



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, CIENCIAS Y LETRAS**

**ESCUELA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

**TEMA:**

**DIMENSIONES DE LA PERSONALIDAD Y SU RELACIÓN CON EL  
ABUSO DE LAS REDES SOCIALES**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
PSICOLOGIA CLÍNICA**

**AUTORA:**

**MARIA ELISA AGUILERA BARZALLO**

**DIRECTOR:**

**MGST. SEBASTIAN HERRERA PUENTE**

**CUENCA-ECUADOR**

**2020**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a la guía de toda mi vida, mi ángel guardián, quien estará presente en todos mis pasos, logros y momentos felices. Este trabajo representa la culminación de una gran meta, por ello le dedico este detalle a él, mi pilar, mi inspiración y orgullo de ser humano, mi abuelo Pepe, el Dr. José Arturo Barzallo, gracias por sostener mi mano, no solo alivia el frío, sino me da fuerza. Con todo mi cariño, esto es para usted.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer especialmente a mi director de tesis, el Mgtr. Sebastián Herrera Puente, sus consejos, orientación y sobre todo el seguimiento en el proceso de la elaboración de la tesis. Por su implicación y principalmente apoyo en los diferentes aspectos que me han llevado a culminar este trabajo, dándome la guía necesaria no solo para crecer en el ámbito académico sino personal. Gracias nuevamente por su confianza y sus conocimientos transmitidos.

De la misma forma, quiero agradecer a mi familia, quienes han estado presentes desde el inicio de mi carrera de una forma positiva, motivándome y creyendo en mí siempre, dándome la fuerza necesaria para no rendirme en ningún momento; me gustaría agradecer principalmente a mi madre, Fabiola Barzallo, sus ánimos han sido claves para poder completar con éxito este reto personal y profesional, ella ha ayudado mucho poniendo su empeño en cada una de mis dudas y especialmente por su paciencia y apoyo durante todo este tiempo, ha sido mi base para no rendirme nunca, por lo cual siempre le estaré agradecida.

A mi abuela Ruth Correa, ella sostiene mis emociones y es quien siempre ha exigido que sea mejor, por su fortaleza, por ella he llegado a ser perseverante y a ver hacia adelante con optimismo y seguridad.

A mi enamorado y amistades con los que he podido compartir mi experiencia, mis pensamientos y mi estado emocional, durante todo el transcurso de la tesis.

Doy gracias también, que aun en los momentos difíciles nunca he perdido la fe y la confianza en mi misma, por autoexigirme y por ser constante para llegar a culminar este importante proceso.

Muchas gracias a todos ustedes por confiar y animarme en este reto académico. Gracias de todo corazón.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ÍNDICE ANEXOS.....	VI
ÍNDICE IMÁGENES.....	VI
ÍNDICE TABLAS .....	VI
ÍNDICE FIGURAS.....	VI
RESUMEN .....	VIII
ABSTRACT.....	IX
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: LA PERSONALIDAD.....	3
1.1 Teoría de los Rasgos.....	4
1.2 Los cinco grandes factores de la personalidad.....	6
1.2.1 Extraversión.....	7
1.2.2 Neuroticismo.....	8
1.2.3 Apertura.....	9
1.2.4 Amabilidad.....	10
1.2.5 Responsabilidad.....	11
1.3 Conclusiones del capítulo I: La Personalidad.....	12
CAPÍTULO II: REDES SOCIALES EN LÍNEA.....	14
2.1 Redes sociales.....	15
2.2 Definición de las redes sociales.....	16
2.3 Definición de las redes sociales en línea.....	18
2.4 Historia y evolución de las redes sociales en línea.....	19
2.5 Características de las redes sociales en línea.....	21

2.6	Tipos de redes sociales en línea.....	25
2.7	Las redes sociales en línea más utilizadas.....	26
2.7.1	Facebook .....	26
2.7.2	Twitter.....	28
2.7.3	Instagram.....	28
2.7.4	Pinterest.....	30
2.7.5	YouTube.....	30
2.7.6	Snapchat.....	31
2.8	El impacto social de las redes sociales en línea.....	31
2.9	Uso de las redes sociales en línea.....	36
2.10	Uso compulsivo en las redes sociales en línea.....	37
2.11	Efectos psicológicos del abuso de las redes sociales en línea.....	40
2.12	Personalidad y usos en las redes sociales en línea.....	44
2.13	Conclusiones del capítulo II. Redes Sociales y la Personalidad.....	48
CAPÍTULO III: ESTUDIO EMPÍRICO, DISEÑO Y DESARROLLO DE LA		
INVESTIGACIÓN.....		50
3.1	Justificación de la investigación.....	51
3.2	Objetivos.....	52
3.3	Hipótesis.....	53
3.4	Método.....	53
3.5	Tipo de estudio.....	54
3.6	Procedimiento: Aplicación y Análisis Estadístico.....	54
3.6.1	Instrumentos.....	54
3.6.1.1	Plataforma Estadística SPSS.....	54
3.6.1.2	Inventario NEO Reducido de Cinco Factores (NEO- FFI).....	55

3.6.1.3	Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS).....	56
3.6.2	Participantes.....	57
3.6.3	Análisis Estadístico.....	58
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		59
4.1	Valores de resultados del Cuestionario NEO-FFI.....	60
4.2	Valores de resultados del Cuestionario ARS.....	61
4.3	Correlación de resultados.....	64
4.3.1	Relación de redes sociales y variables demográficas.....	64
4.3.2	Relación de personalidad y redes sociales.....	67
4.3.3	Relación de personalidad según el grado de adicción redes sociales.....	68
5.	DISCUSIÓN.....	69
5.1	Discusión de la H1: Los usuarios que abusan de las redes sociales presentarán un nivel más alto de extraversión que las personas que pasan menor tiempo conectadas.....	72
5.2	Discusión de la H2: El neuroticismo se relaciona con un nivel alto de tiempo en el que pasan en las redes sociales.....	73
5.3	Discusión de la H3: El rasgo de apertura se relaciona a un alto nivel de tiempo en el uso de redes sociales.....	74
5.4	Discusión de la H4: Los usuarios que pasan poco tiempo en redes sociales presentarán un nivel más alto de responsabilidad.....	74
6.	CONCLUSIONES.....	76
7.	RECOMENDACIONES.....	79
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	81

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA INVESTIGACION CON ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.....	89
ANEXO 2: DECLARACION DE CONSENTIMIENTO.....	91
ANEXO 3: FICHA SOCIO DEMOGRÁFICA.....	92
ANEXO 4: VERSIÓN FINAL DEL CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES (ARS).....	93
ANEXO 5: INVENTARIO DE PERSONALIDAD REDUCIDO DE CINCO FACTORES (NEO-FFI).....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: LÍNEA DEL TIEMPO DE LAS REDES SOCIALES.....	21
FIGURA 2: TIEMPO INVERTIDO POR LOS USUARIOS EN LAS REDES SOCIALES EN LÍNEA.....	33
FIGURA 3: MOTIVACIONES GLOBALES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES.....	35
FIGURA 4: DIMENSIONES DE PERSONALIDAD.....	60
FIGURA 5: FRECUENCIA DE ESTUDIANTES CON RASGOS CLÍNICAMENTE SIGNIFICATIVOS.....	61
FIGURA 6: DIMENSIONES DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES .....	63
FIGURA 7: FRECUENCIA DE OBSESIÓN A REDES SOCIALES.....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CARACTERÍSTICA DE LOS PARTICIPANTES.....	58
---	----

TABLA 2: USO DE REDES SOCIALES.....	62
TABLA 3: RELACIÓN DE ADICCIÓN DE REDES SOCIALES Y VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	65
TABLA 4: ADICCIÓN A REDES SOCIALES SEGÚN CARACTERÍSTICAS.....	66
TABLA 5: RELACIÓN ENTRE PERSONALIDAD Y ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES.....	67
TABLA 6: COMPARACIÓN DE PERSONALIDAD SEGÚN ESTADO DE ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES.....	68

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo identificar la relación existente entre el abuso de redes sociales en línea con las Cinco Grandes dimensiones de la personalidad y las variables asociadas a su uso problemático, en una muestra de 166 estudiantes de primero a cuarto año de la carrera de Psicología Clínica de la “Universidad del Azuay”.

Como resultados significativos se obtuvo que la Adicción a las redes sociales mantiene una correlación inversa con el rasgo de Responsabilidad, y una correlación positiva el rasgo de Neuroticismo. Además, en los rasgos de Apertura y Cordialidad se muestra una tendencia a no Abusar de las redes sociales, a diferencia del rasgo de Extraversión en donde la mayoría si abusa de las mismas.

Palabras clave: Redes Sociales, Personalidad, Adicción.

## Abstract

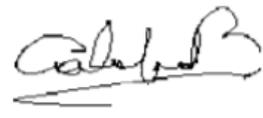
The aim of this research was to identify the relationship between the abuse of online social networking with the Big Five dimensions of personality and the variables associated to their problematic use, in a sample of 166 students from the first to the fourth year of Clinical Psychology at "Universidad del Azuay".

As significant results, it was obtained that Addiction to social networks is inversely correlated with the trait of Responsibility, while it is positively correlated with the trait of Neuroticism. In addition, in the traits of Openness and Friendliness there is a tendency of not abusing social networks; unlike Extraversion, which is a trait most participants abuse.

Keywords: Social network, personality, addiction.



Translated by



Maria Elisa Aguilera Barzallo Maria Catalina Barzallo Correa

## **Introducción**

El presente trabajo se explica como integrador dentro de la disciplina clínica, viéndose interrelacionado el modelo de psicología de la personalidad con la psicología social, en donde se describen aspectos a considerar dentro de la Universidad del Azuay y además en la sociedad y mundo en el que actualmente nos encontramos inmersos.

Tras los años de estudio universitario en el área de psicología, pude denotar como la sociedad en el espacio educativo, utiliza las redes sociales no solo como medio de comunicación entre compañeros o profesores, sino también para estar al tanto de todo lo que ocurre en el mundo externo, invirtiendo períodos de tiempo extensos para poder cubrir todas sus necesidades informativas y de interrelación que estos medios requieren, por este motivo, la presente investigación se centra en indagar un poco más sobre cómo y quienes son los más susceptibles al abuso de las mismas y como su personalidad influye en la búsqueda exhaustiva de mostrarse y formar parte de un medio social electrónico, en donde, la dependencia psicológica a internet y consecuentemente a las redes sociales se ha convertido en un problema que afecta las relaciones interpersonales, familiares, afectivas, laborales, académicas, entre otras.

Existen muchos trabajos desarrollados en el área de las redes sociales alrededor de todo el mundo. En cuanto a la adicción a redes sociales y a tecnologías los que guardan mayor relación con este propósito, es la perfilación, mediante este sistema se pretende encontrar patrones que demuestren la utilidad de determinar los rasgos de personalidad de individuos tomando las redes sociales como contexto de investigación, planteando conclusiones generales sobre cada uno de los factores de personalidad que componen los “Cinco Grandes”.

Estos Cinco Grandes Factores o Dimensiones, son explicadas con precisión en el capítulo 1, en donde se hace una revisión de artículos en referencia al estudio de la personalidad, en cómo se describe a la misma y sus orígenes teóricos, basando esta

investigación en la Teoría de los Rasgos según los estudios previos de Costa Jr, P. T y McCrae, R. R. De la misma forma, la parte teórica se enfoca en el capítulo 2, en donde se hace un análisis sobre las redes sociales en línea mediante la recopilación de datos nacionales e internacionales de las principales redes sociales, su uso y sus características, además este capítulo brinda una visión amplia sobre actitudes sociales a relacionarse con las nuevas tecnologías y estas a su vez con la personalidad.

En el capítulo 3 y 4, se muestra el estudio empírico, el desarrollo y resultados de la presente investigación; basado en un análisis estadístico por medio del Cuestionario de Adicciones a las Redes Sociales “ARS” y la relación existente con el modelo de los Cinco Grandes basado en el Inventario NEO Reducido de Cinco Factores “NEO- FFI”, y con las variables sociodemográficas propuestas.

En el capítulo 5, 6 y 7, se detallan los resultados más relevantes encontrados en la presente investigación, tanto la discusión, conclusión y recomendaciones, nos exponen la fiabilidad de los test utilizados, los principales hallazgos y como estos se comparan con la literatura previa.

Al final del presente documento, como parte de los Anexos, se podrá visualizar las pruebas y cuestionarios elegidos para realizar el trabajo a continuación.

# **CAPÍTULO I**

## **LA PERSONALIDAD**

## 1.1 Teoría de los Rasgos

La personalidad se define como la organización dinámica que determina el comportamiento, pensamiento y la adaptación de los individuos al ambiente (Allport, 1967).

Los griegos atribuyeron el término “personalidad” que posee su raíz etimológica en la palabra latina “persona” que alude a la máscara que utilizaban los actores en los teatros para identificarse con alguien en particular. Cuando los actores utilizaban esta máscara, actuaban de acuerdo con el personaje que representaban. Del concepto de persona deriva el término personalidad, esto significa, que la personalidad es lo que determina quién es cada quién y cómo se manifiesta en el entorno (Seelbach, 2013). Como explicación en el libro de “Teorías de la Personalidad” de Susan Cloninger (2002), se define como “las causas internas que subyacen al comportamiento individual y a la experiencia de la persona” (p.25).

En ocasiones se define la personalidad de alguien como el rol que representa, su trabajo o el puesto que desempeña, pero la personalidad no se identifica por el papel representado, ya que este denota una acción que se acomete, y es apenas uno de los muchos efectos que la persona realiza, siendo la persona y su personalidad mucho más que su propio obrar (Cabanyes, Polaino y Pozo, 2009).

La personalidad es la base del estudio de la psicología como una parte imprescindible para explicar el comportamiento humano de forma en que cada persona puede responder de manera diferente a una misma situación; a la vez que su estudio se aproxima a los motivos que llevan a un individuo a actuar, a sentir, a pensar y a desenvolverse en un medio para tratar de adaptarse a exigencias sociales, esto a partir de características propias y únicas que se estructuran desde la infancia, reflejándose a través de los años en futuras experiencias (Font, 2002). De aquí nacen diversas corrientes psicológicas que difieren en sus orígenes, por ejemplo; si la personalidad ha sido aprendida con el tiempo en base al desarrollo, si la interpretación de estas experiencias depende del medio social en el que se desenvuelve, o si

viene dada desde el nacimiento como una herencia. Cual sea la visión desde la que se prefiera interpretar la personalidad, esta investigación se basará en la teoría de los rasgos, en el modelo de Los Cinco Factores de Personalidad de Costa y McCrae (2008). Se considera uno de los enfoques más utilizados para el estudio de la personalidad. Este modelo explica que varias características universales del comportamiento de los seres humanos pueden ser agrupadas en “rasgos”, rasgos que a su vez se interrelacionan entre sí, dando como resultado a las llamadas “Dimensiones de personalidad”, sin embargo; actualmente sus autores defienden la entrevista clínica como un proceso indispensable en donde cada caso a tratar no puede interpretarse igual a otro aun compartiendo características similares de personalidad (González y Ronai, 2020).

Un rasgo de la personalidad es una característica que distingue a una persona de otra y que ocasiona que cada individuo se comporte de manera más o menos consecuente. Se puede decir que una persona tiene algún grado de un rasgo, desde un nivel bajo hasta un nivel alto. “Los rasgos permiten una descripción precisa de la personalidad, ya que cada uno se refiere a un conjunto más enfocado de características y puede ser atribuido a una persona en varios grados” (Cloninger, 2002, p.4).

En base a estos postulados nace la teoría de los Cinco Grandes, que se origina con autores como Gordon Allport (1967), quien basó su estudio en tres categorías: rasgos centrales, rasgos secundarios y rasgos cardinales; estos dos últimos son los que predominan en el comportamiento de una persona a lo largo de su vida. Más adelante y siendo más específico, Raymond Cattell (Fernández, 2010), clasifica una amplia muestra de individuos dentro de 171 rasgos diferentes, utilizando una técnica estadística conocida como “Análisis Factorial”, que le sirvió para identificar términos estrechamente relacionados, y al final de su estudio redujo su lista a 16 rasgos de personalidad. Otro destacado autor es Hans Eysenck (Fernández, 2010), quien desarrolló un modelo de la personalidad basado en sólo tres

dimensiones o factores: introversión/extraversión, neuroticismo/estabilidad emocional y psicoticismo.

Tanto la teoría de Eysenck como la de Cattell han sido objeto de numerosas investigaciones, lo que ha llevado a algunos teóricos a considerar que Cattell se centró en demasiados rasgos, mientras que Eysenck se concentró en muy pocos (Riera, 2017).

Como resultado, los modelos no son suficientes para la comprensión del fenómeno de la personalidad en su conjunto, lo que motivó a Costa y McCrae a desarrollar la Teoría de los Cinco Factores basada en el análisis factorial de Cattell, una nueva teoría de los rasgos que permite explicar el funcionamiento de la personalidad como un sistema en el cual estos cinco factores o tendencias básicas interactúan con influencias externas y factores biológicos en la formación y mantenimiento de características adaptativas (actitudes, valores, autoconcepto) (Costa y McCrae, 2008).

Desde este enfoque, postulan el Modelo de los Cinco Grandes, a partir del cual es posible identificar cinco factores de la personalidad: neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad.

## **1.2 Los cinco grandes factores de la personalidad**

Los rasgos de personalidad han sido una base de estudio pleno para entender patologías en el campo clínico y psiquiátrico, pero también se han vuelto una parte de estudio en el área social, en donde las redes sociales han formado una nueva etapa de estudio para entender como las personas se engloban y las adoptan como parte de sí mismos siendo algo imprescindible para su vida diaria, en donde buscan de manera desesperada y continua estar conectados con otras personas; sin embargo, hay quienes no lo ven tan necesario, reduciendo las horas de uso a niveles bajos o casi nulos. Demostrando que factores intrínsecos de la personalidad pueden ser los que lleven a cierto grupo de personas a ser más o menos

propensas a abusar de las redes sociales, por lo cual los factores de extraversión, neuroticismo, apertura, amabilidad y responsabilidad, serán variables importantes en esta investigación, ayudándonos a demostrar si dichas características influyen de manera directa en esta nueva problemática.

### **1.2.1 Extraversión**

Contrario a la Introversión, en donde la persona se engloba hacia adentro, hacia sí mismo de modo que pierde interés o evita un medio social. La extraversión en cambio denota como el objeto de interés de la persona se encuentra hacia afuera, su motivación destaca en el medio externo, en búsqueda de apreciaciones y aprobaciones sociales, permitiéndole relacionarse con el mundo e interactuar abierta y asertivamente con el entorno, creando habilidades sociales que les facilita establecer relaciones exitosas y un buen trabajo en grupo en los casos en donde amerite (Vivar, 2009).

Eysenck adopta la diferenciación galénica para identificar al extrovertido con el colérico y el sanguíneo, y al introvertido con el melancólico y el flemático. Confirmando el uso popular, y no psicológico, de extrovertido con exuberante y de introvertido con cerrado y reservado. Según Eysenck, entre los psicópatas y los histéricos prevalece la extraversión, mientras que entre los fóbicos y los obsesivos hay una tendencia mayor hacia la introversión (Font, 2002).

Las escalas que engloban a este factor tales como la cordialidad, el gregarismo, la actividad, la búsqueda de emociones y las emociones positivas hacia los demás, implican aspectos como la asertividad y el dinamismo. Los extravertidos son personas en búsqueda de la estimulación social, amantes de las fiestas, con muchos amigos, necesitan gente con quien hablar, no les gusta estudiar solos, disfrutan de la aventura y el riesgo, con carácter impulsivo, les gustan las bromas, la variación y el cambio, son despreocupados y tienden a ser agresivos (Costa y McCrae, 2002). Por el contrario, los Introvertidos son personas

retraídas, quietas, amantes de la lectura, tienen pocos amigos muy escogidos, les gusta hacer planes a largo plazo, piensan las cosas antes de hacerlas y tienen un régimen ordenado de vida, entre otras cosas (Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos [SECOP], 2008).; se destaca que las personas introvertidas no necesariamente tienen temor a las situaciones sociales, como en la timidez, sino que prefieren pasar más tiempo en soledad sin estimulación social, en trabajos como la escritura, programación de computadoras, informática en general, ingeniería o contabilidad (Bond et al., 1996; González y Ronai, 2020).

