

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
EAP de Psicología



Una Institución Adventista

TESIS

**Propiedades psicométricas de la Escala de Riesgo de Adicción a las
Redes Sociales (C^rARS)**

Tesis presentada para como requisito para optar el título profesional de Psicólogo

Autores:

Lindsey Wildman Vilca Quiro
Abigail Gabriela Gonzales Yupanqui

Asesora:

Dra. María Vallejos Atalaya

Lima, diciembre de 2013

Dios por bendecirnos todos los días.

*A mi Madre Alodia,
por todo el esfuerzo, tiempo y sacrificio,
por ser el apoyo constante en mi vida.*

*A mi Madre Narcí,
por ser mi mejor amiga y ejemplo,
por el apoyo en esta tesis y en mi vida*

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por ser maravilloso, que nos dio fuerza y fe para realizar esta investigación. A nuestras familias por estar a nuestro lado impulsándonos y apoyándonos a terminar esta Tesis.

La presente Tesis es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndonos paciencia, dándonos ánimo, acompañándonos en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad. Queremos agradecer a todas aquellas personas que han hecho posible llevar a cabo el presente proceso de elaboración de la Tesis. Agradecemos la labor de nuestra asesora la Dra. Maria Vallejos, por la dirección de este trabajo, paciencia, entusiasmo, disponibilidad y voluntad por la cual nos ha orientado, apoyado y corregido. Al Mg. Walter Capa por sus conocimientos y su aportación quien permitió que esta investigación emerja. A la Dra. Rosa Alfaro por sus atinadas correcciones, ayuda y comprensión. A la Dra. Damaris Quinteros quien siempre contribuyó con comentarios y sugerencias muy acertados que permitieron la evolución y crecimiento de la tesis. Al Ps Sixto Bonifacio, y buen amigo, quien con su amplio conocimiento de la psicología y su eficiencia permitió una gran aportación a esta investigación. A la Dra. Yanina Sandoval por los consejos, el apoyo y el ánimo que nos brindó. Al Ps. Edward Mendoza y Ps. Jesus Soto, quienes siempre están dispuestos a compartir información y conocimientos a la Ps. Chelita Santillán por sus comentarios en todo el proceso de elaboración de la tesis. A nuestros amigos Jader, Ada y Violeta por sus sabios consejos y apoyo en todo lo que pudiera necesitar, gracias.

Un agradecimiento especial a Néstor Galarza por las facilidades para acceder a las instituciones educativas. Asimismo agradecer a los directores de los colegios José Antonio Encinas, Edelmira del Pando, Julio Cetello, Alfonso Ugarte, Portales del Saber, Fe y Alegría y José Faustino Sánchez Carrión por su predisposición al apoyo de la investigación.

A todos los amigos que ayudaron en la construcción de esta investigación, gracias

Finalmente, a nuestros profesores y colegas del pregrado ya que nos sirvieron como modelos y guías.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas

Resumen

Abstract

Introducción

Capítulo I: El problema 01

1.1 Planteamiento del problema 01

1.2 Formulación del problema 06

1.3 Objetivos 06

1.3.1 Objetivo general 06

1.3.2 Objetivos específicos 06

1.4 Justificación 07

Capítulo II: Marco Teórico 09

2.1 Antecedentes de la investigación 09

2.2 Fundamento bíblico – filosófico 12

2.3 Redes sociales 13

2.3.1 Tipos de redes sociales 14

2.3.2 Terminología de las redes sociales 20

2.3.3 Base que sustenta la red social 23

2.3.4 Principales redes sociales 26

2.4 Proceso de adicción a las redes sociales 29

2.4.1 Objeto de la adicción 29

2.4.2 Características de la persona y el entorno social 31

2.4.3 Pensamientos distorsionados 32

2.5 Conceptualización del constructo 33

2.6 Elementos del constructo 35

2.6.1	Perdida de control	35
2.6.2	Interferencia en el ámbito social	35
2.6.3	Disminución del rendimiento académico	35
2.6.4	Síndrome de abstinencia	35
2.6.5	Modificación del ánimo	36
2.6.6	Perdida de interés por otras actividades	36
2.6.7	Dependencia	37
2.7	Secuencia evolutiva de la adicción a las redes sociales	37
2.8	Prevención de la adicción a las redes sociales	39
2.9	Definición conceptual de términos	42
Capítulo III: Diseño Metodológico		43
3.1	Tipo y diseño de la investigación	43
3.2	Variable de Investigación	43
3.2.1	Identificación de la variable	43
3.2.2	Operacionalización de la variable	44
3.3	Población y muestra	44
3.3.1	Población	44
3.3.2	Muestra	45
3.3.3	Selección muestral	46
3.3.4	Descripción de la muestra	46
3.4	Descripción del área geográfica de estudio	47
3.5	Instrumento de recolección de datos	48
3.6	Proceso de recolección de datos	48
3.7	Técnica de procesamiento de datos	49
Capítulo IV: Resultados		51
4.1	Primera fase del estudio	51

4.1.1 Validez de contenido	51
4.1.2 Análisis y selección de los ítems	58
4.1.3 Resultados de fiabilidad inicial.....	62
4.1.4 Validez de constructo: Análisis factorial exploratorio.....	63
4.2 Segunda fase del estudio	68
4.2.1 Resultados de fiabilidad	68
4.2.2 Validez de constructo: Análisis factorial confirmatorio.....	68
4.2.3 Instrumento final de C ^r ARS	71
4.2.4 Normas de interpretación	71
Capítulo V: Discusión	74
Capítulo VI:	81
6.1 Conclusiones	81
6.7 Recomendaciones.....	81
Referencias	83
Apéndice 1	91
Apéndice 2	93
Anexos	95

Índice de tablas

Tabla N° 1	47
Operacionalización de la variable adicción a redes sociales	
Tabla N° 2	50
Características de la muestra piloto	
Tabla N° 3	50
Características de la muestra grande	
Tabla N° 4	55
Estructura del instrumento medido	
Tabla N° 5	56
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión pérdida de control	
Tabla N° 6	57
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión conflicto en el ámbito social	
Tabla N° 7	58
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión disminución del rendimiento académico	
Tabla N° 8	58
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión síndrome de abstinencia	
Tabla N° 9	59
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión medio de escape emocional	
Tabla N° 10	59
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión perdida de interés por otras actividades	
Tabla N° 11	60
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión ideas irracionales	
Tabla N° 12	60
Análisis de validez de contenido de la sub dimensión pensamiento adictivo	
Tabla N° 13	61
Análisis de validez de contenido del instrumento global	
Tabla N° 14	62
Análisis estadístico de los ítems	
Tabla N° 15	64
Análisis factorial de solo de pérdida de control	

Tabla N° 16	64
Análisis factorial solo de disminución del rendimiento académico	
Tabla N° 17	66
Estimaciones de consistencia interna de C ^r ARS: primera fase del estudio.	
Tabla N° 18	66
KMO y prueba de Bartlett	
Tabla N° 19	69
Matriz de factores rotados para los siete constructos	
Tabla N° 20	70
Estructura del instrumento luego de las modificaciones hechas	
Tabla N° 21	71
Estimaciones de consistencia interna de C ^r ARS: segunda fase del estudio	
Tabla N° 22	74
Estructura final del instrumento	
Tabla N° 23	75
Normas percentilares para C ^r ARS	
Tabla N° 23	76
Categorías de riesgo según puntuaciones directas de C ^r ARS	

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue la construcción y adaptación de un instrumento capaz de detectar el riesgo de presentar adicción a las redes sociales en adolescentes peruanos entre las edades de 14 y 18 años. La escala está constituida por 43 ítems que evalúan las 7 dimensiones de la adicción a redes sociales. Para tal fin la investigación se desarrolló en varios colegios de Lima Metropolitana y en diferentes fases: una primera fase piloto con 205 escolares y una segunda fase con 453 escolares de tercero, cuarto y quinto de secundaria. En base a ello se realizó las correcciones en el instrumento original y se verifica sus propiedades psicométricas, donde la estructura factorial de la escala es buena (RMSEA = .047, CFI = .91) y el coeficiente alpha de Cronbach para las dimensiones de la escala oscilan entre .71 y .90. En virtud de lo mencionado se concluye que el instrumento elaborado evidencia una buena consistencia interna presentando una fiabilidad y validez del constructo. Lo cual hace confiable los resultados que reporte la escala.

Palabras Claves: Redes Sociales; Adicción tecnológica; Adicción a las redes sociales.

Abstract

The objective of this research was the construction and adaptation of an instrument capable of detecting the risk of addiction to social networks in Peruvian adolescents, between the ages of 14 and 18. The scale consists of 43 items that assess the 7 dimensions of the addition to social networks. To this end, the research developed in several schools of Lima and in different phases: a first pilot phase with 205 students and a second phase with 453 students of third, fourth and fifth grade. Based on this correction was made in the original instrument and its psychometric properties, where the factor structure of the scale is good (RMSEA = .047, CFI = .91) and Cronbach's alpha coefficient for the size of the check is scale ranging between .71 and .90. Under the above it is concluded that the instrument developed evidence showing good internal consistency reliability and construct validity. This makes reliable the results of scale.

Key Words: social media, technology addiction, addiction to social networks.

Introducción

Uno de los problemas más relevantes en la actualidad son las adicciones no convencionales, adicciones que no implican el consumo de sustancias. Entre las cuales se encuentra la adicción a las redes sociales (virtuales) como *facebook*, *myspace*, entre otros, que en los últimos años su uso y popularidad entre los jóvenes ha ido en aumento especialmente en los menores de edad, en nuestro país se reportan cifras alarmantes sobre la adicción a internet y las redes sociales, especialmente en los adolescentes y jóvenes ya que ellos tienen un mayor acceso a las nuevas tecnologías. Frente a esta realidad, se exige medidas de prevención e intervención inmediatas para enfrentar este problema, siguiendo esta línea, esta investigación pretende construir y adaptar un instrumento psicológico fiable y válido para detectar en sus inicios la adicción a las redes sociales, para ello en la presente investigación primero se hace una descripción de la realidad problemática en diferentes países y en el Perú. Seguidamente se realiza el planteamiento del problema, para luego hacer la delimitación de los objetivos, después se realiza el marco teórico, para luego pasar a la parte metodológica que fue aplicada en la investigación, se presenta la descripción del diseño de investigación a utilizar, como las características demográficas de la población de estudio, el tipo de muestreo utilizado y la evaluación psicométrica. A su vez, se describe el instrumento construido y los procedimientos que detallan el modo en que se llevó a cabo el estudio.

Capítulo I

El problema

1.1 Planteamiento del problema

En los últimos años las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han tenido un gran impacto en nuestra sociedad, provocando un cambio importante en la vida de las personas y en el funcionamiento de la sociedad. Así, la aparición de una amplia y variada gama de instrumentos y soportes que han revolucionado la forma de manejar, almacenar y transmitir la información han provocado importantes cambios especialmente en la forma de relacionarnos con otras personas (Oliva, et al. 2012).

En relación a ello el Perú es el segundo país latinoamericano en cuanto a tasa de penetración de internet y los diferentes servicios que ofrece (12 usuarios por cada 100 habitantes) donde el 66% son adolescentes residentes de Lima y que acceden a internet regularmente a través de cabinas públicas (Quiroz, 2005).

Entre los servicios más utilizados en internet destacan las redes sociales, que en la actualidad existen más de 200 redes sociales con más de 850 millones de usuarios en todo el mundo, siendo la mayoría de ellos jóvenes. Así el 80 % de los usuarios de redes sociales en todo el mundo, tienen entre 12 y 30 años, y la frecuencia de uso entre los adolescentes (12 a 19 años) es muy alta, siendo una tendencia que crece cada día más (Ministerio de Educación de Argentina, 2010). El Perú es el octavo país a nivel mundial en uso de las redes sociales, donde las cinco redes sociales más usadas en el Perú son *facebook* con 10,434 380 usuarios, *Windows Live Profile* con 1.525.000 usuarios,

Slideshare con 856 mil usuarios, *Sónico* con 684 mil y *Twitter* con 620 mil usuarios (Arias y Monge, 2011).

Siguiendo esta misma línea, el diario *El Comercio* publicó los resultados de una encuesta en Lima Sur, en Mayo del 2011, donde se revela que 3 de cada 4 adolescentes tienen una cuenta de *facebook*, pese a que la red social no es un espacio para menores de 18 años. Además, esta encuesta señala que el 54% de adolescentes ingresa a internet principalmente para entrar a su cuenta de *facebook* y que su prioridad es compartir sus fotos. También un portal especializado en el uso de *facebook* muestra datos actuales respecto a su crecimiento, señala que Perú cuenta con 12 400 000 usuarios de los cuales el 45% son mujeres y 53% son hombres, donde la edad promedio del usuario es de 18 años, y esto equivale un 48.39% de la cantidad total; sabiendo que el crecimiento se ha ido intensificando en los últimos seis meses en 12.9% y con tendencias de ascender, ya que cada día hay nuevos registros de usuarios. Actualmente el Perú se encuentra en la posición 24 en el ranking mundial de *facebook* (Owloo, 2013).

Asimismo, considerando el estudio que realizó Ipsos Apoyo (citado en Álvarez y Tang, 2012) en la investigación de los hábitos, las actitudes y las preferencias de los internautas así como de los usuarios de redes sociales de Lima urbana, dice que en Lima, el 79% de internautas está adscrito a alguna red social, mientras que en el interior del país la cifra es de 71%. Tanto en Lima como en el interior, en el 2012 se aprecia un crecimiento del 25% aproximadamente con respecto al año anterior, ya que el año 2011 en Lima el 64% de internautas estuvo adscrito a alguna red social y en el interior la cifra era de 56%; mientras que en la región centro del interior se presentó un crecimiento por encima del 60% con un contraste de 39% del año pasado. Por otro lado la frecuencia en que los limeños se conectan a internet es en promedio 16.9 veces al mes, donde la población más vulnerable son los adolescentes y su lugar de conexión más frecuente (74 %) es desde un cabina pública y el 35 % se conecta desde sus hogares. De este último

grupo el 74% tiene una cuenta en redes sociales, donde el 98 % de estos tiene una cuenta de *Facebook*.

Frente a esta realidad, los investigadores se han interesado en estudiar cómo influye el uso de las redes sociales en el comportamiento humano, ya que se trata, de una nueva forma de relacionarse con el mundo (Llamas, 2005).

Así, en la actualidad existen diferentes estudios donde se analizan las consecuencias psicológicas del abuso en la utilización de las redes sociales, dentro de ella la propensión a la depresión, a ser menos asertivos, tener menores niveles de tolerancia al estrés, a tener menor calidad de relaciones tanto con amigos como con la familia, a tener más dificultades para hablar en público y menores niveles de autoestima que los no adictos (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010). También en un estudio realizado por Vilca y Gonzales (2010), acerca del uso del chat, juegos en red y habilidades sociales en los alumnos de primer y segundo año de una universidad privada, encontraron que a mayor uso del chat menor es el nivel de habilidades sociales, señalando que los adolescentes y jóvenes está aún en el proceso de desarrollo y consolidación de sus habilidades sociales y cuando dedican más tiempo al uso del chat corren el riesgo de no consolidar su capacidad de entender, descifrar y responder a estímulos sociales ni ejercitan sus habilidades comunicativas porque no hay una comunicación directa con sus pares y la comunicación que en su mayoría es puramente escrita, donde no se da el lenguaje no verbal, el cual constituye casi el 90% de la comunicación entre dos o más personas. Así estos jóvenes correrían el riesgo de presentar problemas en su interacción social.

Llama la atención cuánto puede afectar el uso patológico de las redes sociales en las personas. Así el diario Florida Time-Unión (2010) reportó el caso de una madre en Estados Unidos que sacudió a su hijo hasta matarlo debido a que su llanto la interrumpió mientras estaba conectada a *facebook*.

Además es importante señalar que cualquier inclinación desmedida hacia alguna actividad puede desembocar en una adicción, exista o no una sustancia química de por medio. De hecho, existen hábitos de conducta aparentemente inofensivos que, en determinadas circunstancias, pueden convertirse en adictivos e interferir gravemente en la vida cotidiana de las personas afectadas, a nivel familiar, escolar, social o de salud (Echeburúa y Corral, 1994). Tal es así que un estudio halló que existe 7% de prevalencia de adicción entre usuarios de internet (Quevedo y Ramirez, 2006). Otra investigación encontró que el 46,9% de una muestra de universitarios limeños está en riesgo alto o franca adicción a internet y a los servicios que ofrece (Astonitas, 2005).

