, J. (2005). Influencia de la familiaridad, percepción de peligrosidad, atribución de causas a la esquizofrenia, sexo y carrera sobre la distancia social hacia las personas diagnosticadas con esquizofrenia. Manuscrito no publicado, Escuela de Psicología, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

León, O. y Montero, I. (1998). *Métodos de investigación en psicología y educación*. Madrid: Pretince Hall.

Marañón, C. (2012). Redes sociales y jóvenes: Una intimidad cuestionada en internet. *Aposta: Revista de Ciencias Sociales,* (54), 1-16. ISSN 1696-7348.

Marín, V., Sampedro, B. y Muñóz, J. (2015). ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios? *Revista Complutense de Educación, 26*, 233-251. Recuperado de http://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/46659/45941

Martín, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas Profesión, 5*(17), 23-29. Recuperado de http://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/07/validacion_cuestionarios.pdf

Martínez, F. (2004). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. En *II Congreso Internacional de Comunicación* (Vol. 3). Recuperado de http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf

Martínez, M. (2011). De la brecha digital a la brecha cívica. Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida

pública. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación,* (86), 24-36. ISSN: 0213-084X.

Martínez, J., Martín, A., Valero, M. y Salguero, M. (2002). *Síndrome de Abstinencia.* Ediciones Hospital Regional Carlos Haya: Málaga, España.

Mendoza, C. y Santos, C. (2015). *Estudio del comportamiento de los estudiantes entre 18 y 23 años de edad, ante las redes sociales (Facebook y Twitter) en la Universidad Politécnica Salesiana (Campus Girón)* (Tesis de grado de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador). Recuperada de http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9486/1/UPS-QT07271.pdf

Merodio, J. (2010). Cómo empezar a promocionar tu negocio en redes sociales. (1ra ed.). Edita: México.

Miniwatts Marketing Group. (2016). *Internet world stats: Usage and population stadistics.* Consultado el 20 de Agosto de 2016. Recuperado de http://www.internetworldstats.com/

Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en internet. *Anuario de Psicología, 32*(2), 13-30. Recuperado de http://revistes.ub.edu/index.php/Anuario-psicologia/article/view/8822/11084

Moreno, M. (2011, Abril 18). 10 síntomas del adicto a las redes sociales [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.trecebits.com/2011/04/18/10-sintomas-del-adicto-a-las-redes-sociales/

Mythily, S., Qiu, S. y Winslow, M. (2008). Prevalence and correlates of excessive Internet use among youth in Singapore. *Annals Academy of Medicine, 37*, 9-14. Recuperado de http://www.annals.edu.sg/PDF/37VolNo1Jan2008/V37N1p9.pdf

Navarro, R. y Yubero, S. (2012). Impacto de la ansiedad social, las habilidades sociales y la cibervictimización en la comunicación online. *Escritos de Psicología, 5*(3), 4-15. Doi: 10.5231/psy.writ.2012.2009

Núñez, V. (2015). Estadísticas de redes sociales para convencer a tus clientes. [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://vilmanunez.com/2015/04/27/estadisticas-de-redes-sociales-2015-convencer-a-tus-clientes/

Organización de Estados Americanos. (2011). Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet. Recuperado de http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=849

Organización de las Naciones Unidas. (2012). Promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet. Recuperado de http://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_20_L13.pdf

Organización Mundial de la Salud (2004). *Neurociencia del consumo y dependencia de sustancias psicoactivas*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.

Organización Mundial de la Salud (2010). *Estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol*. Italia: Servicio de Producción de Documentos de la OMS.

Peña, G. (2009). *Estadística inferencial una introducción para las ciencias del comportamiento* (1ra ed.). Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.

Peñafiel, E. y Serrano, C. (2010). *Habilidades Sociales.* Editex; Madrid.

Pérez, F. (2011). Presente y futuro de la tecnología de la realidad virtual. *Revista Creatividad y Sociedad, 16.* Recuperado de http://www.creatividadysociedad.com/articulos/16/4-Realidad%20Virtual.pdf

Pérez, M. (2014). Comunicación a través de las redes sociales y su impacto en la construcción de la ciudad. Manuscrito no publicado, Departamento de Ciencias del Comportamiento, Universidad Simón Bolívar, Caracas-Venezuela.

Pérez, C. (2015). *Adicción a las nuevas tecnologías: Aproximación al uso de las TIC.* (Tesis de Licenciatura, Universidad de Jaén, España). Recuperada de http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/1967/1/Prez_Cabanillas_Carlos_TFG__Psicologa.pdf

Polo, J. (2009). Twitter... Para quien no usa Twitter. (1ra ed.). España.

Pozo, J. (1989). *Teorías Cognitivas del Aprendizaje.* (1ra ed.). Ediciones Morata; Madrid.

Rayo, A. (2014). *Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas* (Tesis de grado de licenciatura, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperada de http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/42/Rayo-Alejandra.pdf

Rey, J. (2010) Proposed changes to the psychiatric classification: towards DSM5. *Australas Psychiatry, 18*(4), 309-13. Doi:10.3109/10398562.2010.498518.

Rial, A., Gómez, P., Braña, T. y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología 30*(2), 642-655. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/167/16731188028.pdf

Riviére, A. (1992). *La Teoría Social del Aprendizaje. Implicaciones Educativas.* Editorial Alianza: Madrid.

Roca, E. (2014). *Cómo Mejorar tus Habilidades Sociales.* (4ta ed.). ACDE Ediciones: Valencia.

Ródenas, G. (2013). Capturar es compartir. Filosofía, redes sociales y fotografía 2.0. *Enrahonar. Quaderns de Filosofia, 50.* ISSN 2014-881X

Rodríguez, A. y Fernández, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología, 17*(1), 131-140. Doi: 10.14718/ACP.2014.17.1.13

Romero, A. (2002). *Globalización y pobreza.* Ediciones Unariño: Universidad de Nariño, Colombia.

Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación.* Editorial Panapo: Caracas, Venezuela.

Sánchez, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?. *Adicciones, 20*(2), 149-159. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122057007

Terradez, M. (2001). Análisis de componentes principales. *Proyecto e-Math Financiado por la Secretaría de Estado de Educación y Universidades (MECD).* Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32412395/Componentes_principales.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1472827343&Signature=8%2BvIPztFhJXumTizFk57IEFOT8A%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAnalisis_de_componentes_principales_ANAL.pdf

Tourn, L. y Berruhet, M. (2015, Septiembre 7). Los vínculos en las nuevas juventudes + El poder de la imagen: red social Instagram [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/48699/Documento_completo__.pdf?sequence=3

United Stated: Department of Commerce. (2016). *United States Census Bureau.* Consultado el 20 de Agosti de 2016. Recuperado de http://www.census.gov/

Walpole, R., Myers, R., Myers, S. y Ye, K. (2012). *Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias.* (9na ed.). Pearson Educación: México.

Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior, 1*(3), 237-244. Recuperado de http://chabad4israel.org/tznius4israel/newdisorder.pdf

Young, K.S. (1999). Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment. *Innovations in Clinical Practice: A Source Book, 17,* 19-31. Recuperado de http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.pdf

Zamora, M. (2006, Noviembre 14). Redes sociales en internet [Mensaje de Blog en la Web]. Recuperado de http://www.maestrosdelweb.com/redessociales/

Zephoria Inc. (2016). Zephoria: Digital marketing. Consultado el 20 de Agosto de 2016. Recuperado de https://zephoria.com/

ANEXO A

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES (ARS)

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre **S** Rara vez **RV** Casi siempre **CS** Nunca **N** Algunas veces **AV**

N° ÍTEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		N	**RV**	**AV**	**CS**	**S**
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las					

	redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

ANEXO B

CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero (a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Universidad en la que estudia: .....

Carrera o Facultad: .....

Ciclo/ Nivel: ..... Sexo: .....

¿Utiliza redes sociales?: ....., indique cuál o cuáles: .....

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta)
En mi casa ( )
En mi trabajo ( )
En las cabinas de internet ( )
En las computadoras de la universidad ( )
A través del celular ( )

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?
Todo el tiempo me encuentro conectado ( )
Una o dos veces por día ( )
Entre siete a 12 veces al día ( )
Dos o tres veces por semana ( )
Entre tres a Seis veces por día ( )
Una vez por semana ( )

De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?
10 % o Menos ( )
Entre 11 y 30 % ( )
Entre el 31 y 50 % ( )
Entre el 51 y 70 % ( )
Más del 70 % ( )

¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)? SI ( ) NO ( ) ¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?:
.....
.....