### **1.2.2 Neuroticismo**

Hace referencia al nivel de estabilidad o inestabilidad emocional de un individuo. Los sujetos neuróticos tienen una emocionalidad lábil, caracterizándose por niveles elevados de ansiedad, tensión y el rápido cambio de un estado emocional positivo a uno negativo; ya que no son capaces en su totalidad de manejar situaciones estresantes de manera eficiente, mayormente incapaces de gestionar sus emociones como los demás, por lo cual podrían desarrollar patologías como fobias, trastorno de pánico, o problemas sociales como de adaptación e interrelación por su baja tolerancia a la frustración (Ledesma y Sanchez, 2007).

Se considera al neuroticismo en contrariedad con la estabilidad emocional, ya que los rasgos de ansiedad, hostilidad, depresión, ansiedad social, impulsividad, vulnerabilidad, son los componentes que crean un rasgo completo de análisis; equivale a los pobres recursos de afrontamiento para sobreponerse al estrés ambiental, en donde su conducta se mantiene a la defensiva ya que considera situaciones cotidianas como amenazantes, como lo explica el psicólogo argentino Hugo Simkin (2012) en el libro “Relación entre Personalidad y Autoestima”; estas reacciones emocionales negativas tienden a persistir por periodos de tiempo comúnmente largos, que “implican pasen varios periodos de tiempo de mal humor, por lo cual, esta falta de regulación emocional puede afectar a la capacidad de pensar con

claridad, tomar decisiones y lidiar efectivamente con el estrés” (p.179). El neurótico es un individuo ansioso, preocupado, malhumorado, frecuentemente deprimido, puede que duerma mal, y que sufra trastornos psicosomáticos, además; es excesivamente emocional, reaccionando fuertemente de forma irracional, a veces rígida a todo tipo de estímulos, siéndole difícil volver a un estado de equilibrio después de cada experiencia importante (Costa y McCrae, 2013). Siendo esta su principal característica en una constante preocupación por las cosas que le pueden salir mal y una fuerte reacción emocional de ansiedad ante ellas, lo que le provoca sufrimiento (Aranda, Costa, Dolores y McCrae, 2002)., esto también interfiere en su propio equilibrio.

Por el contrario, el individuo estable tiende a responder emocionalmente de forma débil y a volver rápidamente a su línea base después de cada reacción; es normalmente tranquilo, de igual humor, controlado y despreocupado (SECOP, 2008).

### **1.2.3 Apertura**

Factor directamente relacionado entre las personas y su entorno, en donde tienen mayor facilidad para salir de su zona de confort, experimentar nuevos lugares, contrario a las personas con pensamientos estructurados y rígidos, siendo más tolerantes a presiones sociales ya que tienen una amplia perspectiva de su entorno, además se ven mayormente involucrados en problemas relacionados con el consumo de sustancias, ya que estas despiertan su curiosidad y les permite explorar sus límites (Riera, 2017). Mantienen un estilo cognitivo que distingue a las personas imaginativas, creativas y con intereses intelectuales que aprecian el arte y son sensibles a la belleza (Bond et al., 1996).

Las personas con una puntuación alta responden a este rasgo con diversas escalas como: fantasía, estética, sentimientos, acciones y valores; las cuales reflejan el mantenimiento de ideas no convencionales, y la amplitud de intereses. Se refiere a las personas abiertas e interesadas tanto en el mundo exterior como en el interior, y cuyas vidas

están enriquecidas por la experiencia (Costa y McCrae, 2002). La Apertura se relaciona especialmente con aspectos intelectuales, como es el pensamiento divergente que contribuye a la creatividad, pero no es equivalente a inteligencia, como describe Costa y McCrae (2013) en el libro “Personalidad en la Edad Adulta”, mencionan que, dependiendo de las habilidades intelectuales y el pensamiento simbólico que mantienen gracias a la capacidad de abstracción puede facilitar el uso de la matemática, la lógica, el lenguaje, la composición de música o el dominio de las artes visuales en general. Cerdán (2018) comenta que las personas con bajos niveles de Apertura tienen poca curiosidad intelectual prefiriendo lo directo sobre lo ambiguo, con una clara resistencia al cambio; por lo general son quienes prefieren las rutinas y evitan lo nuevo ya que esto rompería los esquemas que acostumbran.

#### **1.2.4 Amabilidad**

También denominado Afabilidad, en donde las interacciones personales en su característica cualitativa mantienen aspectos como franqueza, altruismo, actitud conciliadora y modesta, también denotan la capacidad de ser compasivos, confiados, francos y sensibles con los demás (SECOP, 2008).

Las personas que tienen una puntuación alta en este rasgo tienden a manejar de manera regular la empatía y el sentido social de ayuda, de la misma manera son confiados con los demás y se involucran en trabajos que requieren el contacto directo con las personas, ya que esta calidez interpersonal es la que buscan en el entorno (Carbonell y Puerta, 2014). Por lo general han desarrollado una buena inteligencia emocional, ya que se permiten comprender sus propios sentimientos y el de los demás, manteniendo una armonía social en donde valoran llevarse bien con su entorno. Por lo tanto, son considerados como amables, serviciales, generosos, posponiendo sus intereses sobre el de los demás, poseen una visión optimista de la naturaleza humana mostrándose confiados (Aranda et al., 2002).

Por el contrario, las personas con un bajo nivel de amabilidad tienden a ser hostiles, en ellos destaca la competencia y actitudes enérgicas frente a los demás (Font, 2002). Anteponen su propio interés por encima de los otros, con una actitud de indiferencia, por lo que son poco cooperativos y suelen ser desconfiados con una postura escéptica. Dentro de este rasgo poco atractivo existe una ventaja, y es al momento de tomar decisiones que tienden a ser más objetivos en situaciones difíciles y de rápidas decisiones de tipo “blanco o negro” (Costa y McCrae, 2013).

### **1.2.5 Responsabilidad**

O llamado también Tesón. Los rasgos que integran este componente son: la competencia, el orden, el sentido del deber, la necesidad de logro, la autodisciplina y la deliberación (Costa y McCrae, 2002). Estos denotan la tendencia a la organización, el orden, la búsqueda de objetivos y la eficiencia. Se trata de personas voluntariosas, escrupulosas, puntuales y fiables (SECOP, 2008). También hace referencia a la capacidad de autocontrol y a la habilidad de desarrollar métodos de acciones eficaces para cumplir con sus obligaciones y persistir en los objetivos y metas. Sin embargo, llevar a límite estas cualidades podría desencadenar en actitudes demasiado perfeccionistas; adicciones tales como al trabajo o problemas de ansiedad al verse afectados por algo que salga de su orden y control; las personas deben mantener un equilibrio adecuado para no caer en obsesiones (Cerdán, 2018).

Según Costa y McCrae, la responsabilidad refiere a la forma en que podemos controlar, regular y dirigir nuestros impulsos, los cuales no son del todo malos, ya que son necesarios en ciertas ocasiones en donde se requiere una decisión rápida y el actuar de manera impulsiva podría ser una respuesta eficaz (Bond et al., 1996); sin embargo, podrían resultar en impulsos antisociales que dañan no solo a la sociedad sino a la propia persona (Pervin y John, 1999); el actuar de forma impulsiva impide contemplar cursos de acción alternativos, algunos de los cuales permiten un objetivo con mayor eficacia que por las vías

de la impulsividad, el mismo que traerá consecuencias a largo plazo aun cuando la recompensa inmediata no sea tan mala. En el caso de las personas que presentan un nivel alto en el factor de responsabilidad, por contrario a la impulsividad, como lo menciona Bigi (2015) en sus investigaciones sobre la “Relación de la Personalidad y el Amor”, “resultan exitosas a través de la planificación y la persistencia de sus objetivos (p.72). Por ello como se menciona anteriormente son vistos como confiables e inteligentes en la mayoría de los casos.

### **1.3 Conclusiones del Capítulo I. La Personalidad**

Las diferentes estructuras de las personalidad basadas en la teoría de los rasgos, suponen ser una fuente de apoyo para entender la conducta humana, en como las personas responden a las demandas sociales y el contexto cambiante que atraviesan a lo largo de su vida; no vista como una teoría rígida en donde se pensaba que las respuestas serían siempre consistentes a su tipo de personalidad, sino, buscando verla como una teoría más flexible, en donde basados en la idea que compartimos un tipo de personalidad con otras, seremos capaces de discriminar nuestra conducta en diferentes situaciones, sin apartar la mayor o menor influencia que ejerce el rasgo que nos identifica.

Los Cinco Grandes Rasgos de la Personalidad, como lo son la Extraversión, Neuroticismo, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad, mantienen intrínsecamente una serie de factores que las diferencian entre sí, como características propias de pensamientos y sentimientos positivos y negativos, que podrían influenciar en la aparición de patologías o trastornos.

Por ende, la personalidad se ha vuelto una herramienta para evaluar a un paciente, saber cómo se comportó, comporta o comportará, qué tipo de comorbilidad mantiene con un determinado trastorno y brinda una perspectiva amplia para la utilización de técnicas y tratamientos que podrían ser de mayor o menor utilidad dependiendo su tipo de personalidad.

Por ello, actualmente muchos estudios se han basado en segmentar tipos de personalidad, los describen y crean escalas de medición consistentes que ayuden a suponer a cada persona dentro de un grupo, y lo hacen de forma no discriminatoria, es decir, se pueden tener un grado de personalidad respectivamente, sin eliminar la posibilidad que también pertenezca a otro en mayor o menor nivel.

Estas nuevas teorías e investigaciones no hacen más que basarse en la famosa teoría de los Rasgos, por ende, su estudio es indispensable para corroborar datos previos y, además, asociarlo a las nuevas problemáticas, como es el caso de las Redes Sociales, en donde la conducta fluctúa de una persona a otra, mostrando la posible relación entre Las Redes Sociales y la Personalidad.

## **Capítulo II**

### **REDES SOCIALES EN LINEA**

## 2.1 Redes sociales

El internet es una puerta principal para acceder al conocimiento, a la información y nos mantiene en un constante impulso por saber algo más sobre lo cual explorar y comprender. Es una cualidad humana la sensación de querer llenar interrogantes sobre miles de particularidades que suceden en el mundo, y con un medio tan fácil y eficiente de comunicación como lo es el internet, es aún más rápido poder cumplir nuestros objetivos, basta analizar cómo hasta el 2014, las 20 webs más visitadas tenían relación directa o indirecta con las redes sociales, principalmente debido al acceso desde los dispositivos móviles (Moreno y Prieto, 2015).

Mientras el mundo y las nuevas tecnologías avanzan, nosotros lo hacemos a la par, creando sistemas de mediación entre las personas, enlaces de comunicación en donde el emisor podría estar a kilómetros o metros de distancia, y el receptor con el simple mirar ya corresponde el objetivo y razón de lo expuesto en la red. No es diferente el código en las redes sociales, pues quien propone un comentario, una historia, una foto, o algo que quiere exponer al público, es correspondido, por medio de un “like”, una vista, un comentario, o un seguidor más, cumpliendo así el deseo intrínseco que se esconde tras el perfil de cada cuenta social.

En la actualidad, el intercambio de información también tiene lugar a través de las nuevas tecnologías. “Las relaciones entre los seres humanos tienen un nuevo campo donde generarse, regenerarse, crecer, transformarse” (Bernete, 2009, p. 110). Las relaciones sociales se reflejan en como actuamos unos con otros, como entendemos y expresamos información y como estas influyen en las personas. Dentro de cualquier comunicación en donde sin percibirlo directamente, se producen impactos sociales y personales, como lazos de amistad, vínculos afectivos, expansión de habilidades y métodos sociales, posibles oportunidades laborales, además de ser el medio masivo más influyente en los jóvenes para crear un

sentimiento de pertenencia entre los grupos de pares (Braña, Gómez, Rial y Varela, 2014); esto es natural cuando nos referimos a un público de adultos jóvenes o adolescentes, ya que dependiendo de la cultura, crecieron entre la tecnología, a diferencia de un grupo de mayor edad, en donde el intercambio de comunicación y la presencia cara a cara era la definición de crear vínculos con los demás, ellos son quienes crean mayor conciencia del cambio y de las nuevas formas de vivir y relacionarse (Christakis, Diéguez, Fowler, Schmid y Vidal, 2010; Donado, 2020).

Es innegable los múltiples beneficios del internet como fuente de conocimiento, aprendizaje, información intelectual, profesional y personal (Braña et al., 2014); al igual que la utilidad de las redes sociales como un potencial medio de comunicación y relación con grupos, entretenimiento, y el esparcimiento; todo esto de forma inmediata e independiente de las motivaciones de cada persona. Es una herramienta que nos permite sociabilizar lo que por cuestiones de tiempo, espacios o habilidades sociales no nos permitimos al contacto personal.

Sin embargo, estas ventajas también muestran posibles riesgos, como el uso y frecuencia inadecuada de las redes sociales en línea, que es de lo que tratará el presente trabajo, relacionado a características de personalidad, y en cómo estas nos invitan a engancharnos cada vez más en el mundo virtual.

## **2.2 Definición de las redes sociales**

Según Ponce (2016): “una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común”. (p.1); quien además señala la importancia de teorías pasadas, que ya establecían como las personas podrían mantener un vínculo de comunicación a través de otras, aun cuando no existía el internet, se podía llegar a terceros por medio de una cadena de personas conocidas;

actualmente no es necesario amigos en común para poder acceder a los demás, esto se puede realizar en pocos pasos y crear un impacto social fuerte.

Dentro del concepto de red, es importante estudiar las relaciones personales, como un vínculo de amistad que supone la formación, el desarrollo y la finalización de las relaciones en un sistema social, en donde podemos elegir amigos y con quién vincularnos de acuerdo a nuestras preferencias, ya que existen factores que influyen en este proceso, como un *status* económico similar, un nivel cultural semejante o una misma edad, como lo expresa Santos (1994) en su libro “Amigos y Redes Sociales”, dentro de este enfoque de la amistad y el continuo cambio que el mismo implica; en donde las personas se relacionan en la red unas con otras con distintos roles o “*status*”, podrían modificar e influir en los demás y viceversa, ya que las personas son dependientes de la relación interpersonal en una misma sociedad, “interactúan individuos concretos, no roles y *status*” (Santos, 1994, p.235).

El concepto de red supone en sí una interacción entre los elementos que la forman, por ende, ya está implícita la estructura de este sistema en donde necesariamente existe una interdependencia relacional, en la cual se dispone todo tipo de posibles fuentes de comunicación y público a quien va dirigido, público que no siempre es el que elegimos; no somos amigos de quienes queremos, sino de quienes podemos, siendo así como la red condiciona nuestras amistades.

La aparición de la web 2.0 ha transformado la forma de comunicación a la hora de relacionarse por Internet con la consecuencia de revolucionar el concepto de red.

“En la actualidad la web 2.0, también conocida como Web social y Social Media, ha realizado cambios en los modelos de comunicación, permitiendo colaborar, compartir información y relacionarse con otras personas usuarias de redes sociales en línea” (Riera, 2017, p.30).

### 2.3 Definición de las redes sociales en línea

Las redes sociales en línea forman parte de lo que actualmente se conoce como tecnologías web 2.0. “Aparecen con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento (Smartphone, ordenadores, tablets), dando lugar así a una nueva sociedad basada en la red” (Rosell, 2016, p.7).

En la sociedad actual, ya no se trata solo el uso de las nuevas tecnologías como un método para brindar información recíproca a mediano o largo plazo de una persona a otra, ahora la inmediatez es la que toma auge. El mantenernos en línea, aun cuando realizamos otras actividades torna la comunicación en eficiente y efectiva, al igual en el caso de las redes sociales en línea, en donde el atractivo formato visual, permite a los usuarios compartir contenidos e interactuar con sus contactos y grupos adheridos a la red como una alternativa al contacto personal, por lo cual es factible conocer personas en común, comprar, encontrar empleo, etc.

Las redes sociales en línea según Alberto Ureña (2011) son servicios dentro de las webs que permiten al usuario:

- Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado
- Articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión
- Visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. (p.12)

La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra. Alex Ponce (2012) define a las redes sociales en línea como:

“Estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros

sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo, como en el caso de los foros” (p.2).

No sólo nos relacionamos y compartimos con los demás, sino que, además, exponemos abiertamente nuestros gustos y tendencias, expresando la propia identidad. En pocos minutos usuarios de todo el mundo actúan papeles como de emisor, canal de comunicación y receptor, creando redes inmensas de información, las cuales llegarán a miles, si no, millones de personas alrededor del mundo.

#### **2.4 Historia y evolución de las redes sociales en línea**

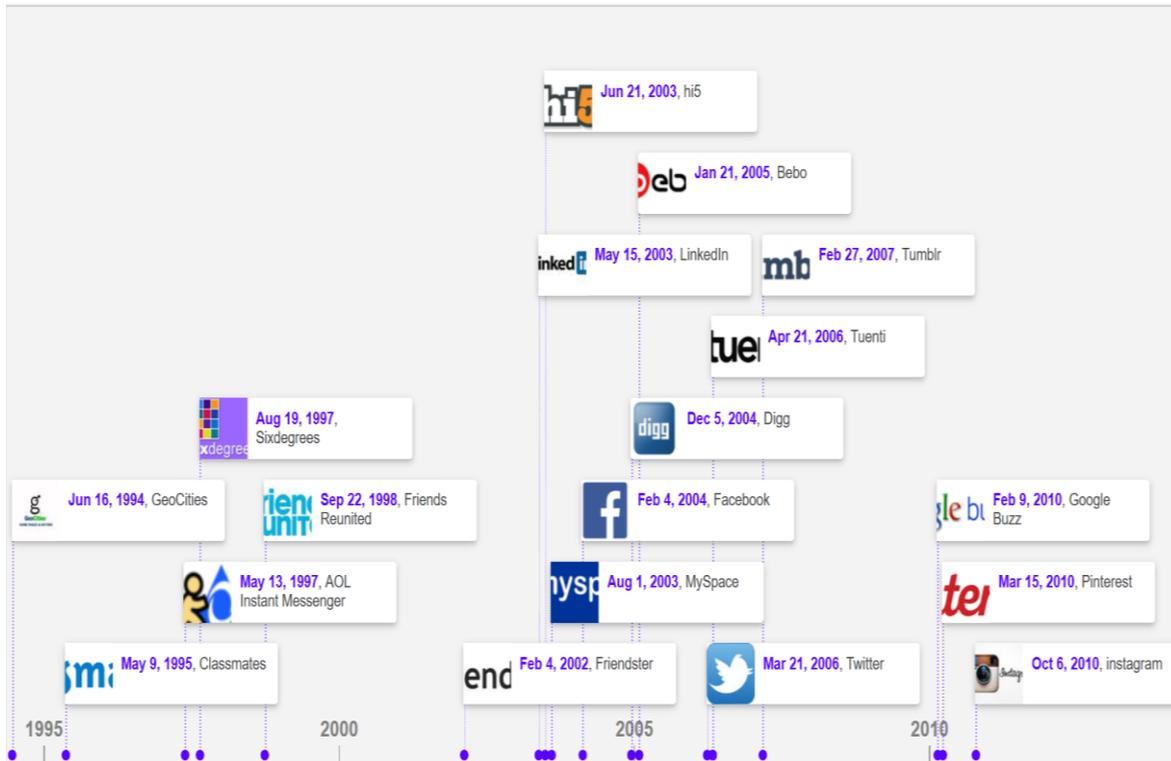
El trabajo realizado en los últimos 50 años en la era de la evolución electrónica es insuperable, esto si lo comparamos con la tecnología anterior a la misma, en la cual el sistema de comunicación se basaba solo en la telefonía fija, esto por mencionar a la post telefonía. En 1968 en un ensayo científico ya se preguntaban ¿Cómo serán las comunidades interactivas de Internet? “En la mayoría de los campos consistirían en una serie de miembros separados geográficamente, a veces agrupados en pequeños núcleos y a veces trabajando individualmente”. Serán comunidades sin la misma ubicación, pero con un interés común. “No enviarás una carta o un telegrama, simplemente identificarás a las personas cuyos archivos deberían estar conectados a los tuyos” (UV, 2011, p.5). Siendo en el año 1971 que se envía el primer mail en donde los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

El término de red social viene dado por los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bolt; para ellos resultaba imprescindible considerar lazos externos a los familiares o círculos sociales cercanos (Van Dijck, 2019).

Los principales motivos para la creación de las redes sociales son varios, especialmente el de diseñar un lugar de interacción virtual, en donde millones de personas en el mundo se pudieran conectar por un interés en común. Estos motivos han sido logrados, eliminando con el tiempo las barreras de comunicación, haciendo de esta actividad, cada vez, algo más atractivo, eficiente y seguro; incrementando la familiarización con la comunicación electrónica, especialmente a través de chats o grupos virtuales (López, Olivencia, Pérez y Ramos, 2016). Las redes de interacción social se han convertido en uno de los elementos de Internet más difundidos, ofrecen a sus usuarios un lugar común para desarrollar comunicaciones constantes. Los avances ocurridos en décadas de nuevos descubrimientos son la base de lo que conocemos actualmente, los medios electrónicos no serían lo que tenemos sin la complejidad que en su momento representaba cada plataforma virtual.