Oliva et al. (2012) explican que en el caso de los adolescentes probablemente, el mayor riesgo del uso excesivo de las redes sociales es la posibilidad de generar un comportamiento adictivo que lleve no solo a una dedicación desmedida (lo que puede apartar al chico o chica de otro tipo de actividades más saludables y muy necesarias a ciertas edades), sino a una verdadera dependencia y falta de control sobre sus conductas.

Esto debido en parte a que los factores psicológicos y del desarrollo característicos del período en que se encuentran, pueden tornarlos más vulnerables a la adicción a las redes sociales ya que el desarrollo de la identidad y el establecimiento de relaciones íntimas son dos objetivos que ponen al adolescente en una situación problemática y estresante. Al contrario de las relaciones del “mundo real”, las relaciones mantenidas en la red proporcionan una características de anonimato y permiten que desarrollen relaciones sin la ansiedad típica de las relaciones cara a cara (Kandell, 1998).

En relación a ello un estudio observacional/analítico sobre la adicción a internet en escolares pertenecientes a instituciones educativas públicas de Lima Metropolitana, se obtuvo una frecuencia esperada de 10 % de adicción a internet entre escolares, un nivel de confianza del 95 % y una precisión del 4 %, obteniendo de un tamaño de muestra de 207 escolares (Figuroa et al. 2011)

Asimismo, Mayorgas (2009) señala que un 37% de los menores españoles reconoce sentir necesidad de conectarse con frecuencia (25% en primaria y 50% en bachillerato), un 30 % ha facilitado su teléfono en la red, un 15% se ha reunido con desconocidos, un 7% no avisó a nadie, y en un 9% de los casos la persona con la que el menor quedó no era la que esperaba. Incluso el presidente de la sala civil de la corte superior de Lima advirtió a los padres de familia y profesores que los niños y jóvenes pueden adquirir una adicción por permanecer largas horas en Internet utilizando las redes sociales (Andina, 2011).

Viéndose la enorme popularidad de las redes sociales en los adolescentes y el riesgo de que el uso excesivo pueda desbordarse en casos de adicción, conviene tener instrumentos psicológicos de medición que permitan detectar posibles casos de adicción a las redes sociales lo más tempranamente posible.

En relación a esto los primeros cuestionarios construidos para evaluar este tipo adicción no convencional estuvieron orientados a internet, los cuales se elaboraron en base a los criterios del Manual de Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV) para el juego patológico y la dependencia de sustancias. El más resaltante es el Internet Adiction Test (IAT) que evalúa el grado en que el uso de Internet afecta la rutina diaria, vida social, productividad, sueño y sentimientos (Young, 1998). Aunque se han desarrollado diversos instrumentos para valorar alteraciones de conducta relacionados con el uso de internet, siendo la mayoría de ellos en lengua inglesa, no se ha encontrado ningún instrumento que evalúe la problemática de la adicción a las redes sociales de manera específica en nuestro país siendo que este problema es creciente en la población peruana y exige medidas de prevención inmediatas.

En virtud de lo expuesto, se considera necesario disponer de instrumentos fiables y válidos para valorar la existencia o no de la adicción a las redes sociales. En ese sentido, este estudio pretende construir y validar una escala que mida el riesgo de presentar

adicción a las redes sociales en adolescentes tomando como muestra a una población escolar ya que este grupo han encontrado en esta tecnología un medio extraordinario de relación, comunicación, aprendizaje, satisfacción de la curiosidad, ocio y diversión. Que poco a poco, se convierte en un elemento importante e imprescindible en sus vidas, que puede llegar muchas veces a desbordarse en conductas adictivas (Machargo, Luján, León, y Martín, 2003).

1.2 Formulación del problema

Por lo expuesto se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Es la escala de riesgo de Adicción a las redes sociales (C^r.A.R.S) válida, confiable y con baremos apropiados para la población de Lima Metropolitana?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general:

Determinar las propiedades psicométricas de la Escala de riesgo de Adicción a las Redes Sociales (C^r.A.R.S)

1.3.2 Objetivos específicos:

- Establecer la validez del contenido de la escala.
- Calcular la fiabilidad de la escala de riesgo de adicción a las redes sociales.
- Establecer la validez del constructo de la escala de riesgo de adicción a las redes sociales.
- Establecer los baremos de interpretación
- Establecer las normas de interpretación y diagnóstico de la escala de riesgo de adicción a redes sociales

1.4 Justificación

El uso de las redes sociales junto a los videos juegos es una de las actividades que goza de mayor éxito entre los adolescentes y jóvenes. El riesgo de usarlo inapropiadamente y de manera excesiva, ha dado lugar a una preocupación por el impacto psicológico y conductual que puede tener en especial en los individuos (Blasczynski, 2006). Hay que tener en cuenta que la descripción de alteraciones, asociadas a un uso excesivo de la red, tales como sentimientos de culpa, deseo intenso de estar o continuar conectado a las redes sociales, pérdida de control, pérdida del tiempo, y del trabajo o de las clases y síntomas psicopatológicos asociados han planteado, han abierto un debate sobre las implicancias sobre este nuevo constructo (De Gracia, Vigo, Fernández y Marco 2002).

Entonces, tomando en cuenta la importancia de la prevención, la construcción y la adaptación de este instrumento posibilitara a los psicólogos la detección temprana de este trastorno, para la rápida implementación de un tratamiento efectivo para reducir la gravedad y prevalencia del mismo.

Así también los resultados obtenidos ayudarán en el ámbito socio educativo, siendo de gran ayuda para la red de colegios que participen en la investigación ya que tendrán acceso a la información recabada y si existen indicios de adicción en los alumnos, podrán tomar las medidas necesarias y pertinentes para regular su uso.

También la presente investigación, propone un nuevo modelo teórico con respecto a las adicción rede sociales y las siete dimensiones que la subyacen, siendo esta investigación el primer intento de definir esta problemática en la realidad peruana. Esto también abrirá el debate sobre la conceptualización y los mecanismos por el cual se da a la adicción a las redes sociales.

En el plano familiar los padres podrán tomar medidas preventivas al identificar los rasgos de adicción a las redes sociales, como tener una mayor supervisión sobre el

modo en que sus hijos están utilizando las redes sociales. Asimismo los padres tomaran una mayor conciencia acerca del tema atreves del conocimiento de los resultados obtenidos en la investigación

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes

Existen diferentes investigaciones psicométricas a nivel internacional que presentan diferentes instrumentos psicológicos sean cuestionarios, test, escalas para medir la adicción a internet y los servicios que ofrece entre ellos figuran la investigación de Widyanto y McMurrin (2004) el cual replica y amplía el estudio de la adicción a internet de Young. Para ello se diseña una página web que presenta un cuestionario de 15 ítems. El estudio obtuvo 86 respuestas válidas de las cuales 29 eran de varones y 57 de mujeres. El análisis factorial reveló seis factores: la prominencia, el uso excesivo, dejando de lado el trabajo, la vida de la anticipación, la falta de control, y dejar de lado la interacción social. Estos factores mostraron una buena consistencia interna y la validez concurrente, con relevancia es el más fiable. Los usuarios más jóvenes y más recientes reportaron más problemas, principalmente en relación con el abandono de la vida laboral y social.

Asimismo un estudio realizado por Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell (2009) validó el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI), en una muestra de 1879 estudiantes de nivel secundario y universitario. Dicho cuestionario tuvo por objetivo evaluar los conflictos intra e interpersonales con el uso de internet. Consta de respuesta tipo *Likert* de cuatro puntos. La escala I-6 muestra una consistencia interna de 0.63 y la M-6 de 0.71. El primer factor (conflictos intra personales) incluye 6 ítems que explicaron 27.14% de la varianza; el segundo (conflictos interpersonales) incluye 4 ítems que daban cuenta de 12.18% de la varianza. El primer factor muestra

una consistencia interna de 0.74 y el segundo de 0.75. El conjunto de la escala muestra una consistencia interna de 0.77. Entonces los resultados obtenidos por el estudio muestran que el cuestionario CERI es fiable y tienen indicios de validez.

Por otro lado Huang, Wang, Qian, Zhong y Tao (2007) desarrollaron el Inventario de la Adicción a Internet de China (CIAI). En base a una muestra de 1.029 estudiantes de 14 universidades y colegios. La muestra inicial se dividió aleatoriamente en dos muestras ($N_1 = 516$; $N_2 = 513$). Los resultados de esta investigación en el análisis factorial exploratorio sugiere que este inventario evalúa tres dimensiones de la adicción a internet: conflictos, modificación de estado de ánimo, y la dependencia. Los elementos de cada dimensión presentan una alta consistencia interna y fiabilidad test-retest. Los resultados del análisis factorial confirmatorio confirman la estructura de medición de tres factores de la CIAI. Prueba de la validez de criterio también muestra buenas habilidades para las tres subescalas de CIAI para discriminar entre un grupo de Internet adictiva y no grupo de Internet adictiva.

Además se encuentra la investigación llevada a cabo por Pawlikowski, Altstötter-Gleich y Brand (2013) en el cual se validó el Internet Adicción Test (IAT). El instrumento original consta de 20 ítems. Para llevar a cabo la validación se realizó cuatro estudios con diferentes muestras. En el primer estudio se tomó una muestra de 584 estudiantes. Donde se realizó un el análisis factorial exploratorio, donde se conservó solamente los ítems que tienen cargas factoriales suficientes, quedando 12 ítems pertenecientes a dos dimensiones (pérdida de control y problemas sociales) Después en el segundo estudio se comprobó la estructura de dos factores mediante el análisis factorial confirmatorio, en base a una muestra de 465 estudiantes. En los otros dos estudios se realizó la validez convergente, divergente y gradual. Los resultados de la investigación demuestran que la versión corta de la IAT tiene buenas propiedades psicométricas y representa elementos clave de la adicción a Internet. La versión corta de

la IAT se compone de dos factores, que son moderadamente inter-correlacionados, pero que tienen validez incremental.

También Andreassen, Torsheim, Brunborg y Pallesen (2012) construyeron la Escala de Adicción a *Facebook* en base a una muestra de 423 estudiantes usuarios habituales de la red social *facebook* (227 mujeres y 196 hombres), a quienes se aplicó la escala de adicción a *facebook*, junto con otras escalas estándar de personalidad, sociabilidad, hábitos de sueño y tendencias a la adicción. Esta consta de 18 preguntas, que se basan en seis criterios básicos (Prominencia, Modificación del ánimo, Tolerancia, Retirada, Conflicto y Recaída), donde las preguntas se puntúan en escala *Likert*. Los resultados demuestran que el constructo de la escala es buena (RMSEA=0,046; CFI=0,99) y el coeficiente alpha es 0,83. Asimismo en el test – retest se obtuvo 0.82, que indica buena confiabilidad.

Igualmente la investigación realizada por Figueroa et al. (2011) donde se construyó la Escala de la Adicción a Internet de Lima (EAIL), la cual evalúa características sintomatológicas y disfuncionales, se construyó en base a una muestra de 248 adolescentes escolares de ambos sexos del primer al quinto año de secundaria, la escala tiene once ítems, ocho evalúan las características sintomatológicas y tres evalúan las características disfuncionales. Cada ítem cuenta con respuestas de opción múltiple tipo *Likert* de cuatro opciones: Muy rara vez (1), Rara vez (2), A menudo (3), Siempre (4), presentó un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,84, con valores de correlación ítem-total de 0,45 hasta 0,59. El análisis dimensional mostró una estructura de dos dimensiones que explicaba el 50,7 % de la varianza total. El análisis bidimensional mostró asociación significativa ($p<0,001$).

Cabe señalar que no se encontraron estudios relevantes acerca de la adicción a las redes sociales en nuestra realidad peruana.

2.2 Fundamento bíblico – filosófico

La biblia señala que el ser humano fue creado perfecto en su organismo y hermoso en su imagen y semejanza de Dios, fue el acto culminante de la creación de Dios, hecho a la imagen de Dios, con el propósito de ser una copia fiel de Dios (Gen 1: 27), haciendo de ellos personas perfectas y santas. En el plan original de Dios no había enfermedades, muerte ni dolor. La desobediencia del hombre trajo el pecado y un sin número de enfermedades, deseos egoístas, placeres (adicciones) y finalmente la muerte. Estas consecuencias han traído consigo deterioro, afectando negativamente las relaciones, la administración de los dones y el tiempo esto ha llevado a la destrucción de la unidad (bio-psico-socio-espiritual) del ser humano originalmente creado santo. Por otro lado, la biblia menciona que todo es lícito, pero no todo conviene, todo es lícito pero no te dejarás dominar por ellas (1 Co 6: 12 y 1 Co 10:23).

Cuando Dios resolvió crear al ser humano, junto con la vida misma, otorgó el don del tiempo. El tiempo es propiedad de Dios porque lo creó y por lo tanto le pertenece a Dios (White, 1977). Cada momento es de él, y el hombre se halla bajo la más solemne obligación de aprovecharlo para la gloria de Dios. De ningún otro talento que él haya dado requerirá más estricta cuenta que del tiempo, por lo tanto es un recurso que Dios dio para el desempeño de las actividades, el cual se debe administrar fielmente, pues se va a pedir estricta cuenta de su uso. Desde esta perspectiva, administrar el tiempo es administrar la vida; malgastar el tiempo en placeres mundanales es malgastar la vida.

Actualmente las innovaciones tecnológicas hacen que los jóvenes estén a la vanguardia del conocimiento y el desarrollo de estas habilidades, Dios no ordena que los jóvenes tengan menos aspiraciones. Los rasgos de carácter que dan éxito y honores a un hombre entre sus semejantes; el deseo inextinguible de algún bien mayor; la voluntad indomable; los esfuerzos arduos; la perseverancia incansable, no deben eliminarse. Por la gracia de Dios, deben encauzarse hacia fines que superen los intereses

egoístas (adicciones) y temporales como los cielos son más altos que la tierra (White, 1977).

Por otro lado, la biblia señala que “todo lo que es verdadero, todo lo honesto, todo lo justo, todo lo puro, todo lo amable ,todo lo que es de buen nombre; si hay virtud alguna, si algo digno de alabanza en esto pensad” (Filipenses 4: 6-7, 6:8). Se comprende que ningún cristiano deberá introducir en su organismo alimento o bebida alguna que entorpezca sus sentidos, o que actúe de tal manera sobre el sistema nervioso que le haga rebajarse a sí mismo o lo incapacite para ser útil. El templo de Dios no debe ser profanado. Así, las facultades de la mente y del cuerpo deben ser mantenidas en salud para que puedan ser usadas para glorificar a Dios (White, 1977).

Siendo importante la construcción del carácter sin adicciones, la presente investigación busca advertir conductas que pueden perjudicar el desarrollo saludable de adolescentes, tales como la adicción a las redes sociales.

2.3 Redes sociales

Un estudio realizado por Ponce (2012) refiere que la gran mayoría de autores coinciden en que es un sitio en la red de internet, cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, como una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos. Sin embargo las redes sociales son parte de nuestra vida, mucho antes de tener conexión a Internet, donde buscamos estar conectados con los demás ya que es una forma en la que se estructuran las relaciones interpersonales.

En un artículo publicado por Bold, Danah y Ellison (2007), se definieron las redes sociales como: servicios dentro de las webs que permiten al usuario, primero construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, segundo articular una

lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y por último visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra.

2.3.1 Tipos de redes sociales

De acuerdo por su tipología se ha clasificación de dos maneras utilizando el ingreso desde los portales de internet, se puede diferenciar entre redes horizontales o generales y verticales o especializada (Ponce, 2012).

2.3.1.1 Redes horizontales o generales

Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación general, sin un propósito concreto. Su función principal es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen, y todas comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos. Algunas de ellas son:

- *Facebook*: red social gratuita creada por Zuckerberg. Se desarrolló, inicialmente, como una red para estudiantes de la Universidad Harvard, pero desde hace unos años está abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear grupos y páginas, enviar regalos, y participar en juegos sociales. Es una de las más populares en, especialmente entre los adolescentes y jóvenes.
- *Hi5*: lanzada en 2003 y fundada por Ramu Yalamanchi, está enfocada al público más joven por su evolución hacia desarrolladores de juegos sociales. La mayoría de sus usuarios son de América Latina.