ANEXO C

CUESTIONARIO DE DIFICULTADES INTERPERSONALES (CDI)

Instrucciones:

Debes escribir el número que tú creas corresponde mejor en la actualidad al grado de dificultad que, generalmente, te supone cada relación, según la siguiente escala: **0 = Ninguna dificultad 1 = Poca dificultad 2 = Mediana dificultad 3 = Bastante dificultad 4 = Máxima dificultad** Al decir dificultad nos referimos tanto a aquellas situaciones en las que no sabes cómo responder o actuar (por ejemplo: te callas y te pones rojo), como aquellas otras en las que crees que te has excedido con la otra persona (por ejemplo, le insultas y luego te arrepientes).

ENUNCIADO: ¿Tienes dificultades para...?

Item	Enunciado	0	1	2	3	4
1	Decir que no a un amigo/a que insiste en que hagas algo que no te apetece hacer?					
2	Hacer cumplidos (elogio, piropos, etc.) a una persona que te atrae?					
3	Manifestar tu punto de vista a un amigo/a cuando este/a expresa una opinión con la que estas en desacuerdo ?					
4	Cortar la conversación con tu madre/padre cuando no te interesa el tema?					
5	Decir lo que piensas ante tus padres o familiares cercanos?					
6	Expresar tu disconformidad ante los compañeros de clase o trabajo?					
7	Pedir a un amigo/a que te haga un favor?					
8	Decir que no a un amigo/a que te pide prestado algo que te disgusta prestar?					
9	Pedir a un amigo que te devuelva algo que le dejaste prestado?					
10	Manifestar tu punto de vista cuando este es impopular?					
11	Hacer preguntas en clase o trabajo?					
12	Pedir información a un camarero si tienes dudas sobre el menú?					
13	Decir lo que piensas en una clase o reunión cuando consideras que la intervención del profesor ha sido incorrecta?					
14	Expresar tu punto de vista cuando estás con el grupo de amigos o cuadrilla?					
15	Solicitar una cita a una persona que te atrae?					
16	Opinar en contra si no estás de acuerdo con tus padres?					
17	Acercarte y presentarte a una persona que te atrae pero sólo conoces de vista?					
18	Decir a alguien que se te cuela en una fila que guarde su turno?					
19	Quejarte al camarero si en un bar te sirven una bebida o					

	comida que no está a tu gusto?					
20	Pedir al dependiente que te atienda a ti primero porque tú estabas antes?					
21	Comunicarle a una persona que insiste en llamarte que no te apetece volver a salir con ella?					
22	Decir que se callen a unas personas que en el cine están hablando muy alto?					
23	Devolver algo que has comprado cuando compruebas que está defectuoso?					
24	Entablar una conversación con una persona atractiva que se acerca y estabas deseando conocer?					
25	Pedir el cambio correcto en una tienda si te das cuenta que te han dado mal las vueltas?					
26	Cortar la conversación con un conocido o vecino que te aborda por la calle?					
27	Negarte a hacer cosas que tus padres o familiares cercanos te piden y te disgustan?					
28	Invitar a una persona que te" gusta "a ir al cine?					
29	Expresar tu opinión ante los compañeros/as de clase o trabajo?					
30	Pedirle el número de teléfono a una persona que acabas de conocer y que te atrae?					
31	Expresar claramente el motivo de tu enfado a tus padres o familiares cercanos?					
32	Expresar tus sentimientos a una persona de la que te estas enamorando?					
33	Cortar la conversación a un desconocido que te aborda en el autobús, parque, etc.?					
34	Solicitar información o ayuda en tiendas, oficinas etc.?					
35	Decir a tu novio/a "te quiero" y lo bien que estas con él/ella?					
36	Mostrar tu enfado a un desconocido/a que hace algo que te molesta?					

ANEXO D

CORRELACIONES ÍTEM-TEST DEL CDI

Item	Correlación	Item	Correlación	Item	Correlación
1	.281	13	.500	25	.496
2	.461	14	.386	26	.354
3	.404	15	.437	27	.243
4	.179	16	.337	28	.472
5	.354	17	.484	29	.480
6	.495	18	.503	30	.458
7	.349	19	.505	31	.361
8	.347	20	.555	32	.372
9	.410	21	.452	33	.351
10	.434	22	.414	34	.466
11	.478	23	.422	35	.368
12	.482	24	.495	36	.468

Fuente: Eceiza, Arrieta y Goñi (2008).

ANEXO E

TABLAS DE ANÁLISIS DE COMPONENTES PRINCIPALES

(PILOTO)

Tabla 1.

Estadísticos Descriptivos de Edad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Asimetría	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error típico
Edad	50	17	25	20.34	2.172	.500	.337
N válido (según lista)	50						

Tabla 2.

Frecuencia de Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	17	2	4.0	4.0	4.0
	18	11	22.0	22.0	26.0
	19	8	16.0	16.0	42.0
	20	6	12.0	12.0	54.0
	21	10	20.0	20.0	74.0
	22	4	8.0	8.0	82.0
	23	3	6.0	6.0	88.0
	24	4	8.0	8.0	96.0
	25	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Tabla 3.

Frecuencias de Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	25	50.0	50.0	50.0
	Femenino	25	50.0	50.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Tabla 4.

Frecuencias de Carrera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Psicología	25	50.0	50.0	50.0
	Economía	25	50.0	50.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Tabla 5.

Frecuencias de Semestre/Año

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1er semestre	11	22.0	22.0	22.0
	3er año	6	12.0	12.0	34.0
	3er Año	1	2.0	2.0	36.0
	3er semestre	7	14.0	14.0	50.0
	4to año	10	20.0	20.0	70.0
	4to Año	1	2.0	2.0	72.0
	4to semestre	2	4.0	4.0	76.0
	5to año	7	14.0	14.0	90.0
	5to semestre	3	6.0	6.0	96.0
	7mo semestre	1	2.0	2.0	98.0
	8vo semestre	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Tabla 6.
Estadísticos descriptivos de Dificultades Interpersonales.

	Media	Desviación típica	N del análisis
CDI 1	1.74	1.352	50
CDI 2	1.74	1.367	50
CDI 3	1.18	1.173	50
CDI 4	1.84	1.448	50
CDI 5	1.76	1.546	50
CDI 6	1.28	1.262	50
CDI 7	1.68	1.477	50
CDI 8	1.96	1.370	50
CDI 9	1.82	1.410	50
CDI 10	1.50	1.313	50
CDI 11	1.76	1.546	50
CDI 12	1.14	1.325	50
CDI 13	2.18	1.320	50
CDI 14	.72	1.126	50
CDI 15	2.20	1.414	50
CDI 16	1.04	1.245	50
CDI 17	2.50	1.446	50
CDI 18	1.92	1.397	50
CDI 19	2.06	1.434	50
CDI 20	1.70	1.374	50
CDI 21	1.50	1.418	50
CDI 22	1.52	1.344	50
CDI 23	1.18	1.380	50
CDI 24	1.92	1.353	50
CDI 25	.88	1.223	50
CDI 26	1.66	1.334	50
CDI 27	1.38	1.176	50
CDI 28	1.98	1.378	50
CDI 29	1.12	1.335	50
CDI 30	2.26	1.509	50
CDI 31	1.58	1.430	50
CDI 32	2.04	1.442	50
CDI 33	1.34	1.206	50
CDI 34	1.10	1.147	50
CDI 35	.84	1.299	50
CDI 36	1.86	1.385	50

Tabla 7.

Matriz de correlaciones[a] de Dificultades Interpersonales.

		CDI 1	CDI 2	CDI 3	CDI 4	CDI 5	CDI 6
Correlación	CDI 1	1.000	.183	.287	-.084	.262	.366
	CDI 2	.183	1.000	.386	.082	.259	.339
	CDI 3	.287	.386	1.000	.186	.486	.599
	CDI 4	-.084	.082	.186	1.000	.292	-.053
	CDI 5	.262	.259	.486	.292	1.000	.380
	CDI 6	.366	.339	.599	-.053	.380	1.000
	CDI 7	.284	.453	.234	.128	.279	.388
	CDI 8	.292	.343	.335	.316	.391	.432
	CDI 9	.425	.229	.427	.216	.298	.511
	CDI 10	.454	.233	.537	.021	.211	.542
	CDI 11	.301	.105	.238	.201	.317	.516
	CDI 12	.362	.403	.417	.044	.425	.476
	CDI 13	.198	.241	.308	.111	.242	.361
	CDI 14	.300	.204	.194	-.316	.148	.171
	CDI 15	.113	.576	.113	.006	-.015	.128
	CDI 16	.115	.126	.177	.185	.472	.201
	CDI 17	-.099	.449	.126	.049	.329	.145
	CDI 18	.313	.267	.383	-.148	.284	.441
	CDI 19	.208	.154	.442	-.035	.393	.475
	CDI 20	.287	.305	.326	-.014	.350	.485
	CDI 21	.218	.416	.374	.199	.242	.399
	CDI 22	.155	.286	.328	.243	.533	.358
	CDI 23	.354	.263	.421	.198	.202	.497
	CDI 24	.200	.551	.395	.098	.264	.432
	CDI 25	.363	.359	.272	-.023	.233	.432
	CDI 26	.176	.320	.483	.235	.435	.506
	CDI 27	.397	.329	.112	.156	.130	.380
	CDI 28	.030	.701	.192	.101	.113	.191
	CDI 29	.379	.498	.664	.074	.459	.767
	CDI 30	.144	.567	.204	.066	.132	.186
	CDI 31	.090	.246	.241	.371	.757	.259
	CDI 32	.162	.719	.309	.208	.288	.139
	CDI 33	.306	.240	.461	.231	.483	.298
	CDI 34	.175	.251	.229	.170	.232	.361

CDI 35	.231	.436	.086	.051	.113	.190
CDI 36	.340	.282	.443	.436	.556	.408

Tabla 8.