La gran acogida de las redes sociales en línea en la actualidad, no se verían tan incrementadas sin los avances tecnológicos, ya que en los últimos tiempos se puede participar en este tipo de comunidades, a través de una gran variedad de dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares o computadoras portátiles, algo que está marcando la nueva tendencia en comunicación.

Actualmente, diversos estudios estadísticos y análisis nos confirman que el público compuesto por adolescentes entre 12 y 21 años, y jóvenes entre 22 y 28 años, presentan la participación más alta en los medios de comunicación digital, de hecho, los 18 años se confirma como la edad de mayor actividad en las redes sociales; denominándose a este nuevo colectivo de individuos como “Generación digital” o “Nativos digitales” (Mercedes, 2015). Debemos entender que estas generaciones han nacido y crecido en este entorno, por ende, la facilidad con que cualquier joven se familiariza con las nuevas aplicaciones, principalmente referentes a las redes sociales. En la Figura 1, veremos una pequeña reseña histórica de las redes sociales:



*Figura 1. Línea del tiempo de las redes sociales. (Caballero, 2015).*

## 2.5 Características de las redes sociales en línea

Según la publicación de Aguirre (2011) de la Universidad de Valencia, las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online (‘software social’), operan en tres ámbitos, “las 3Cs”, de forma cruzada:

1. “Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
2. Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
3. Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos)” (p.82).

Las redes sociales son estructuras compuestas de grupos de personas, conectadas por varios tipos de relaciones, tales como intereses en común, compartir conocimientos, amistades o parentesco. El análisis de las redes sociales estudia esta estructura social aplicando la Teoría de Grafos e identificando las entidades como “nodos” o “vértices” y las relaciones como “enlaces” o “artistas”; operando entre varios niveles en los cuales los

individuos y las organizaciones alcanzan sus objetivos, o reciben influencias como una especie de mapa de todos los lazos relevantes, aquí se habla de redes “socio-céntricas” o “completas”; al hablar en cambio de la red que envuelve a una persona, se habla de un estudio de “red personal”. Así, cuando se hace análisis de redes sociales, lo que se está llevando a cabo, es una interpretación de un fenómeno social en el que el elemento fundamental son las relaciones entre los participantes (UV, 2011).

Los nodos son generalmente individuos u organizaciones de individuos. Las relaciones son de diferentes categorías y dependen del tipo de red que estemos estudiando, desde relaciones interpersonales como las relaciones de amistad, hasta relaciones formales entre empresas, como las coincidencias de miembros en consejos de administración. (UV, 2011, p.2)

Según Ponce (2016), las redes sociales en línea tienen funciones y utilidades similares como: la creación y mantenimiento, la interacción social y compartir intereses, la actividad de las redes sociales en línea, el establecimiento de amigos y la configuración de privacidad, permitiendo o no la visibilidad del perfil en ese medio social.

De esta forma se puede determinar cómo los usuarios son quienes establecen el uso de las redes sociales en línea, mediante la interacción con los demás y los datos propuestos en la red, tal como hacer un registro de cuenta, personalizar el perfil, enviar o recibir solicitudes de amistad, en fin, establecer conexiones en internet; conexiones propuestas en base a quienes aceptamos tener en una lista de contactos.

Esta interacción se establece mediante las siguientes actividades:

- Compartir contenidos como multimedia, textos, páginas web, música o noticias.
- Enviar y recibir mensajes privados de otros usuarios.
- Participar del servicio de juegos que la red social ofrece.
- Publicar eventos para anunciar a sus contactos de la red nuevos acontecimientos.

- Hablar en tiempo real con uno o más usuarios mediante chat.
- Crear grupos exclusivos para contactos determinados.
- Publicar comentarios o información en un perfil virtual de otros usuarios (Cotes, Londoño, Martínez, Nobles, Ramos, Santa, 2020).

Esta categorización configura una cuenta en base a políticas de privacidad de los usuarios como una parte clave en el funcionamiento de las redes sociales en línea (Paradas, 2015). Por otra parte, Domínguez (2010), en su libro sobre "La Tipología, Uso y Consumo de las Redes Sociales", menciona que las mismas se caracterizan con las siguientes palabras clave:

- **Interactividad.** En donde las redes sociales en línea permiten mantener una interacción directa con los diferentes usuarios en línea. Como un simple tweet, en Twitter puede generar un debate entre usuarios acerca del mismo tema; dado esto, los usuarios interactúan generando opiniones al respecto.
- **Personalización.** Las redes sociales en línea permiten controlar las noticias que son de relevancia y se comparten; así fomentan una identidad en base a intereses personales que se proyectan en la red como fotografías, videos, opiniones, información, etc. Además de saber quién o quienes pueden tener acceso a la información brindada y gestionar la privacidad de acuerdo con la conveniencia propia.
- **Multiedición y retroalimentación.** Este aspecto relacionado directamente con la interactividad en las redes sociales en línea nos permite un intercambio de actividades e información constante de los movimientos que suceden cada minuto en la red.

Por su parte Levy (1998), en su libro sobre "La Inteligencia Colectiva", comenta que los usuarios en las redes sociales en línea pueden jugar tres papeles: ser emisores, transmisores y/o receptores de cierta información; retroalimentándose de nuevas noticias, eventos y conocimientos.

Según diversas investigaciones, principalmente la de Echeburrúa (2012), destaca también que las redes sociales en línea pueden considerarse entre sus características de uso y finalidad como:

- **Mantenimiento de amistades.** En donde se busca en las redes sociales en línea, mantener un contacto más o menos próximo a personas con las que alguna vez se mantuvo una amistad o presencia cercana, como un ex compañero de trabajo o escuela, para así mantener un contacto sobre alguien que nos produce una sensación de familiaridad.
- **Crear nuevas amistades.** Gracias a las redes sociales en línea, el patrón de una búsqueda de nuevas personas, que en un futuro llegarían a ser o no cercanas, incrementa la posibilidad de interrelacionarse con amigos, amigos de amigos, o usuarios con intereses afines.
- **Entretenimiento.** Las redes sociales en línea, además de ofrecer a sus usuarios juegos online en donde interactuar con otras personas de una manera didáctica es posible, como lo es “Candy Crush”; además de los juegos, las redes sociales generan cierta simpatía, en donde solo expresar una foto o un comentario resulta entretenido, al igual que mirar diversas publicaciones de otros usuarios estimula una especie de interés sobre la vida ajena.
- **Gestión interna de organizaciones empresariales.** En las redes sociales en línea, las empresas aprovechan sus espacios para agilizar trámites y comunicaciones entre sus trabajadores. En forma de un portal para empleos o como aplicaciones directas en donde se ofrecen servicios laborales y fuentes para publicitar estas empresas, tal como la aplicación LinkedIn.

## 2.6 Tipos de redes sociales en línea

Las redes sociales en línea se pueden clasificar desde varias perspectivas, por su público, objetivo, temática, relación del contenido, localización geográfica, y su plataforma (Aguirre, 2011). Sin embargo, nos basaremos en las más relevantes para nuestra investigación, siendo importante explicar para entender con una idea clara como las redes sociales tienen entre sus características diversos enfoques y tipos, que, según el objetivo personal o grupal, los usuarios pueden hacer uso de ella, buscando en un panorama general las aplicaciones específicas que les ayude con las necesidades particulares para cada momento y situación, por lo cual; nos centraremos en dos clasificaciones según Rosell (2016), autora del libro “Jóvenes y Redes sociales”: Por su uso público, objetivo y temática, y por el sujeto u objeto principal en la relación.

- Por su uso público, objetivo y temática existen dos tipos:
  - Redes Sociales Horizontales: también llamadas Generales, son aquellas sin un tema específico, dirigido a un público en general y se centran en la interacción social, por ello, relacionan a las personas a través de las herramientas interactivas que comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos (Ponce, 2016). Como por ejemplo Facebook y Google +.
  - Redes Sociales Verticales: tienden hacia la especialización; se refiere, a que son redes sociales creadas con la finalidad de compartir gustos e intereses comunes para diferentes tipos de intercambios (Riera, 2017). Su objetivo es incluir temáticas definidas a un colectivo concreto. Este tipo de red social a su vez se divide en: Redes Sociales Verticales Profesionales, que generan relaciones profesionales entre los usuarios como LinkedIn, Viadeo, ResearchGate. Y las Redes Sociales Verticales de Ocio, dirigidas a colectivos que comparten actividades de ocio, deporte, juegos como Minube, Moterus, Last.FM.

- Por el sujeto u objeto principal en la relación:
  - Redes Sociales Humanas: son aquellas que centran su atención en fomentar relaciones entre personas uniendo sus intereses según su perfil social, geográfico, gustos, aficiones, aspectos laborales, viajes y actividades; redes como Dopplr y Tuenti son relevantes ejemplos (Riera, 2017; Sanz, 2003).
  - Redes Sociales de Contenido: se desarrollan uniendo perfiles a través del contenido publicado o los objetos que se encuentran en el registro personal y archivos del ordenador; por ejemplo, Scribs o Flickr (Riera, 2017; Sanz, 2003).
  - Redes Sociales de Objetos: su objetivo es unir lugares, marcas, etc.; por ejemplo, la aplicación LinkedIn. Estas redes son un sistema para promocionar clasificaciones específicas, mediante patrones de búsqueda que incluyen todo lo requerido (Riera, 2017).

## **2.7 Las redes sociales en línea más utilizadas**

En un estudio estadístico realizado en la Online Business School (OBS) por Purita (2015), denotó que en Sudamérica Facebook lidera con un 94% de preferencia entre los usuarios, seguido del 80% correspondiente a Google+, en tercer lugar YouTube con un 77%, posterior a este se encuentra Twitter con un 66% (de preferencia en uso), tras este se encuentra LinkedIn con un 46%, luego Instagram en sexto lugar con un 43%, y por último Pinterest con un 27%. En la población mundial Facebook, lidera con más de 1,350 billones de personas conectadas en todo el mundo.

### **2.7.1 Facebook**

Facebook fue creada por Mark Zuckerberg en el año 2004, como una red social en línea con el objetivo de conseguir que el mundo pudiera conectarse y fuera más abierto a ello, como una posibilidad de establecer relaciones con amigos y familia; saber que sucede en todo

el planeta y expresar lo que es importante (Zuckerberg, 2016). Permite interactuar con amigos y conocidos a través de un buscador que propone personas de interés o con un mismo perfil demográfico, permite compartir recursos como: fotografías, noticias, enlaces a páginas web e información de la formación y empleo; información básica como: fecha de nacimiento, idiomas, creencias religiosas y políticas; y de contacto personal como: direcciones de e-mail, teléfonos, direcciones postales, etc. (Riera, 2017). Además, es un facilitador para conocer el perfil de futuros empleados de una empresa, círculo de ayuda social, posibles miembros y participantes de un grupo en particular, mediático para promover y dar a conocer campañas o estados publicitarios, entre otras cosas.

Las personas hacen usos diferentes de esta red social como utilizar Facebook para mantenerse informadas de las noticias que se publican en las páginas que siguen.

Dado todas las innovaciones y características propias de las aplicaciones, Facebook se mantiene como la red social en línea más utilizada de la web (Mercedes, 2015).

Dentro de esta misma aplicación, subyace **Messenger**, que en un inicio era parte de Facebook, y gracias a la acogida de esta, actualmente esta se maneja de manera independiente como aplicación, pero sus sistemas operativos están integrados; es la forma de enviar mensajes escritos, archivos, fotografías, etc., de forma privada sea individual o grupal, para poder mantenerse conectado y en comunicación con otros usuarios.

El futuro de Facebook pasará a ofrecer herramientas a sus usuarios que les permita relacionarse con otras personas que se ponen en relieve a través de intereses o comportamientos en común, sin embargo; esa ventaja podría ser perjudicial a futuro, ya que esta red social en línea podría resultar un lugar idóneo de marketing y no para establecer vínculos relacionales de amistad (Universitat de València [UV], 2011).

### **2.7.2 Twitter**

Twitter es una red social en línea creada en el año 2006 por Jack Dorsey, como una red de información que conecta en tiempo real de forma individual o colectiva, transmitiendo las última noticias, opiniones e historias de interés a usuarios dentro de esta red; información que se comparte en forma de “tweets”, que es un breve mensaje de texto que no puede superar los 140 caracteres. Permite añadir etiquetas, hashtags, o palabras concatenadas seguidas de la almohadilla “#”, la que permite realizar búsquedas inmediatas. De esta manera, podemos acceder a noticias o a intereses personales o profesionales, buscando el hashtag por el buscador de Twitter, así como también etiquetar nuestros tweets para que aparezcan en las búsquedas y puedan comentar otros usuarios de la red con los mismos intereses.

El uso de Twitter es básicamente informativo, aunque su uso social también es importante ya que se puede buscar, seguir amigos y enviar mensajes privados. Actualmente, muchos de los usuarios utilizan Twitter con fines profesionales, construyendo sus propias marcas personales, añadiendo una foto de perfil e imagen de fondo con descripciones de la formación académica y experiencia laboral, así como la publicación de tweets con hashtag en relación a su trabajo para darse a conocer profesionalmente (Arab y Díaz, 2015).

### **2.7.3 Instagram**

Instagram es una red social en línea creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año 2010, en un inicio, solo se utilizó en teléfonos móviles, actualmente se han creado módulos para usarlo en otros ordenadores. Es una red social caracterizada por compartir fotografías y videos, en las cuales se puede utilizar diversas herramientas de modificación, como aplicar filtros, recuadros, tamaños y sustituir voces o rostros, que son características que brinda a la aplicación para mejorar la experiencia de los usuarios; estas fotografías y videos se pueden subir en el perfil o mejor conocido como “muro” que será la imagen que se verá determinadamente como recuerdo, a su vez que permite elegir quien las mira o no, de

acuerdo al sistema de privacidad que maneja esta aplicación. Este sistema de privacidad te da la opción de elegir quienes son los seguidores del usuario, así como, realizar una publicidad más amplia al colocar la página en perfil público, dando acceso a cualquier persona a entrar en la cuenta y revisar todas las actividades en ella expuesta.

Además, permite añadir etiquetas o “tags” en fotografías y videos, los usuarios acceden a estas dependiendo de sus intereses y aficiones personales, esto realizando búsquedas de los tags en Instagram (Riera, 2017). Esta red social en línea permite seguir a usuarios “seguidos” y permite tener “seguidores”, los cuales pueden recibir y comentar las fotografías publicadas, teniendo la opción de poner “me gusta” en ellas. Además, como opción adicional y siguiendo la noción de diversas redes sociales, se puede realizar estados que mantienen una duración de 24 horas promocionando fotos, videos, localización en tiempo real, entre otras opciones, a los cual se denomina “historias”.

El uso principal de Instagram es socializar, ya que se puede buscar y seguir amigos, enviar mensajes directos con fotografías y videos que cuelgan los usuarios e interactuar con los mismos.

Por otro lado, también adquiere importancia como uso informativo, es decir; algunas empresas utilizan esta red social de manera profesional para dar a conocer sus productos y ganar visibilidad con los tags; por ello, las personas seguidoras de estas páginas se mantendrán informadas de sus productos y/o servicios (Riera, 2017).

Dentro de las particularidades de esta aplicación, destaca la presencia de marcas y celebridades juveniles, que según diversas investigaciones, la mayor audiencia de público joven se debe a estas influencias, por la misma razón se la ubica como la segunda red social más utilizada (Domínguez, 2010; Mercedes, 2015).

#### **2.7.4 Pinterest**

Pinterest es una red social en línea creada en el año 2010 por Paul Sciarra, Evan Sharp y Ben Silbermann. Esta red social se caracteriza por filtrar, organizar y compartir imágenes y vídeos de Internet. De esta manera mediante una colección de imágenes y videos realizados por el propio usuario u otros usuarios, se crean álbumes, los cuales permiten mantener un orden en las elecciones y aficiones personales compartidas con otras personas con los mismos intereses en forma de “Pinboards”.

Permite buscar entre temas de todo tipo de gustos, por ejemplo: recetas de comida, obras de arte, temas de decoración, arquitectura, moda y nuevas tendencias, entre muchas más (Riera, 2017).

Esta red mantiene la intención de un catálogo de ideas globales, que permite hacer un uso informativo o recreacional para los usuarios, esto se obtiene de acuerdo con los intereses y filtros de búsqueda que se aplique al ingresar a la web.

#### **2.7.5 YouTube**

YouTube es una red social en línea, basada en el almacenamiento de vídeos en sitios web, que fue creada en el año 2005 por Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim. Permite crear un canal, personalizarlo, subir y reproducir vídeos, así como guardar listas de reproducción y seguir a otros usuarios; caracterizada por encontrar en este todo tipo de entretenimiento o videos informativos de uso profesional, académico, recreacional o cual sea el motivo. Es la red de información visual más amplia en el mundo entero, en donde se encuentran películas, videoclips, programas de televisión, series, con diferentes usuarios en línea que cada día proponen miles de nuevos archivos (Riera, 2017).

YouTube se ha convertido en una plataforma social en donde las empresas pueden posicionar sus marcas y dar a conocer sus servicios y productos a través de videos promocionales (Van Dijck, 2019).

### **2.7.6 Snapchat**

La red social en línea Snapchat, fue creada por Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown en el 2011 como un proyecto final entre compañeros, sin embargo para el 2012 ya estaba disponible al público siendo entre las redes sociales más utilizadas en tan poco tiempo como una propuesta de mensajería efímera, donde imágenes y mensajes pueden ser accesibles durante un tiempo determinado por el usuario, o bien predispuesto por el sistema que solo mantenía las mismas durante 24 horas (Joinson y Piwek, 2016).

Las fotografías y videos se conocen como “snaps”, los cuales son visualizados por los seguidores o bien permite seleccionar un grupo de personas a quienes enviar determinado Snap, iniciando así un nuevo campo para mantener una conversación, la cual en su última actualización no solo puede ser individual, sino grupal, hasta un máximo de 14 personas (Brown, Murphy Spiegel, 2015). Como factor adicional, la aplicación cuenta con una propuesta de filtros, escritos y dibujos interactivos que pueden sobreponerse sobre fotos y videos, lo cual muestra un atractivo diferente, por lo que se mantiene en constante actualización consiguiendo su continuo uso, así como el aumento de sus usuarios.

Actualmente Snapchat es entre las redes más utilizadas, compitiendo con Facebook y su categoría de Messenger, WhatsApp, Twitter e Instagram, principalmente entre el público más joven.

## **2.8 El impacto social de las redes sociales en línea**

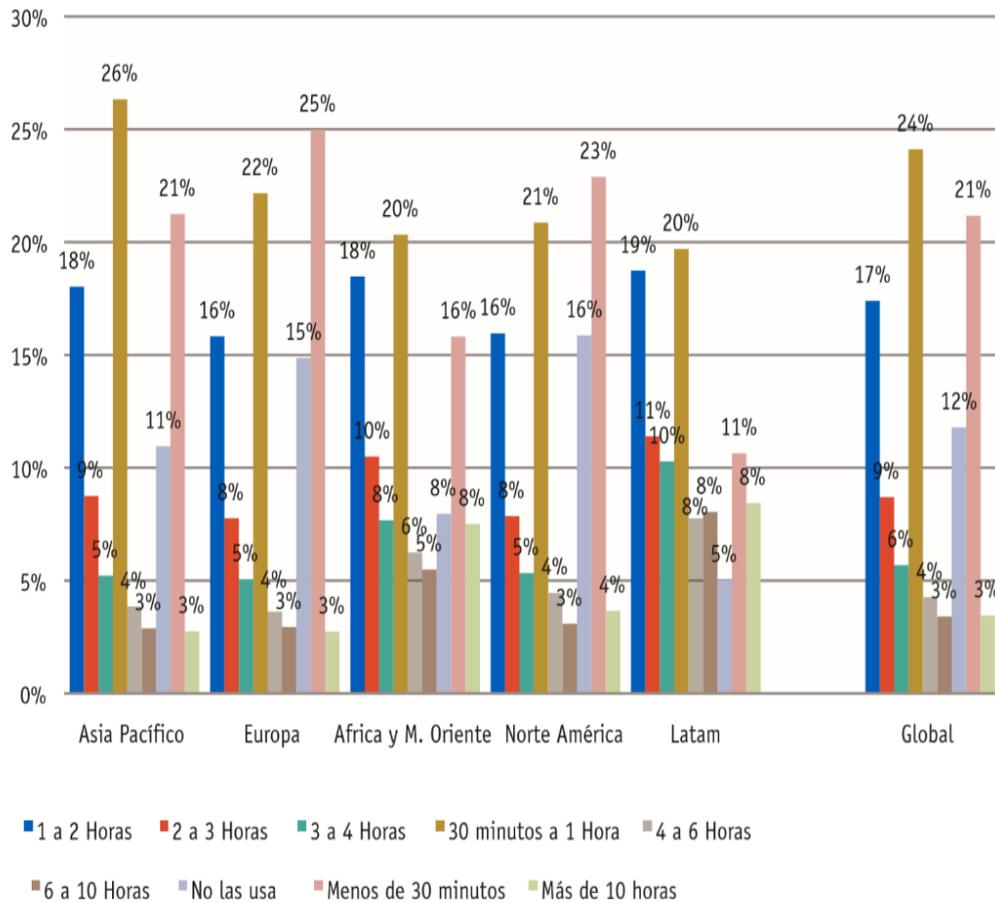
El argumento principal en el que se apoya la teoría de las redes es que la estructura de las relaciones sociales afecta el entorno en donde se producen, y en la vida personal de quien las construye; siendo la cantidad de información que compartimos y recibimos a diario la que ejerce influencia entre los usuarios, la cual con el paso del tiempo llega a ser significativa interfiriendo sobre el pensamiento de grupos relacionados. Los cambios de fuerza

correspondientes a su influencia alteran también sus pensamientos centrales (Santos, 1994). Esta manera de vernos influenciados y a su vez influenciar en otras personas es cotidiano, revisar una red social al momento de estar conectados genera una variedad innumerable de actitudes, sentimientos, pensamientos y recuerdos, los cuales a su vez van creando nuevas experiencias solo al estar conectados frente a un aparato electrónico, por lo cual, es imposible tachar la idea de un impacto recíproco entre los usuarios.