- *MySpace*: incluye blogs y espacios de entretenimiento social que permiten conocer el trabajo de otros usuarios, escuchar música y ver vídeos. Es muy utilizada por grupos musicales para compartir sus proyectos y crear grupos de seguidores.
- *Orkut*: red social y comunidad virtual gestionada por Google, y lanzada en enero del 2004. Está diseñada para mantener relaciones, pero también para hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas. Es una red muy popular en India y Brasil.
- *Sónico*: orientada al público latinoamericano, y muy centrada en los juegos sociales con opciones de juegos multijugador.
- *Tuenti*: red social española inaugurada en noviembre de 2006. Dirigida a la población joven. Se denomina a sí misma como una plataforma social de comunicación.
- *Bebo*: esta red social, fundada en 2004, tiene por nombre el acrónimo de "Blog Early, Blog Often". Una de sus particularidades es que permite crear tres tipos de perfiles: públicos, privados y totalmente privados, lo que la convierte en una opción de alta privacidad.
- *Netlog*: su público objetivo es la juventud europea y de América Latina. Es de origen Belga y fue fundada en julio del 2003 por Bogaert y Coppens. Tiene más de 90 millones de usuarios registrados en 25 idiomas diferentes. Permite crear un espacio web propio y personalizarlo.
- *Google+*: la red social de Google tiene unas características comunes a las demás. Para registrarse es necesario disponer de una cuenta *Gmail*. Una de sus ventajas son las videoconferencias, que permiten conversaciones con hasta nueve usuarios simultáneamente.

- *Badoo*: fundada en 2006, ha tenido una enorme repercusión en los medios de comunicación por su crecimiento y perspectivas de futuro, 150.000 nuevas personas se registran cada día. Opera en 180 países con mayor actividad en América Latina, España, Italia y Francia. También ha sido criticada por su mala protección de la privacidad.

2.3.1.2 Redes verticales o especializadas

Dentro de las redes sociales hay una tendencia hacia la especialización. Aunque las redes sociales verticales ganan diariamente miles de usuarios, otras tantas especializadas se crean para dar cabida a los gustos e intereses de las personas que buscan un espacio de intercambio común. La posibilidad que ofrecen ciertas plataformas de crear una red social propia y personalizada produce redes sociales de todo tipo, específicas para los intereses de sus usuarios. Por otro lado, las grandes compañías de internet aspiran a competir con las redes más importantes que se reparten el grueso de usuarios de red social, ofreciendo actividades, contenidos o temas concretos. La clasificación dada por (Ponce, 2012) permite ordenar la diversidad que ha generado la explosión de redes sociales especializadas de los últimos años. En el primer apartado, las organizaremos por temática. Teniendo en cuenta que son redes sociales especializadas, su taxonomía podría ser tan variopinta como los asuntos que se tratan. Cualquier red social, centrada en un tema concreto, daría lugar a una nueva categoría, por ello se toma en cuenta tres cosas: las temáticas más populares, en relación a su actividad y según el contenido compartido a través de ellas.

a. Por temática

- Profesionales: se presentan como redes profesionales enfocadas en los negocios y actividades comerciales. Su actividad permite compartir experiencias, y

relacionar grupos, empresas y usuarios interesados en la colaboración laboral. Los usuarios detallan en los perfiles su ocupación, las empresas en las que han trabajado o el currículo académico. Las más importantes son: Xing, LinkedIn, y Viadeo, que engloban todo tipo de profesiones, pero también existen otras específicas de un sector como HR.com, para los profesionales de recursos humanos, o ResearchGate, para investigadores científicos.

- **Identidad cultural:** en los últimos años, debido al poder de la globalización, se aprecia un incremento de referencia al origen por parte de muchos grupos que crean sus propias redes para mantener la identidad. Ejemplos de esto son: Spaniards, la comunidad de españoles en el mundo; y Asianave, red social para los asiático-americanos.
- **Aficiones:** estas redes sociales están dirigidas a los amantes de alguna actividad de ocio y tiempo libre. Encontramos redes tan dispares como los pasatiempos que recogen, por ejemplo: Bloosee, sobre actividades y deportes en los océanos; Ravelry, para aficionados al punto y el ganchillo; Athlinks, centrada en natación y atletismo; Dogster, para apasionados de los perros; o Moterus, relacionada con las actividades y el estilo de vida de motoristas y moteros.
- **Movimientos sociales:** se desarrollan en torno a una preocupación social. Algunas son: Wiser Earth, para la justicia social y la sostenibilidad; SocialVibe, conecta consumidores con organizaciones benéficas; o Care2, para personas interesadas en el estilo de vida ecológico y el activismo social.
- **Viajes:** con la facilidad para viajar y el desarrollo de los viajes 2.0, estas redes sociales han ganado terreno a las tradicionales guías de viajes a la hora de preparar una escapada. Conectan viajeros que comparten sus experiencias por todo el mundo. Podemos visitar: WAYN, TravBuddy, Travellerspoint, Minube o Exploroo.

- Otras temáticas: se encuentra, por ejemplo, redes sociales especializadas en el aprendizaje de idiomas, como Busuu; plataformas para talentos artísticos, como Taltopia; o sobre compras, como Shoomo.

b. Por actividad

- *Microblogging*: estas redes sociales ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto. También permiten seguir a otros usuarios, aunque esto no establece necesariamente una relación recíproca, como los seguidores o *followers* de los famosos en Twitter. Dentro de esta categoría están: Twitter, *Muugoo*, *Plurk*, *Identi.ca*, *Tumblr*, *Wooxie* o *Metaki*
- *Juegos*: en estas plataformas se congregan usuarios para jugar y relacionarse con otras personas mediante los servicios que ofrecen. A pesar de que muchos creen que son, simplemente, sitios web de juegos virtuales, las redes sociales que se crean en torno a ellos establecen interacciones tan potentes que, incluso, muchos expertos de las ciencias sociales han estudiado el comportamiento de los colectivos y usuarios dentro de ellos. Algunas son: *Friendster*, *Foursquare*, *SecondLife*, *Habbo*, *Wipley*, *Nosplay* o *World of Warcraft*.
- *Geolocalización*: también llamadas de georreferencia, estas redes sociales permiten mostrar el posicionamiento con el que se define la localización de un objeto, ya sea una persona, un monumento o un restaurante. Mediante ellas, los usuarios pueden localizar el contenido digital que comparten. Ejemplos de este tipo son: *Foursquare*, *Metaki*, *Ipoki* y *Panoramio*.
- *Marcadores sociales*: la actividad principal de los usuarios de marcadores sociales es almacenar y clasificar enlaces para ser compartidos con otros y, así mismo, conocer sus listas de recursos. Estos servicios ofrecen la posibilidad de comentar y votar los contenidos de los miembros, enviar mensajes y crear grupos. Los más populares son: *Delicious*, *Digg* y *Diigo*.

- Compartir objetos: dentro de estas redes sus miembros comparten contenidos diversos como vídeos, fotografías o noticias, y mediante esta colaboración se establecen las relaciones que tampoco tienen que ser mutuas de forma obligatoria. Hablamos de ellas con más detalle en el siguiente apartado.

c. Por contenido compartido

- Fotos: estos servicios ofrecen la posibilidad de almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías. Las más importantes en número de usuarios son: *Flickr*, *Fotolog*, *Pinterest* y *Panoramio*.
- Música: especializadas en escuchar, clasificar y compartir música, permiten crear listas de contactos y conocer, en tiempo real, las preferencias musicales de otros miembros. Ejemplos de estas redes sociales son: *Last.fm*, *Blip.fm* o *Grooveshark*.
- Vídeos: los sitios web de almacenamiento de vídeos se han popularizado de tal manera que en los últimos años incorporan la creación de perfiles y listas de amigos para la participación colectiva mediante los recursos de los usuarios, y los gustos sobre los mismos. Algunos son: *Youtube*, *Vimeo*, *Dailymotion*, *Pinterest* y *Flickr*.
- Documentos: por la red navegan documentos de todo tipo en formatos diversos, en estas redes sociales podemos encontrar, publicar y compartir los textos definidos por nuestras preferencias de una manera fácil y accesible. Su mayor exponente es *Scribd*.
- Presentaciones: al igual que ocurre con los documentos, el trabajo colaborativo y la participación marcan estas redes sociales que ofrecen a los usuarios la posibilidad de clasificar, y compartir sus presentaciones profesionales, personales o académicas. Las más conocidas son: *SlideShare* y *Slideboom*.

- Noticias: los servicios centrados en compartir noticias y actualizaciones, generalmente, son agregadores en tiempo real que permiten al usuario ver en un único sitio la información que más le interesa, y mediante ella relacionarse estableciendo hilos de conversación con otros miembros. Algunos de ellos son: Menéame, Aupatu, Digg y Friendfeed
- Lectura: estas redes sociales no sólo comparten opiniones sobre libros o lecturas, sino que además pueden clasificar sus preferencias literarias y crear una biblioteca virtual de referencias. Ejemplos de esta categoría son: Anobii, Librarything, Entre lectores, weRead y Wattpad.

2.3.2 Terminología de las redes sociales

La transformación de los medios y recursos utilizados para la comunicación desarrolla una terminología propia, que se integra dentro del vocabulario habitual de los usuarios conectados. Monsoriu (2010) señala que el lenguaje, dinámico y cambiante, adquiere léxico de otros idiomas y crea nuevos significados de sus propios términos para dar cabida a las modernas formas de interacción. A continuación, se muestra las palabras más utilizadas y relevantes en las redes sociales según Monsoriu (2010).

- Usuario: persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales. En la red social de microblogging *Twitter*, la cuenta y perfil adoptan el nombre real, pero sus miembros identifican sus actividades en la red mediante un nombre de usuario que puede ser diferente, similar o idéntico a su nombre real, y que, además, añade delante de éste el símbolo @. Por ejemplo, la red social docente internet en el aula tiene como

nombre de usuario en twitter @rediaula, y Educación intefel nombre @educacion_intef.

- Perfil: datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.
- Post: entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.
- Muro: espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde estos pueden publicar sus comentarios u opiniones.
- Comunidad virtual: conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual, no físico o real, como Internet.
- Cuenta: conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación de usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y contraseña, en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.
- Estado: información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.
- Grupo: servicio que proporcionan las redes sociales para la configuración de colectivos de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta.
- Evento: acontecimiento creado como una publicación o mensaje que se anuncia a otros usuarios de la red social para que participen del mismo.

- Solicitud de amistad: mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos, y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información.
- Tweet: mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los usuarios seguidores mediante la red social de microblogging Twitter. También existe el *Retweet* (RT) que es, sencillamente, el reenvío de un tweet.
- Seguidor: llamado follower en la terminología de *Twitter*. Usuario de esta red social que se suscribe a los mensajes o publicaciones (*tweets*) de otros usuarios, bien por admiración, como en el caso de los seguidores de deportistas o cantantes; por simpatizar con sus ideas; por mantenerse informado de sus actividades en Twitter; o, simplemente, por amistad. Este seguimiento o suscripción no es necesariamente recíproco.
- *Hashtag*: etiqueta de *Twitter* para clasificar las publicaciones o mensajes (*tweets*) por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. Por ejemplo, #Educación o #TIC, para los mensajes que se etiquetan en estos temas.
- *Trendingtopic*: tema popular en un momento determinado, en relación al número de publicaciones o mensajes (*tweets*) que se hacen sobre él en *Twitter*.
- *On-line*: expresión inglesa que se traduce por las locuciones en línea o a través de Internet.
- Web 2.0: conjunto de características, formas de uso y aplicaciones web que dan lugar, mediante cambios acumulativos en los desarrolladores de software y usuarios, a una transformación sustancial de Internet. El término se asocia a

Tim O'Reilly debido a su promoción y divulgación en la conferencia O'Reilly Media sobre Web 2.0 de 2004.

2.3.3 Bases que sustentan la red social

La base de las redes sociales directas radica en la llamada “actividad colaborativa”. La misma hace referencia al conjunto de datos que introduce el usuario al darse de alta en la red, creando un perfil. Este paso suele ser indispensable en las redes sociales directas basadas en perfiles pero no en algunas redes sociales de contenidos que permiten interactuar en las mismas sin la creación de un perfil.

El perfil se genera a partir de información que varía de una red social a otra pero, en general, suele construirse en torno a descriptores como edad, ubicación geográfica e intereses, por citar algunos. Esta información puede editarse en cualquier momento por parte de los usuarios. Posteriormente el usuario podrá buscar amigos y conocidos dentro de la misma red. La mayoría de las redes establecen un sistema bidireccional de confirmación, es decir ambos usuarios deben confirmarse mutuamente para poder acceder a sus respectivos perfiles y a los de sus contactos personales en función del grado de privacidad que estos tengan establecidos en sus respectivos perfiles. En la mayor parte de las redes sociales directas basadas en perfiles la lista de amigos y contactos de todos los integrantes es visible lo que facilita la ampliación de la lista de amigos y contactos por cada uno nuevo que es agregado. En esto se basa la “Teoría de los seis grados de separación”

2.3.3.1 Teoría de los seis grados

La “Teoría de los Seis Grados de Separación”, planteada por Karinthy (1930), que sostiene que cualquier habitante puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios

(conectando a ambas personas con sólo seis enlaces). El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y que sólo son necesarios un pequeño número de enlaces para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera (Ver figura 1 y 2)

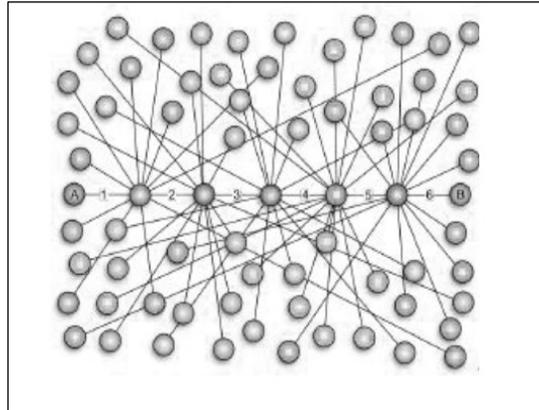


Figura 1. Ilustración de la teoría de los seis grados de separación. Fuente: Walker, D. (14 de Enero de 2010).



Figura 2. Mapa de facebook mundial por Paul Butler (aplicación de la teoría de los 6 grados). Fuente: Butler, P. (13 de diciembre del 2010).

Milgram (1967) profesor en Harvard, llevó a cabo un experimento llamado “El problema del mundo pequeño”, que consistía en medir la longitud de conexiones entre personas. Milgram seleccionó ciudades americanas muy alejadas entre sí (Omaha,

Wichita y Boston) para ser el principio y el final de una cadena de correspondencia. A los individuos de Omaha y Wichita seleccionados al azar, se les enviaban paquetes donde venía una carta explicándoles que debían hacer llegar el paquete a una persona que vivía en Boston. Solo le entregaban algunos datos del destinatario, pero no se les daba su dirección, por lo cual ellos debían enviar el paquete a alguien que viviera en la misma ciudad del destinatario y que creyeran por los datos entregados que podía conocerlo.

Debían rellenar con su nombre una lista que se adjuntaba y a la misma vez que se enviaba el paquete a alguien que se pensara que podía conocer al destinatario, debían mandar una carta a Harvard para que Milgram pudiera seguir la pista del paquete. Cuando el paquete eventualmente alcanzaba al destinatario, los investigadores podían examinar la lista para contar el número de veces que había sido reenviada de persona a persona. En algunos casos los paquetes alcanzaban a su destinatario en apenas uno o dos pasos, mientras que algunas cadenas estaban compuestas de hasta nueve o diez eslabones. Los investigadores concluyeron que la población de los Estados Unidos estaba separada por unas seis personas en promedio. De esta forma, y a pesar de que Milgram nunca utilizó personalmente el término seis grados de separación, sus hallazgos validaron la teoría de Frigyes Karinthy.

En el año 2008 una conocida marca de mensajería instantánea llevó a cabo un estudio para comprobar la exactitud y veracidad de esta teoría, analizando 30 millones de conversaciones electrónicas de 180 millones de sus usuarios en todo el planeta.

Finalmente se concluyó que en promedio se necesitaban 6,6 personas para llegar a cualquier ser humano en el planeta, lo que significó el aporte de una cifra más exacta y la validación de la teoría de los seis grados. En la actualidad con la mayor penetración de Internet y el nacimiento y auge de las redes sociales, y a partir de los primeros datos que se tienen sobre ellas, se calcula que la distancia real es menor de 6 (Watts, 2003).