KMO y prueba de Bartlett de Dificultades Interpersonales.

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.519
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1440.974
	Gl	630
	Sig.	.000

Tabla 9.

Comunalidades de Dificultades Interpersonales.

	Inicial	Extracción
CDI 1	1.000	.438
CDI 2	1.000	.688
CDI 3	1.000	.452
CDI 4	1.000	.538
CDI 5	1.000	.660
CDI 6	1.000	.638
CDI 7	1.000	.518
CDI 8	1.000	.504
CDI 9	1.000	.582
CDI 10	1.000	.612
CDI 11	1.000	.477
CDI 12	1.000	.471
CDI 13	1.000	.274
CDI 14	1.000	.629
CDI 15	1.000	.788
CDI 16	1.000	.299
CDI 17	1.000	.737
CDI 18	1.000	.537
CDI 19	1.000	.601
CDI 20	1.000	.633
CDI 21	1.000	.618
CDI 22	1.000	.684
CDI 23	1.000	.534
CDI 24	1.000	.665
CDI 25	1.000	.670
CDI 26	1.000	.691
CDI 27	1.000	.634
CDI 28	1.000	.719
CDI 29	1.000	.725
CDI 30	1.000	.666
CDI 31	1.000	.726
CDI 32	1.000	.810
CDI 33	1.000	.675
CDI 34	1.000	.430
CDI 35	1.000	.531
CDI 36	1.000	.749

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 10.

Varianza total explicada de Dificultades Interpersonales.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	11.753	32.647	32.647	11.753	32.647	32.647	6.839	18.997	18.997
2	3.613	10.037	42.684	3.613	10.037	42.684	5.139	14.274	33.271
3	2.548	7.077	49.761	2.548	7.077	49.761	4.724	13.122	46.393
4	1.916	5.323	55.084	1.916	5.323	55.084	2.837	7.880	54.273
5	1.773	4.925	60.009	1.773	4.925	60.009	2.065	5.736	60.009
6	1.584	4.401	64.410						
7	1.417	3.935	68.345						
8	1.335	3.708	72.053						
9	1.227	3.407	75.460						
10	1.041	2.891	78.351						
11	.886	2.460	80.811						
12	.846	2.349	83.160						
13	.787	2.186	85.346						
14	.710	1.973	87.318						
15	.627	1.741	89.060						
16	.549	1.526	90.585						
17	.446	1.240	91.825						
18	.430	1.194	93.020						
19	.389	1.081	94.100						
20	.335	.930	95.030						
21	.292	.810	95.841						
22	.257	.713	96.554						
23	.198	.550	97.104						
24	.187	.519	97.623						
25	.166	.460	98.083						
26	.144	.401	98.484						
27	.116	.324	98.808						
28	.089	.248	99.056						
29	.084	.232	99.288						
30	.079	.219	99.508						
31	.053	.147	99.655						
32	.047	.131	99.786						
33	.030	.083	99.869						
34	.024	.068	99.936						
35	.015	.042	99.978						
36	.008	.022	100.000						

Tabla 11.

Matriz de componentes[a] de Dificultades Interpersonales.

	Componente				
	1	2	3	4	5
CDI 29	.809	-.100	-.232		
CDI 36	.763	-.263	.290		
CDI 6	.703	-.245	-.262		.123
CDI 20	.701		-.203	-.301	
CDI 22	.690	-.196	.274	-.132	-.278
CDI 24	.671	.353		-.272	
CDI 26	.648	-.270	.230	.272	-.267
CDI 19	.636	-.293		-.221	-.241
CDI 3	.633	-.181			
CDI 10	.628	-.161	-.433		
CDI 23	.623	-.314	-.171		.118
CDI 2	.620	.529		.135	
CDI 9	.615	-.235			.385
CDI 12	.614	-.116	-.258		
CDI 34	.599	-.155		-.129	.155
CDI 5	.594	-.202	.400	-.287	-.157
CDI 21	.593	.116		.459	-.187
CDI 33	.591	-.239	.369	.205	-.300
CDI 25	.585	-.169	-.103	.463	-.271
CDI 31	.568		.567	-.287	
CDI 7	.534	.152	.114		.441
CDI 13	.512				
CDI 18	.506		-.373	-.352	
CDI 11	.506	-.221	-.182		.364
CDI 8	.488	-.279	.211		.380
CDI 1	.459	-.199	-.310	.252	.170
CDI 16	.397		.344		-.140
CDI 15	.404	.755	-.130		.193
CDI 32	.547	.693	.129		
CDI 28	.572	.616		.112	
CDI 30	.511	.596		-.132	-.152
CDI 17	.346	.578	.218	-.444	-.197
CDI 4	.229		.631		.283
CDI 14	.310		-.521		-.503
CDI 27	.492			.510	.349
CDI 35	.389	.381		.470	

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 5 componentes extraídos

Tabla 12.

Matriz de componentes rotados[a] de Dificultades Interpersonales.

	Componente				
	1	2	3	4	5
CDI 6	.738		.186	.225	
CDI 10	.710	.128	.112	.158	-.230
CDI 29	.681	.254	.310	.290	-.128
CDI 18	.673	.173		-.187	-.114
CDI 23	.650		.212	.248	
CDI 11	.644				.239
CDI 12	.635	.174	.162		
CDI 9	.633		.169	.144	.355
CDI 20	.620	.317	.341		-.167
CDI 34	.575	.142	.247		.124
CDI 1	.549			.365	
CDI 19	.545		.518		-.188
CDI 3	.530	.116	.364	.144	
CDI 13	.348	.274	.204	.186	
CDI 15	.125	.858	-.164		
CDI 32		.855	.122	.207	.132
CDI 28	.135	.789	.113	.256	
CDI 30	.163	.760	.148		-.200
CDI 2	.230	.733	.105	.287	
CDI 17		.703	.364	-.313	
CDI 24	.457	.637	.209		
CDI 5	.274	.103	.745		.126
CDI 22	.338	.128	.733	.127	
CDI 31	.132	.283	.723		.311
CDI 36	.459	.106	.686	.166	.171
CDI 33	.163		.686	.420	
CDI 26	.284		.602	.497	
CDI 16		.120	.492	.168	.108
CDI 25	.343		.290	.653	-.197
CDI 21	.174	.309	.299	.632	
CDI 27	.285	.184		.593	.408
CDI 35		.461		.557	
CDI 14	.300	.180		.181	-.688
CDI 4			.402		.606
CDI 8	.429		.267	.130	.482
CDI 7	.386	.396	.105		.445

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 7 iteraciones.

Tabla 13.

Matriz de Covarianza de las Puntuaciones de las Componentes de Dificultades Interpersonales.

Componente	1	2	3	4	5
1	1.000	.000	.000	.000	.000
2	.000	1.000	.000	.000	.000
3	.000	.000	1.000	.000	.000
4	.000	.000	.000	1.000	.000
5	.000	.000	.000	.000	1.000

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Puntuaciones de componentes.

Tabla 14.

Estadísticos descriptivos de Adicción a las Redes Sociales

	Media	Desviación típica	N del análisis
ARS 1	2.36	1.120	50
ARS 2	1.32	.978	50
ARS 3	.76	.870	50
ARS 4	2.14	1.325	50
ARS 5	.80	.969	50
ARS 6	1.00	1.195	50
ARS 7	1.08	1.104	50
ARS 8	1.92	1.158	50
ARS 9	2.36	1.411	50
ARS 10	2.30	1.329	50
ARS 11	1.16	1.267	50
ARS 12	1.52	1.374	50
ARS 13	2.64	1.045	50
ARS 14	1.20	1.107	50
ARS 15	.48	.839	50
ARS 16	1.54	1.343	50
ARS 17	1.98	1.253	50
ARS 18	2.06	1.252	50
ARS 19	.82	.919	50
ARS 20	1.52	1.297	50
ARS 21	1.26	1.242	50
ARS 22	.76	1.135	50
ARS 23	.46	.706	50
ARS 24	.80	1.069	50

Tabla 15.