Fue en el año 2009 en donde se produce el verdadero auge de las redes sociales, aumentando considerablemente el número de usuarios registrados a las mismas (Martos, 2011). En España, la población tiene un alto conocimiento de su uso, por lo cual, en ese mismo año, se posicionó como uno de los cinco países de todo el mundo que más usuarios reconocían hacer uso de estas. Estudios posteriores realizados por la Biblioteca de Investigación y Estándares de España [IAB] (2015), en su “VI Estudio de las Redes Sociales”, demuestra que en España aproximadamente 14 millones son usuarios de las redes sociales. Sin embargo y debido a que las redes sociales están en continuo crecimiento, otro estudio afirma que en España hay 23 millones de personas que acceden a Internet, donde 17 millones son usuarios activos de redes sociales (Purita, 2015). En el estudio sobre el Impacto de la Redes Sociales por el Instituto Nacional de Estadística de España [INE] (2017), constata que el 98,5% de jóvenes con edades comprendidas entre 16 a 24 años, son usuarios de las redes sociales, por lo tanto, de las nuevas tecnologías. En el estudio de la OBS (2015) de análisis global (Ver Figura 2) en donde se analiza el tiempo que pasan conectados los usuarios en redes sociales en línea demuestra:

El porcentaje más alto de usuarios (24,11%) dice pasar entre 30 minutos y 1 hora por día en las Redes Sociales. Por encima de esta media se encuentran unos 230 millones de asiáticos que dedican también este tiempo diario, de los cuales 146 millones son chinos. En el otro extremo se encuentra el 40,4% de

los latinoamericanos, que declaran pasar entre 1 y 4 horas por día en las redes sociales. En Europa, el 25% de los internautas (74 millones) dice dedicar menos de 30 minutos/día, de los cuáles el 38% se concentra en Alemania y Rusia” (p.13).



**Figura 2.** Tiempo invertido por los usuarios en las redes sociales en línea. (OBS, 2015, p.14).

En cuanto a los motivos de conexión, tal y como se detalla en el apartado de “Relaciones de Personalidad y Abuso de Redes Sociales” (Bringué y Sádaba, 2009), las respuestas de los sujetos son muy variadas, entre las cuales destacan fundamentalmente cuatro: hacer uso de las redes sociales (85%), descargar música, películas, vídeos o imágenes

(64.4%), buscar información relacionada con los estudios (60.2%) y hacer uso del correo electrónico (52.1%).

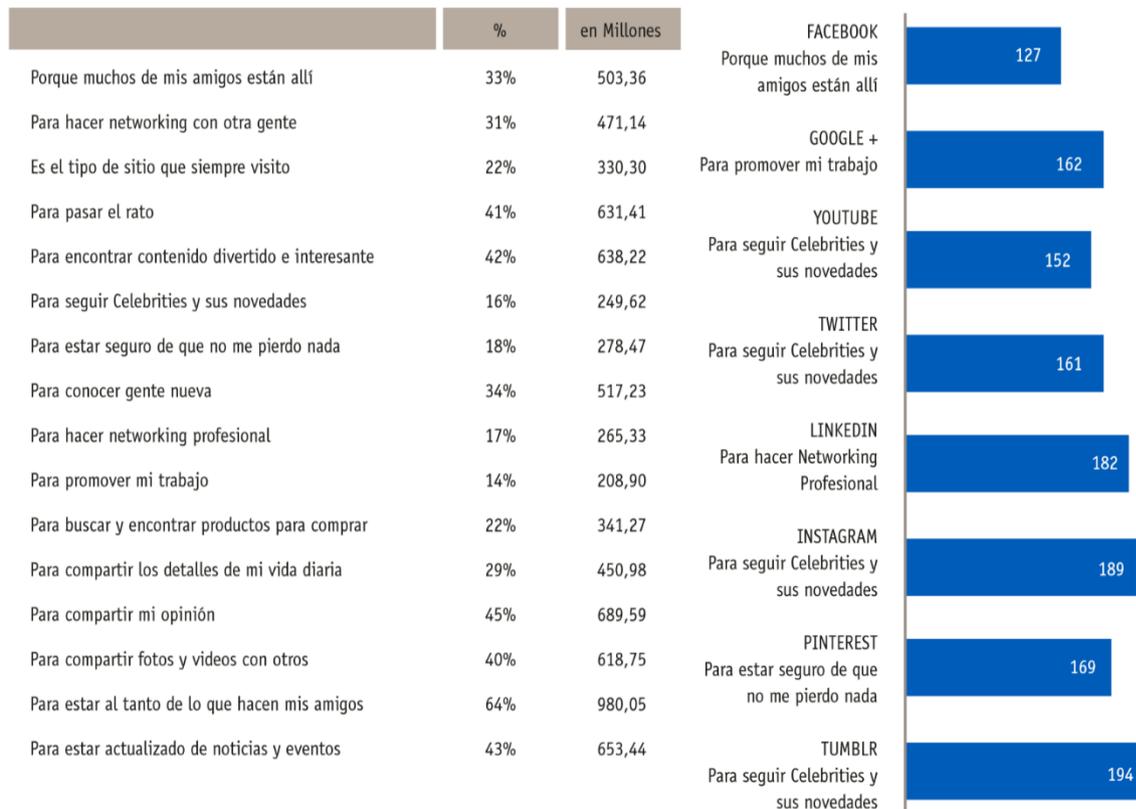
Por lo que se refiere a las motivaciones la literatura también menciona que las respuestas son muy variadas, aunque destacan dos por encima de las demás: “hablar con amigos y familiares (67.5%) y ver fotos, chatear y hacer comentarios (33.6%)” (Braña et al., 2014, p.647). Es importante destacar que, por lo general, el uso en el público joven se aproxima de un modo más natural a Internet que los adultos de mediana y mayor edad, ya que no solo buscan un servicio, sino que “están en Internet”, formando parte de su vida cotidiana.

Siendo un dato especialmente interesante “el 85.1% de los/as adolescentes está registrado en al menos una red social, casi el 40% en dos y hasta un 15.9% en tres o más” (Braña et al., 2014, p.646). Recientes trabajos han aportado datos en la misma dirección, constatando la precocidad a este nivel: antes de los 9 años, el 59% ya ha utilizado Internet para visitar páginas web, el 21% tiene correo electrónico y una décima parte se inicia en el uso de las redes sociales. A partir de los 14 años, el uso de redes sociales supera el 80%, hasta alcanzar el 85% a los 17 años (Morejon, 2020). Los datos disponibles permiten afirmar que 9 de cada 10 estudiantes de secundaria hacen uso de Internet habitualmente (el 60% a diario).

En cuanto a las redes sociales, el nivel de implantación es también muy elevado (el 85.1% está registrado en al menos una red social) y las razones de su uso vuelven a revelar la enorme riqueza motivacional subyacente (contacto online mediante chats, subir y bajar fotografías y vídeos, compartir información sobre diferentes temas y eventos, conocer y quedar con gente, cotillear, participar en juegos...). (Braña et al., 2014, p.651)

Uno de los motivos por los que Facebook sigue liderando (aun cuando ha sufrido decrecimiento en uso activo) es que “sus amigos están allí” (500 millones de personas durante 2014 y 127 millones a finales del 2014). Tal y como se muestra en la Figura 3. Si

bien se nota el descenso de actividad cuando se observa la evolución de hacer click en “Me Gusta” (un 20% menos en el último año), no hay que perder de vista el crecimiento que tuvo Facebook Messenger en dos años (242%) o el ingreso vía móvil a su aplicación oficial (198%) (OBS, 2015).



**Figura 3.** Motivaciones globales para el uso de las redes sociales y principal motivo de uso de cada red (en millones de usuarios). (OBS, 2015, p.19).

Debido a la alta acogida que han adquirido las redes sociales en línea en la sociedad actual, denota una cultura denominada virtual, en la cual fluye una comunicación sin obstáculos de tiempo o espacio, con sus usuarios en búsqueda de distintas aplicaciones y finalidades, lo que a su vez retroalimenta a que se produzca un camino tecnológico. Pues, estas redes han generado una serie de cambios en la sociedad, ya que el mantenerse conectado no es solo una forma de entretenimiento o interacción social, sino también de estos aspectos dependen empresas y estudiantes, que necesitan de las mismas para obtener

información de otras personas de interés laboral, académico o como fuentes de interacción que se basan en objetivos en común (Verdejo, 2015).

Es tanta la participación cotidiana de las redes sociales en línea, que los ciudadanos tendrán que saber utilizar las aplicaciones para gestionar su red de contactos, presentar un perfil atractivo para futuras empresas y socializarse (Adell, 1997). También en el ámbito educativo se están produciendo cambios, las instituciones de enseñanza y profesores se actualizan cada vez más dentro de este campo, utilizando las herramientas de socialización, mediante las que se pueden adquirir nociones pedagógicas y productivas (Domínguez, 2010).

Razones por las cuales continúan múltiples investigaciones relacionadas a esta temática, en distintos campos como sociales, culturales y clínicos.

## **2.9 Uso de las redes sociales en línea**

El uso en línea hace referencia a como los usuarios a nivel mundial se encuentran conectados por medio de una plataforma que les permite comunicar, conocer, explorar nueva información que les resulta de interés. El internet ha podido demostrar su utilidad en diversas áreas de la actividad cotidiana de las personas, sea en ámbitos académicos, de uso científico, profesional, comercial, simples actividades de ocio o en las propias relaciones interpersonales, tales como lo son las redes sociales (Braña et al., 2014).

Los últimos datos publicados en la 16ª encuesta de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [AIMC] (2014) a usuarios de Internet, revelan que:

Las principales actividades realizadas en la Red tienen que ver con la búsqueda y aprovechamiento de la información: lectura de noticias de actualidad (86.5%), consulta de mapas (71.4%) o consulta de previsiones meteorológicas y carteleras de cine/ espectáculos (70.7% y 48.1%, respectivamente). Un segundo gran uso estaría centrado en las descargas y

disfrute online de contenidos: visualización online de vídeos (80.6%), escuchar música online (53.8%), ver emisiones de cadenas de TV en su web (41.8%) o ver películas/series online (41.4%). Mención aparte merecen las redes sociales: un 74.2% de la población internauta se conecta a ellas diariamente, lo que supone un espectacular ascenso del 45.6% desde 2008 y la confirmación de que las redes sociales no son una moda pasajera. Por último, es preciso destacar el protagonismo creciente del teléfono móvil, siendo más de 4 de cada 5 internautas (85.5%) los que se conectan a través de este dispositivo. (p.642).

No se puede negar la gran utilidad del internet, así como de las redes sociales, como una herramienta de fácil acceso para encontrar información periodística de interés y necesaria de forma inmediata, además de la globalización que estas proporcionan sin barreras directas hacia todo un grupo de personas en línea (Domínguez, 2010). Además, el establecer relaciones y vínculos en las redes, con uso real o ficticio, con o sin anonimato de información, también representan cierto grado de peligrosidad. El riesgo que representa el uso inadecuado de información y el tiempo desmedido que se invierte en un mundo virtual, son posibles causas de varios problemas sociales, y de aislamiento o la dificultad futura para adaptarse al mundo real en donde las personas se representan no solo como una imagen o bajo un nombre, sino con una identidad plena de lo que quieren ser ante el mundo.

## **2.10 Uso compulsivo en las redes sociales en línea**

“Las adicciones no-químicas implican la ejecución de conductas repetitivas que tienen por objetivo aliviar la tensión por medio de la realización de comportamientos que resultan contraproducentes para el sujeto” (Echeburúa, 2012, p.435).

La urgencia para realizar cierta conducta y el malestar producido al no hacerlo es lo que desencadena el deseo compulsivo y el síndrome de abstinencia como en el caso de adicciones a sustancias. Las personas pueden ser vulnerables a volverse adictas a cualquier tipo de conducta que le resulte placentera, causa probable para desarrollar ciertas patologías relacionadas al estrés, ansiedad, personalidad, estado de ánimo, autoconcepto, control de impulsos, etc.

Hay ciertas características en el uso de Internet que lo hacen particularmente adictivo; “lo que motiva especialmente a las personas jóvenes hacia las redes sociales es la accesibilidad, disponibilidad, intimidad, alta estimulación y anonimato que ofrece el Internet” (Echeburúa, 2012, p.438). Sin embargo, algunos factores de riesgo ambientales como: familias disfuncionales y la presión social pueden ser causantes de una posible adicción.

Diversos estudios hacen énfasis en el potencial uso inapropiado de la red y sus consecuencias entre los más jóvenes, así como en el impacto psicológico y conductual que este puede provocar (Carbonell y Puerta, 2014). Las alteraciones comportamentales, la pérdida de control, el sentimiento de culpa, el aislamiento, los conflictos familiares o el descenso en el rendimiento académico son solo algunas de las consecuencias perniciosas destacadas por los investigadores (Braña et al., 2014).

La diferencia entre conductas normales y anormales de uso pueden medirse en función de la intensidad, frecuencia, cantidad de dinero o de tiempo invertida. Es decir, como lo explica Enrique Echeburúa (2012):

Una adicción sin droga es toda aquella conducta repetitiva que resulta placentera, al menos en las primeras fases, y que genera una pérdida de control en el sujeto (más por el tipo de relación establecida por la persona que por la conducta en sí misma), con una interferencia grave en su vida cotidiana, a nivel familiar, laboral o social. (p.437)

De esta forma, comparado a una droga, el uso repetitivo de la misma es lo que crea la adicción en sí, en donde la mente juega un papel importante, haciéndonos incapaces de sentir placer sin el objeto al que estamos acostumbrados, siendo esa necesidad compulsiva la que nos obliga a retomar la actividad que nos produce satisfacción bajando la ansiedad producida, creando un círculo vicioso y la incapacidad de sentirse bien física o mentalmente, provocando abstinencia; en este caso las nuevas tecnologías y redes en línea han sido un atractivo y práctico instrumento de comunicación, pero al no tener control del mismo, crea aislamiento, induce a la ansiedad, estrés y problemas con el autocontrol (Moreno y Prieto, 2015).

Es importante destacar que el sentimiento adictivo que brindan las redes sociales no solo se basa en la red social en sí, que como se explica tiende a ser atractiva para las personas por la facilidad de comunicación, grabar y escuchar nueva música, subir fotografías, crear eventos y enterarse a su vez todo lo que sucede en el mundo; esto enlazado a la frecuencia y tiempo que se le dedica, sino también, esta conducta de abuso de las redes sociales se acompaña de necesidades propias de cada persona, como el ser visibles ante los demás, reafirmando su identidad ante el grupo, evitando así el anonimato social y la sensación de exclusión; por ende, es más interesante para las personas creerse populares por tener una lista amplia de redes sociales o por el número de amigos, seguidores o chats a los que pertenece; pero, para llegar a mantener una imagen virtual y abarcar estas necesidades, cada vez el tiempo que exige una aplicación es mayor, provocando un aislamiento del mundo real, el cual no siempre es tan llamativo como el creado virtualmente.

La sensación de libertad ya no se torna interesante cuando la comparamos a la sensación de pertenencia en la sociedad, el vernos liberados supone prestar menos o poca importancia a las redes sociales, al celular, computadoras o vías electrónicas, por lo cual recordar ese valor nos lleva a vivir el mundo real y tratar de mejorarlo, más no recrearlo en pantallas.

Como lo menciona Miguel de Cervantes Saavedra (1771) en su popular obra “El Ingenioso Don Quijote de la Mancha”:

La libertad, Sancho, es uno de los más preciosos dones que a los hombres dieron los cielos; con ella no pueden igualarse los tesoros que encierra la tierra ni el mar encubre; por la libertad, así como por la honra se puede y debe aventurar la vida, y, por el contrario, el cautiverio es el mayor mal que puede venir a los hombres. (p.326).

## **2.11 Efectos psicológicos del abuso de las redes sociales en línea**

La preocupación por el uso que los adolescentes hacen de Internet se ha visto acrecentada en los últimos años. La alarma social generada, ha llevado incluso a que muchas investigaciones hayan centrado sus esfuerzos no solo en tratar de medir o calibrar la verdadera magnitud del problema, sino también en valorar si el uso de Internet puede constituir o no un tipo específico de adicción (Beranuy, Castellana, Chamarro, Sánchez y Oberst, 2008).

Los adolescentes comparten la idea que la “gente de su edad” hace uso poco recomendable del Internet. No obstante, cuando se trata de realizar atribuciones acerca de sí mismos, informan de un riesgo de dependencia bajo, aunque, al mismo tiempo, de un cierto grado de apego que puede considerarse moderado (Braña et al.,2014).

Aspectos psicológicos claros sobre el apego que puede sentirse hacia la tecnología, se debe a posibles conductas de rebeldía, búsqueda de sensaciones fuertes o nuevas, características de personalidad, estados emocionales producidos por problemas pasados, la baja tolerancia a la frustración, problemas familiares, conductas antisociales, ambientes estresantes, falta de actividades gratificantes, habilidades sociales y de comunicación o tiempo de ocio (Cortés y Villegas, 2016).

Dentro de los problemas de personalidad, se resaltan aspectos como baja autoestima, timidez excesiva, rechazo a la imagen corporal y falta de autocontrol personal; además, problemas previos como depresión, fobia social y hostilidad; también, problemas con conductas adictivas previas como abuso de sustancias, compras, juegos, etc.; todo esto aumenta el riesgo de engancharse a la red y contribuyen decisivamente al equilibrio psicológico (Echeburúa, 2012; Salcedo, 2016).

Los estudiantes universitarios que usan las redes sociales hacen relación a los problemas que las mismas han conllevado, como celos, acoso, malentendidos, familiares, laborales, académicos y sentimentales (Cámara, Fuentes, Jurado y Rubio, 2014). Además, se debe tomar en cuenta que las multitareas realizadas a la vez en la Web provocan atención dispersa en las personas, ya que los usuarios pueden mantener abierta una página en un navegador a la vez que realiza otras tareas o mantienen varias conversaciones simultáneas (Domínguez, 2010).

En la investigación realizada a estudiantes universitarios de la carrera de psicología en España para medir el grado de frustración que sienten frente al Internet, demuestra que la falta de acceso al mismo es la mayor razón para sentirse frustrados, seguido de el no poder chatear, en tercer lugar el no recibir comentarios, y por último el no ser aceptado por alguna persona; lo cual nos muestra la relación existente entre el nivel frustración y displacer que se siente al no tener acceso o recibir respuestas positivas por parte de otros usuarios en las redes sociales (Cámara et al., 2014).