2.3.4 Principales redes sociales

Tcanalysis (2011) señala que desde la puesta en funcionamiento de las redes sociales en 1995 cuando Conrads creó el sitio web “classmates.com” para mantener en contacto a ex compañeros de instituto, se ha producido un gran boom que ha desembocado en un crecimiento vertiginoso tanto en el número de redes sociales existentes en Internet como en las funcionalidades y aplicaciones puestas a disposición de los usuarios en las mismas.

Debido al creciente interés que despiertan las redes sociales circulan por la red numerosos estudios, artículos y reportajes. No obstante no existe un organismo o entidad que se dedique al estudio de este fenómeno globalmente.

En cada país existen diversas organizaciones públicas y privadas que han elaborado sus propios estudios empleando metodología propia por lo que los datos que son publicados en algunos casos no son coincidentes. Debido al creciente interés que despierta en la opinión pública las redes sociales circula por la red un abultado y, cada vez más, creciente volumen de datos en torno a la materia.

La velocidad con la que se publican nuevos datos en la red, en relación a las redes sociales, es tal que un dato queda desactualizado con prontitud. Basta citar a modo de ejemplos que cada minuto se suben a YouTube 35 horas de grabación o que Facebook, que en 2004 tenía un millón de usuarios, actualmente cuenta con más de 500 millones de miembros. Si fuera un país, sería el cuarto más poblado del mundo (Tcanalysis, 2011).

2.3.4.1 Principales redes sociales en el mundo y su penetración

El informe “Social Media around the World” (2010), por la empresa consultora belga In Sites Consulting en siete regiones del mundo, donde se incluyeron 14 países (Bélgica, Holanda, Inglaterra, España, Italia, Portugal, Francia, Alemania, Rumania,

Estados Unidos, Brasil, Australia, Rusia y China), revela que el 72% de los usuarios de Internet pertenece al menos a una red social, lo que se traduce en que hay 940 millones de usuarios en todo el mundo.

El envío de mensajes, las conversaciones en la página de inicio (en la función llamada muro) y la incorporación a páginas y/o grupos, son las actividades realizadas en las redes sociales más destacadas por los usuarios. El número medio de redes sociales utilizadas por los usuarios es de dos. El gráfico 3 muestra una relación de las 10 redes sociales más utilizadas por los usuarios en los 14 países incluidos en el informe de InSites. Se trata de redes sociales directas basadas en perfiles tanto personales como profesionales. La red social más conocida en el mundo con un 51% de usuarios de Internet es una red social directa de perfil personal y es empleada de forma preferente en los países de habla anglosajona.

Según datos publicados por Nielsen⁹ en España el porcentaje de usuarios que emplean la red social más conocida en el mundo estaría seis puntos porcentuales por encima de la media mundial que muestra el estudio de InSites.

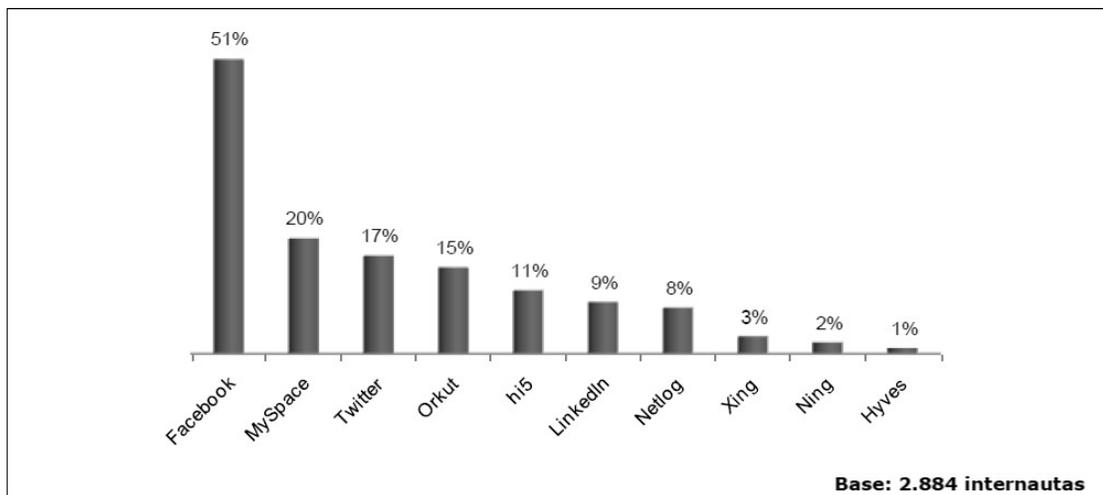


Figura 3. Las 10 redes sociales más usadas en el mundo. Fuente: ONTSI a partir de datos publicados en *Las redes sociales en internet*. In Sites Consulting, 2011.

Según datos publicados por Nielsen, Brasil encabeza el ranking mundial de usuarios activos de redes sociales con un 86%, seguido por el 78% de Italia. España ocupa una destacada tercera posición, que se mantiene muy en línea con el segundo lugar al estar tan sólo a un punto porcentual de diferencia (77%). En Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Australia el porcentaje de usuarios activos de redes sociales se encuentra entre el 70 y el 75%. En Alemania se contabiliza un 63%, mientras en Suiza la cifra llega al 59%.

El ejemplo de Orkut en Brasil es paradigmático del éxito de las redes sociales que no emplean como idioma principal el idioma inglés. Tanto es así que, este país, presenta el mayor porcentaje de usuarios activos de redes sociales debido a la creación de una red social directa de perfil que emplea como idioma principal el portugués frente al idioma inglés.

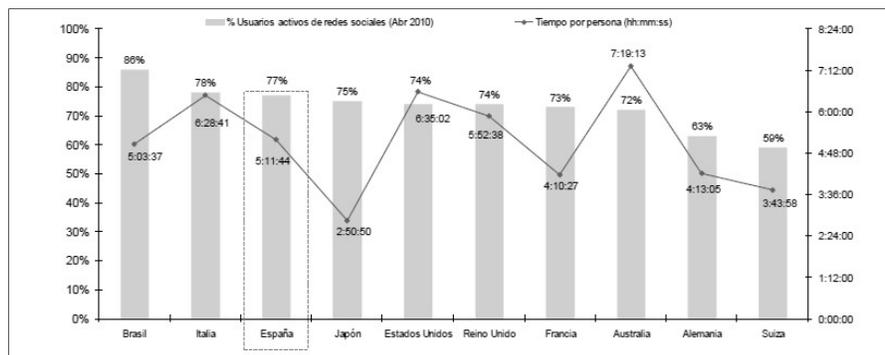


Figura 4. Usuarios activos de redes y tiempo de conexión, por países. Fuente: ONTSI a partir de datos publicados en *Las redes sociales en internet*. 2011.

Los últimos resultados publicados por Universal McCann en el informe “The Socialisation of Brands-Social Media Tracker Wave 5” en 2011, muestran que las actividades que más han aumentado en los últimos años son el visionado de video clips y videos online, la visita al perfil personal de un amigo o conocido en una red social, la lectura de blogs y la creación de perfiles en una red social.

2.4 Proceso de adicción a las redes sociales

Según el enfoque cognitivo conductual el proceso por el cual un individuo se convierte en adicto a las redes sociales es siempre una interacción de factores relacionados al objeto de la adicción, a las características de la persona que la hacen vulnerable y al entorno social en que se desenvuelve.

2.4.1 Objeto de la adicción

En cuanto al objeto de la adicción (redes sociales) López (2004) plantea que la razón de que aparezca esta adicción tiene que ver con la velocidad, accesibilidad e intensidad de la información. De manera similar O'Reilly (1996) sostiene que el alto nivel de accesibilidad y la inmensa oferta de servicios disponibles en la red ha hecho que se empiece a hablar de un riesgo potencial de sobre uso, que en algunas personas se ha descrito como 'compulsivo' e incluso 'adictivo'. Las interacciones sociales son algo que resulta reforzante y fuente de bienestar para la mayoría de las personas, sin embargo la mayoría de las veces no tenemos libre acceso a ellas por los límites que imponen la sociedad o nosotros mismos. En las redes sociales (virtuales) se rompen todas esas reglas, una persona puede dirigirse a otra, decir lo que se le antoje, sentirse escuchada y dejar de hacerlo cuando se le apetezca, sin experimentar las emociones propias (como ansiedad, expectativa, alegría entre otros) de una interacción real.

Según Young (1997) son varios los refuerzos psicológicos que llevan a la formación del hábito:

- a) Aplicaciones adictivas: Se encuentra que las aplicaciones que más poder adictivo tienen son las que permiten al usuario interactuar con otros, como las redes sociales. Al parecer, si hay algo que diferencia a los usuarios dependientes de los que no lo son es el tipo de aplicaciones que utilizan. Los usuarios no dependientes usan Internet para encontrar información y

mantener relaciones preexistentes, mientras que los dependientes la usan para socializarse y conocer nueva gente, para implicarse en un grupo. De acuerdo con esto se determinan tres principales áreas de reforzamiento: apoyo social, realización sexual y creación de un personaje.

- Apoyo social: Los grupos se forman rápido en el ciberespacio. Las visitas continuadas a una determinada red social hacen que se establezca una intimidad con los demás miembros, alentada por la desinhibición que se muestra en la red. Esta desinhibición es consecuencia directa del anonimato que proporciona la comunicación mediada por ordenador. Estos grupos llenan la necesidad de apoyo que tenga la persona.
 - Satisfacción sexual: En la actualidad existen redes sociales que han sido diseñadas para la interacción erótica. En estos lugares se sienten libres de ataduras por el anonimato y el sentimiento de practicar "sexo seguro". Por otro lado las personas que se sienten poco atractivas físicamente se ven liberadas de este problema.
 - Creación de personalidad ficticia: Internet permite crear una identidad virtual modificando las propias características físicas que en el mundo real son inamovibles. Es una forma de reinventarse a sí mismo, de cubrir necesidades psicológicas previamente no afrontadas enmascarando la inseguridad interpersonal. Dos de estas necesidades psicológicas son la expresión de un rasgo de personalidad reprimido y los sentimientos de reconocimiento y poder.
- b) Personalidades reveladas: Internet puede ayudar a sacar a la luz aspectos de la personalidad que estaban ocultos o reprimidos, como puede ser la agresividad.

2.4.2 Las Características de la persona y el entorno social:

En cuanto a las características de la persona que la hacen vulnerable y al entorno social en que se desenvuelve. Según Echeburúa y Corral (1994) se puede señalar un esquema común para el modelo de inicio y mantenimiento de todas las adicciones psicológicas, entre ellas la adicción a las redes sociales (figura 1) y que sintetiza el proceso.

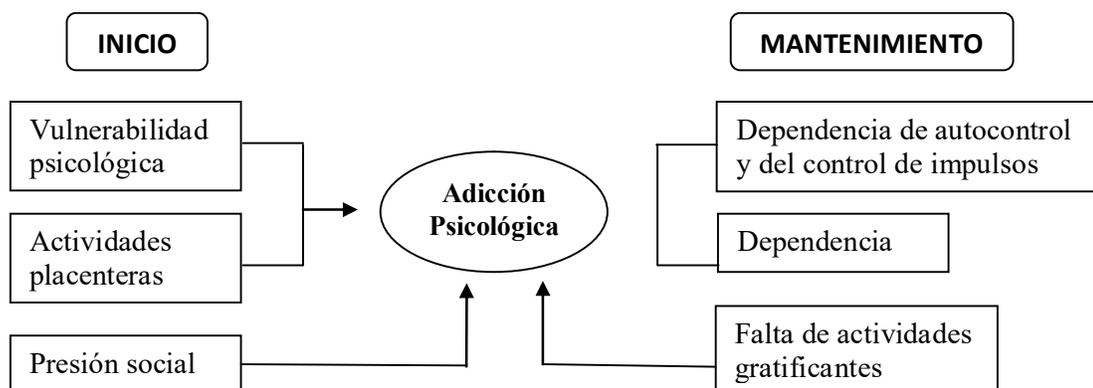


Figura 5. Proceso de adicción psicológica. Tomado de “Adicciones psicológicas: más allá de la metáfora” de Echeburúa y Corral (1994).

Asimismo, Greenfield (1999) refiere varios sentimientos que experimentan los usuarios dependientes a Internet y los diferentes servicios que ofrece y que pueden llevar a la adicción, como un sentimiento de desinhibición, una intimidad cuando están conectados, sensación de que el tiempo se detiene o que pasa muy rápido, sentirse fuera de control cuando se está conectado.

Ya que internet es eminentemente un instrumento de comunicación interpersonal, es en este ámbito donde el mundo virtual puede convertirse en un sustituto de la vida real para las personas con déficits en habilidades sociales, timidez o algún tipo de complejo. Hay ciertas características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica hacia la adicción a Internet se expresa en los siguientes factores de riesgo (Echeburúa, 1999):

- Vulnerabilidad de la personalidad y autoestima: introversión acusada, baja autoestima y nivel alto de búsqueda de sensaciones.
- Problemas en las relaciones interpersonales: timidez y fobia social.
- Indicadores cognitivos: fantasía descontrolada, atención dispersa y tendencia a la distraibilidad.
- Alteraciones psicopatológicas: adicciones químicas o psicológicas presentes o pasadas. Depresión.

Según Echeburúa, Amor y Cenea (1998) y Suler (1996) la red permite cubrir dos tipos de necesidades básicas:

- Sujetos muy aficionados e interesados por sus ordenadores que utilizan la Red para escoger información, jugar en solitario, obtener nuevos programas, entre otros. Pero sin establecer ningún tipo de contacto interpersonal (como meta específica). Serían sujetos necesitados de control, introvertidos y que huían de la aparente anarquía de los chats.
- Sujetos que frecuentan los chats, y las redes sociales. Todos ellos tienen en común la búsqueda de estimulación social. Las necesidades de carácter afectivo/afiliativo son las relevantes en este contexto. Estos sujetos serían de naturaleza extrovertida.

2.4.3 Pensamientos distorsionados acerca de las redes sociales:

Davis (1999) propone una visión cognitivo-conductual del uso problemático de Internet, poniendo el acento en la cognición y en los pensamientos como fuentes de intensificación y mantenimiento del trastorno.

El modelo cognitivo-conductual de Davis (1999), sugiere que la psicopatología es una causa necesaria de los síntomas del uso patológico de Internet. Explica que los pensamientos distorsionados son causas proximales suficientes para la

manifestación, intensificación y mantenimiento de la dependencia psicológica a las redes sociales (Davis, 2001). Las causas proximales están representadas por distorsiones cognitivas y por pensamientos disfuncionales del sujeto. Así algunos de los pensamientos distorsionados respecto de sí mismo se caracterizan por un estilo cognitivo rumiante. Otras distorsiones cognitivas se relacionan con vivencias de inseguridad, baja auto eficacia y baja autoestima, como por ejemplo “Me siento bien sólo cuando estoy conectado a Internet”, “En la vida me siento vacío e inútil, pero en el mundo “virtual” soy alguien”, “Fuera de la red soy un fracaso”. Los pensamientos distorsionados respecto del mundo consisten en generalizaciones de eventos específicos; el sujeto puede pensar por ejemplo “Internet es el único lugar en que me siento respetado”, “Nadie me ama fuera de la red”, “Internet es mi único amigo”, “La gente me trata mal cuando no estoy conectado”.

2.5 Conceptualización del constructo adicción a las redes sociales

Entonces para la mayor parte de las personas el concepto de adicción incluye tomar drogas y sus congéneres, así la mayoría de las definiciones sobre lo que es una adicción se centran en el abuso de sustancias. Sin embargo hay un movimiento creciente de autores (Echeburúa, 1999, Griffiths, 1998, Young, 2009) que encuentran una serie de conductas potencialmente adictivas, incluyendo muchos comportamientos que no implican el consumo de sustancias psicoactivas. Estas adicciones no químicas incluirían conductas entre ellas el uso de Internet y los diferentes servicios que brinda (Echeburúa, 2010). Siguiendo esta perspectiva Alonso (1996) señala que la adicción se da cuando existe una absoluta necesidad de desarrollar esa actividad y se experimenta ansiedad si no se lleva a cabo. Asimismo, Griffiths (1997) señala la existencia de lo que él llama "adicciones tecnológicas", que se definen como adicciones no químicas que involucran la interacción hombre-máquina. Estas pueden ser pasivas (como la televisión) o activas

(como los juegos de ordenador o Internet y sus derivados). Esta sería una modalidad de las adicciones psicológicas, que a su vez incluiría a la adicción a las redes sociales. Por otro lado Kandell (1998) define la adicción a Internet como una dependencia psicológica caracterizada por un incremento en las actividades que se realizan por este medio, con malestar cuando la persona no está en línea, tolerancia y negación de su problemática. Finalmente Young (2009), define la adicción a Internet como un deterioro en el control de su uso que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y afectivos. Es decir, la persona '*netdependiente*' realiza un uso excesivo de Internet lo que le genera una distorsión de sus objetivos personales, familiares o profesionales. Asimismo Echeburua, Labrador y Becoña (2009), Echeburúa y Corral (2009), Estallo (2001), Marks (1990), Potenza (2006) Treuer, Fábian y Füredi (2001) y Griffiths (1998) señalan que lo que define a una conducta adictiva no es tanto la frecuencia con que se realiza (que habitualmente es alta) si no la pérdida de control por parte del sujeto, el establecimiento de una relación de dependencia y la interferencia grave en la vida cotidiana. Asimismo las personas experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden realizarla caracterizado fundamentalmente por irritabilidad, estado de ánimo disfórico y malestar emocional. Siguiendo esta línea de pensamiento

Siguiendo la perspectiva de estos últimos autores, consideramos que la adicción a las redes sociales es el deterioro en la capacidad de control, directamente relacionada con la dependencia que se genera. Presentándose un síndrome de abstinencia cuando no se puede acceder a las redes sociales. Que trae como consecuencia la disminución en el rendimiento académico, pérdida de interés por otras actividades y conflicto en el área social.