Matriz de Correlaciones[a] de Adicción a las Redes Sociales

		ARS1	ARS2	ARS3	ARS4	ARS5	ARS6	ARS7	ARS8	ARS9	ARS10	ARS11	ARS12	ARS13	ARS14	ARS15	ARS16	ARS17	ARS18	ARS19	ARS20	ARS21	ARS22	ARS23	ARS24
Correlación	ARS1	1.000	.563	.446	.543	.425	.503	.587	.211	.071	.036	.347	.181	-.427	.221	.247	.383	.645	.042	.124	-.075	.283	.246	.277	.198
	ARS2	.563	1.000	.571	.248	.327	.419	.675	.293	.225	.097	.188	.238	-.244	.185	.132	.409	.322	.101	.361	-.021	.283	.273	.226	.043
	ARS3	.446	.571	1.000	.224	.402	.334	.658	.244	.205	.134	.313	.226	-.232	.242	.217	.200	.295	.163	.200	-.032	.172	.044	.316	.189
	ARS4	.543	.248	.224	1.000	.245	.361	.369	.287	.082	.103	.266	.094	-.287	.078	.085	.301	.604	.216	.071	.159	.188	.050	.039	.063
	ARS5	.425	.327	.402	.245	1.000	.458	.340	.186	.128	.032	.143	.187	-.516	.171	.271	.289	.400	.027	.028	-.110	.197	-.007	.436	.197
	ARS6	.503	.419	.334	.361	.458	1.000	.480	.354	.230	.039	.296	.174	-.294	.447	.244	.483	.490	.205	.223	.132	.206	.196	.073	.128
	ARS7	.587	.675	.658	.369	.340	.480	1.000	.325	.165	.164	.458	.160	-.311	.187	.421	.287	.429	.188	.296	-.044	.193	.227	.292	-.003
	ARS8	.211	.293	.244	.287	.186	.354	.325	1.000	.455	.467	-.005	.193	-.058	.140	.145	.343	.379	-.011	.082	.151	.114	-.155	-.004	.053
	ARS9	.071	.225	.205	.082	.128	.230	.165	.455	1.000	.551	.058	.175	-.007	.280	.041	.488	.235	.115	.287	.241	.039	.132	.138	.184
	ARS10	.036	.097	.134	.103	.032	.039	.164	.467	.551	1.000	.262	.584	.035	.333	.070	.491	.310	-.097	.446	.500	.088	.130	.154	.431
	ARS11	.347	.188	.313	.266	.143	.296	.458	-.005	.058	.262	1.000	.268	-.048	.282	.406	.308	.503	.200	.306	.060	.142	.155	.099	.130
	ARS12	.181	.238	.226	.094	.187	.174	.160	.193	.175	.584	.268	1.000	-.151	.373	.169	.409	.397	.053	.447	.360	.122	.252	.169	.684
	ARS13	-.427	-.244	-.232	-.287	-.516	-.294	-.311	-.058	-.007	.035	-.048	-.151	1.000	-.060	-.195	-.266	-.317	.032	-.196	-.130	.058	-.298	-.186	-.285

ARS 14	.221	.185	.242	.078	.171	.447	.187	.140	.280	.333	.282	.373	-.060	1.000	.268	.612	.327	-.038	.478	.409	.258	.364	.167	.483
ARS 15	.247	.132	.217	.085	.271	.244	.421	.145	.041	.070	.406	.169	-.195	.268	1.000	.254	.262	.108	.247	.122	.093	.102	.412	.132
ARS 16	.383	.409	.200	.301	.289	.483	.287	.343	.488	.491	.308	.409	-.266	.612	.254	1.000	.673	.005	.576	.409	.073	.408	.056	.475
ARS 17	.645	.322	.295	.604	.400	.490	.429	.379	.235	.310	.503	.397	-.317	.327	.262	.673	1.000	.209	.333	.207	.187	.197	.080	.362
ARS 18	.042	.101	.163	.216	.027	.205	.188	-.011	.115	-.097	.200	.053	.032	-.038	.108	.005	.209	1.000	.081	-.170	.147	.097	.245	-.082
ARS 19	.124	.361	.200	.071	.028	.223	.296	.082	.287	.446	.306	.447	-.196	.478	.247	.576	.333	.081	1.000	.628	.203	.623	.067	.440
ARS 20	-.075	-.021	-.032	.159	-.110	.132	-.044	.151	.241	.500	.060	.360	-.130	.409	.122	.409	.207	-.170	.628	1.000	.168	.239	-.021	.474
ARS 21	.283	.283	.172	.188	.197	.206	.193	.114	.039	.088	.142	.122	.058	.258	.093	.073	.187	.147	.203	.168	1.000	.262	.419	.086
ARS 22	.246	.273	.044	.050	-.007	.196	.227	-.155	.132	.130	.155	.252	-.298	.364	.102	.408	.197	.097	.623	.239	.262	1.000	.166	.397
ARS 23	.277	.226	.316	.039	.436	.073	.292	-.004	.138	.154	.099	.169	-.186	.167	.412	.056	.080	.245	.067	-.021	.419	.166	1.000	.070
ARS 24	.198	.043	.189	.063	.197	.128	-.003	.053	.184	.431	.130	.684	-.285	.483	.132	.475	.362	-.082	.440	.474	.086	.397	.070	1.000

a. Determinante = 8.376E-008

Tabla 15. Continuación

Tabla 16.

KMO y prueba de Bartlett de Adicción a las Redes Sociales

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.584
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	654.528
	Gl	276
	Sig.	.000

Tabla 17.

Comunalidades de Adicción a las Redes Sociales

	Inicial	Extracción
ARS 1	1.000	.656
ARS 2	1.000	.492
ARS 3	1.000	.458
ARS 4	1.000	.391
ARS 5	1.000	.421
ARS 6	1.000	.492
ARS 7	1.000	.664
ARS 8	1.000	.697
ARS 9	1.000	.462
ARS 10	1.000	.679
ARS 11	1.000	.282
ARS 12	1.000	.494
ARS 13	1.000	.276
ARS 14	1.000	.507
ARS 15	1.000	.271
ARS 16	1.000	.705
ARS 17	1.000	.626
ARS 18	1.000	.116
ARS 19	1.000	.685
ARS 20	1.000	.597
ARS 21	1.000	.207
ARS 22	1.000	.574
ARS 23	1.000	.335
ARS 24	1.000	.590

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 18.

Varianza Total Explicada de Adicción a las Redes Sociales

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6.845	28.519	28.519	6.845	28.519	28.519	4.949	20.622	20.622
2	3.048	12.701	41.221	3.048	12.701	41.221	4.270	17.792	38.414
3	1.787	7.447	48.668	1.787	7.447	48.668	2.461	10.253	48.668
4	1.547	6.447	55.115						
5	1.384	5.766	60.881						
6	1.248	5.199	66.080						
7	1.134	4.724	70.804						
8	1.022	4.257	75.061						
9	.977	4.070	79.131						
10	.883	3.681	82.812						
11	.702	2.926	85.738						
12	.590	2.458	88.196						
13	.512	2.132	90.328						
14	.433	1.805	92.133						
15	.376	1.566	93.699						
16	.313	1.306	95.005						
17	.267	1.110	96.115						
18	.234	.977	97.092						
19	.168	.700	97.792						
20	.163	.677	98.470						
21	.147	.612	99.081						
22	.113	.471	99.553						
23	.065	.273	99.825						
24	.042	.175	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 19.

Matriz de Componentes[a] de Adicción a las Redes Sociales

	Componente		
	1	2	3
ARS 16	.768	.303	.151
ARS 17	.759		.203
ARS 7	.666	-.470	
ARS 1	.663	-.465	
ARS 6	.640	-.256	.129
ARS 19	.620	.479	-.266
ARS 2	.614	-.339	
ARS 14	.599	.355	-.149
ARS 12	.566	.411	
ARS 3	.565	-.372	
ARS 11	.509	-.109	-.108
ARS 5	.504	-.407	
ARS 4	.481	-.299	.266
ARS 15	.436	-.150	-.242
ARS 13	-.434	.209	.211
ARS 21	.351	-.103	-.270
ARS 20	.383	.671	
ARS 10	.497	.559	.347
ARS 24	.518	.527	-.212
ARS 18	.168	-.278	-.105
ARS 8	.426		.718
ARS 22	.451	.260	-.551
ARS 9	.429	.266	.455
ARS 23	.352	-.259	-.380

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 3 componentes extraídos

Tabla 20.