La confusión terminológica sobre en donde acaba el uso normal de Internet y donde comienza el no saludable, no hace más que reflejar la falta de acuerdos que sigue existiendo al respecto. Basta decir que en la actualidad ni el manual estadístico DSM-5 (American Psychiatric Association [APA], 2014)., ni el CIE-10 (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2000)., incluyen una categoría diagnóstica específica referida a la posible adicción a

Internet o a las redes sociales, donde existen propuestas, pero hasta la actualidad no se han aprobado (Moreno y Prieto, 2015). Cuando se hace referencia al uso peligroso de Internet se describe como: adicción a Internet, uso poco sano o enfermizo, uso compulsivo, uso patológico, uso problemático, uso excesivo, uso no regulado, dependencia de Internet o cyber adicción (Goldberg, 1995). Términos como adicción a Internet o uso patológico de Internet, sugieren que este fenómeno debiera ser incluido como un trastorno psiquiátrico independiente en los distintos manuales diagnósticos, aunque tampoco existe un claro consenso acerca de qué grupo de trastornos debería ser el punto de partida para su descripción: trastornos por uso de sustancias o trastornos del control de impulsos (López et al., 2016). Por su parte, el empleo de términos como uso problemático o excesivo pone el acento en la identificación de síntomas impulsivos y compulsivos, así como de problemas educativos derivados de un uso excesivo de Internet. Numerosos trabajos han realizado aproximaciones teóricas y cualitativas al respecto, intentando deducir el marco más idóneo en el que encuadrar este concepto. Sin embargo, hoy esta es una cuestión todavía por resolver.

Como ocurre en las adicciones químicas, Echeburúa (2012) refiere a las personas adictas a las redes sociales como quienes experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden conectarse, caracterizándolas por la presencia de un profundo malestar emocional (estado de ánimo disfórico, insomnio, irritabilidad e inquietud psicomotriz). En realidad, hay un efecto “bola de nieve”. Los problemas se extienden a todo el entorno de la persona afectada (salud, familia, escuela y relaciones sociales).

El análisis realizado en el libro de “Anales de Psicología” por Braña et al. (2014), expresa 3 factores; el primero con un índice de 32.45% fundamentados en 5 elementos referidos a posibles consecuencias negativas derivadas de un uso inadecuado de Internet o incluso de un posible riesgo de dependencia. En el segundo factor se explica que el 12.28% con 4 ítems referidos al nivel de apego, vínculo o simpatía que generan las redes sociales e

Internet para uno mismo y, por último, el tercer factor con únicamente un 10.16% estaría representado por 3 ítems referidos a una posible percepción negativa de la relación entre Internet, las redes sociales y los Otros. En esta misma investigación se muestra que el 60.4% frecuenta las redes todos los días; el 45.8% pasa en tiempo de conexión entre 1-2 horas diarias; y a su vez el principal motivo de estar conectado a internet es el ingresar a redes sociales con un índice del 85%.

Como lo menciona Moll y Echeburúa (2014):

El adicto sopesa los beneficios de la gratificación inmediata, pero no repara en las posibles consecuencias negativas a largo plazo. (p.437)

Por ello, el abuso de las redes sociales virtuales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento, el desinterés por otros temas, los trastornos de conducta y el quebranto económico, así como también el sedentarismo y la obesidad. (p.438)

Las principales señales de alarma sobre una posible dependencia o adicción a las redes sociales en línea, mencionado por De Corral y Echeburúa (2010), son:

- Descuidar otras actividades importantes como el contacto con la familia, relaciones sociales, estudio y salud.
- Recibir quejas de alguien cercano sobre el uso de la red.
- Pensar en estar conectado constantemente y sentirse irritado a la falta o problemas en la conexión.
- Mentir sobre el tiempo real que está conectado.
- Aislarse socialmente, mostrarse irritable o bajar el rendimiento en los estudios.
- Sentir euforia y activación anómalas cuando está delante de un aparato electrónico para conectarse a la web.

En definitiva, diversos estudios se han interesado por entender cuan complejo resulta conocer los hábitos de uso de Internet y las redes sociales en línea, profundizando en actitudes, percepciones y creencias. Es importante investigar la relación que existe entre nuestra población con el uso de Internet, para una comprensión más amplia y una mejor perspectiva, así facilitar la promoción de acciones preventivas bajo una orientación psicosocial que fomente el uso más saludable y racional.

## **2.12 Personalidad y uso de las redes sociales en línea**

Las redes sociales y el aumento de cibernautas conectados en la red, día a día se muestran más interesados en conocer como perfilan las personas en medios electrónicos, como menciona el escritor y analítico social Alex Ponce (2016), nuestra personalidad es la encargada de realizar nuestros movimientos en las redes, es la que admite que publicar y que ver de acuerdo a sus propios intereses, como si una compleja conexión de particularidades se unieran a la espera de ser tomadas en cuenta por la persona, particularidades que se enlazan de manera específica en cada ser humano, tal como describe Enrique Rojas (2004) en su libro “Ser”, “Nuestra personalidad es como una orquesta, compleja y diversa, con muchos instrumentos que cumplen una función específica, pero cuyo resultado es una sinfonía, donde la persona es el director de la orquesta” (p.15).

En el estudio sobre la psicología de la personalidad por Cabanyes et al. (2009), refieren que la manifestación de personalidad se relaciona con una imagen que se proyecta, la cual no tendría sentido por sí sola, ya que depende de una persona que la actúe, como si existiera un imaginario de “pertenencia”; es tan importante este aspecto que en un lenguaje coloquial es frecuente la expresión “tener o dar buena imagen” la cual se entiende como “ser alguien”, teniendo una connotación directamente relacionada a una imagen social, en donde sin ella, no se es nadie. Actualmente las personas sustituyen su propio ser por la imagen que

quieren tener, como un paso a la popularidad, al éxito o al poder; desde este punto de vista “la personalidad no sería otra cosa que el ícono que la persona representa frente a los demás”.

(p.18)

El autoconcepto de cada persona incluye apreciaciones cognitivas impuestas por el medio social, sean estas positivas o negativas, dando gran importancia a las relaciones interpersonales en donde intervienen aspectos afectivos y motivacionales, dando como resultado nuevos procesos cognitivos que se crean a partir de estas relaciones (Cornejo y Tapia 2011).

La intimidad de nuestro propio ser se ve reflejado en gestos, miradas, modales o en expresiones faciales que se pueden analizar cara a cara, pero cuando este contacto directo no existe, las redes son quienes nos ayudan a observar lo que nos quieren decir los demás, al igual, comunicar lo que necesitamos que los demás entiendan de nosotros mismos. Además, podemos mantener el recuerdo de un amigo o excompañero, “esa imagen de su cara en diferentes circunstancias sirve para retroalimentar el vínculo de dicha amistad” (Arab y Díaz, 2015, p.2). Nos ayuda a revivir una experiencia y retoma nuestros recuerdos sobre alguien, haya sido o no significativo, se queda en nuestra memoria hasta que algo active ese recuerdo, como ver en línea su perfil.

Un comentario en Facebook, una declaración en Twitter o un encuentro en WhatsApp, aflora la personalidad online, que no siempre es una real, nos permite tomar una personalidad o “mascara” que deseamos para dicho momento, nos da la oportunidad de vivirla y actuarla como nuestra.

Desde la creación de un perfil en las redes sociales, supone principalmente para los jóvenes un rito de inicio de una identidad propia y la construcción de un espacio personal. A diferencia de un grupo de mayor edad, en los jóvenes se entiende a las redes sociales como un entorno de moda, en donde quien no las use se quedará al olvido de un grupo de pares; lo cual

ocurre en las sociedades desde hace décadas, pero ahora con los recursos de la nueva tecnología lo hacen de alguna manera más evidente (Mercedes, 2015).

La personalización es una característica que ofrecen las redes sociales para mostrarse como deseen ser vistos y configuren en base a esto su perfil, se representan frente a otros usuarios con mayor confianza y seguridad sobre sí mismos a la hora de conocer gente, dado que se puede determinar con quien o con quienes se comienza una conversación. De esta manera se puede conseguir que un perfil tenga cientos de amigos o seguidores aumentando su autoestima (Cornejo y Tapia, 2011).

Actualmente la personalidad no es estática, sino dinámica, se va configurando con nuevas vivencias como resultado de la reciprocidad entre la forma de ser y el ambiente, “la presencia en las redes hoy son el espejo del alma de quienes comparten momentos de sus vidas” (Ponce, 2016, p.2).; por lo cual se pueden ver vinculados directamente, la personalidad con las redes sociales en línea como una forma de expresión real, al igual puede notarse una influencia de los demás hacia nuestra psique, y depende del tiempo que le brindamos a esta, para deducir por lógica que existe mayor o menor manipulación.

La atención humana en las redes busca satisfacciones que se esperan de las relaciones que crean, las cuales no son comúnmente satisfactorias a lo esperado, y si lo son, han asumido un precio exagerado por obtenerlo.

En las redes sociales, en lugar de hablar de relaciones se habla de “conexiones”, y en lugar de hablar de parejas se habla de “redes”, lo cual a diferencia de hablar sobre las conexiones entre parejas de personas que acostumbramos, en donde se mantiene un compromiso mutuo por mantener una conversación o una interrelación positiva, se habla de redes entre dos o más personas con un descompromiso recíproco, la red es una matriz que conecta y desconecta a la vez, ambas actividades son elecciones de igual importancia, pueden implicar una demanda o una voluntad de conexión, pudiendo ser disueltas antes de

convertirse en algo indeseable. Según Cornejo y Tapia (2011) en el sentido de las nuevas interrelaciones, la fragilidad de los vínculos actuales inspira sentimientos de inseguridad y conflictos en la creación de lazos, las personas se encuentran desesperadas por relacionarse, sin embargo, no están dispuestas a limitar su libertad, por ende, la desconfianza que conlleva una relación permanente por el temor a la carga o tensiones que pueda implicar, conduce a la creación de relaciones ligeras y sin compromisos a largo plazo; caracterizando a estas relaciones por su ambivalencia.

Amstrong, Phillips y Saling (2000) hallaron que la baja autoestima y las horas de conexión por semana en internet, fueron las variables que más predijeron problemas en la red. De igual forma un estudio realizado a adolescentes denotó que aquellos usuarios que hacían uso excesivo de internet presentaban problemas relacionados con sintomatología obsesiva compulsiva, una mayor sensibilidad interpersonal, somatización, ansiedad y hostilidad (Yang, 2001). Además, Viñas Poch (2009) encontró que los adolescentes que usan mayormente internet tienen un perfil de personalidad caracterizado por el predominio de emociones negativas, poca amabilidad y pesimismo, introversión, inestabilidad emocional y sentimientos de desesperanza.

Las dificultades para relacionarse con el entorno, propicia a buscar relaciones reforzantes en otros medios, como lo son las redes sociales, así se evitaría la exposición directa en situaciones sociales, manteniéndose cierto anonimato detrás de una pantalla, sin consecuencias negativas perceptibles, asegurando así respuestas más positivas que las que se recibe en el entorno habitual, siendo los sentimientos de pertenencia, diversión o curiosidad los que satisfacen la necesidad de ingresar periódicamente a las redes.

Es importante destacar que quienes se ven mayormente influenciados por estas redes y por mantener una máscara son los adolescentes y adultos jóvenes (Salcedo, 2016), no solo como necesidad momentánea de aprobaciones, o como mecanismo para adoptar patrones de

los demás, sino como parte de sus vidas, hasta el punto de olvidar quienes son en realidad para convertirse en quienes pretenden ser y lo que los demás esperan que sean.

### **2.13 Conclusiones Capítulo II. Redes Sociales y la Personalidad**

El uso de las redes sociales en línea representa un papel importante dentro de las comunicaciones, información, desarrollo de las habilidades sociales, entretenimiento y ámbito laboral, pero no se descartan los riesgos implícitos que significa el uso inadecuado de las mismas, tanto en la información que se brinda, como en la propia salud mental de cada usuario; la abstinencia, la demanda progresiva a pasar mayor tiempo conectado y la tolerancia, pueden determinar el grado de interferencia con la vida cotidiana. (Buena-Casal y Sierra, 1997).

La construcción de una nueva realidad social se ve próxima a un público joven, quienes son los que se encuentran en mayor participación en las redes sociales en línea, por lo cual, son parte de la población más vulnerable en cuanto a riesgos, como consecuencia de la falta de conciencia y permisividad que muestran en el Internet (Bringué y Sádaba, 2009). Esto es lo que les permite desenvolverse y explorar nuevos campos, nuevas amistades, y es el lugar preciso para establecer nuevas interacciones que no siempre son conseguidos en los encuentros cara a cara.

La personalidad con el posible abuso, o uso inadecuado de las redes sociales, puede tener un factor implícito de causa o efecto, ya que como lo descrito, la personalidad es utilizada como una especie de máscara (Ponce, 2016), en donde cada persona se muestra como un actor, quien pretende ser escuchado cual sea el medio que utilice. Personalidad que está en continuo cambio junto al ambiente, no solo en su vida real, sino en el momento que atraviese en las redes, dando como resultado una conducta repetitiva que refuerce su autoconcepto y a su vez, siendo el entorno el cual continúe estimulando este comportamiento.

La presente investigación, en relación al grado de adicción de una persona, basada en el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS), por medios cuantitativos y cualitativos trata de dar un valor sobre el grado de peligrosidad que abarca el abuso de redes sociales en los jóvenes; en donde el primer factor se refiere conceptualmente al compromiso mental con las redes sociales, pensar constantemente, fantasear con ellas, la ansiedad y la preocupación causada por la falta de acceso, ha sido denominado “obsesión por las redes sociales”. El segundo factor que corresponden a la 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; factor que ha sido denominado “falta de control personal en el uso de las redes sociales”. El tercer factor se refiere a las dificultades para controlar el uso las redes sociales, indicando el exceso en el tiempo uso y no ser capaz de disminuirlo, el cual ha sido denominado “uso excesivo de las redes sociales” (Ecurra y Salas, 2014).

## **CAPÍTULO III**

# **ESTUDIO EMPÍRICO DISEÑO Y DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Justificación de la investigación**

Los principales trabajos sobre personalidad en las redes sociales en línea, se han centrado en explicar cómo sus usuarios se expresan y las posibles razones de esta nueva problemática social, llevando a expertos a preguntarse, ¿hasta qué punto es un uso normal o cual es el rango de abuso?, por lo cual existen diferentes escalas para tratar de medir el uso problemático en las redes sociales en línea, sin embargo, las investigaciones han sido relacionadas principalmente a países como España, México, Argentina, Chile, entre otros, pero en nuestro país no se han realizado las suficientes investigaciones sobre las posibles razones de caer en esta adicción, por lo cual, los estudios de este tema serán de gran beneficio para la comprensión de una nueva problemática que se aproxima con fuerza. Cabe destacar, como la presente investigación y los datos encontrados, serán de gran utilidad para conocer un poco más de la problemática actual de nuestra sociedad, en donde las investigaciones que relacionan a la personalidad y uso de redes sociales han sido escasas, además; esta investigación permite continuar su estudio relacionando los datos encontrados con diversos problemas, trastornos y/o patologías que nos permitirán tener una noción más profunda de tratamiento y una percepción más clara, teniendo una herramienta para atender de forma más eficaz un caso en particular, en donde tanto la personalidad como la forma de interacción compulsiva en las redes sociales actuarían como una ventana de análisis.

Hoy las grandes urbes son conscientes de un nuevo problema de salud mental que cada vez es más frecuente entre la población. La dependencia psicológica a internet se ha convertido en un problema que afecta las relaciones sociales y personales como: familiares, afectivas, laborales, académicas, etc.

Las diferentes plataformas virtuales tienen entre sus propiedades la de ser atractivas para sus usuarios, adaptarse con el tiempo al igual que con la cultura de una población, y a su vez la de filtrar las preferencias personales de cada usuario mostrando así información

específica de su interés. Estas razones nos darían una respuesta simple sobre esta problemática, sin embargo, existen personas a las que esto no les resulta tan atractivo, por lo cual se podría determinar que esto no depende directamente de la tecnología en sí misma, sino de cómo esta es utilizada por los usuarios.

Por eso es importante indagar que razones son las que pueden tomar valor al momento de hablar sobre adicción, en especial un tema tan radicado en nuestra sociedad como lo es el Internet y la tecnología, tomando en cuenta que los usuarios más vulnerables a utilizar de forma incorrecta la red son los adolescentes y adultos jóvenes.

### **3.2 Objetivos**

El objetivo general de este estudio es relacionar las dimensiones de la personalidad con el abuso de redes sociales en los estudiantes de primero a cuarto año de la carrera de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay.

Los objetivos específicos de este estudio se detallan a continuación:

- Determinar las dimensiones de personalidad en los estudiantes de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay a través del Inventario NEO reducido de Cinco Factores “NEO- FFI”.
- Evaluar el uso de redes sociales en los estudiantes de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay mediante el Cuestionario de Adicciones a las Redes Sociales “ARS”.
- Relacionar las variables sociodemográficas con el abuso de las redes sociales.
- Definir la relación entre el abuso de redes sociales y la personalidad basado en los resultados obtenidos de los inventarios aplicados.
- Analizar las diferencias de personalidad entre los usuarios que abusan de las redes sociales y los que no.

### 3.3 Hipótesis

**H1:** Los usuarios que abusan de las redes sociales en línea presentarán un nivel más alto de extraversión que las personas que pasan menor tiempo conectados.

**H2:** El neuroticismo se relaciona con un nivel alto de tiempo en el que pasan en las redes sociales en línea.

**H3:** El rasgo de apertura se relaciona a un alto nivel de tiempo en el uso de redes sociales en línea.

**H4:** Los usuarios que pasan poco tiempo en redes sociales en línea presentarán un nivel más alto de responsabilidad.

### 3.4 Método

La investigación valorará subgrupos estadísticos de personalidad y las variables de manifestación de adicción a las redes sociales. Se seleccionó a los participantes tomando en consideración los criterios de inclusión y exclusión.

Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Participantes de la carrera de Psicología Clínica
- Personas con conocimiento sobre las redes sociales.

De igual manera se contará con los siguientes criterios de exclusión:

- Persona que no estén registradas en la carrera de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay.
- Persona sin conocimiento o uso de las redes sociales.
- Personas con algún grado de patología psicológica como psicosis, demencia, manía.
- Aquellos que no desearon participar en el estudio.
- Se eliminaron aquellos casos en los que no se completó el llenado de los instrumentos.

### **3.5 Tipo de estudio**

Se realiza un estudio de tipo descriptivo, ya que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comprobación y probar teorías. Utiliza una muestra donde se valora al total de estudiantes por medio de dos pruebas, de las cuales se analizan los datos en referencia a su grupo de Personalidad y las variables de manifestación en Redes Sociales.

El estudio se enfoca en un diseño no experimental y una investigación transversal ya que se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único; con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación actual de la problemática. Para conformar la muestra, se selecciona a los participantes mediante un muestro no probabilístico por conveniencia.

### **3.6 Procedimiento: Aplicación y Análisis**

#### **3.6.1 Instrumentos**

Para la presente investigación, se utilizó en primer lugar la plataforma estadística SPSS, y las siguientes pruebas: NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI), Inventario NEO Reducido de Cinco Factores, Test de Personalidad y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales, ARS.

Los mismos que serán explicados a continuación:

##### **3.6.1.1 Plataforma Estadística SPSS:**

El SPSS como sus siglas en inglés refieren “Statistical Package for the Social Sciences” es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja; es conocido por su capacidad de gestionar grandes volúmenes de datos y es capaz de llevar a cabo análisis de texto entre otros formatos más; incluye estadísticas descriptivas como la tabulación y

frecuencias de cruce, estadísticas de dos variables, además pruebas T, ANOVA y de correlación. Con SPSS es posible realizar recopilación de datos, crear estadísticas, análisis de decisiones de gestión y mucho más (Quezada, Serrano, y Serrano, 2014).

### **3.6.1.2 Inventario NEO Reducido de Cinco Factores (NEO- FFI):**

Para medir el modelo de los Cinco Grandes factores de personalidad, el instrumento diseñado más prototípico es el “Inventario de Personalidad NEO Revisado” de Costa y McCrae (1992), publicado en español por TEA Ediciones, 3ª edición revisada y ampliada en el 2008. Existe una versión breve, compuesta por los sesenta primeros ítems de la prueba (doce por factor), que constituye el “**NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI), Inventario NEO reducido de Cinco Factores**” para mayores de 16 años (Cupani, Font, Pizzichini, Saretti, y Vaiman, 2012), prueba escogida para la presente investigación.