2.6 Elementos del constructo

Los elementos del constructo son:

2.6.1 Pérdida de Control

Según Andreassen (2012) es la actividad que se realiza cada vez más para obtener los efectos iniciales dicho de otra manera es la necesidad de emplear más y más tiempo la conexión a las redes sociales para alcanzar el mismo nivel de satisfacción. Que trae como consecuencia la imposibilidad o disminución en la capacidad para controlar el involucramiento en las redes sociales.

2.6.2 Interferencia en la vida familiar e interpersonal

A medida que aumentan las horas transcurridas frente al ordenador, disminuye el tiempo para dedicarse a las personas significativas y a la familia e incluso se aísla del entorno y no presta atención a otros aspectos de las obligaciones sociales (Echeburúa, 1999).

2.6.3 Disminución del rendimiento Académico

Además la pérdida de control en el uso de las redes sociales, afecta negativamente el rendimiento académico. Young (2009) menciona que el 58% de los estudiantes pertenecientes a la muestra de su investigación online, reporta una disminución del rendimiento y de la aplicación escolar debido al uso excesivo de Internet y las herramientas que ofrece.

2.6.4 Síndrome de Abstinencia

Según Gil-Roales (1996) las características comunes de un síndrome de abstinencia en las adicciones sin droga son:

- Impulso intenso para realizar la conducta.
- Tensión creciente hasta que la conducta es llevada a cabo.
- Desaparición temporal de la tensión
- Vuelta gradual del impulso con fuerza creciente, que está asociada a la presencia de estímulos externos o internos.}
- Condicionamiento secundario a dichos estímulos.

Echeburúa (1999) señala que la persona experimenta un síndrome de abstinencia cuando no puede acceder a las redes sociales, caracterizado fundamentalmente por irritabilidad, estado de ánimo disfórico y malestar emocional. Asimismo el medio en el que se desenvuelve la adicción acarrea también una serie de cambios psicológicos negativos, consistentes en alteraciones del humor, ansiedad o impaciencia por la lentitud de las conexiones o por no encontrar lo que se busca o a quien se busca, estado de conciencia alterado (total focalización atencional), irritabilidad en caso de interrupción e incapacidad para salirse de la pantalla.

2.6.5 Modificación del ánimo

La actividad modifica o mejora el ánimo. Las redes sociales son utilizadas por los adolescentes como un medio de olvidar sus problemas o reducir estados emocionales negativos como sentimientos de culpa, ansiedad, impotencia o tristeza.

2.6.6 Perdida de interés por otras actividades

Existen cambios drásticos en los hábitos de vida a fin de tener más tiempo para estar conectado en las redes sociales, como la pérdida de interés por hobbies o actividades de ocio. Los adolescentes con mayor frecuencia eligen estar conectados en las redes sociales que pasar tiempo con sus amigos, esto conlleva a la disminución de la sociabilidad (Goldberg, 1995).

2.6.7 Dependencia

Es la necesidad subjetiva de realizar forzosamente la conducta y la supeditación de la vida cotidiana al mantenimiento del hábito (Alonso, 1996).

2.7 Secuencia evolutiva de la adicción a las redes sociales

Los adolescentes a nivel demográfico, constituyen un grupo de riesgo porque tienden a buscar sensaciones nuevas y son los que más se conectan a internet, además de estar más familiarizados con las nuevas tecnologías. Sin embargo, hay personas más vulnerables que otras a las adicciones. En algunos casos hay ciertas características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica a las adicciones: la impulsividad; la disforia (estado anormal del ánimo que se vivencia subjetivamente como desagradable y que se caracteriza por oscilaciones frecuentes del humor); la intolerancia a los estímulos displacenteros, tanto físicos (dolores, insomnio o fatiga) como psíquicos (disgustos, preocupaciones o responsabilidades); y la búsqueda exagerada de emociones fuertes. Sin embargo a veces, la adicción subyace un problema de personalidad como es la timidez excesiva, baja autoestima o rechazo de la imagen corporal, por ejemplo o un estilo de afrontamiento inadecuado ante las dificultades cotidianas. A su vez, los problemas psiquiátricos previos (depresión, TDAH, fobia social u hostilidad) aumentan el riesgo de engancharse a internet (Echeburúa, 2010).

Otras veces se trata de personas que muestran una insatisfacción personal con su vida o que carecen de un afecto consistente y que intentan llenar esa carencia con drogas o alcohol o con conductas sin sustancias (compras, juego, internet o móviles). En estos casos internet o los aparatos de última generación actúan como una prótesis tecnológica. Entonces cualquier persona con personalidad vulnerable, con una cohesión familiar débil y con unas relaciones sociales pobres corre un gran riesgo de hacerse adicto si cuenta con un hábito de recompensas inmediatas, tiene el objeto de la adicción

a mano, se siente presionado por el grupo y está sometido a circunstancias de estrés (fracaso escolar, frustraciones afectivas o competitividad) o de vacío existencial (aislamiento social o falta de objetivos).

Las principales señales de alarma que denotan una dependencia a las redes sociales y que pueden ser un reflejo de la conversión de una afición en una adicción son las siguientes (Young, 1998):

- Privarse de sueño (<5 horas) para estar conectado a la red, a la que se dedica unos tiempos de conexión anormalmente altos.
- Descuidar otras actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio o el cuidado de la salud.
- Recibir quejas en relación con el uso de la red de alguien cercano, como los padres o los hermanos.
- Pensar en la red constantemente, incluso cuando no se está conectado a ella y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta.
- Intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo.
- Mentir sobre el tiempo real que se está conectado.
- Aislarse socialmente, mostrarse irritable y bajar el rendimiento en los estudios.
- Sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del ordenador.

De este modo, ingresar a las redes sociales apenas llegando a casa, al levantarse y ser lo último que se hace antes de acostarse, así como reducir el tiempo de las tareas cotidianas, tales como comer, dormir, estudiar o charlar con la familia, configuran el perfil de un adicto a las redes sociales. Más que el número de horas conectado a la red, lo determinante es el grado de interferencia en la vida cotidiana (Davis, 2001).

En definitiva, la dependencia a las redes sociales está ya instalada cuando hay un uso excesivo asociado a una pérdida de control, aparecen síntomas de abstinencia (ansiedad, depresión, irritabilidad) ante la imposibilidad temporal de acceder a la red, se establece la tolerancia (es decir, la necesidad creciente de aumentar el tiempo de conexión a internet para sentirse satisfecho) y se producen repercusiones negativas en la vida cotidiana. En estos casos engancharse a una pantalla supone una focalización atencional, reduce la actividad física, impide diversificar el tiempo y anula las posibilidades de interesarse por otros temas. El sujeto muestra una ansiedad por las redes sociales y se produce un flujo de transrealidad que es semejante a la adicción del consumo de drogas (Greenfield, 2009; Griffiths, 2000).

2.8 Prevención de la adicción a las redes sociales.

El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación de las redes sociales impone a los adolescentes y adultos una responsabilidad de doble dirección: los jóvenes pueden adiestrar a los padres en el uso de las nuevas tecnologías, de su lenguaje y sus posibilidades; los padres, a su vez, deben enseñar a los jóvenes a usarlas en su justa medida.

Los padres y educadores deben ayudar a los adolescentes a desarrollar la habilidad de la comunicación cara a cara, lo que, entre otras cosas (Ramón-Cortés, 2010):

- Limitar el uso de aparatos y pactar las horas de uso de la computadora.
- Fomentar la relación con otras personas.
- Potenciar aficiones tales como la lectura, el cine y otras actividades culturales.
- Estimular el deporte y las actividades en equipo.
- Desarrollar actividades grupales, como las vinculadas al voluntariado.
- Estimular la comunicación y el diálogo en la propia familia.

La limitación del tiempo de conexión a la red en la infancia y adolescencia (no más de 1,5 - 2 horas diarias, con la excepción de los fines de semana), así como la ubicación de las computadoras en lugares comunes (la sala, por ejemplo) y el control de los contenidos, constituyen estrategias adicionales de interés (Mayorgas, 2009).

2.8.1 Tratamiento psicológico de la adicción a las redes sociales.

Ni todas las adicciones sin drogas son similares ni tampoco lo son las personas que están enganchadas a ellas. No obstante, hay ciertos aspectos comunes en la motivación para el tratamiento, en la elección del objetivo terapéutico y en la selección de las técnicas de intervención.

Una característica presente en los trastornos adictivos es la negación de la dependencia. La conducta adictiva se mantiene porque el beneficio obtenido es mayor que el coste sufrido. El sujeto sólo va a estar realmente motivado para el tratamiento cuando llegue a percatarse, en primer lugar, de que tiene un problema real; en segundo lugar, de que los inconvenientes de seguir como hasta ahora son mayores que las ventajas de dar un cambio a su vida; y, en tercer lugar, de que por sí solo no puede lograr ese cambio. El terapeuta debe ayudar al sujeto a lograr esa atribución correcta de la situación actual y a descubrirle las soluciones a su alcance (Echeburúa, 2001; Miller y Rollnick, 1999).

En el ámbito de las adicciones químicas o de la ludopatía la meta terapéutica utilizada suele ser la abstinencia total. Hay muchas pruebas acumuladas acerca de la viabilidad de este objetivo y de los beneficios obtenidos con el mismo (Echeburúa, 2001). Sin embargo, en la adicción a Internet o las redes sociales la meta de la abstinencia resulta implanteable. Se trata de conductas descontroladas, pero que resultan necesarias en la vida cotidiana. El objetivo terapéutico debe centrarse, por tanto, en el reaprendizaje del control de la conducta. Y por lo que se refiere al tratamiento, las vías

de intervención postuladas son muy similares en todos los casos. A corto plazo, el tratamiento inicial de choque se centra, en una primera fase, en el aprendizaje de respuestas de afrontamiento adecuadas ante las situaciones de riesgo (control de estímulos); y en una segunda fase, en la exposición programada a las situaciones de riesgo (exposición a los estímulos y situaciones relacionados con la conducta adictiva).

Así, el control de estímulos se muestra en los siguientes pasos:

- Primero, siempre es necesario durante las primeras semanas de tratamiento la abstinencia total respecto al objeto de la adicción (redes sociales virtuales o juegos interactivos).
- Segundo, consiste en la exposición gradual y controlada a los estímulos de riesgo. De este modo, un ex adicto a las redes sociales puede, inicialmente bajo el control de otra persona y después a solas, conectarse a la red, estar un tiempo limitado (1 hora, por ejemplo) y llevar a cabo actividades predeterminadas (ingresar sólo una vez al día a una hora concreta, entrar en una red social o navegar por unas páginas fijadas de antemano), sin quitar horas al sueño y eliminando los pensamientos referidos a la red cuando no se está conectado a ella. Sólo cuando se ha llegado a esta fase decrece la intranquilidad subjetiva y el sujeto adquiere confianza en su capacidad de autocontrol ante las diversas situaciones cotidianas.
- Por último, una vez reasumido el control de la conducta, se requiere actuar sobre la prevención de recaídas, lo que implica identificar las situaciones de riesgo, aprender respuestas adecuadas para su afrontamiento y modificar las distorsiones cognitivas sobre la capacidad de control del sujeto. Asimismo hay que actuar sobre los problemas específicos de la persona, planificar el tiempo libre e introducir cambios en el estilo de vida.

2.9 Definición conceptual de Términos

a. Redes sociales: Zywicki y Danowski (2008) explican que son lugares en Internet donde las personas crean perfiles personalizados que incluyen información general, como la educación, el sexo, la edad, etc. Los usuarios pueden escribir y poner mensajes en las páginas de sus contactos, subir fotos y etiquetar personas en esas fotos, además de incluir videos y canciones. Se pueden tener tantos contactos como se quieran, que pueden ser compañeros de escuela, amigos, familiares, conocidos, personas de otros países y continentes, al igual que asociaciones, organizaciones e instituciones.

b. Adicción: según el diccionario de la Real Academia Española es el hábito de quien se deja dominar por el uso de alguna o algunas drogas tóxicas, o por la afición desmedida a ciertos juegos. (DRAE, 2010).

c. Riesgo: según el diccionario de la Real Academia Española es una contingencia inminente de que suceda algún mal (DRAE, 2010)

d. Internet: es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Asimismo Internet es un recurso de acceso a información, comunicación, marketing y entretenimiento que progresivamente va estando disponible para la población general. (NUA, 2000)

e. Adicción a internet: es un deterioro en el control de su uso que se manifiesta como un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y afectivos. Es decir, la persona 'netdependiente' realiza un uso excesivo de Internet lo que le genera una distorsión de sus objetivos personales, familiares o profesionales. (Young, 2009)

f. Adicciones tecnológicas: son adicciones no químicas que involucran la interacción hombre-máquina. Estas pueden ser pasivas (como la televisión) o activas (como los juegos de ordenador o Internet y sus derivados (Griffiths, 1997).

Capítulo III

Diseño metodológico

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación se define como psicométrica, en tanto, propende al desarrollo de tecnología propia de la disciplina, utilizando un diseño no-experimental de carácter transversal, dado que la recolección de datos es en un momento único (Hernández, Fernández y Baptista, 2004).

Este estudio además se caracteriza por ser sistemático, controlado, empírico y crítico. Es sistemático y controlado porque se sigue rigurosamente los criterios establecidos para la construcción y adaptación de pruebas psicológicas y que no se dejan los hechos a la casualidad. Es empírico ya que se basa en fenómenos observables a la realidad, y finalmente es crítico porque juzga constantemente de manera objetiva y se eliminan las preferencias personales y los juicios de valor.

3.2 Variable de Investigación

3.2.1 Identificación de la variable

Adicción a las redes sociales:

Es el deterioro en la capacidad de control, directamente relacionada con la dependencia que se genera. Presentándose un síndrome de abstinencia cuando no se puede acceder a las redes sociales. Que trae como consecuencia la disminución en el rendimiento académico, pérdida de interés por otras actividades y conflicto en el área social. (Vilca y Gonzales, 2013).

3.2.2 Operacionalización de la variable

A continuación la tabla 1 muestra la operacionalización de la variable estudiada.