Matriz de componentes rotados[a] de Adicción a las Redes Sociales

	Componente		
	1	2	3
ARS 1	.789		.173
ARS 7	.786		.212
ARS 2	.661	.107	.208
ARS 3	.648		.188
ARS 5	.640		.107
ARS 6	.602	.150	.327
ARS 17	.564	.319	.454
ARS 23	.505	.134	-.250
ARS 13	-.495	-.168	
ARS 4	.487		.392
ARS 15	.463	.222	
ARS 11	.460	.255	
ARS 21	.377	.216	-.133
ARS 18	.327		
ARS 19	.184	.807	
ARS 24		.764	
ARS 20	-.167	.730	.191
ARS 14	.227	.666	.113
ARS 12	.149	.663	.179
ARS 16	.319	.635	.447
ARS 22	.268	.631	-.323
ARS 10		.603	.555
ARS 8	.163		.819
ARS 9		.312	.603

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Tabla 21.

Matriz de transformación de las componentes de Adicción a las Redes Sociales

Componente	1	2	3
1	.718	.594	.362
2	-.663	.743	.095
3	-.212	-.308	.927

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Tabla 22.

Matriz de coeficientes para el cálculo de las puntuaciones en las componentes de Adicción a las Redes Sociales

	Componente		
	1	2	3
ARS 1	.174	-.051	.008
ARS 2	.136	-.033	.032
ARS 3	.138	-.045	.029
ARS 4	.084	-.077	.154
ARS 5	.146	-.049	-.007
ARS 6	.107	-.029	.093
ARS 7	.170	-.060	.029
ARS 8	-.038	-.090	.395
ARS 9	-.067	.024	.267
ARS 10	-.111	.119	.224
ARS 11	.090	.036	-.032
ARS 12	-.022	.161	.006
ARS 13	-.116	-.023	.093
ARS 14	.003	.164	-.035
ARS 15	.107	.043	-.107
ARS 16	-.003	.115	.129
ARS 17	.076	.008	.143
ARS 18	.090	-.035	-.054
ARS 19	-.008	.217	-.090
ARS 20	-.104	.199	.035
ARS 21	.091	.052	-.125
ARS 22	.056	.198	-.254
ARS 23	.138	.033	-.187
ARS 24	-.035	.210	-.066

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Puntuaciones de componentes.

Tabla 23.

Matriz de covarianza de las puntuaciones de las componentes de Adicción a las Redes Sociales

Componente	1	2	3
1	1.000	.000	.000
2	.000	1.000	.000
3	.000	.000	1.000

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Puntuaciones de componentes.

ANEXO F

ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS Y REGRESIONES

(ESTUDIO FINAL)

Tabla 24.

Estadísticos descriptivos del Cuestionario de Dificultades Interpersonales

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico
CDI 1	300	0	4	1.28	1.228
CDI 2	300	0	4	1.83	1.309
CDI 3	300	0	4	.92	1.096
CDI 4	300	0	4	1.78	1.336
CDI 5	300	0	4	1.31	1.256
CDI 6	300	0	4	1.32	1.140
CDI 7	300	0	4	1.20	1.277
CDI 8	300	0	4	1.39	1.250
CDI 9	300	0	4	1.49	1.317
CDI 10	300	0	4	.69	1.095
CDI 11	300	0	4	.63	1.025
CDI 12	300	0	4	2.41	1.342
CDI 13	300	0	4	2.66	1.289
CDI 14	300	0	4	1.38	1.279
CDI 15	300	0	4	1.45	1.337
CDI 16	300	0	4	1.59	1.307
CDI 17	300	0	4	1.67	1.339
CDI 18	300	0	4	1.25	1.222
CDI 19	300	0	4	.88	1.103
CDI 20	300	0	4	1.66	1.331
CDI 21	300	0	4	.82	1.080
CDI 22	300	0	4	1.41	1.192
CDI 23	300	0	4	1.56	1.235
CDI 24	300	0	4	2.06	1.384
CDI 25	300	0	4	1.02	1.086
CDI 26	300	0	4	2.27	1.353
CDI 27	300	0	4	1.17	1.244
CDI 28	300	0	4	2.07	1.366
CDI 29	300	0	4	1.18	1.198
CDI 30	300	0	4	.73	1.036
CDI 31	300	0	4	.90	1.293
CDI 32	300	0	4	1.26	1.224
N válido (según lista)	300				

Tabla 24.

Estadísticos descriptivos del Cuestionario de Dificultades Interpersonales (Continuación)

	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Error típico	Estadístico	Error típico
CDI 1	1.508	.591	.141	-.624	.281
CDI 2	1.713	.192	.141	-1.033	.281
CDI 3	1.201	1.165	.141	.676	.281
CDI 4	1.784	.256	.141	-1.050	.281
CDI 5	1.578	.607	.141	-.683	.281
CDI 6	1.301	.595	.141	-.356	.281
CDI 7	1.630	.743	.141	-.672	.281
CDI 8	1.563	.469	.141	-.831	.281
CDI 9	1.736	.418	.141	-.974	.281
CDI 10	1.199	1.647	.141	1.884	.281
CDI 11	1.051	1.849	.141	2.936	.281
CDI 12	1.801	-.354	.141	-1.076	.281
CDI 13	1.662	-.615	.141	-.691	.281
CDI 14	1.635	.518	.141	-.797	.281
CDI 15	1.787	.549	.141	-.865	.281
CDI 16	1.708	.429	.141	-.888	.281
CDI 17	1.794	.293	.141	-1.021	.281
CDI 18	1.492	.686	.141	-.535	.281
CDI 19	1.216	1.113	.141	.340	.281
CDI 20	1.771	.289	.141	-1.064	.281
CDI 21	1.167	1.252	.141	.809	.281
CDI 22	1.421	.493	.141	-.586	.281
CDI 23	1.525	.303	.141	-.897	.281
CDI 24	1.916	-.047	.141	-1.206	.281
CDI 25	1.180	.817	.141	-.161	.281
CDI 26	1.830	-.297	.141	-1.074	.281
CDI 27	1.548	.863	.141	-.267	.281
CDI 28	1.865	-.032	.141	-1.196	.281
CDI 29	1.435	.771	.141	-.298	.281
CDI 30	1.072	1.516	.141	1.827	.281
CDI 31	1.672	1.184	.141	.039	.281
CDI 32	1.499	.663	.141	-.503	.281
N válido (según lista)					

Tabla 25.

Estadísticos descriptivos del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico
ARS 1	300	0	4	2.56	1.085
ARS 2	300	0	4	1.61	1.034
ARS 3	300	0	4	1.00	1.091
ARS 4	300	0	4	1.32	1.287
ARS 5	300	0	4	1.30	1.298
ARS 6	300	0	4	1.45	1.257
ARS 7	300	0	4	1.86	1.173
ARS 8	300	0	4	2.32	1.271
ARS 9	300	0	4	2.51	1.201
ARS 10	300	0	4	1.73	1.322
ARS 11	300	0	4	1.46	1.260
ARS 12	300	0	4	1.92	1.240
ARS 13	300	0	4	2.33	1.188
ARS 14	300	0	4	.83	1.008
ARS 15	300	0	4	1.29	1.166
ARS 16	300	0	4	1.07	1.156
ARS 17	300	0	4	1.07	1.140
ARS 18	300	0	4	1.09	1.139
N válido (según lista)	300				

Tabla 25.

Estadísticos descriptivos del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (Continuación)

	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Error típico	Estadístico	Error típico
ARS 1	1.177	-.550	.141	-.169	.281
ARS 2	1.069	.461	.141	-.162	.281
ARS 3	1.191	1.026	.141	.426	.281
ARS 4	1.656	.645	.141	-.678	.281
ARS 5	1.684	.587	.141	-.858	.281
ARS 6	1.579	.473	.141	-.817	.281
ARS 7	1.376	.055	.141	-.757	.281
ARS 8	1.615	-.327	.141	-.859	.281
ARS 9	1.441	-.471	.141	-.739	.281
ARS 10	1.748	.282	.141	-.982	.281
ARS 11	1.587	.462	.141	-.779	.281
ARS 12	1.539	-.006	.141	-.991	.281
ARS 13	1.412	-.373	.141	-.628	.281
ARS 14	1.016	1.188	.141	.972	.281
ARS 15	1.358	.572	.141	-.522	.281
ARS 16	1.336	.883	.141	-.118	.281
ARS 17	1.300	.836	.141	-.111	.281
ARS 18	1.297	.951	.141	.159	.281
N válido (según lista)					

Tabla 26.

Frecuencias y porcentajes de Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	200	66.7	66.7	66.7
	Masculino	100	33.3	33.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 27.

Frecuencias y porcentajes de Carrera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comunicación Social	150	50.0	50.0	50.0
	Administración y Contaduría	150	50.0	50.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 28.

Frecuencias y porcentajes de Semestre/Año

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	30	10.0	10.0	10.0
	2	57	19.0	19.0	29.0
	3	21	7.0	7.0	36.0
	4	52	17.3	17.3	53.3
	5	30	10.0	10.0	63.3
	6	28	9.3	9.3	72.7
	7	14	4.7	4.7	77.3
	8	29	9.7	9.7	87.0
	9	20	6.7	6.7	93.7
	10	19	6.3	6.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 29.