Los inventarios contruidos con base en el modelo de los cinco factores representan una medida comprehensiva de los rasgos de personalidad que puede ser usada tanto para poblaciones clínicas, como normales. Se han realizado innumerables estudios con el modelo en diferentes países. En el Perú se han realizado estudios con el NEO-FFI, que han demostrado su validez y confiabilidad para nuestro medio, considerando que estos estilos pueden ser resumidos en términos de cinco factores básicos llamados neuroticismo (N), extraversión (E), apertura a la experiencia (O), agradabilidad (A) y Conciencia (C); por otro lado, encontraron que en términos generales las Cinco Grandes Dimensiones se reproducen de manera consistente en 79 países, aunque encuentran pequeñas diferencias respecto al orden de los factores y facetas entre diferentes culturas; además se ha traducido a más de 13 idiomas. Todos estos estudios evidencian una adecuada estructura factorial y una elevada consistencia interna. Aunque existen diferentes escalas para la evaluación de los cinco factores, el cuestionario NEO-FFI de Costa y McCrae (1992) es probablemente el instrumento más utilizado en la

evaluación de la personalidad. Los autores consideran que este instrumento puede ser usado en la mayoría de los ambientes aplicados: la psicología industrial y organizacional, la psicología clínica y la consejería, la psicología educacional, forense, medicina conductual, psicología de la salud y en el campo de la investigación. El Inventario de Personalidad NEO-FFI busca evaluar las cinco dimensiones de la personalidad a través de 60 reactivos, sin considerar las treinta facetas que brinda la prueba completa (Cupani et al., 2012; Allen, Murray, Rawlings, y Trinder, 2003).

Las investigaciones de estructura de la segunda versión del NEO-FFI (Costa y McCrae, 1992) realizadas mediante análisis de componentes principales con rotación varimax, tendían a que los ítems saturasen en su factor correspondiente; esto se demostró en los diferentes análisis de congruencia factorial publicados en diversos países. La consistencia interna evaluada mediante el alfa de Cronbach se mostró congruente en todos los estudios a pesar de contar con solo 12 ítems por dimensión (Cupani et al., 2012).

### **3.6.1.3 Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS):**

Es un cuestionario estadístico para la evaluación de conductas adictivas a las Redes Sociales, diseñado por Ecurra y Salas (2014); consta de 24 ítems que se diseñaron de acuerdo con los indicadores del DSM-IV-TR para el diagnóstico de adicción a sustancias (American Psychiatric Association, 2014); instrumento de diagnóstico que no reconoce las adicciones psicológicas como trastornos. Para la valoración de los ítems se optó por aplicar el sistema de calificación de 5 puntos (de 0 a 4) tomando en cuenta la frecuencia desde «nunca» hasta «siempre». El cuestionario de Adicción a las Redes Sociales en general y por factores aporta evidencias de confiabilidad por consistencia interna; está conformado por 3 factores o dimensiones latentes: a) Obsesión por las redes sociales (ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23); b) Falta de control personal en el uso de las redes sociales (ítems 4, 11, 12, 20, 24); c) Uso

excesivo de las redes sociales (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21). Se agregaron 5 preguntas de identificación al inicio del instrumento: edad, sexo, semestre, estado civil, carrera o facultad. El instrumento aporta evidencias de validez de constructo, bajo el modelo de la teoría clásica de los test a través del análisis factorial confirmatorio (Escurra y Salas, 2014).

### **3.6.2 Participantes**

Esta investigación se llevó a cabo en la Provincia del Azuay, ciudad de Cuenca, cantón Cuenca, en la Universidad del Azuay (UDA), Facultad de Filosofía, Ciencias y Letras, carrera de Psicología Clínica, en los cursos correspondientes a primero, segundo, tercero y cuarto año. En el estudio participaron 166 estudiantes, fueron 41 hombres (24.7%) y 125 mujeres (75.3%), entre 18 y 29 años, con una edad media de 20.7 años ( $DE=1.95$ ), en su mayoría se encontraban en segundo ciclo y sexto ciclo de la carrera; el estado civil del 95.2% de las personas correspondían al grupo de solteros, la tercera parte (38.6%) tenía una relación actual de pareja y el 25.3% de los estudiantes mencionaron que además de estudiar ellos tenían una actividad laboral. Ver tabla 1.

Tabla 1.

Característica de los participantes N=166.

Características		n	%
Sexo	Hombre	41	24.7
	Mujer	125	75.3
Ciclo	Segundo	58	34.9
	Cuarto	28	16.9
	Sexto	47	28.3
	Octavo	33	19.9
Estado Civil	Soltero/a	158	95.2
	Casado/Unión Libre	7	4.2
	Divorciado	1	0.6
Relación actual	No	102	61.4
	Sí	64	38.6
Trabaja	No	124	74.7
	Sí	42	25.3

### 3.6.3 Análisis estadístico

El procesamiento de información fue realizado en el programa estadístico SPSS 25, la presentación de resultados se la realizó mediante medidas de tendencia central y dispersión y la clasificación mediante frecuencia porcentual. El comportamiento de datos fue no normal por lo que se emplearon pruebas no paramétricas; la prueba U-Mann Whitney para la comparación de medias entre dos grupos y el coeficiente de correlación rho de Spearman para establecer la relación entre variables; la significancia estadística considerada fue del 5% ( $p < .05$ ).

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### 4.1 Valores de resultados del Cuestionario NEO-FFI

El análisis de las cinco principales dimensiones de personalidad reveló que la Apertura era la que tenía mayor presencia en este grupo de estudiantes con una puntuación percentil mínima de 2 y máxima de 99 (M=61.11; DE=28.54), seguido por Extraversión (M=59.68; DE=28.52). En la figura 4 se puede observar además que la Cordialidad era la dimensión de personalidad con menor presencia dentro del grupo (M=25.81; DE=20.08), la dispersión de datos reveló también un comportamiento heterogéneo, lo que implica un comportamiento disperso de personalidad en los estudiantes.

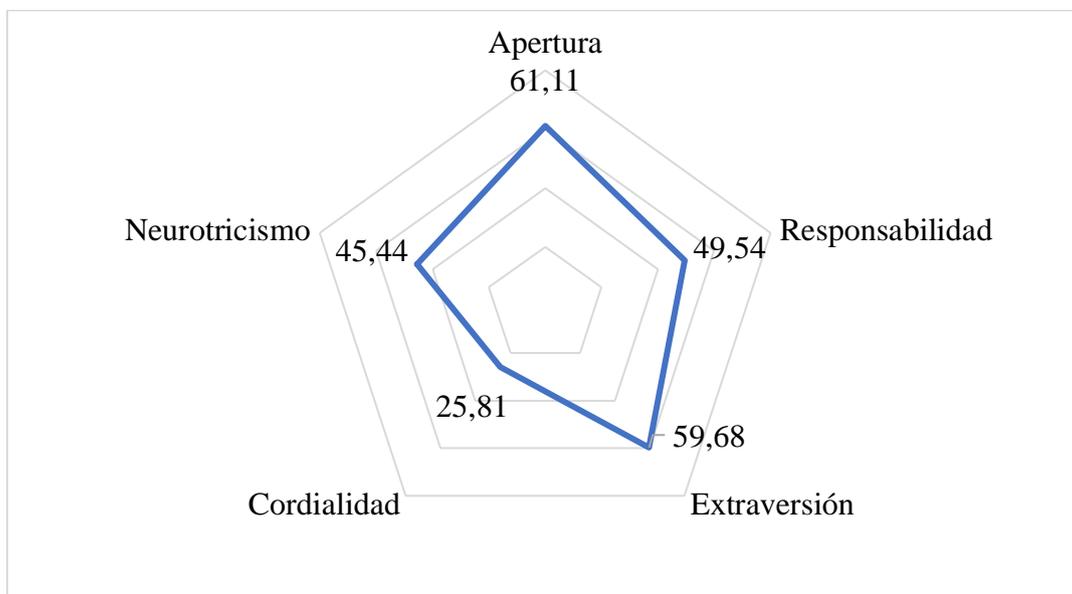


Figura 4. Dimensiones de personalidad.

Considerando que aquellas personas que tenían una puntuación percentil igual o superior a 85 tenían una condición clínicamente significativa de personalidad, se encontró que el 24.7% tenían Apertura, el 9.6% Responsabilidad, y el 24.7% Extraversión y Cordialidad, se encontró además que el Neurotricismo era el rasgo de personalidad con menor cantidad de personas con condiciones clínicas. Ver figura 5.

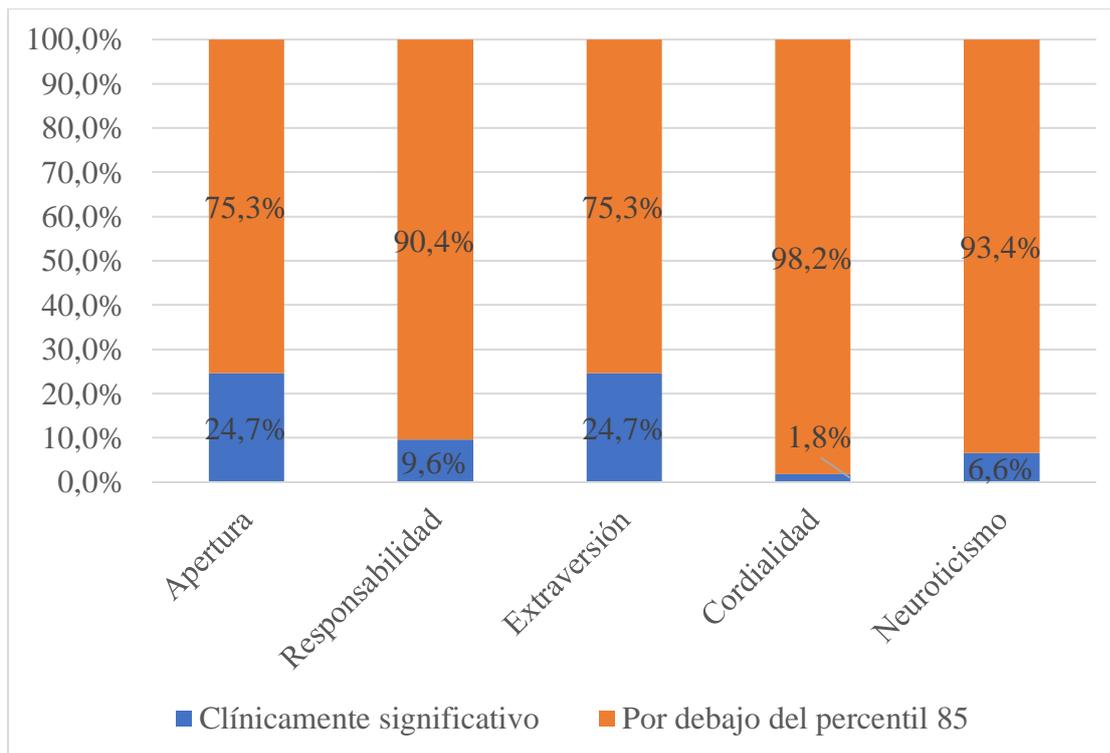


Figura 5. Frecuencia de estudiantes con rasgos clínicamente significativos.

#### 4.2 Valores de resultados del Cuestionario ARS

Todos los estudiantes mencionaron hacer uso de alguna red social, en su mayoría pasaban todo el día conectados (37.3%), el 34.3% hasta 12 veces al día y el 28.3% en una frecuencia inferior. Se encontró que el 3% de estudiantes conocía a menos del 10% de sus amigos en redes sociales, además el 71.1% mencionaron conocer a más de la mitad de sus agregados. Se encontró que el 91.6% de participantes utilizaba Facebook representando la red social predominante en cuanto al uso, seguido por WhatsApp e Instagram con una frecuencia del 88% de los casos. En la tabla 2 se puede observar la distribución de respuestas y casos, pues los estudiantes hacían uso de hasta 5 redes y sistemas de mensajería de forma simultánea, se encontró también que: Tumblr, Ask, Google y Tinder eran las redes sociales menos empleadas por los estudiantes.

Tabla 2.

Uso de redes sociales. N=166.

	n	% de respuestas	% de casos
Facebook	152	27.2%	91.6%
WhatsApp	146	26.1%	88.0%
Instagram	146	26.1%	88.0%
Twitter	47	8.4%	28.3%
Messenger	20	3.6%	12.0%
Pinterest	5	0.9%	3.0%
Snapchat	17	3.0%	10.2%
YouTube	12	2.1%	7.2%
Tumblr	9	1.6%	5.4%
Ask	1	0.2%	0.6%
Google	1	0.2%	0.6%
Telegram	2	0.4%	1.2%
Tinder	1	0.2%	0.6%

En la figura 6 se puede observar la puntuación obtenida en cada una de las dimensiones de Adicción a las redes sociales, en ellas se puede determinar que el Uso Excesivo de las redes sociales era la dimensión predominante en el grupo (M=74.8; DE=26.75), seguido por Obsesión a redes sociales (M=46.09; DE= 30.03) y Falta de Control Personal en el uso de redes sociales (M=43.63; DE=27.22). En este análisis se pudo determinar que en general el Uso Excesivo de las redes sociales se encontraba en un estado de riesgo clínico.

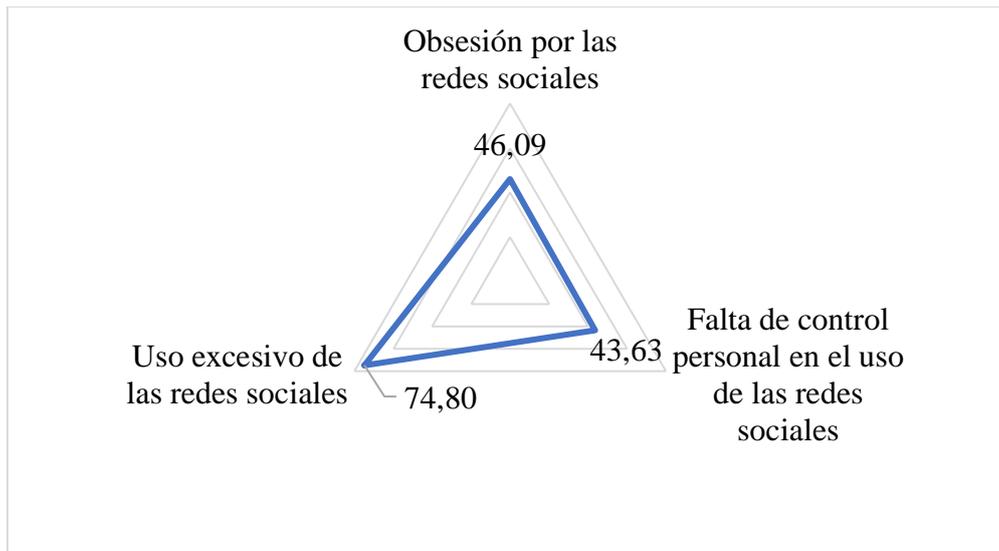


Figura 6. Dimensiones de adicción a las redes sociales.

Se encontró que el 73.5% (aproximadamente las  $\frac{3}{4}$  partes de estudiantes) tenían un Uso Excesivo de redes sociales en un sentido clínico, sus puntuaciones superaban el percentil 50, es decir se encontraban por encima del 50% de Uso Excesivo de la población normativa, el 39.8% tenía una Obsesión por las redes sociales y el 37.3% una Falta de Control Personal en el uso de las redes sociales, se encontró además que considerando la adicción total de las redes sociales, más de la mitad de los estudiantes (56.6%) tenían una adicción clínicamente significativa a redes sociales. (Véase en la Figura 7).

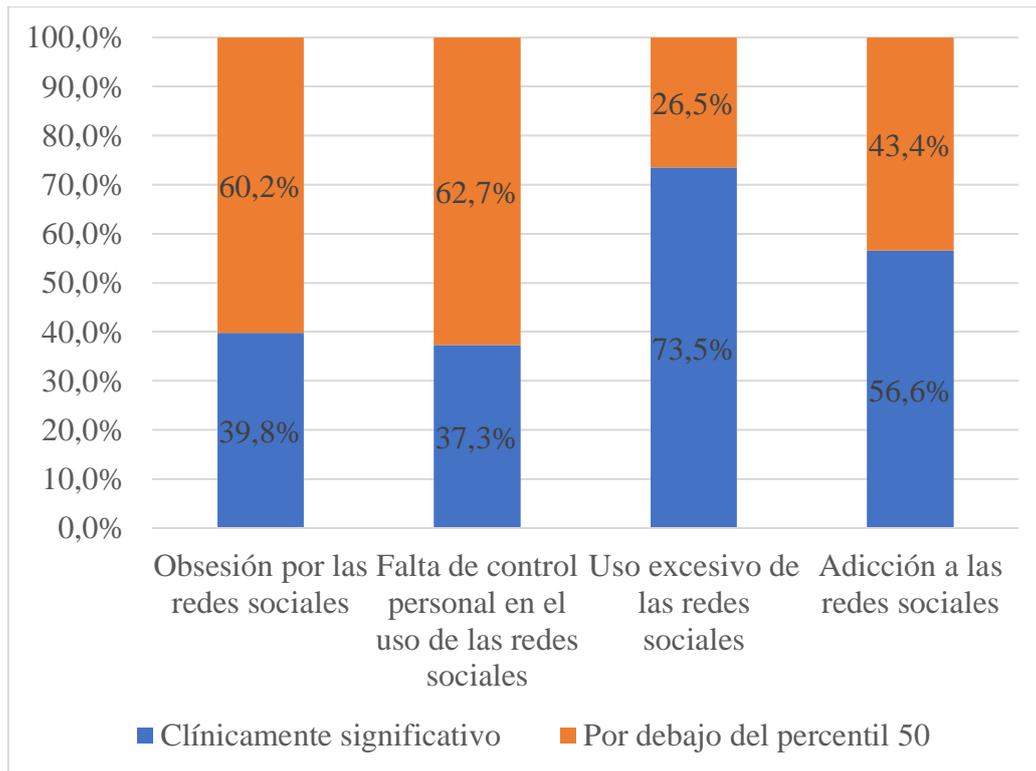


Figura 7. Frecuencia de obsesión a redes sociales.

### 4.3 Correlación de resultados

#### 4.3.1 Relación de redes sociales y variables demográficas

En la tabla 3 se puede observar la distribución de frecuencias de adicción clínicamente significativa y por debajo del límite según las variables sociodemográficas, en ellas se puede encontrar una distribución parecida en cada una de las variables analizadas ( $p > .05$ ).

Denotando una mayor tendencia en quienes no trabajan a abusar de redes sociales, que quienes si lo hacen, sin embargo; en ninguna variable sociodemográfica asociada se muestra diferencias significativas.

Tabla 3.

Relación de adicción de redes sociales y variables demográficas.

Características		Clínicamente		Por debajo del		p
		significativo		límite		
		n	%	n	%	
Sexo	Hombre	19	26.4	22	23.4	0.659
	Mujer	53	73.6	72	76.6	
Curso	Segundo	28	38.9	30	31.9	0.783
	Cuarto	12	16.7	16	17.0	
	Sexto	18	25.0	29	30.9	
	Octavo	14	19.4	19	20.2	
Estado Civil	Soltero/a	68	94.4	90	95.7	0.519
	Casado/Unión Libre	3	4.2	4	4.3	
	Divorciado	1	1.4	0	0.0	
Relación actual	No	44	61.1	58	61.7	0.938
	Si	28	38.9	36	38.3	
Trabaja	No	51	70.8	73	77.7	0.316
	Si	21	29.2	21	22.3	

Considerando las puntuaciones de adicción se encontró que la adicción a las redes sociales era ligeramente superior en las mujeres, estudiantes que cursaban cuarto y sexto ciclo, en los casados, en quienes no tenían una relación actual y en quienes no trabajan, sin embargo, a pesar que la cantidad de personas con adicción no difirió según las condiciones de trabajo (Tabla 3), se encontró una diferencia significativa en aquellas personas que no trabajan mantienen la intensidad (puntaje) de adicción a las redes sociales significativamente

superior. Se encontró además que en todos los casos la intensidad de adicción se encontraba alrededor del percentil 50 con una tendencia hacia los valores superiores. Ver tabla 4.

Tabla 4.

Adicción a redes sociales según características.

Características		Adicción a las redes sociales		p
		Media	DE	
		Hombre	55.1	
Mujer	59.5	27.5		
Ciclo	Segundo	57.2	30.5	0.634
	Cuarto	60.9	28.7	
	Sexto	60.0	25.8	
	Octavo	56.2	28.7	
Estado Civil	Soltero/a	58.4	29.0	0.924
	Casado/Unión	60.7	12.4	
	Libre	50.0		
	Divorciado	50.0		
Relación actual	No	59.0	28.1	0.750
	Si	57.4	29.1	
Trabaja	No	60.7	28.8	0.050
	Si	51.5	26.2	

Nota: \*  $p < .05$  (Diferencia significativa)

### 4.3.2 Relación de personalidad y redes sociales

En la tabla 5 se muestra el coeficiente de correlación en el cual se determinó que el rasgo de personalidad de Responsabilidad se encontraban inversamente relacionado con la adicción a las redes sociales y sus dimensiones, es decir que, a mayores rasgos de Responsabilidad, menores intensidades de Obsesión, Falta de Control Personal y Uso Excesivo de las redes sociales; así también se encontró una relación positiva con el Neuroticismo, es decir, que a mayores rasgos de Neuroticismo, mayor Adicción a las redes sociales de sus respectivas dimensiones.