Tabla 1

Operacionalización de la variable adicción a redes sociales

Variable	Dimensiones	Definición	Nº de ítem
Adicción a Redes Sociales	Interferencia en el ámbito social	A medida que aumentan las horas transcurridas frente al ordenador, disminuye el tiempo para dedicarse a las personas significativas y a la familia e incluso se aísla del entorno y no presta atención a otros aspectos de las obligaciones sociales (Echeburúa, 1999).	♦ P15, P10, P31, P53, P21
	Disminución del rendimiento académico.	Además la pérdida de control en el uso de las redes sociales, afecta negativamente el rendimiento académico.	♦ P18, P29, P22, P38
	Síndrome de Abstinencia	Echeburúa (1999) señala que la persona experimenta un síndrome de abstinencia cuando no puede acceder a las redes sociales, caracterizado fundamentalmente por irritabilidad, estado de ánimo disfórico y malestar emocional.	♦ P11, P56, P4, P33, P8, P32, P30
	Modificación del ánimo	La actividad modifica o mejora el ánimo. Las redes sociales son utilizadas por los adolescentes como un medio de olvidar sus problemas o reducir estados emocionales negativos como sentimientos de culpa, ansiedad, impotencia o tristeza.	♦ P16, P12, P13, P49, P24
	Perdida de interés por otras actividades.	Existen cambios drásticos en los hábitos de vida a fin de tener más tiempo para estar conectado en las redes sociales, como la pérdida de interés por hobbies o actividades de ocio (Goldberg, 1995)..	♦ P44, P43, P45, P50, P25, P26, P46
	Dependencia	Es la necesidad subjetiva de realizar forzosamente la conducta y la supeditación de la vida cotidiana al mantenimiento del hábito (Alonso, 1996).	♦ P55, P54, P48, P47, P19
	Pérdida de Control	Es la necesidad de emplear más y más tiempo la conexión a las redes sociales para alcanzar el mismo nivel de satisfacción. Que trae como consecuencia la imposibilidad o disminución en la capacidad para controlar el involucramiento en las redes sociales Andreassen (2012).	♦ P14, P39, P27, P34, P6, P41, P35, P20, P37, P23

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población:

La población considerada para la construcción y adaptación del instrumento, está conformada por adolescentes del nivel secundario que se encuentran estudiando actualmente tanto en instituciones privadas como nacionales de Lima Metropolitana. Caracterizándose por contener a estudiantes de tercero, cuarto y quinto año de secundaria, pertenecientes al año académico 2013. Entre las características socio demográficas más relevantes de la población fueron alumnos de ambos sexos, con

edades entre 14 y 18 años, así como de pertenecer a los 3 niveles socioeconómicos (alto, medio y bajo).

3.3.2 Muestra

Se formaron dos muestras, en un primer estudio piloto, primera fase de la investigación, participaron 205 escolares de tres colegios de los colegios José Faustino Sánchez Carrión, Fe y Alegría y Portales del Saber, con rango de edades de 14 a 18 años con una edad media de 16 años (SD=0.71)

En un segundo estudio participaron 453 estudiantes, 321 mujeres y 132 varones, de tercero, cuarto y quinto año de secundaria de cuatro colegios de Lima (Antonio Encinas, Edelmira del Pando, Julio Cetello y Alfonso Ugarte), con rango de edades de 14 a 18 años con una edad media de 15.7 años (SD=0.96). Siguiendo la recomendación de Nunnally y Bernstein (1995), que sugiere presentar muestras suficientemente grandes de hasta 10 veces el número de ítems del test, teniendo en cuenta que escala C^rARS tiene 43 ítems. En la presente investigación se manejaron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión:

- Estudiantes que estén cursando el cuarto y quinto año del nivel secundario.
- Estudiantes que utilicen algún tipo de red social.
- Alumnos que no presenten signos de alteraciones mentales sean leves o graves.
- Alumnos que tengan edades entre 14 y 18 años cumplidos la momento de realizar la prueba.

Criterios de exclusión:

- Los que no deseen colaborar con la investigación.

- Más del 10% de omisiones en las respuestas de la escala.

3.3.3 Selección muestral

Se realizó un muestreo no probabilístico, en función a que la elección de los sujetos a investigar se determinó previamente de forma arbitraria y no respondió al criterio de que todos los sujetos tengan la misma probabilidad de ser elegidos; en ese sentido, el muestreo no depende de la representatividad en la selección de los elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características determinadas previamente en el planteamiento del problema (Hernández, Fernández y Baptista, 2006)

3.3.4 Descripción de la muestra

Se observa en la tabla 2 las características socio demográficas de la muestra piloto, donde los estudiantes del colegio portales del saber representan el 16.1 % de la muestra total, a diferencia de los estudiantes del colegio Fe y Alegría y José Faustino Sánchez Carrión que representan el 42 % respectivamente. Asimismo se observa que los estudiantes de 16 representan el 59 % de la muestra.

Tabla 2

Características de la muestra piloto

	VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Colegios	Portales del Saber	33	16.1 %
	Fe y Alegría	86	42.0 %
	José F. Sánchez Carrión	86	42.0 %
Genero	Masculino	100	48.8 %
	Femenino	105	51.2 %
Procedencia	Lurigancho - Chosica	86	42.0 %
	Carapongo	86	42.0 %
	Ate Vitarte	33	16.1 %
Edad	14 años	2	1.0 %
	15 años	34	16.6 %
	16 años	121	59.0 %
	17 años	43	21.0 %
	18 años	5	2.4 %

En la tabla 3 se aprecia que el 40.2 % de los estudiantes evaluados pertenece al colegio Edelmira del Pando, que es un colegio femenino, lo cual explica que las mujeres representen el 70.9 % de la muestra total. Asimismo se observa que la mitad (53.6 %) proviene del distrito de Santa Anita.

Tabla 3

Características de la muestra grande

	Variables	Frecuencia	Porcentaje
Colegios	Antonio Encinas	74	16.3 %
	Edelmira del Pando	182	40.2 %
	Julio Cetello	98	21.6 %
	Alfonso Ugarte	99	21.9 %
Genero	Masculino	132	29.1%
	Femenino	321	70.9 %
Procedencia	Santa Anita	243	53.6 %
	Vitarte	199	43.9 %
	La Molina	1	0.2 %
	El Agustino	10	2.2 %
Edad	14 años	52	11.5 %
	15 años	115	25.4 %
	16 años	206	45.5 %
	17 años	65	14.3 %
	18 años	15	3.3 %

3.4 Descripción del área geográfica de estudio

Lima es la ciudad capital del Perú, está ubicada en la costa central del Perú, entre los valles de los ríos Chillón, Rímac y Lurín limita con el departamento de Áncash por el norte, con los departamentos de Huánuco, Pasco y Junín por el este, con el de Ica por el sur y con la Provincia Constitucional del Callao por el oeste. Se encuentra situada en la costa central del Océano Pacífico, Lima, alcanza una altitud de 101 metros sobre el nivel del mar y es la más grande en población del país. La Población de Lima equivale al 30% de la población del Perú, quiere decir que Lima cuenta con mayor población de adolescentes y jóvenes del país, debido a que hay una gran migración de habitantes a esta ciudad. Considerándose la quinta ciudad más grande de América Latina.

3.5 Instrumento de recolección

La escala de riesgo de Adicción a las Redes Sociales, cuyo nombre fue puesto a criterio de los autores siendo sus siglas C^fARS, se construyó este instrumento a partir de la teoría Cognitiva – Conductual para las Adicciones no convencionales que junta a diversos investigadores (López, 2004; Young, 1997; Echeburúa y Corral, 1994; Greenfield, 1999; Echeburúa, 1999; Davis, 2001; Echeburúa, 1998 y Suler, 1996) cuyo objetivo es evaluar cuantitativamente y cualitativamente la gravedad de los síntomas y valorar el nivel de riesgo de la persona de presentar adicción a las redes sociales. Para lo cual está conformado por 7 dimensiones que son pérdida de control, síndrome de abstinencia, modificación del ánimo, interferencia en el ámbito social, pérdida de interés por otras actividades, dependencia y disminución del rendimiento académico.

Está constituido por 43 ítems, la forma de respuesta de la escala comprende 5 anclajes de tipo Likert con valores que van desde Nunca (0) hasta Siempre (4). La escala está diseñada para interpretar las puntuaciones en términos de “a mayor puntaje en la escala mayor es la presencia de adicción a las redes sociales”. Asimismo se puede administrar de forma colectiva o individual. Tiene una duración aproximada de 10 minutos y es aplicable para adolescentes, comprendido entre las edades de 14 a 18 años.

3.6 Proceso de recolección de datos

Las etapas de la presente investigación se detallan a continuación:

3.6.1 Etapa 1: aplicación de la muestra piloto

En la primera etapa de esta investigación se construyó la escala C^fARS en base a la teoría cognitiva conductual que explica el proceso de adicción a las redes sociales. Luego de ello, para evaluar la validez de contenido se entregó la escala a siete expertos en terapia cognitiva conductual en niños y adolescentes, en psicología clínica y

metodología de las ciencias del comportamiento y de la salud. Con la escala corregida por sugerencia de los expertos, se aplicó a una muestra piloto de 205 estudiantes de tres colegios de Lima. Previo a la aplicación, se leyó las instrucciones en voz alta y se contestó las preguntas referidas a la escala. Para contrarrestar el falseamiento de respuestas se garantizó el anonimato de los encuestados. Luego se realizó el análisis psicométrico de la escala, producto de ello, se redefinió y mejoró la definición del constructo y las dimensiones.

3.6.2 Etapa 2: Aplicación de la muestra grande

Con el instrumento final se aplicó a una muestra grande de 453 estudiantes pertenecientes a cuatro colegios de Lima. Esto se llevó a cabo en 10 sesiones. En base a ello se realizó el análisis psicométrico de la escala. Es importante considerar los aspectos éticos, ya que, si bien los resultados de la presente investigación serán publicados, se ha mantenido el anonimato de cada uno de los participantes.

3.7 Técnica de procesamiento de datos

Para el análisis psicométrico de la escala se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2007 en español, el programa estadístico SPSS versión 22 en castellano y el programa AMOS versión 22 en inglés.

- Para cuantificar la validez de contenido por criterio de jueces se utilizó el coeficiente V de Aiken.
- Para evaluar el nivel de fiabilidad de la escala se usó el índice de consistencia interna Alfa de Cronbach.
- Para determinar la validez de constructo a través de la composición factorial, en la muestra piloto, se determinó el número correcto de factores aplicando el método de Kaiser. Asimismo la estructura factorial fue

verificada aplicando la rotación *varimax*.

- Para determinar la validez del modelo propuesto se realizó el análisis factorial confirmatorio.
- Para interpretar las puntuaciones directas y poder ubicar dichos puntajes en niveles de riesgo de adicción a las redes sociales, se ha establecido la distribución de los puntajes directos en función de los valores percentilares.

Capítulo IV

Resultados

4.1 Primera fase del estudio: Instrumento inicial

4.1.1 Resultados del estudio de validez de contenido por criterio de jueces

Muestra

Constituida por siete jueces, entre ellos un doctorando en Psicología Clínica, dos magísteres en Psicología, una psicóloga especialista en Terapia Cognitiva Conductual en niños y adolescentes y dos psicólogos especialistas en Terapia Cognitiva Conductual. Además se contó con el apoyo de una magister en Metodología de las Ciencias del Comportamiento y de la Salud. Todos ellos con recocida trayectoria académica de nivel universitario, posgrado e investigadores.

Contenido evaluado

Como se puede apreciar en la tabla 4 se evaluó el constructo adicción a las redes sociales, el cual está constituido por tres dimensiones, conductual (pérdida de control, conflicto en el ámbito social y disminución del rendimiento académico), afectivo (síndrome de abstinencia, medio de escape emocional y pérdida de interés por otras actividades) y pensamiento (ideas irracionales y pensamiento adictivo).

Tabla 4

Estructura del instrumento medido

Constructo	Dimensión	Sub Dimensión	Ítems	N. ítems
Adicción a las Redes Sociales	Conductual	Pérdida de Control	1,5,6,14,19,20,23,27,28,34,35,37,38,43,55, 59	16
		Conflicto en la Relación familiar e interpersonal	10,15,31,41,44,45,48,49	8
		Disminución del Rendimiento Académico	7,18,22,29,40,50,56,57	8
	Afectivo	Síndrome de Abstinencia	4,8,11,21,30,32,58	7
		Medio de Escape Emocional	2,13,33,36,51	5
		Perdida de interés por otras actividades	9,25,26,46,47	5
	Pensamiento	Ideas Irracionales	3,12,16,24,52,53,54	7
		Pensamiento Adictivo	17,39,42	3
	Total de Ítems			

Coefficiente de validez de V

Escurra (1998) menciona que los reactivos cuyos valores sean iguales o mayores de 0.80 se consideran válidos para el test, tomando en cuenta ello en la tabla 5 se observa que luego de calcular los coeficientes de validez V de Aiken para la sub dimensión pérdida de control; los ítems 20, 23, 27, 38 y 55 presentan observaciones por parte de uno o más jueces en cuanto a la claridad, contexto y dominio del constructo, considerando las observaciones la pregunta del ítem 20 “¿Te quedas más tiempo conectado de lo que inicialmente habías pensado?” fue modificado por “¿Te quedas conectado a las redes sociales más tiempo de lo que inicialmente habías pensado?”. Asimismo el ítem 23 “¿Te ha pasado eso de decir "solo unos minutitos más" antes de desconectarse de una red social?” fue modificado por “¿Te ha pasado decirte "solo unos minutitos más" antes de desconectarte de las redes sociales y te has quedado por mucho más tiempo?. De manera similar ocurre con los ítems 27 y 38 siendo la pregunta final de los instrumentos “¿Te acuestas tarde por estar conectado a las redes sociales?” y “¿Reportas enrojecimiento en los ojos cuando estás conectado a las redes sociales?”. El

ítem 55 presenta un valor de 0.71; considerando las recomendaciones se modificó la pregunta del ítem “¿Cuándo tienes el impulso de conectarme a las redes sociales no lo puedes controlar?” por “¿Cuándo tienes el deseo de conectarte a las redes sociales no lo puedes controlar?”.

Además el ítem 6 presentan un valor de 0.71 en congruencia y contexto del constructo por lo cual fue reemplazado por ¿Buscas justificaciones, cuando te dicen que permaneces mucho tiempo en las redes sociales?”. Finalmente a recomendación de los jueces se decidió agregar el ítem “¿Cuándo no quiero que se enteren que voy a conectarme a una red social, utilizo jergas o hablo en clave?”. Los demás ítems no presentan coeficientes por debajo de 0.80, el cual indica que no se presenta dificultad en el enunciado de los ítems, teniendo relación con el constructo, sus palabras son usuales para nuestro contexto y evalúa la sub dimensión específica del constructo.

Tabla 5

Análisis de validez de la sub dimensión pérdida de control

Ítems	V(cia)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
1	1.00	1.00	1.00	1.00
5	1.00	1.00	1.00	1.00
6	0.86	0.71	0.86	0.71
14	1.00	1.00	1.00	1.00
19	1.00	1.00	1.00	1.00
20	0.86	1.00	1.00	1.00
23	0.86	1.00	1.00	1.00
27	0.86	1.00	1.00	1.00
28	1.00	1.00	1.00	1.00
34	1.00	1.00	1.00	1.00
35	1.00	1.00	1.00	1.00
37	1.00	1.00	1.00	1.00
38	0.86	1.00	0.86	0.86
43	1.00	0.86	1.00	0.86
55	0.71	1.00	0.86	1.00

Los coeficientes V de Aiken para la sub dimensión conflicto en el ámbito familiar e interpersonal, en los ítems 44 y 49 presentan observaciones por parte de uno más jueces

respecto a la claridad y contexto del constructo (ver tabla 6). El ítem 44 presenta un valor de 0.71; considerando las observaciones se modificó la pregunta del ítem “¿Recibes quejas por el uso de las redes sociales de alguien cercano, como los padres o los hermanos?” por “¿Recibes críticas de familiares sobre el modo en que usas las redes sociales?”. Además se observa que los ítems que corresponden a la sub dimensión no presentan coeficientes por debajo de 0.80, por lo tanto se consideran válidos los ítems de la escala que corresponde a conflicto en el ámbito familiar e interpersonal.

Tabla 6

Análisis de validez de la sub dimensión conflicto en el ámbito social

Ítems	V(cia)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
10	1.00	1.00	1.00	1.00
15	1.00	1.00	1.00	1.00
31	1.00	1.00	1.00	1.00
41	1.00	1.00	1.00	1.00
44	0.71	1.00	0.86	1.00
45	1.00	1.00	1.00	1.00
48	1.00	1.00	1.00	1.00
49	0.86	1.00	1.00	1.00

Como se aprecia en la tabla 7 en la sub dimensión de disminución del rendimiento académico todos los ítems alcanzan niveles adecuados de significación estadística en cuanto a la claridad de los reactivos, así como su sencillez y precisión.

Tabla 7

Análisis de validez de la sub dimensión disminución del R.A.

Ítems	V(cia)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
7	0.86	1.00	1.00	1.00
18	0.86	1.00	1.00	1.00
22	1.00	1.00	1.00	1.00
29	0.86	1.00	1.00	1.00
40	1.00	1.00	1.00	1.00
50	0.86	1.00	1.00	1.00
56	0.86	1.00	0.86	1.00
57	0.86	1.00	1.00	1.00

Con respecto a la dimensión Afectiva, se puede apreciar en la tabla 8 que en la sub dimensión Síndrome de abstinencia todos los ítems alcanzan niveles adecuados de significación estadística en cuanto a la claridad y congruencia de los reactivos, así como en su sencillez y dominio del constructo.