Frecuencias y Porcentajes de Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	17	11	3.7	3.7	3.7
	18	67	22.3	22.3	26.0
	19	48	16.0	16.0	42.0
	20	48	16.0	16.0	58.0
	21	57	19.0	19.0	77.0
	22	31	10.3	10.3	87.3
	23	19	6.3	6.3	93.7
	24	10	3.3	3.3	97.0
	25	6	2.0	2.0	99.0
	26	1	.3	.3	99.3
	27	1	.3	.3	99.7
	28	1	.3	.3	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 30.

Medios de Conexión para el Uso las Redes Sociales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A través del celular.	51	17.0	17.0	17.0
	En mi casa.	35	11.7	11.7	28.7
	En mi casa., A través del celular.	124	41.3	41.3	70.0
	En mi casa., En las cabinas de internet., A través del celular.	3	1.0	1.0	71.0
	En mi casa., En las cabinas de internet., En las computadoras de la universidad	3	1.0	1.0	72.0
	En mi casa., En las computadoras de la universidad.	3	1.0	1.0	73.0
	En mi casa., En las computadoras de la universidad., A través del celular.	16	5.3	5.3	78.3

En mi casa., En mi trabajo.	1	.3	.3	78.7
En mi casa., En mi trabajo., A través del celular.	44	14.7	14.7	93.3
En mi casa., En mi trabajo., En las cabinas de internet., A través del celular	2	.7	.7	94.0
En mi casa., En mi trabajo., En las cabinas de internet., En las computadoras	5	1.7	1.7	95.7
En mi casa., En mi trabajo., En las computadoras de la universidad.	3	1.0	1.0	96.7
En mi casa., En mi trabajo., En las computadoras de la universidad., A través	9	3.0	3.0	99.7
En mi trabajo., A través del celular.	1	.3	.3	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tabla 30. Continuación

Tabla 31.

Frecuencia de Conexión de las Redes Sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dos o tres veces por semana.	3	1.0	1.0	1.0
	Entre siete a 12 veces al día.	79	26.3	26.3	27.3
	Entre tres a seis veces por día.	34	11.3	11.3	38.7
	Todo el tiempo me encuentro conectado.	143	47.7	47.7	86.3
	Una o dos veces por día.	39	13.0	13.0	99.3
	Una vez por semana.	2	.7	.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 32.

Frecuencia de personas a quienes conocen los participantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10% o menos.	13	4.3	4.3	4.3
	Entre el 11 y 30%.	32	10.7	10.7	15.0
	Entre el 31 y el 50%.	53	17.7	17.7	32.7
	Entre el 51 y el 70%.	86	28.7	28.7	61.3
	Más del 70%.	116	38.7	38.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 33.

Frecuencia de uso de verdaderos datos personales o anonimato

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	19	6.3	6.3	6.3
	Sí	281	93.7	93.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabla 34.

Obsesión con variables independientes Resumen del modelo[b]

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio	
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F
1	.326[a]	.106	.081	6.19767	.106	4.316

Tabla 34.

Obsesión con variables independientes Resumen del modelo[b] *(continuación)*

Modelo	Estadísticos de cambio			Durbin-Watson
	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	8[a]	291	.000	1.868

a. Variables predictoras: (Constante), Semestre/Año, Expresión pto de vista (hs), Sexo, Carrera, Comunicación (hs), Interacción (hs), Expresión de sentimientos (hs), Expresión de molestia (hs)

b. Variable dependiente: VD Obsesión

Tabla 35.

Falta de control con variables independientes Resumen del modelo[b]

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio	
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F
1	.302[a]	.091	.066	6.51924	.091	3.645

Tabla 35.

Falta de control con variables independientes Resumen del modelo[b] *(Continuación)*

Modelo	Estadísticos de cambio			Durbin-Watson
	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	8[a]	291	.000	1.953

a. Variables predictoras: (Constante), Semestre/Año, Expresión pto de vista (hs), Sexo, Carrera, Comunicación (hs), Interacción (hs), Expresión de sentimientos (hs), Expresión de molestia (hs)

b. Variable dependiente: VD Falta de control

Tabla 36.

Uso excesivo con variables independientes Resumen del modelo[b]

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio	
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F
1	.285[a]	.081	.056	1.86877	.081	3.222

Tabla 36.

Uso excesivo con variables independientes Resumen del modelo[b]*(Continuación)*

Modelo	Estadísticos de cambio			Durbin-Watson
	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	8[a]	291	.002	1.805

a. Variables predictoras: (Constante), Semestre/Año, Expresión pto de vista (hs), Sexo, Carrera, Comunicación (hs), Interacción (hs), Expresión de sentimientos (hs), Expresión de molestia (hs)

b. Variable dependiente: VD Uso excesivo

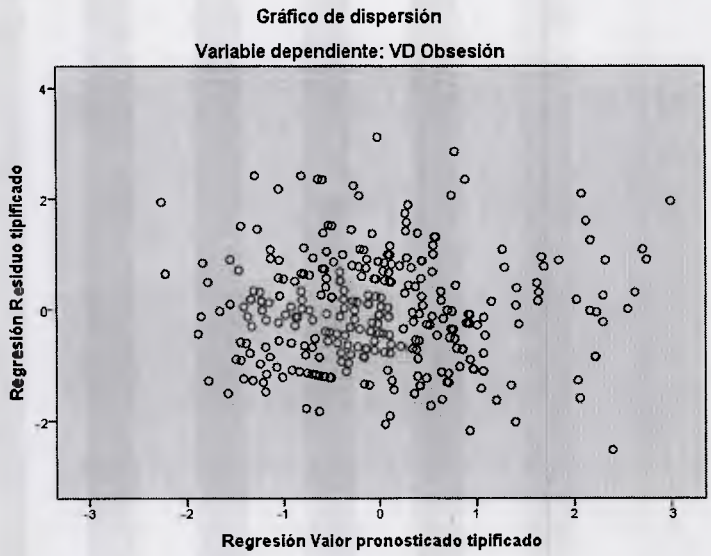

Gráfico 1. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales.

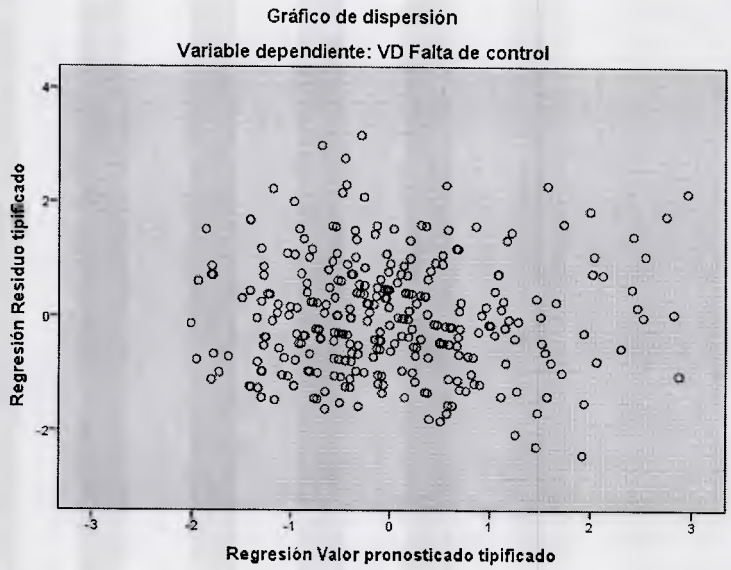

Gráfico 2. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales.

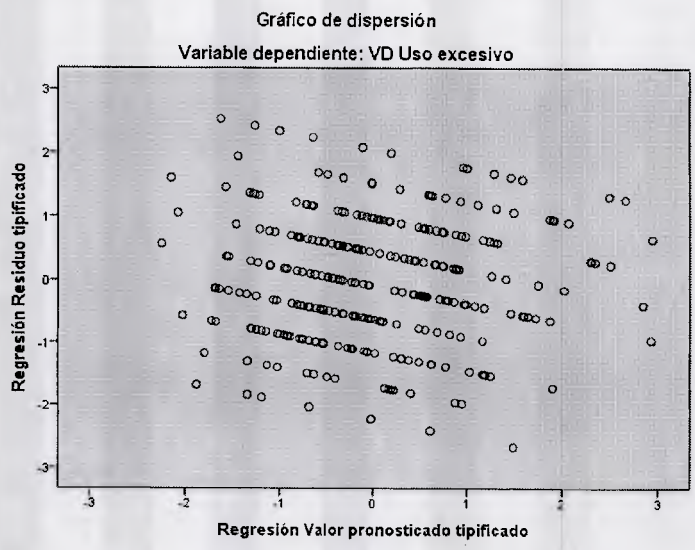

Grafico 3. Distribución de los residuos tipificados y pronosticados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales.