Tabla 5.

Relación entre personalidad y adicción a las redes sociales.

		Apertura	Responsabilidad	Extraversión	Cordialidad	Neuroticismo
Obsesión por las redes sociales	rs	-0.072	-,238**	0.041	-0.080	,396**
	p	0.359	0.002	0.604	0.304	0.000
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	rs	-0.105	-,184*	0.082	-0.018	,348**
	p	0.179	0.018	0.293	0.818	0.000
Uso excesivo de las redes sociales	rs	-0.131	-,195*	0.019	-0.118	,359**
	p	0.094	0.012	0.808	0.129	0.000
Adicción a las redes sociales	rs	-0.126	-,232**	0.049	-0.100	,390**
	p	0.105	0.003	0.531	0.200	0.000

Nota: \* p<.05 (Diferencia significativa)

### 4.3.3 Relación de personalidad según el grado de adicción redes sociales

Finalmente, al realizar la comparación de la presencia de rasgos de personalidad según la presencia o ausencia de adicción a las redes sociales, se encontró que las personas que no tenían una adicción a las redes sociales tenían mayores rasgos de Apertura, Responsabilidad y Cordialidad. Mientras que las personas que tenían una adicción clínicamente significativa a las redes sociales tenían niveles superiores de Extraversión y Neuroticismo. A pesar de ello se encontraron diferencias significativas únicamente en los rasgos de Responsabilidad y Neuroticismo, pues quienes no tenían adicción tenían mayores niveles de Responsabilidad y quienes tenían una adicción clínicamente significativa a las redes sociales tenían una personalidad de Neuroticismo significativamente superior. Tabla 6.

Tabla 6.

Comparación de personalidad según estado de adicción a las redes sociales.

Dimensiones de personalidad	Condición de adicción a las redes sociales				p
	Por debajo del límite		Clínicamente significativo		
	Media	DE	Media	DE	
Apertura	65.36	26.07	57.86	30.02	0.148
Responsabilidad	50.81	26.37	48.56	89.76	0.015*
Extraversión	57.68	28.41	61.21	28.66	0.379
Cordialidad	28.67	22.76	23.63	17.56	0.282
Neuroticismo	35.28	23.56	53.22	24.35	0.000*

Nota: \*  $p < .05$  (Diferencia significativa)

## 5. DISCUSIÓN

Debido a que el uso habitual de las nuevas tecnologías y medios de comunicación han traído prácticas cotidianas diferentes dentro de la interacción social y el ajuste personal, especialmente en las etapas de la adolescencia y la juventud, han generado una creciente preocupación, llegando incluso a ser catalogadas como adicción. Adicción que se ha caracterizado por la pérdida de control, dependencia, alteración de estados emocionales, entre otros (Braña et al., 2014)., alcanzando a estar relacionada con las alteraciones en el proceso de socialización, autoestima y problemas de personalidad (Becoña, Echeburúa y Labrador, 2009).

De este modo el propósito central de la presente investigación fue conocer cómo se relaciona el abuso de las redes sociales y las cinco dimensiones de personalidad en jóvenes universitarios, y a su vez conocer si existen diferencias entre adicción y las variables sociodemográficas planteadas.

El presente trabajo comprende tres estudios: las dimensiones de personalidad, el abuso de redes sociales y las variables sociodemográficas; se aplicó un test de diagnóstico (NEO-FFI), un cuestionario de investigación (ARS), y un cuestionario independiente para analizar variables sociodemográficas; cuestionarios aplicados de forma presencial para aumentar la tasa de participación de los estudiantes en forma voluntaria. Posteriormente se facilitó a los participantes información sobre cómo utilizan las redes sociales en línea y el tipo de personalidad en sus resultados.

La muestra comprendía casi la tercera parte el género femenino, por lo cual el análisis estadístico se realizó con el promedio de la base de datos total en cada caso (hombres y mujeres). Relacionado al abuso de redes sociales, los resultados fueron que, las mujeres son quienes tienen mayor tendencia a abusar de las redes sociales en línea, resultados semejantes a países españoles en donde la tendencia también se ve marcada mayoritariamente en las

mujeres (Malo y Viñas, 2018; Riera, 2017); además investigaciones latinoamericanas en universidades particulares de Perú establecieron el mismo patrón, utilizando también el cuestionario estadístico ARS (Salcedo, 2016).

Por otro lado, la muestra presenta grupos heterogéneos en las variables sociodemográficas: edad, curso o ciclo y situación laboral. La edad está distribuida de forma equilibrada, predominando el grupo de 18 a 25 años; según los resultados no existe una diferencia significativa entre las edades que conforman este grupo con relación al abuso de redes sociales en línea; diversos estudios constatan un mayor uso problemático hacia el final de la adolescencia como un período de gran vulnerabilidad y los primeros años de la juventud, para desencadenar el desarrollo de una posible adicción a Internet (Braña et al., 2014; Riera, 2017)., sabiéndose que el grupo comprendido entre 21-25 años es el que más probabilidades de adicción puede desencadenar (Salcedo, 2016). Entre los ciclos aplicados no se mostró una diferencia significativa correspondiente a los diversos cursos, tal como sucede en otros países en donde los cursos dentro de un mismo rango de edad no son un factor determinante entre los grupos (Malo y Viñas, 2018). A nivel de situación laboral, se observa que las personas que no trabajan tienen mayor intensidad de adicción, relacionándose directamente con el tiempo que emplean en mantenerse conectados a la red, en donde existe una correlación negativa entre el abuso de redes sociales y la situación no laboral (Boubeta, Couto, Ferreiro y Salgado, 2015; Riera, 2017).

Dentro de los grupos homogéneos, la variable de estado civil en donde predominan casi en su totalidad el grupo de “solteros”, y la variable de mantener o no una “relación actual”; los resultados no denotaron una correlación de datos, mostrando estos no ser factores que determinen el grado de uso o adicción a las redes sociales.

En los resultados relacionados a las dimensiones de personalidad, se determina una predominancia de los rasgos correspondientes a Apertura y Extraversión en los estudiantes;

coincidiendo con la literatura sobre la Extraversión, ser la más común entre estudiantes universitarios (Cortés y Villegas, 2016). Además, la Extraversión y la Apertura son los rasgos que más interrelación mantienen entre sus ítems (Fraguela, Luengo, Romero y Sobral, 2002), siendo una posible razón de tener estos dos factores como predominantes. También estos dos rasgos se acomodan al rango de edad predominante de nuestra muestra (18-25 años), siendo esta una etapa en la cual el nivel de aceptación, creación de nuevos grupos de amigos, reconocimiento personal de aptitudes y autoconcepto, son parte de su mundo actual (Espinar y López Fernández, 2009)., tanto con la Extraversión, en donde su motivación se destaca en buscar aprobaciones de los demás creando habilidades sociales que les permita desenvolverse adecuadamente hacia el mundo externo; al igual con la Apertura, en donde su relación con el mundo es exponencial, viven bajo un impulso de buscar novedades con una amplia perspectiva de su entorno (Dominguez, Guevara, Merino y Zamudio, 2018).

Por otro lado las redes sociales más utilizadas por los estudiantes según la presente investigación son: Facebook en primer lugar, seguido por Instagram y Whatsapp, y en tercer lugar a Twitter; teniendo una sincronía con los datos estadísticos a nivel mundial, en los cuales la red social que se ha mantenido en primera posición durante años hasta la actualidad es Facebook (Domínguez, 2010)., solo superada por Google, datos que se comparten además en la población ecuatoriana, siendo esta la aplicación más utilizada (Carpio y Puertas, 2017)., en base a la misma investigación a nivel nacional, coincide también Instagram como la segunda red social con más uso; sin embargo en datos estadísticos a nivel mundial, además de Instagram, entre el público más joven destaca Snapchat. La posicionada en tercer lugar, que es Twitter, la teoría también la muestra como entre las principales redes sociales utilizadas en un público entre los 18 y 35 años de edad (Mercedes, 2015)., en Ecuador esta red social se encuentra en el cuarto puesto, después de LinkedIn (Carpio y Puertas, 2017).

Los resultados obtenidos denotan como Ecuador, al igual que otros países del mundo se encuentran sumergidos en las redes sociales con miles de usuarios activos, en donde tanto Instagram como Twitter, son consideradas como complementos de Facebook (Mercedes, 2015), ya que sus demandas son distintas, tanto que en países como Estados Unidos o España, los usuarios gustan tenerlas de forma simultánea, principalmente en un rango de edad menor a los 35 años.

En las variables relacionadas al abuso de las redes sociales, se determinó que en base a un resultado total, más de la mitad de los estudiantes tienen una adicción clínicamente significativa, es decir, abusan de las redes sociales, lo cual en la actualidad se ha vuelto común en países latinoamericanos, el índice de abuso a las redes sociales presentados con el mismo test elegido en el presente trabajo, denotó que la mayoría de estudiantes universitarios, tienden a abusar de las redes sociales, mostrando la misma relevancia clínica en los factores específicos, primero de Obsesión por las Redes Sociales, seguido del Uso Excesivo y por último la Falta de control (Salcedo, 2016). En comparación con nuestros resultados se obtiene que en ambos casos la Adicción a redes sociales está presente en la mayoría de los estudiantes universitarios, pero en los factores particulares el Uso excesivo es el más común, seguido por la Obsesión a las redes sociales y finalmente se encuentra la Falta de Control.

Referente a la relación que existe entre las cinco dimensiones de personalidad y el abuso de redes sociales, en torno a las hipótesis de la presente investigación se demostró lo siguiente:

### **5.1 Discusión de la H1: Los usuarios que abusan de las redes sociales presentarán un nivel más alto de extraversión que las personas que pasan menor tiempo conectadas.**

Según los resultados obtenidos, se cumplió la H1, denotando que existe una tendencia entre quienes tienen un nivel de adicción mayor a las redes sociales tienen niveles superiores

de Extraversión, habiendo investigaciones que relacionan al abuso del teléfono móvil y el tiempo que le dedican al mismo, destacando ser el teléfono móvil el principal dispositivo para acceder a las redes sociales (AIMC, 2014)., comprobando así como la extraversión mantiene una correlación positiva con abuso del teléfono móvil, por ende una tendencia al abuso de redes sociales (López et al., 2016). También en investigaciones propuestas se reconoce como el grupo de edad comprendido entre los 18-21 años tiene un índice más alto de Extraversión en donde además tienden a ser más activos en redes sociales tales como Facebook e Instagram (Riera, 2017).

Sin embargo, esta correlación no muestra una significación estadística alta, sino una tendencia, habiendo autores que defienden la poca relación que existe entre las mismas, tanto con el abuso de redes sociales (Malo y Viñas, 2018) y el abuso de internet (Carbonell y Puerta, 2014).

## **5.2 Discusión de la H2: El neuroticismo se relaciona con un nivel alto de tiempo en el que pasan en las redes sociales.**

Los resultados revelaron una fuerte correlación positiva entre Neuroticismo y el Abuso de redes sociales, demostrando que la H2 se cumple, esto en el factor global de Abuso de redes sociales, así como en los factores específicos (Uso Excesivo, Falta de Control, Obsesión). Diferentes investigaciones también explican como estas dos variables están relacionadas, a mayor Neuroticismo, mayor será el grado de adicción (Malo y Viñas, 2018; Carbonell y Puerta, 2014). También una investigación basada en el tiempo que se invierte en las redes sociales Facebook e Instagram demostró que a mayor actividad de estas redes sociales mayor será el rasgo de Neuroticismo (Riera, 2017). Al Neuroticismo además se lo relaciona con personas impulsivas y ansiosas, contrario a la Estabilidad Emocional (Ledesma y Sanchez, 2007), en donde además un estudio demuestra como el mayor tiempo de uso del

teléfono móvil y conexión a la red, se relaciona a una baja Estabilidad Emocional (López et al., 2016)., concluyendo que, a más tiempo de conexión a la red, mayor será el grado de Neuroticismo.

### **5.3 Discusión de la H3: El rasgo de apertura se relaciona a un alto nivel de tiempo en el uso de redes sociales.**

La H3 no se cumple según los resultados, ya que en su mayoría los estudiantes que presentan este rasgo no tienden a abusar de redes sociales, además, en ninguno de los factores específicos relacionados al Abuso de redes sociales existe una correlación significativa entre las mismas, es decir, no hay una interrelación entre Abuso de redes sociales y el rasgo de Apertura a la Experiencia; resultado que se adapta a diversas investigaciones (Malo y Viñas, 2018; Carbonell y Puerta, 2014). Sin embargo, según la literatura existe una relación directa entre la mayor actividad de las redes sociales Facebook e Instagram con un nivel alto del rasgo de Apertura (Riera, 2017).

### **5.4 Discusión de la H4: Los usuarios que pasan poco tiempo en redes sociales presentarán un nivel más alto de responsabilidad.**

Según los resultados expuestos, se cumple la H4, se determinó que el rasgo de Responsabilidad se encuentra significativamente correlacionado de forma inversa con la Adicción a las redes sociales y sus dimensiones, es decir que, a mayores rasgos de Responsabilidad, menor intensidad de Obsesión, Falta de Control Personal, Uso Excesivo y Abuso de las redes sociales en línea. Diversos estudios corroboran estos hallazgos, tanto en abuso redes sociales como en abuso de internet (Malo y Viñas, 2018; Carbonell y Puerta, 2014). También un estudio relacionado al tiempo de uso del teléfono móvil, por ende, conexión a la red, demostró que características del rasgo de Responsabilidad como el

autocontrol y el perfeccionismo (en puntuaciones altas) (Cerdán, 2018), mantienen una tendencia correlacional negativa, eso quiere decir que, a mayor nivel de autocontrol y perfeccionismo, menor será el nivel de abuso de la red y teléfono móvil (López et al., 2016); además, otras de las características de este rasgo como: la autodisciplina, eficacia para tareas u objetivos, y el autocontrol como lo mencionado anteriormente (SECOP, 2008), es contrario a las características propias del abuso de redes sociales como: la falta de control, descuido de tareas, impulso por utilizar las redes sociales (Ecurra y Salas, 2014), lo que nos lleva a deducir que el rasgo de Responsabilidad con el Abuso de redes sociales en sus conceptos propios, no podrían coexistir.

Por último y además de las hipótesis planteadas, se menciona que el rasgo de personalidad de Cordialidad no mantiene ninguna correlación significativa según los hallazgos de la investigación, sin embargo, la mayoría de los estudiantes si mantienen la tendencia que a niveles bajos de Adicción a redes sociales tienen mayores rasgos de Cordialidad; siendo varias investigaciones las que denotan esta correlación (Malo y Viñas, 2018; Carbonell y Puerta, 2014).

## 6. CONCLUSIONES

El presente trabajo pretendió aproximarse al estudio de la personalidad y las variables asociadas al uso problemático de redes sociales, con el objetivo de obtener un conocimiento más detallado del problema y posibilitar la orientación de acciones preventivas adecuadas.

No cabe duda de que la amplitud y complejidad de la literatura considera innumerables variables a ser tomadas en cuenta, por lo cual se menciona que el presente trabajo no permite establecer un juicio preciso de causalidad, por ello se prefiere hablar de una asociación o relación existente.

El cuestionario ARS utilizado para investigar el abuso de las redes sociales en línea, es uno de los más utilizados en la población española y latinoamericana, mostrando un alto nivel de confiabilidad, también adaptándose a nuestra población, por lo cual sugiere ser una buena herramienta para diversas investigaciones.

El test NEO-FFI utilizado para el estudio de las Cinco Grandes Dimensiones de Personalidad, también muestra una alta confiabilidad adaptándose a los parámetros de nuestra sociedad, siendo entre las pruebas preferidas para investigar la personalidad de manera global.

Entre los resultados más sobresalientes cabe destacar que en general se obtuvo una muestra compuesta principalmente por mujeres, estudiantes de ciclos pares, en su mayoría solteros, la tercera parte tenían una relación actual y las tres cuartas partes no trabajaban.

El presente estudio ha permitido constatar en el grupo de estudiantes que los rasgos de personalidad en forma descendente, desde el más fuerte al más débil, se presentaron como: Apertura, seguido por Extraversión, Responsabilidad, Neuroticismo, y por último Cordialidad. Denotando a su vez que casi la cuarta parte tenían valores clínicos de Apertura y Extraversión.

En relación con el abuso de redes sociales, todos utilizaban Redes sociales y Sistemas de mensajería (hasta 5 de forma simultánea). Siendo las más utilizadas: Facebook, WhatsApp e Instagram.

De forma global el 56.6% tenía Adicción a las redes sociales. Dentro de las dimensiones particulares el porcentaje clínicamente significativo fue: Uso excesivo de las redes sociales con un 73.5%, seguido de Obsesión con el 38% y finalmente Falta de control con el 37.3%. Con respecto a la cantidad de personas con Adicción a redes sociales fue similar en todas las variables sociodemográficas (Proporciones parecidas).

Atendiendo al objetivo general de esta investigación, con relación al abuso de redes sociales en línea con los rasgos de personalidad, se obtuvo una correlación significativa de forma inversa entre Adicción a las redes sociales y el rasgo de Responsabilidad, es decir, a mayor adicción menor rasgo de Responsabilidad. De igual manera se encontró una correlación significativa entre Adicción a las redes sociales y el rasgo de Neuroticismo, pero en relación positiva, es decir, mayor Neuroticismo mayor será el grado de adicción.

Por otra parte, los elementos intrínsecos en base a los resultados presentados, muestran que la personalidad representada como una máscara que se proyecta hacia los demás, se aflora al contacto con el mundo externo, y a su vez con las redes sociales, en donde se expresan necesidades, inseguridades y miedos; tapadas al mundo en forma de filtros, imágenes de felicidad, mensajes motivacionales, autoconfianza; sin embargo, es solo una forma común para desahogarse, ayuda a las personas a desinhibir lo reprimido, lo que en el contacto cara a cara resulta difícil; este lado positivo de las redes sociales es innegable, pero el mal manejo de las mismas también puede convertirse en un reforzador a las conductas desadaptativas, estimulando a que los usuarios las acrediten y las acentúen como positivas, manteniendo a las redes sociales como un lugar de confort sin estimular una mejoría. Siendo por ejemplo en la

comunicación personal en donde las habilidades sociales pierden la oportunidad de ser reforzadas.

Los riesgos relacionados con la adicción en especial en los usuarios más jóvenes, en donde la rutina normal se ve interrumpida por el tiempo que llegan a pasar conectados, puede conllevar a efectos psicológicos como en cualquier otra adicción.

La gran mayoría de las desventajas que observamos en las redes sociales, dependen de los criterios y actitudes ético-morales de los usuarios, por lo tanto, las redes sociales en sí mismas, no son responsables del uso que se les dé.

Además, las redes sociales también pueden ser una fuente de apoyo social, en donde la comunicación a lugares remotos del planeta se ve favorecida gracias a la inmediatez, adquiriendo posibilidades que sin esta herramienta serían limitadas.

En definitiva, la realidad que describen los resultados encontrados en la presente investigación coincide con la visión brindada por parte de los trabajos previos, lo que puede traducirse, como un fenómeno de interés “global”, con un claro beneficio para el diseño de estrategias preventivas y de abordaje, que permitan superar las dificultades asociadas a la adicción a las redes sociales y que permitan un desarrollo sano de la personalidad.

## 7. RECOMENDACIONES

Se obtuvo una mayor participación de mujeres que de hombres, lo cual puede indicar un sesgo de muestreo, sin embargo; todo cabe indicar que ellas utilizan en mayor medida las redes sociales en línea. Como mejoras a futuro se tendría que intentar igualar la tasa de respuestas en hombres y mujeres, para regular con mayor precisión las diferencias de género en el uso de las redes sociales en línea. De la misma manera igualar la tasa de participación de los estudiantes a distintas universidades, tanto estatales como privadas en diversas carreras, aunque en nuestro caso no se demostró ser un obstáculo, dada la heterogeneidad de respuestas entre el grupo escogido, la muestra más amplia y en diferentes grupos podría brindar nuevos factores a ser tomados en consideración, que podrían sugerir nuevos hallazgos que beneficiarían a la presente investigación mejorando ciertas condiciones relacionadas a la validez externa.