Tabla 8

Análisis de Validez de la sub dimensión síndrome de abstinencia

Ítems	V(cla)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
4	1.00	1.00	1.00	1.00
8	1.00	1.00	1.00	1.00
11	0.86	1.00	1.00	1.00
21	0.86	1.00	1.00	1.00
30	0.86	0.86	0.86	0.86
32	0.86	1.00	1.00	1.00
58	0.86	1.00	1.00	1.00

Asimismo al calcular los coeficientes V de Aiken para la sub dimensión Medio de escape emocional, el ítem 13 presenta observaciones por parte de uno más jueces respecto a la claridad y contexto del constructo (ver tabla 9). El ítem presenta un valor de 0.71; considerando las observaciones se modificó la pregunta del ítem “Con qué frecuencia ¿Te sientes más feliz cuando estás conectado a tu red social favorita que en la vida real?” por “¿Te sientes más feliz cuando estás conectado a las redes sociales que en la vida real?”. Además se observa que los demás ítems que corresponden a la sub dimensión no presentan coeficientes por debajo de 0.80, por lo tanto se consideran válidos los ítems de la escala.

Tabla 9

Análisis de validez de la sub dimensión medio de escape emocional

Ítems	V(cla)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
2	0.86	1.00	1.00	1.00
13	0.71	1.00	0.86	1.00
33	1.00	1.00	1.00	1.00
36	1.00	1.00	1.00	1.00
51	0.86	1.00	1.00	1.00

En la tabla 10 se observan los resultados de la validez de contenido por criterio de jueces para la sub dimensión Perdida de interés por otras actividades, que permite señalar que todos los ítems permanecerán en la escala ya que los valores de los ítems son iguales o mayores a 0.80.

Tabla 10

Análisis de validez de la sub dimensión perdida de interés por otras actividades

Ítems	V(cla)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
9	0.86	1.00	1.00	1.00
25	1.00	1.00	1.00	1.00
26	1.00	1.00	1.00	1.00
46	0.86	1.00	1.00	1.00
47	0.86	1.00	1.00	1.00

Finalmente se calculó los coeficientes V de Aiken para las sub dimensiones ideas irracionales y pensamiento adictivo, los cuales pertenecen a la dimensión pensamiento. Se puede apreciar en la tabla 11 que los ítems 12 y 24 presentan observaciones por parte de uno o más jueces en cuanto a claridad del constructo. El ítem 12 presenta un valor de 0.71; considerando las observaciones se modificó la pregunta del ítem ¿En la vida real te sientes vacío e inútil, pero en el mundo “virtual” eres alguien?” por “¿En la vida real te sientes inútil, pero en las redes sociales eres alguien?”. Asimismo el ítem 24 presenta un valor de 0.71; considerando las observaciones se modificó la pregunta del ítem “¿Te sientes bien sólo cuando estas conectado a tu red social favorita?” por “¿Piensas que no hay otra manera de sentirte bien, solo si estas conectado a las redes sociales?”. Además se observa que los demás ítems que corresponden a la sub dimensión Ideas Irracionales no presentan coeficientes por debajo de 0.80, por lo tanto se consideran válidos los ítems de la escala.

Tabla 11

Análisis de validez de la sub dimensión ideas irracionales

Ítems	V(cia)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
3	1.00	1.00	1.00	1.00
12	0.71	1.00	1.00	1.00
16	0.86	1.00	0.86	1.00
24	0.71	1.00	1.00	1.00
52	1.00	1.00	1.00	1.00
53	1.00	1.00	1.00	1.00
54	0.86	1.00	1.00	1.00

En cuanto a la validez de contenido de la sub dimensión pensamiento adictivo, los resultados que se presentan en la tabla 12 indican que todos los ítems deben permanecer en la sub dimensión pues todos los valores V de Aiken no presentan coeficientes por debajo de 0.80.

Tabla 12

Análisis de validez de la sub dimensión pensamiento adictivo

Ítems	V(cia)	V(cong)	V(cont)	V(dcon)
17	0.86	1.00	1.00	1.00
39	0.86	1.00	1.00	1.00
42	0.86	1.00	1.00	1.00

El coeficiente de validez V para el análisis de contenido respecto a C.A.R.S, se resume en la tabla 13, presentando valores mayores de 0.80, indicando el consenso que existe para la inclusión de los ítems pues tienen relación con el constructo, las palabras son usuales para nuestro contexto y evalúa las dimensiones y sub dimensiones específicas del constructo, obteniendo la validez del contenido del instrumento.

Tabla 13

<i>Análisis de contenido del instrumento</i>	
Test	V
Forma correcta de aplicación y estructura	1
Orden de las preguntas establecido adecuadamente	1
Contiene el test preguntas difíciles de entender	1
Contiene el test palabras difíciles de entender	0.85
Las opciones de respuesta son pertinentes y están suficientemente graduados	1
Ítems tienen correspondencia con la dimensión a la que pertenecen	0.85
Jueces : 7	

4.1.2 Análisis y selección de los ítems

Se aplicó el instrumento corregido con las observaciones de los jueces en una muestra piloto conformada por 205 escolares de cuarto y quinto año de secundaria, pertenecientes a tres colegios de Lima Metropolitana. En base a ello se obtuvieron varios indicadores psicométricos para cada uno de los 59 ítems: correlación ítem-sub dimensión, saturación factorial y coeficiente alpha de la sub dimensión cuando se elimina el ítem. Se retuvo solamente aquellos ítems que cumplieron simultáneamente los siguientes requerimientos:

- a) correlación ítem-sub dimensión mayor a 0.5
- b) coeficiente alpha (al eliminar el ítem) igual o inferior al de la sub dimensión.
- c) Saturación factorial en su dimensión por encima de 0.30

Como se puede observar en la tabla 14 los ítems 1, 5, 28, 38, 7, 36 y 3 no cumplen simultáneamente los dos primeros criterios. Además se puede apreciar que las dimensiones medio de escape emocional y pensamiento adictivo no presentan adecuados niveles de fiabilidad (,691 y ,637 respectivamente) ya que están por debajo de un umbral mínimo de ,70 propuesto por Nunmally (1978).

Tabla 14

Análisis estadísticos de los ítems

Ítems	Alpha (si se elimina el ítem)	Correlación
Pérdida de Control	.891	
1	.894	,391**
5	.892	,393**
6	.884	,643**
14	.883	,673**
19	.886	,598**
20	.884	,652**
23	.882	,695**
27	.879	,739**
28	.891	,450**
34	.881	,702**
35	.882	,696**
37	.882	,682**
38	.890	,481**
43	.878	,765**
55	.882	,684**
59	.888	,551**
Interferencia en el área social	.810	
10	.792	,632**
15	.802	,552**
31	.786	,674**
41	.791	,664**
44	.776	,732**
45	.783	,687**
48	.782	,685**
49	.793	,612**
Disminución del Rendimiento Académico	.806	
7	.820	,477**
18	.771	,720**
22	.780	,673**
29	.776	,694**
40	.755	,793**
50	.788	,624**
56	.781	,660**
57	.792	,577**
Síndrome de Abstinencia	.852	
4	.838	,704**
8	.847	,655**
11	.827	,751**
21	.833	,713**
30	.825	,757**
32	.822	,776**
58	.827	,751**
Medio de escape emocional	.691	
2	.674	,636**
13	.660	,637**
33	.656	,627**
36	.695	,418**
51	.596	,734**
Pérdida de interés por otras actividades	0.808	
9	.789	,705**
25	.780	,731**

Ítems	Alpha (si se elimina el ítem)	Correlación
26	.752	,811**
46	.785	,705**
47	.743	,808**
Ideas Irracionales	.797	
3	.799	,551**
12	.768	,674**
16	.760	,714**
24	.760	,717**
52	.780	,659**
53	.765	,700**
54	.765	,710**
Pensamiento Adictivo	.637	
17	.573	,726**
39	.549	,752**
42	.486	,805**

Asimismo se realizó un análisis factorial exploratorio por separado para cada uno de las sub dimensiones, con la finalidad de evaluar si cada uno de los pesos factoriales de los ítems saturaban en su dimensión.

Con respecto a la primera sub dimensión pérdida de control, inicialmente se realizó el análisis con todos sus 16 ítems, obteniendo tres factores que explicaban el 55.1% de la varianza. Por ello se decidió eliminar los ítems que no cumplieron los dos primeros criterios de selección. Dando como resultado dos factores que explicaban el 55.64% de la varianza. Al analizar los pesos factoriales de los ítems en la tabla 15, se observa que el ítem 59, es el único que tiene un peso factorial muy alto en el segundo factor y extremadamente bajo en el primer factor, en comparación con los demás ítems. Por lo cual este ítem fue eliminado. Luego se realizó nuevamente el análisis factorial, en donde todos los ítems tienen cargas factoriales altas en un mismo factor, como se observa en la tabla 15.

Tabla 15

Análisis factorial de Pérdida de control

Ítems	Antes		Después
	Factor I	Factor II	Factor I
p27	.786	.240	.772
p14	.782	.106	.687
p23	.686	.263	.701
p20	.680	.216	.677
p6	.603	.299	.658
p43	.598	.494	.782
p34	.528	.488	.719
p59	.032	.816	-----
p55	.300	.727	.680
p19	.272	.601	.586
p35	.488	.537	.712
p37	.477	.535	.703
% Total de varianza explicada	55.64%		48.97%
Prueba de KMO	.904		.903
Prueba de Barlett	Chi ² =1005.949 gl: 66 sig. 0.000		Chi ² =935.676 gl: 55 sig. 0.000

Al realizar el análisis factorial a la sub dimensión disminución del rendimiento académico, se observa en la tabla 16 que los ítems forman dos factores claramente diferenciados. Se observa que los ítems 18, 29, 22 y 40 tienen pesos factoriales altos en el primer factor y los ítems 50, 57 y 56 puntúan alto en el segundo factor. El ítem 7 no tiene una carga factorial mayor a ,30 en ninguno de los dos factores, por lo cual se decide eliminar este ítem.

Tabla 16

Análisis factorial de disminución del R. A.

Ítems	Factores	
	Factor I	Factor II
p18	.798	.176
p29	.789	.140
p22	.788	.098
p40	.768	.349
p50	.127	.838
p57	.112	.797
p56	.264	.755
p07	.270	.280
Prueba de KMO	.818	
Prueba de Barlett	Chi ² =518.004 gl:28 sig. 0.000	

Al analizar los ítems detenidamente desde la parte teórica y tomando en cuenta el resultado anterior se toma la decisión de mantener solamente los ítems 18, 29, 22 y 40 en la dimensión disminución del rendimiento académico, mientras que los ítems 50, 57 y 56 pasan a formar una nueva dimensión llamada dependencia, la cual tiene sustento teórico dentro del marco de la adicción a las redes sociales.

Los ítems de las demás dimensiones (conflicto en el ámbito social, síndrome de abstinencia, medio de escape emocional, pérdida de interés por otras actividades, ideas irracionales y pensamiento adictivo) cumplen con este último criterio ya que puntúan en un solo factor al ser analizados por separado. Se retuvo finalmente 51 ítems que cumplieron simultáneamente los tres requerimientos antes mencionados.

4.1.3 Resultados del estudio de fiabilidad

La fiabilidad global de la escala y de sus sub-dimensiones se valoró calculando el índice de la consistencia interna mediante el coeficiente Alpha de Cronbach.

La tabla 17 permite apreciar que la consistencia interna global de C.A.R.S (51 ítems) en la muestra estudiada es de 0.965 que puede ser valorado como indicador de una elevada confiabilidad. Asimismo se puede observar que los puntajes de fiabilidad en la mayoría de las sub dimensiones son aceptables y están por encima de ,80 que es el valor mínimo esperado cuando el objetivo del test es la clasificación (Nunnally y Bernstein, 1995). A excepción de las sub dimensiones medio de escape emocional y pensamiento adictivo que presentan una fiabilidad baja (,695 y ,637 respectivamente).

Tabla 17

Estimaciones de consistencia interna de C^r.A.R.S

Sub Dimensiones	Nº de ítems	Alpha
Pérdida de Control	11	,895
Interferencia en el área social	8	,810
Disminución del Rendimiento Académico	4	,826
Dependencia	3	,756
Síndrome de Abstinencia	7	,852
Medio de Escape Emocional	4	,695
Perdida de interés por otras actividades	5	,808
Ideas Irracionales	6	,799
Pensamiento Adictivo	3	,637
Riesgo de Adicción a las Redes Sociales	51	,965

4.1.4 Resultados de validez de constructo: Análisis factorial exploratorio (AFE)

Con el objetivo principal de verificar la validez de constructo de la escala de Riesgo de adicción a las Redes Sociales y poder responder de la mejor manera a la pregunta ¿qué mide el test? (Cortada de Cohan, 1999) hemos considerado pertinente someter a un análisis riguroso la naturaleza teórica y dimensional mediante el análisis factorial exploratorio. Pero antes de proceder con la misma se efectuó comprobaciones previas que avalen la procedencia. Como se muestra en la tabla 18 los datos tiene una buena adecuación muestral ya que existe una alta correlación entre los datos (0.88) el cual está por encima de 0.80 (Kaiser, 1970). Asimismo los datos de la matriz de correlación permiten rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de que la matriz de correlación no es una matriz de identidad (0.00). De modo que puede considerarse al análisis factorial exploratorio como una técnica apropiada.

Tabla 18

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de KMO	Prueba de esfericidad de Bartlett
.88	.000

Por lo cual se realizó el Análisis Factorial Exploratorio con los ítems de cada uno de los constructos utilizando el método de estimación de componentes principales y método de rotación varimax para nueve factores fijos. En la matriz de componentes rotados se observa que solamente los ítems de los constructos pérdida de control, disminución del rendimiento académico y dependencia ingresan en su respectivo componente. Los demás ítems están dispersos y la mayoría no ingresa al componente que pertenece (ver anexo 1). En especial ideas irracionales y pensamiento adictivo. En relación a este último se toma la decisión de eliminarlo ya que sus tres ítems tienen pesos factoriales en diferentes componentes y tiene una fiabilidad baja. También se opta por eliminar el constructo ideas irracionales junto con sus ítems 54 y 53. Los ítems 12, 16 y 24 pasan a formar parte del constructo modificación del ánimo (redefinición de medio de escape emocional) ya que los ítems están empíricamente relacionados y existe respaldo teórico para ello. El ítem 52 puntúa junto con algunos ítems del constructo pérdida de interés por otras actividades, aunque este constructo no está claramente definido en el análisis. A pesar de ello se decide mantener este ítem, que teóricamente pasa a formar parte del constructo pérdida de interés por otras actividades.

En base a este primer hallazgo se tomó la decisión de eliminar las dimensiones afectivo, conductual y pensamiento y por lo cual todas las sub dimensiones pasan a ser dimensiones.

Con la eliminación de los mencionados ítems, se realiza un nuevo análisis factorial utilizando el método de estimación de componentes principales y método de rotación varimax para siete factores fijos. Se aprecia que la mayoría de los ítems puntúan en el componente que le corresponde, observándose a cada uno de los factores de manera más clara a diferencia del análisis anterior (ver apéndice 2)

Entre los ítems que puntúan en un componente que no les corresponde, se decide eliminar el ítem 2 ya que teóricamente no guarda ninguna relación con el constructo

síndrome de abstinencia y además su peso factorial es el más bajo en el factor en que se encuentra. De manera similar ocurre con el ítem 9 y 44 que teóricamente no pertenecen al constructo síndrome de abstinencia por lo cual se decide eliminarlo.

Se realiza un nuevo análisis factorial utilizando el método de estimación de componentes principales y método de rotación varimax para siete factores fijos.

La tabla 19 permite apreciar que la gran mayoría de los ítems puntúan en el componente que le corresponde, observándose a cada uno de los factores de manera clara. Se observa que el componente pérdida de control está conformado por casi todos sus ítems a excepción del ítem 23. Se decide mantener este ítem ya que tiene un peso factorial nada despreciable en pérdida de control a pesar de puntuar en otro factor. Asimismo se observa que el ítem 41 puntúa alto en este componente y bajo en los demás factores. Se opta por incorporar este ítem a la luz de los datos empíricos y luego de un análisis teórico del mismo.