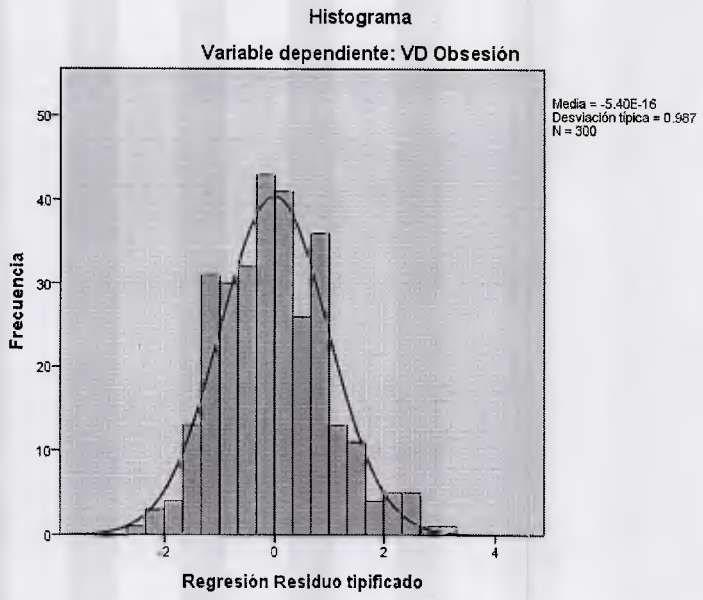

Gráfico 4. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Obsesión de la adicción a las redes sociales.

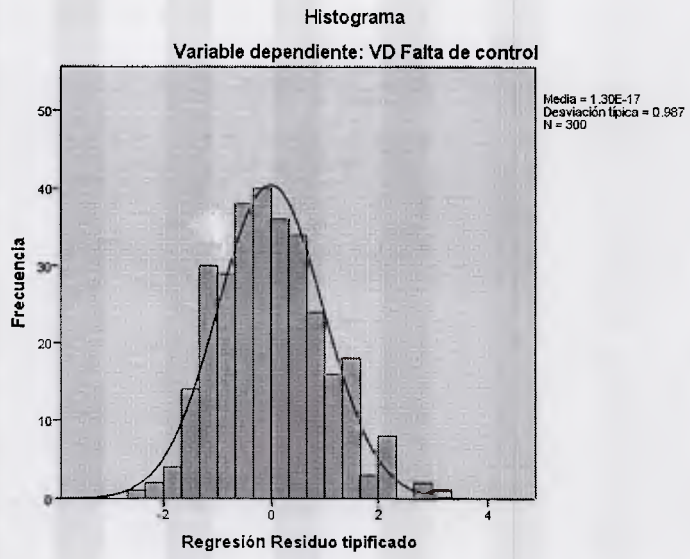

Gráfico 5. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Falta de Control de la adicción a las redes sociales.

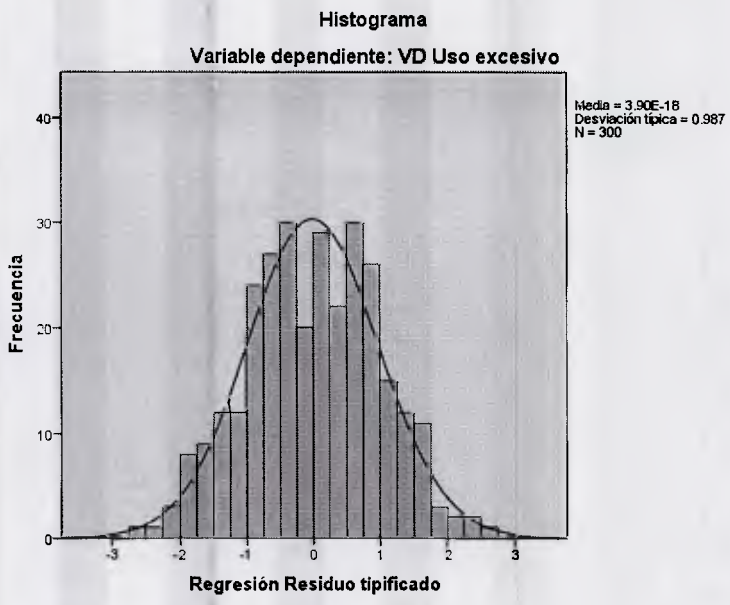

Gráfico 6. Histograma de residuos tipificados de la dimensión Uso Excesivo de la adicción a las redes sociales.

Tabla 37.
Coeficientes de Obsesión

Modelo		Correlaciones		
		VD Obsesión	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.281	.198	.191
	Interacción (hs)	.093	-.084	-.079
	Comunicación (hs)	.086	-.087	-.082
	Expresión de molestia (hs)	.202	-.033	-.032
	Expresión de sentimientos (hs)	.230	.079	.075
	Sexo	-.061	-.016	-.016
	Carrera	-.113	-.082	-.078
	Ciclo académico	-.033	.005	.005

Tabla 38
Coeficientes de Falta de Control

Modelo		Correlaciones		
		VD Falta control	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.283	.153	.148
	Interacción (hs)	.126	-.008	-.007
	Comunicación (hs)	.148	-.018	-.017
	Expresión de molestia (hs)	.231	.013	.012
	Expresión de sentimientos (hs)	.220	.025	.024
	Sexo	.001	.069	.066
	Carrera	-.092	-.076	-.073
	Ciclo académico	-.043	-.021	-.020

Tabla 39.
Coeficientes de Uso excesivo

Modelo		Correlaciones		
		VD Uso Excesivo	Parcial	Semiparcial
1	Expresión punto de vista (hs)	.246	.168	.164
	Interacción (hs)	.080	-.042	-.040
	Comunicación (hs)	.082	-.073	-.070
	Expresión de molestia (hs)	.209	.059	.057
	Expresión de sentimientos (hs)	.139	-.052	-.050
	Sexo	-.044	.019	.018
	Carrera	-.118	-.096	-.093
	Ciclo académico	-.059	-.031	-.030

Tabla 40.

Coeficientes[a] de obsesión para todas las variables independientes.

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T
		B	Error típ.	Beta	
1	(Constante)	12.171	1.627		7.482
	Expresión pto de vista (hs)	.225	.065	.342	3.492
	Interacción (hs)	-.096	.064	-.106	-1.497
	Comunicación (hs)	-.364	.243	-.103	-1.494
	Expresión de molestia (hs)	-.079	.124	-.060	-.636
	Expresión de sentimientos (hs)	.234	.167	.118	1.401
	Sexo	-.266	.867	-.019	-.306
	Carrera	-1.194	.776	-.092	-1.539
	Semestre/Año	.133	.133	.057	1.006

Tabla 40.

Coeficientes[a] de obsesión para todas las variables independientes (Continuación)

Modelo		Sig.	Estadísticos de colinealidad	
			Tolerancia	FIV
1	(Constante)	.000		
	Expresión pto de vista (hs)	.001	.321	3.115
	Interacción (hs)	.135	.616	1.623
	Comunicación (hs)	.136	.652	1.534
	Expresión de molestia (hs)	.525	.350	2.859
	Expresión de sentimientos (hs)	.162	.436	2.296
	Sexo	.760	.766	1.305
	Carrera	.125	.852	1.174
	Semestre/Año	.315	.970	1.031

a. Variable dependiente: VD Obsesión

Tabla 41.

Coeficientes[a] de falta de control para todas las variables independientes.

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T
		B	Error típ.	Beta	
1	(Constante)	9.946	1.711		5.812
	Expresión pto de vista (hs)	.183	.068	.265	2.689
	Interacción (hs)	-.013	.068	-.013	-.189
	Comunicación (hs)	-.081	.256	-.022	-.315
	Expresión de molestia (hs)	.021	.130	.015	.163
	Expresión de sentimientos (hs)	.081	.176	.039	.460
	Sexo	1.043	.912	.073	1.143
	Carrera	-1.174	.816	-.087	-1.439
	Semestre/Año	.082	.139	.033	.589

Tabla 41.

Coeficientes[a] de falta de control para todas las variables independientes(Continuación)

Modelo		Sig.	Estadísticos de colinealidad	
			Tolerancia	FIV
1	(Constante)	.000		
	Expresión pto de vista (hs)	.008	.321	3.115
	Interacción (hs)	.850	.616	1.623
	Comunicación (hs)	.753	.652	1.534
	Expresión de molestia (hs)	.871	.350	2.859
	Expresión de sentimientos (hs)	.646	.436	2.296
	Sexo	.254	.766	1.305
	Carrera	.151	.852	1.174
	Semestre/Año	.556	.970	1.031

Tabla 42.

Coeficientes[a] del Uso Excesivo para las variables independientes.