Por otro lado, por lo que respecta al cuestionario Adicción a las Redes Sociales (ARS), a pesar de que su fiabilidad ha sido alta, sería aconsejable realizar una validación completa de la escala con criterio adaptado a nuestra sociedad para obtener una mayor fiabilidad del instrumento aplicado.

Se recomienda actualizar periódicamente los datos referidos a las redes sociales, ya que estas se encuentran en continuo cambio, sin ignorar que cada vez actualizan nuevas aplicaciones de interacción principalmente para el público más joven. Futuras investigaciones mejorarán el conocimiento de las condiciones que la promueven, para desarrollar mejores instrumentos de diagnóstico que permiten una intervención eficaz.

Se hace énfasis en las medidas de prevención que deben tomar las instituciones estableciendo una formación integral en los diseños curriculares bajo una orientación psicosocial; para dar a conocer los problemas a los que pueden enfrentarse debido al uso inadecuado de las redes

sociales; ser conscientes del grado de peligrosidad externa que estas conllevan como: la extorsión, el ciberbullyng, el sexting, el uso inadecuado de datos personales, robo de identidad, secuestros online, etc.; además de los problemas psicológicos que estos pueden atraer, en donde los adolescentes y jóvenes principalmente son más vulnerables, ocasionando problemas de autoestima, problemas emocionales, malos entendidos, celos injustificados, pérdida de interés a aspectos cotidianos, problemas familiares, entre otros.

Finalmente, estamos conscientes del abuso de las redes sociales en línea como un fenómeno mundial, en donde el uso excesivo asociado directamente a los rasgos de personalidad como el Neuroticismo, Extraversión, y el contexto más inmediato por el que aprenden a utilizarlas, son un nuevo auge de estudio, permitiendo identificar perfiles de grupos vulnerables, además faciliten una percepción de tratamiento más clara frente a problemáticas, trastornos y/o patologías teniendo una nueva herramienta de análisis que serán las claves que han de favorecer su uso responsable y su prevención.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *EduTec. Revista electrónica de tecnología educativa*, (7).
- Aguirre, J. L. (2011). Introducción al análisis de redes sociales. Documentos de Trabajo del Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, 82, 1-59.
- Alberto, U., y Blanco, D. (2011). Redes Sociales en Internet.
- Allen, N. B., Murray, G., Rawlings, D., y Trinder, J. (2003). NEO Five-Factor Inventory scores: *Psychometric properties in a community sample*. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 36(3), 140-149.
- Allport, G. (1967). Teorías de la Personalidad. Eudeba.
- American Psychiatric Association. (2014). Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM-5-R: Spanish Edition of the Desk Reference to the Diagnostic Criteria From DSM-5®. American Psychiatric Pub.
- Arab, L. E., y Díaz, G. 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.
- Aranda, A., Costa, P. T., Dolores, M., y McCrae, R. R. (2002). Neo pi-r: Inventario de Personalidad NEO revisado. Tea.
- Armstrong, L., Phillips, J. G., y Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *International journal of human-computer studies*, 53(4), 537-550.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2014). AIMC. Los internautas usan cada vez más el móvil y la Tablet para acceder a la Red e incrementan su uso en movilidad
- Becoña, E., Echeburúa, E., y Labrador, F. J. (2009). Adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes. Madrid: Pirámide.

- Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A., Sánchez-Carbonell, X., y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-159.
- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de juventud*.
- Biblioteca de Investigación y Estándares de España (2015). IV Estudio de Redes Sociales. Estudio Anual de Redes Sociales de IAB Spain.
- Boubeta, A. R., Couto, C. B., Ferreiro, S. G., y Salgado, P. G. (2015). Variables asociadas al uso problemático de internet entre adolescentes. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 15(1), 25-38.
- Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: *Definition, history, and scholarship*. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braña, T., Gómez, P., Rial, A., 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.
- Bringué, X., y Sádaba-Chalezquer, C. (2009). *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas. (Portada e índice)*. Rialp.
- Brown, R., Murphy, B., y Spiegel, E. (2015). Snapchat. YouTube video, June, 16.
- Buela-Casal, G., y Sierra, J. C. (1997). *Manual de evaluación psicológica: fundamentos, técnicas y aplicaciones*. Siglo XXI de España Editores.
- Caballero Daniela (2015). Cronología de las Redes Sociales. In *Science and Technology*.
- Cabanyes Truffino, J., Polaino-Lorente, A., y Pozo Armentia, A. D. (2009). *Fundamentos de psicología de la personalidad*. Madrid: Rialp, 2003 Madrid: Rialp, 2003.

- Cámara, M. J. O., Fuentes, M. D. C. P., Jurado, M. D. M. M., y Rubio, I. M. (2014). Redes sociales en internet y consecuencias de su uso en estudiantes universitarios. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 3(1), 585-592.
- Carbonell, X., y Puerta-Cortés, D. X. (2014). El modelo de los cinco grandes factores de personalidad y el uso problemático de Internet en jóvenes colombianos. *Adicciones*, 2014, Vol. 26, Núm. 1.
- Carpio-Jiménez, L., y Puertas-Hidalgo, R. (2017). Interacción generada en redes sociales por las universidades categoría A en Ecuador. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 4(1), 53-61.
- Cerdán, A. G. (2018). Todo sobre los factores y rasgos de la personalidad ¿Qué nos hace ser quiénes somos?. *Cognifit - Health, Brain & Neuroscience*.
- Christakis, N. A., Diéguez, A., Fowler, J. H., Schmid, E., y Vidal, L. (2010). *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan* (No. 302.30285 C4Y.). Madrid: Taurus.
- Cloninger, S. C. (2002). *Teorías de la personalidad*. Pearson Educación.
- Colegios oficiales de psicólogos (2008). SECOP. Evaluación del Test NEO-PI-R. Revisión del test en su adaptación española.
- Cortés, S. R., y Villegas, N. E. M. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52.
- Cornejo, M., y Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229.

- Costa Jr, P. T., Bond, M. H., McCrae, R. R., Paunonen, S. V., y Zonderman, A. B. (1996). Evaluating replicability of factors in the Revised NEO Personality Inventory: *Confirmatory factor analysis versus Procrustes rotation*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 552.
- Costa Jr, P. T., y McCrae, R. R. (2013). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. Guilford Press.
- Costa Jr, P. T., y McCrae, R. R. (2008). *The five-factor theory of personality*.
- Cotes, A., Londoño, L., Martínez, S., Nobles, D., Ramos, A., y Santa, G. (2020). Tecnologías de la comunicación y relaciones interpersonales en jóvenes universitarios. *Educación y Humanismo*, 2016, vol. 18, num. 30, p. 14-27.
- Cupani, M., Font, M. L., Pizzichini, F., Saretti, B., y Vaiman, M. (2012). Análisis factorial confirmatorio del NEO-FFI utilizando parcelización de ítems y método bootstrap. *Avaliação Psicológica*, 11(2), 159-168.
- De Corral, P., y Echeburúa, E. (2010). *Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*. *Adicciones*, 22(2), 91-96.
- Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Dominguez-Lara, S., Guevara-Cordero, C., Merino-Soto, C., y Zamudio, B. (2018). Big Five Inventory en Universitarios Peruanos: Resultados Preliminares de su Validación. *Psykhé (Santiago)*, 27(2), 1-12.
- Donado-Mazarrón-Ojeda, A. (2020). Neuroticismo y Extraversión como factores de personalidad y su relación con la ansiedad.

- Escurrea Mayaute, M., y Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Espinar Ruiz, E., y López Fernández, C. (2009). Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos. *Athenea digital: revista de pensamiento e investigación social*, (16), 001-020.
- Etchezahar, E., Simkin, H., y Ungaretti, J. (2012). Personalidad y Autoestima desde el modelo y la teoría de los Cinco Factores. *Hologramática*, 17(2), 171-193.
- Instituto Nacional de Estadística (2017). INE. Impacto de las Redes Sociales.
- Fernández, R. B. (2010). Técnicas de apoyo psicológico y social al paciente y familiares. Ideaspropias Editorial SL.
- Font, J. M. L. (2002). Personalidad: esbozo de una teoría integradora. *Psicothema*, 14(4), 693-701.
- Fraguela, J. A. G., Luengo, M. Á., Romero, E., y Sobral, J. (2002). La estructura de los rasgos de personalidad en adolescentes: el modelo de cinco factores y los cinco alternativos. *Psicothema*, 14(1), 134-143.
- Goldberg, A. E. (1995). *Constructions: A construction grammar approach to argument structure*. University of Chicago Press.
- González Álvarez, J., y Ronai, A. V. (2020). Big Data y Big Five Análisis de los adjetivos de personalidad en el lenguaje escrito mediante Ngram Viewer.
- John, O. P., y Pervin, L. A. (Eds.). (1999). *Handbook of personality: Theory and research*. Elsevier.
- Joinson, A., y Piwek, L. (2016). "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358-367.
- Lévy, P. (1998). Construir la inteligencia colectiva. Internet el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación, 101-106.

- López-Torrecillas, F., Olivencia-Carrión, M., Pérez-Marfil, M., y Ramos-Revelles, M. (2016). *Personalidad y su relación con el uso versus abuso del teléfono móvil*. *Acción psicológica*, 13(1), 109-118.
- Malo-Cerrato, S., y Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Comunicar*, 26(56), 101-110.
- Martín Rosell, M. (2016). Jóvenes y redes sociales.
- Martos Carrión, E. (2011). Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales (Doctoral dissertation).
- Mercedes, G. V. M. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 13(2), 48-72.
- Moll, A. R., y Echeburúa, O. E. (2014). Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Ediciones Pirámide.
- Morejon Garcia, L. A. (2020). Estudio comparativo de los contenidos audiovisuales de entretenimiento dentro de las redes sociales y su incidencia en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social del periodo septiembre 2019-febrero 2020 (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2020).
- Moreno Cámara, A., y Prieto Gutiérrez, J. J. (2015). Las Redes Sociales de Internet, ¿Una nueva adicción? *Revista argentina de clínica psicológica*, 24(II), 149-156.
- Echeburúa, O. E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista española de drogodependencias*, 4, 435-48.

- Organización Mundial de la Salud. (2000). Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud. Guía de bolsillo de la clasificación CIE-10: clasificación de los trastornos mentales y del comportamiento.
- Paradas, A. F. (2015). Interactividad y redes sociales. ACCI (Asoc. Cultural y Científica Iberoameric.).
- Poch, F. V. (2009). Uso autoinformado de Internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la red. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 9(1), 109-122.
- Ponce, A. (2016). Personalidad como conjunto de características y cualidades que emergen en la red. *Revista de Ingeniería de la conducta*. Editorial Add Chile.
- Ponce, I. (2012). Monográfico: redes sociales. *Internet web*, 2.
- Purita, G. (2015). OBS SOCIAL 2015. Análisis de las tendencias de uso y participación en las redes sociales a nivel mundial en España [OBS SOCIAL 2015. Analysis of usage trends and participation in social networks worldwide in Spain] [lecture notes].
- Quezada Lucio, N., Serrano Pérez, J., y Serrano Pérez, J. (2014). Estadística con SPSS 22. Editorial Macro.
- Riera, C. C. (2017). Personalidad y preferencias de uso en las redes sociales en línea (Doctoral dissertation, Universitat Ramon Llull).
- Rojas Montes, E. (2004). *¿Quién eres? De la personalidad a la autoestima*. Temas de Hoy, Madrid.
- Saavedra, M. C. (1771). *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha* (Vol. 6). J. Ibarra.
- Salcedo Culqui, I. D. S. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima.

- Santos, F. R. (1994). *Amigos y redes sociales: elementos para una sociología de la amistad*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Sanz Menéndez, L. (2003). *Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes*.
- Seelbach González, G. A. (2013). *Teorías de la personalidad*. Primera Edición. Bibliotecas digitales.
- Universitat de València (2011). Museo de la Informática. Redes Sociales.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Verdejo Espinosa, M. Á. (2015). Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: análisis y herramientas de prevención.
- Vivar, J. M. F. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 17(33), 73-81.
- Yang, C. K. (2001). Sociopsychiatric characteristics of adolescents who use computers to excess. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 104(3), 217-222.
- Zuckerberg, M. (2016). Mark Zuckerberg. AV2 by Weigl.

## ANEXOS

### Anexo I

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA INVESTIGACION CON ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY (UDA)

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** Análisis de la relación existente entre los cinco factores de personalidad y las adicciones a las redes sociales.

El propósito de la información que usted leerá a continuación es ayudarle a tomar la decisión de participar en esta investigación. Tómese el tiempo que requiera para decidirse y por favor lea cuidadosamente este documento.

#### **Objetivo de la investigación**

Usted ha sido invitado a participar de una investigación. El propósito de esta es: Investigar y relacionar la actividad en redes sociales, con la personalidad de los usuarios, según el modelo de los cinco grandes.

#### **Procedimiento de la investigación**

Si usted acepta participar, se le aplicarán dos test: Inventario NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI); y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS).

#### **Beneficios**

No existen beneficios económicos para usted por la participación en este estudio. Sin embargo, el hecho que responda los cuestionarios será un aporte para esta investigación. Los resultados de los test y el contenido de las entrevistas serán entregados al tribunal asignado de la Universidad del Azuay, para que, en caso de ser necesario, sean utilizados con fines académicos.

#### **Riesgos**

Esta investigación no tiene riesgos para usted ni de ninguna índole.

#### **Confidencialidad de la información personal y médica**

Los datos que resulten del estudio serán resguardados con seguridad y confidencialidad. Se utilizarán exclusivamente con fines académicos y de investigación. Todo dato de identificación personal será excluido de reportes y publicaciones.

#### **Voluntariedad de la participación**

La participación en esta investigación es completamente voluntaria. Usted puede autorizar la participación si es su voluntad hacerlo. Sin embargo, para fines de validación de los cuestionarios se le pide responder a todas las preguntas.

Las autoridades de la institución tienen conocimiento y han autorizado la participación.

## Anexo II

### DECLARACION DE CONSENTIMIENTO

Yo \_\_\_\_\_, de nacionalidad \_\_\_\_\_ con C.I \_\_\_\_\_

declaro que se me ha explicado el propósito de esta investigación, los procedimientos, los riesgos, los beneficios y los derechos que tengo por participar.

Firmo este documento voluntariamente, sin ser forzado (a) a hacerlo.

Al momento de la firma, me entregan una copia firmada de este documento.

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

## Anexo III

### FICHA SOCIO DEMOGRÁFICA

SEXO:            M ( )    F ( )

NOMBRE Y APELLIDO: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

CURSO: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL:    Solter@ ( )    Casad@ ( )    Divorciad@ ( )    Unión libre ( )

-Actualmente, ¿Se encuentra en una relación sentimental?:        Si ( )    No ( )

Si respondió "Si", indique cuanto tiempo (meses) de relación lleva con su pareja: \_\_\_\_\_

-Además de estudiar, ¿usted trabaja?:        Si ( )    No ( )

Si respondió "Si", indique cuantas horas labora diariamente: \_\_\_\_\_

## Anexo IV

### VERSIÓN FINAL DEL ARS

### 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 :.....

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

.....

#### Si respondió NO, entregue el formato al encuestador

¿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?:

.....  
.....

## 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° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
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 V

### INVENTARIO DE PERSONALIDAD REDUCIDO DE CINCO FACTORES (NEO-FFI).

Este cuestionario consta de 60 afirmaciones en referencia a su forma de ser o comportarse. Por favor, lea cada frase con atención.

Debe indicar su grado de acuerdo según el siguiente código:

0. Total desacuerdo.
1. Desacuerdo.
2. Neutral.
3. De acuerdo.
4. Totalmente de acuerdo.

Marque el dígito elegido en el espacio existente a la derecha del número de ítem. No hay respuestas correctas ni incorrectas, y no se necesita ser un experto para contestar a este cuestionario. Conteste de forma sincera y exprese sus opiniones de la manera más precisa posible. No hay tiempo límite, pero intente trabajar lo más deprisa posible. No se entretenga demasiado en la respuesta. No deje NINGUNA respuesta en blanco.

1. \_\_\_ A menudo me siento inferior a los demás.
2. \_\_\_ Soy una persona alegre y animosa.
3. \_\_\_ A veces, cuando leo una poesía o contemplo una obra de arte, siento profunda emoción o excitación.
4. \_\_\_ Tiendo a pensar lo mejor de la gente.
5. \_\_\_ Parece que nunca soy capaz de organizarme.
6. \_\_\_ Rara vez me siento con miedo o ansioso.
7. \_\_\_ Disfruto mucho hablando con la gente.
8. \_\_\_ La poesía tiene poco o ningún efecto sobre mí.
9. \_\_\_ A veces intimido o adulo a la gente para que haga lo que yo quiero.
10. \_\_\_ Tengo unos objetivos claros y me esfuerzo por alcanzarlos de forma ordenada.
11. \_\_\_ A veces me vienen a la mente pensamientos aterradores.
12. \_\_\_ Disfruto en las fiestas en las que hay mucha gente.
13. \_\_\_ Tengo gran variedad de intereses intelectuales.
14. \_\_\_ A veces consigo con artimañas que la gente haga lo que yo quiero.
15. \_\_\_ Trabajo mucho para conseguir mis metas.
16. \_\_\_ A veces me parece que no valgo absolutamente nada.
17. \_\_\_ No me considero especialmente alegre.
18. \_\_\_ Me despiertan la curiosidad las formas que encuentro en el arte y la naturaleza.
19. \_\_\_ Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear.
20. \_\_\_ Tengo mucha auto-disciplina.
21. \_\_\_ A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza.
22. \_\_\_ Me gusta tener mucha gente alrededor.
23. \_\_\_ Encuentro aburridas las discusiones filosóficas.
24. \_\_\_ Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar.
25. \_\_\_ Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias.
26. \_\_\_ Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces siento que me voy a desmoronar.
27. \_\_\_ No soy tan vivo ni tan animado como otras personas.
28. \_\_\_ Tengo mucha fantasía.
29. \_\_\_ Mi primera reacción es confiar en la gente.

## Paul t. Costa y Robert McCrae.

0. Total desacuerdo. 1. Desacuerdo. 2. Neutral. 3. De acuerdo. 4. Totalmente de acuerdo.

30. \_\_\_ Trato de hacer mis tareas con cuidado, para que no haya que hacerlas otra vez.
31. \_\_\_ A menudo me siento tenso e inquieto.
32. \_\_\_ Soy una persona muy activa.
33. \_\_\_ Me gusta concentrarme en un ensueño o fantasía y, dejándolo crecer y desarrollarse, explorar todas sus posibilidades.
34. \_\_\_ Algunas personas piensan de mí que soy frío y calculador.
35. \_\_\_ Me esfuerzo por llegar a la perfección en todo lo que hago.
36. \_\_\_ A veces me he sentido amargado y resentido.
37. \_\_\_ En reuniones, por lo general prefiero que hablen otros.
38. \_\_\_ Tengo poco interés en andar pensando sobre la naturaleza del universo o de la condición humana.
39. \_\_\_ Tengo mucha fe en la naturaleza humana.
40. \_\_\_ Soy eficiente y eficaz en mi trabajo.
41. \_\_\_ Soy bastante estable emocionalmente.
42. \_\_\_ Huyo de las multitudes.
43. \_\_\_ A veces pierdo el interés cuando la gente habla de cuestiones muy abstractas y teóricas.
44. \_\_\_ Trato de ser humilde.
45. \_\_\_ Soy una persona productiva, que siempre termina su trabajo.
46. \_\_\_ Rara vez estoy triste o deprimido.
47. \_\_\_ A veces reboso felicidad.
48. \_\_\_ Experimento una gran variedad de emociones o sentimientos.
49. \_\_\_ Creo que la mayoría de la gente con la que trato es honrada y fidedigna.
50. \_\_\_ En ocasiones primero actúo y luego pienso.
51. \_\_\_ A veces hago las cosas impulsivamente y luego me arrepiento.
52. \_\_\_ Me gusta estar donde está la acción.
53. \_\_\_ Con frecuencia pruebo comidas nuevas o de otros países.
54. \_\_\_ Puedo ser sarcástico y mordaz si es necesario.
55. \_\_\_ Hay tantas pequeñas cosas que hacer que a veces lo que hago es no atender a ninguna.
56. \_\_\_ Es difícil que yo pierda los estribos.
57. \_\_\_ No me gusta mucho charlar con la gente.
58. \_\_\_ Rara vez experimento emociones fuertes.
59. \_\_\_ Los mendigos no me inspiran simpatía.
60. \_\_\_ Muchas veces no preparo de antemano lo que tengo que hacer.