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T
		B	Error típ.	Beta	
1	(Constante)	4.280	.491		8.725
	Expresión pto de vista (hs)	.057	.019	.291	2.937
	Interacción (hs)	-.014	.019	-.052	-.730
	Comunicación (hs)	-.092	.073	-.088	-1.260
	Expresión de molestia (hs)	.037	.037	.094	.993
	Expresión de sentimientos (hs)	-.044	.050	-.074	-.873
	Sexo	.077	.261	.019	.296
	Carrera	-.398	.234	-.104	-1.701
	Semestre/Año	-.007	.040	-.010	-.183

a. Variable dependiente: VD Uso excesivo

Tabla 42.

Coeficientes[a] del Uso Excesivo para las variables independientes (Continuación)

Modelo		Sig.	Estadísticos de colinealidad	
			Tolerancia	FIV
1	(Constante)	.000		
	Expresión pto de vista (hs)	.004	.321	3.115
	Interacción (hs)	.466	.616	1.623
	Comunicación (hs)	.209	.652	1.534
	Expresión de molestia (hs)	.322	.350	2.859
	Expresión de sentimientos (hs)	.383	.436	2.296
	Sexo	.768	.766	1.305
	Carrera	.090	.852	1.174
	Semestre/Año	.855	.970	1.031

a. Variable dependiente: VD Uso excesivo

Tabla 43.
Correlaciones de las dimensiones de las variables dependientes con las variables independientes

	VD Obsesión	Sig.	VD Falta Control	Sig.	VD Uso excesivo	Sig.
Expresión punto de vista (hs)	.281	.000	.283	.000	.246	.000
Interacción (hs)	.093	.054	.126	.015	.080	.083
Comunicación (hs)	.086	.069	.148	.005	.082	.078
Expresión de Molestia (hs)	.202	.000	.231	.000	.209	.000
Expresión de sentimientos (hs)	.230	.000	.220	.000	.139	.008
Sexo	-.061	.145	.001	.493	-.044	.223
Carrera	-.113	.025	-.092	.056	-.118	.021
Ciclo académico	-.033	.286	-.043	.228	-.059	.154

Tabla 44.
Correlaciones entre variables independientes

	Interacción	Sig. Unila-teral	Comunicación	Sig. Unila-teral	Expresión de Molestia (hs)	Sig. Unila-Teral
Expresión punto de vista (hs)	.487	.000	.564	.000	.767	.000
Interacción (hs)	1.000	.	.292	.000	.395	.000
Comunicación (hs)	.292	.000	1.000	.	.539	.000
Expresión de molestia (hs)	.395	.000	.539	.000	1.000	.
Expresión de sentimientos (hs)	.482	.000	.441	.000	.682	.000
Sexo	-.388	.000	-.072	.105	-.134	.010
Carrera	-.219	.000	-.040	.244	-.123	.016
Ciclo académico	-.040	.247	-.004	.470	-.025	.336

Tabla 44.
Correlaciones entre variables independientes (Continuación)

	Expresión de sentimientos (hs)	Sig. Unila-teral	Sexo	Sig. Unila-teral	Carrera	Sig. Unila-teral	Ciclo Académico	Sig. Unila-teral
Expresión punto de vista (hs)	.686	.000	-.169	.002	-.116	.023	-.061	.145
Interacción (hs)	.482	.000	-.388	.000	-.219	.000	-.040	.247
Comunicación (hs)	.441	.000	-.072	.105	-.040	.244	-.004	.470
Expresión de molestia (hs)	.682	.000	-.134	.010	-.123	.016	-.025	.336
Expresión de sentimientos (hs)	1.000	.	-.105	.035	-.146	.006	-.054	.177
Sexo	-.105	.035	1.000	.	.339	.000	.113	.026
Carrera	-.146	.006	.339	.000	1.000	.	.170	.002
Ciclo académico	-.054	.177	.113	.026	.170	.002	1.000	.

ANEXO G

CUESTIONARIO ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES

(ESTUDIO FINAL)

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente, por lo que le agradecemos que sea absolutamente sincero (a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

Carrera: ..... Semestre:..... Sexo: ..... ¿Utiliza redes sociales?: ....., indique cuál o cuáles: .....

¿Dónde se conecta a las redes sociales? (puede marcar más de una respuesta):
En mi casa ( ) En mi trabajo ( ) En las cabinas de internet ( ) En las computadoras de la universidad ( )
A través del celular ( )

¿Con qué frecuencia se conecta a las redes sociales?
Todo el tiempo me encuentro conectado ( ) Una o dos veces por día ( ) Entre siete a 12 veces al día ( ) Dos o tres veces por semana ( ) Entre tres a Seis veces por día ( ) Una vez por semana ( )

De todas las personas que conoce a través de la red, ¿cuántos conoce personalmente?
10 % o Menos ( ) Entre 11 y 30 % ( ) Entre el 31 y 50 % ( ) Entre el 51 y 70 % ( ) Más del 70 % ( )

¿Sus cuentas en la red contienen sus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.)?
SI ( ) NO ( ) ¿Qué es lo que más le gusta de las redes sociales?: .....
.....

Instrucciones:

A continuación se presentan 18 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre **S** Casi siempre **CS** Algunas veces **AV** Rara vez **RV** Nunca **N**

		N	RV	AV	CS	S
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
5	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
6	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
8	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
9	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
10	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
11	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
12	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
13	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
14	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
15	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
16	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
17	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
18	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

ANEXO H

CUESTIONARIO DE DIFICULTADES INTERPERSONALES

(ESTUDIO FINAL)

Instrucciones: Debes marcar el espacio del número que tú creas corresponde mejor en la actualidad al grado de dificultad que, generalmente, te supone cada relación, según la siguiente escala: **0 = Ninguna dificultad; 1 = Poca dificultad; 2 = Mediana dificultad; 3 = Bastante dificultad; 4 = Mucha dificultad.** Al decir dificultad nos referimos tanto a aquellas situaciones en las que no sabes cómo responder o actuar (por ejemplo: te callas y te pones rojo), como aquellas otras en las que crees que te has excedido con la otra persona (por ejemplo, le insultas y luego te arrepientes).

ENUNCIADO: ¿Tienes dificultades para...?

		0	1	2	3	4
1	Decir que no a un amigo/a que insiste en que hagas algo que no te apetece hacer?					
2	Hacer cumplidos (elogio, piropos, etc.) a una persona que te atrae?					
3	Manifestar tu punto de vista a un amigo/a cuando este/a expresa una opinión con la que estas en desacuerdo ?					
4	Cortar la conversación con tu madre/padre cuando no te interesa el tema?					
5	Decir lo que piensas ante tus padres o familiares cercanos?					
6	Expresar tu disconformidad ante los compañeros de clase o trabajo?					
7	Pedir a un amigo que te devuelva algo que le dejaste prestado?					
8	Manifestar tu punto de vista cuando este es impopular?					
9	Hacer preguntas en clase o trabajo?					
10	Pedir información a un camarero si tienes dudas sobre el menú?					
11	Expresar tu punto de vista cuando estás con el grupo de amigos o cuadrilla?					
12	Solicitar una cita a una persona que te atrae?					
13	Acercarte y presentarte a una persona que te atrae pero sólo conoces de vista?					
14	Decir a alguien que se te cuela en una fila que guarde su turno?					
15	Quejarte al camarero si en un bar te sirven una bebida o comida que no está a tu gusto?					
16	Pedir al dependiente que te atienda a ti primero porque tú estabas antes?					
17	Comunicarle a una persona que insiste en llamarte que no te apetece volver a salir con ella?					
18	Decir que se callen a unas personas que en el cine están hablando muy alto?					
19	Devolver algo que has comprado cuando compruebas que está defectuoso?					
20	Entablar una conversación con una persona atractiva que se acerca y estabas deseando conocer?					
21	Pedir el cambio correcto en una tienda si te das cuenta que te han dado mal las vueltas?					
22	Cortar la conversación con un conocido o vecino que te aborda por la calle?					
23	Negarte a hacer cosas que tus padres o familiares cercanos te piden y te disgustan?					
24	Invitar a una persona que te" gusta "a ir al cine?					

25	Expresar tu opinión ante los compañeros/as de clase o trabajo?					
26	Pedirle el número de teléfono a una persona que acabas de conocer y que te atrae?					
27	Expresar claramente el motivo de tu enfado a tus padres o familiares cercanos?					
28	Expresar tus sentimientos a una persona de la que te estas enamorando?					
29	Cortar la conversación a un desconocido que te aborda en el autobús, parque, etc.?					
30	Solicitar información o ayuda en tiendas, oficinas etc.?					
31	Decir a tu novio/a "te quiero" y lo bien que estas con él/ella?					
32	Mostrar tu enfado a un desconocido/a que hace algo que te molesta?					