De manera similar ocurre con el componente síndrome de abstinencia, que está conformado por la mayoría de sus ítems a excepción del ítem 30. Se decide mantener este ítem ya que tiene un peso factorial nada despreciable en síndrome de abstinencia a pesar de puntuar en otro factor. Asimismo se observa que el ítem 33 puntúa alto en este componente y bajo en los demás factores. Se opta por incorporar este ítem a la luz de los datos empíricos y luego de un análisis teórico del mismo.

Se observa también que en el constructo disminución del rendimiento académico todos los ítems ingresan en su componente con un peso factorial alto. También se aprecia que el componente modificación del ánimo está conformado por la mayoría de sus ítems a excepción del ítem 33. Con respecto al constructo dependiente, sus ítems puntúan claramente en un mismo factor. A estos se ha añadido los ítems 19 y 49 en base a los datos empíricos y porque teóricamente están más relacionados con este constructo.

En relación al constructo pérdida de interés por otras actividades se observa que solamente los ítems 25, 47 y 46 puntúan en el mismo factor. El ítem 26 se decide mantenerlo ya que tiene un peso factorial considerable a pesar de puntuar en otro factor. Luego de un análisis teórico de los ítems y con el respaldo de empírico de los datos se decide incorporar los ítems 45, 48 y 52 a este constructo. Finalmente los ítems restantes del componente conflicto en el ámbito social (10, 15 y 31) puntúan en un mismo factor, sus demás ítems han sido eliminados o han pasado a formar parte de otros componentes. A este constructo se han añadido los ítems 21 y 55 ya que cuenta con respaldo teórico y empírico.

Tabla 19

Matriz de factores rotados para los 7 constructos

Ítems	PC	S.Abst	RA	M.Animo	DEP	P.Act	C.Soc
p14	.693						
p27	.620		.377				
p41	.577			.397			
p6	.576	.351					
p34	.574					.349	
p35	.566						
p43	.534					.328	
p26	.495					.451	
p20	.479	.431	.377				
p37	.425		.316			.345	.323
p58		.665					
p11		.659					
p33		.596				.333	
p4		.595		.334			
p8		.577					
p23	.448	.458	.340				
p32		.442					.402
p18			.723				
p29			.695				
p22		.341	.651				
p40			.628				
p19			.508		.429		
p12				.663			.316

Ítems	PC	S.Abst	RA	M.Animo	DEP	P.Act	C.Soc
p16				.645			
p13				.643			
p51				.548			.350
p24		.310		.545			
p48				.418	.393	.375	
p57					.721		
p50	.325				.707		
p56			.319		.707		
p49					.647		
p46						.683	
p45						.616	.389
p47	.349			.328		.525	
p52		.321		.346		.483	
p25	.419					.468	
p15							.594
p31	.373						.550
p10							.506
p30		.412					.493
p55		.316	.301	.305			.452
p21		.342	.360				.435

La escala final del constructo riesgo de adicción a las redes sociales está conformada por 43 ítems, siendo su distribución entre sus dimensiones de la siguiente manera:

Tabla 20

Estructura del instrumento medido

Constructo	Sub Dimensión	Ítems	Ítems
Adicción a las Redes Sociales	Pérdida de control	p14, p41, p27, p34, p6, p43, p35, p20, p37, p23	10
	Síndrome de Abstinencia	p11, p58, p4, p33, p8, p32, p30	7
	Disminución del RA	p18, p29, p22, p40	4
	Modificación del ánimo	p16, p12, p13, p51, p24	5
	Dependencia	p57, p56, p50, p49, p19	5
	Perdida de interés por otras actividades	p46, p45, p47, p52, p25, p26, p48	7
	Interferencia en el ámbito social	p15, p10, p31, p55, p21	5
Total de Ítems			43

4.2 Segunda fase del estudio: Instrumento mejorado

4.2.1 Resultados del estudio de fiabilidad

Luego de realizado el análisis del instrumento aplicado a la muestra piloto, se mejoró el instrumento, el cual se aplicó a una muestra de 453 estudiantes de cuatro colegios de Lima Metropolitana. Para evaluar la fiabilidad global de la escala y de sus sub-dimensiones se valoró calculando el índice de la consistencia interna mediante el coeficiente Alpha de Cronbach.

La tabla 21 permite apreciar que la consistencia interna global de C.A.R.S (43 ítems) en la muestra estudiada es de 0.96 que puede ser valorado como indicador de una elevada confiabilidad. Asimismo se puede observar que los puntajes de fiabilidad de todas las dimensiones son aceptables y están por encima de ,80 que es el valor mínimo esperado cuando el objetivo del test es la clasificación o diagnóstico (Nunnally y Bernstein, 1995).

Tabla 21

Estimaciones de consistencia interna de C^r.A.R.S

Sub Dimensiones	Nº de ítems	Alpha
Pérdida de Control	10	,902
Interferencia en el área social	5	,718
Disminución del Rendimiento Académico	4	,857
Dependencia	5	,715
Síndrome de Abstinencia	7	,850
Modificación del ánimo	5	,790
Perdida de interés por otras actividades	7	,832
Riesgo de Adicción a las Redes Sociales	43	,96

4.2.2 Resultados de validez de constructo: Análisis factorial confirmatorio (AFC)

En el análisis factorial confirmatorio se consideraron todas los ítems del test mejorado y como variables latentes los 7 constructos anteriormente mencionados.

Los índices de ajuste obtenidos fueron RMSEA=0.047, TLI=0.90 y CFI=0.91 indican un buen ajuste de los datos al modelo. Asimismo la relación Chi-

cuadrado/grados de libertad tome un valor de 2.01 que puede es aceptable ya que está por debajo de 3.

Se observa en la figura 6 que los pesos factoriales de cada variable latente con sus correspondientes variables manifiestas (ítems) son altos y significativos, por tanto se infiere la existencia de validez convergente.

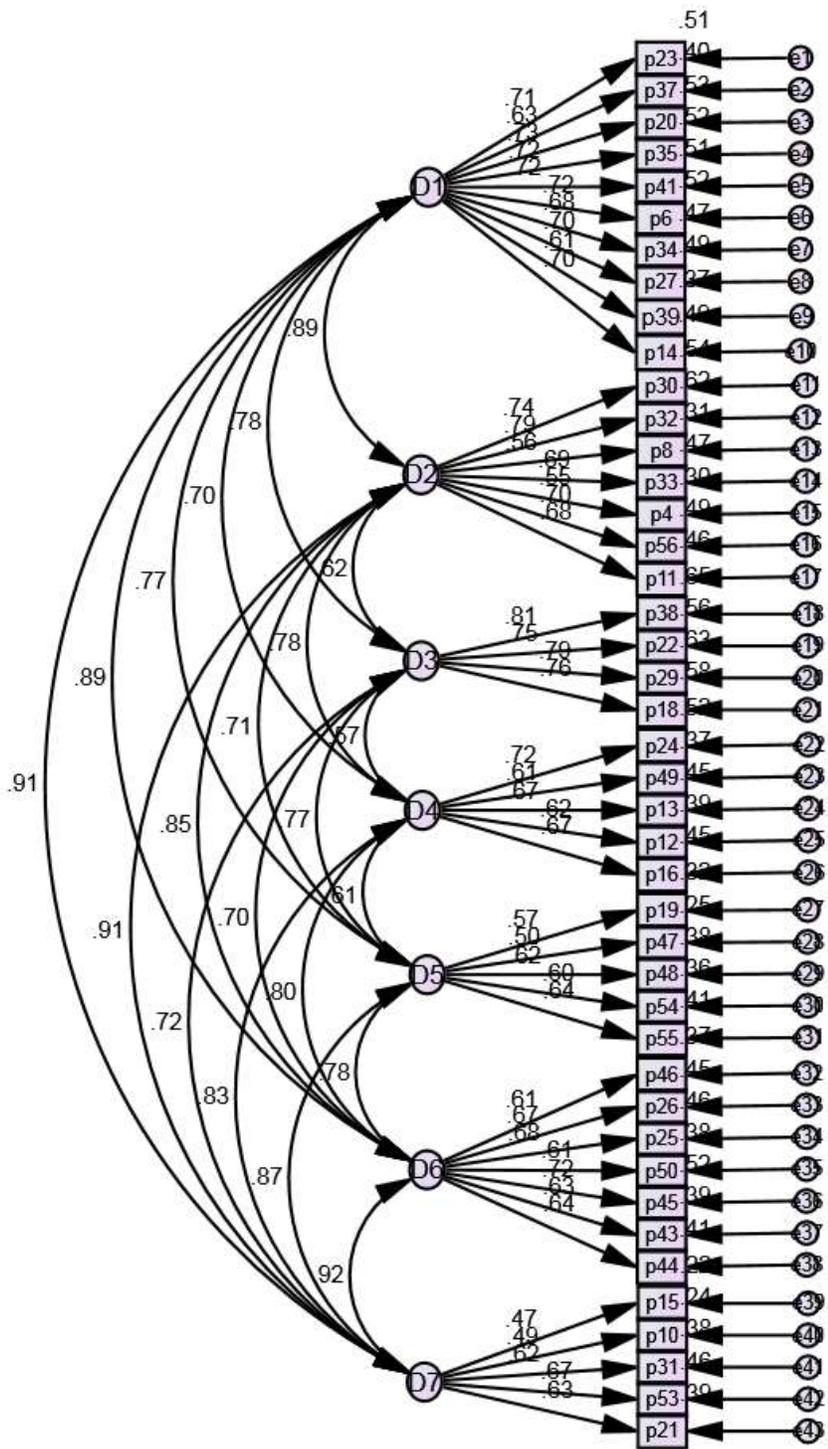


Figura 6. Análisis factorial confirmatorio

4.2.3 Instrumento C^fARS final

La escala final de CARS se muestra en el anexos 5, siendo la estructura del instrumento final para los constructos la presentada en la tabla 22.

Tabla 22

Estructura de la escala C.A.R.S final

Constructo	Sub Dimensión	Ítems	Ítems
	Pérdida de control	1, 8, 15, 22, 29, 35, 38, 41, 42, 43	10
	Síndrome de Abstinencia	2, 9, 16, 23, 30, 36, 39	7
Adicción a las Redes Sociales	Disminución del RA	3, 10, 17, 24	4
	Modificación del ánimo	4, 11, 18, 25, 31	5
	Dependencia	5, 12, 19, 26, 32	5
	Perdida de interés por otras actividades	6, 13, 20, 27, 33, 37, 40	7
	Interferencia en el ámbito social	7, 14, 21, 28, 34	5
Total de Ítems			43

4.2.4 Normas Interpretativas (Baremos)

Interpretación de las Puntuaciones

A fin de interpretar las puntuaciones directas y poder ubicar dichos puntajes en niveles de riesgo para la adicción a las redes sociales, se ha establecido la distribución de los puntajes directos en función de los valores percentilares. Se debe interpretar las puntuaciones de la escala de riesgo de adicción a las redes sociales del siguiente modo: a mayor puntaje obtenido mayor es el nivel de riesgo de adicción a las redes sociales. En la tabla 23 se presenta las normas percentilares para interpretar las puntuaciones.

Tabla 23

Normas percentilares para la escala de Riesgo de Adicción a las Redes Sociales

Percentil	PC	S. A.	R.A	M.A	DEP	P.A.	I.S.	Total
1	10.00	7.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	43.00
2	10.00	7.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	44.08
3	10.00	7.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	45.62
4	10.00	8.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	47.00
5	11.00	8.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	47.70
10	12.00	10.00	4.00	5.00	5.00	7.00	5.00	53.00
15	14.00	11.00	4.00	5.00	5.00	8.00	5.00	57.00
20	15.00	11.00	5.00	5.00	5.00	9.00	5.80	61.00
25	16.00	12.00	5.00	6.00	5.00	9.00	6.00	65.00
30	18.00	13.00	6.00	6.00	5.00	10.00	6.00	69.00
35	19.00	14.00	6.00	7.00	5.00	11.00	7.00	72.00
40	20.00	15.00	6.00	7.00	6.00	11.00	7.00	75.00
45	21.00	15.00	7.00	8.00	6.00	12.00	8.00	78.30
50	23.00	16.00	8.00	8.00	6.00	13.00	8.00	83.00
55	24.00	17.00	8.00	8.00	7.00	13.00	9.00	87.00
60	25.00	18.00	9.00	9.00	7.00	14.00	9.00	90.00
65	26.00	19.00	9.00	10.00	8.00	15.00	10.00	96.00
70	28.00	20.00	10.00	10.00	8.00	15.00	10.00	101.00
75	29.00	21.00	10.00	11.00	9.00	16.00	11.00	106.50
80	31.00	22.00	11.00	12.00	9.00	18.00	11.00	112.20
85	33.00	24.00	12.00	13.00	10.00	19.00	12.00	118.00
90	37.00	26.00	13.00	14.60	12.00	21.00	14.00	129.00
95	41.00	30.00	15.00	16.00	14.00	23.30	15.30	145.30
96	43.00	30.84	15.84	17.00	14.00	25.00	16.00	149.00
97	44.00	31.00	17.00	18.00	15.00	26.00	18.00	151.76
98	44.92	32.00	17.00	19.00	15.92	27.00	18.00	156.92
99	47.00	33.46	19.00	22.92	17.46	30.92	19.46	175.30
Desv. Tipica	9.044	6.300	3.612	3.810	3.006	5.306	3.463	29.293
Media	23.60	17.10	8.16	8.89	7.45	13.50	8.87	87.57

Tomando en cuenta los valores percentilares (Pc 25; Pc 50 y Pc 75) para los puntos de corte tanto en el test global como en sus componentes, la valoración de los niveles de riesgo para la adicción a las redes sociales se establecen del siguiente modo (Tabla 24):

Tabla 24

Categorías de riesgo según puntuaciones directas de C^r.A.R.S

Nivel de Uso	Puntuación Directa							
	PC	S. A.	R.A	M.A	DEP	P.A.	I.S.	Total
Riesgo Bajo	0 – 16	0 – 12	0 – 5	0 – 6	0 - 5	0 – 9	0 - 6	0 – 65
Riesgo Medio	17 – 23	13 – 16	6 – 8	7 - 8	6	10 - 13	7 – 8	66 – 83
Riesgo Alto	24 – 29	17 - 21	9 - 10	9 - 11	7 – 9	14 - 16	9 - 11	84 - 106
Franca Adicción	30 - 50	22 - 35	11 - 20	12 - 25	10 - 25	17 - 35	12 - 35	107 - 215

Capítulo V

Discusión

El objetivo de la presente investigación fue la construcción y validación de un instrumento capaz de detectar el riesgo de presentar adicción a las redes sociales en adolescentes. En ese sentido el constructo adicción a las redes sociales está enmarcado dentro de las adicciones tecnológicas, que se definen como adicciones no químicas que involucran la interacción hombre-máquina (Griffiths, 1997). No obstante a la fecha no hay un consenso entre los expertos en el tema sobre el significado de la adicción a las redes sociales ni tampoco hay un marco teórico robusto que explique los mecanismos por el cual se da esta adicción. Aunque sí hay muchas coincidencias entre los autores en que las personas “adictas” poseen una serie de características comunes. Por ejemplo Echeburúa y Corral (2009) señalan que lo que define una conducta adictiva no es tanto la frecuencia con que se realiza si no la relación de dependencia que se crea, la pérdida de control y la grave interferencia que genera en la vida cotidiana. De manera similar Alonso, (1999) señala que la pérdida de control y la dependencia son dos factores básicos que tienen que ocurrir para que haya adicción. Echeburúa (1999) también menciona que como ocurre con las adicciones químicas, las personas adictas al uso de una determinada conducta experimentan un síndrome de abstinencia que se caracteriza fundamentalmente por irritabilidad, estado de ánimo disfórico y malestar emocional. Por otro lado Young (1999) señala que los efectos negativos de la adicción se expresan en el ámbito familiar, académico y profesional.

Teniendo en cuenta lo anterior la presente investigación define este constructo como el deterioro en la capacidad de control, directamente relacionada con la dependencia que se genera. Presentándose un síndrome de abstinencia cuando no se puede acceder a las redes sociales. Que trae como consecuencia la disminución en el rendimiento académico, pérdida de interés por otras actividades y conflicto en el área social. Esta definición si bien resume lo que diferentes autores han mencionado con respecto a esta problemática, también es el resultado final del análisis teórico de los datos empíricos de la investigación ya que la definición de este constructo y sus dimensiones han sufrido varios cambios en el proceso de construcción de la escala. Entonces esta investigación constituye el primer intento de abordar y medir este constructo en la realidad peruana.

En la presente investigación se evaluaron los requisitos técnicos de validez y confiabilidad, cuyos resultados están directamente relacionados con las características de la muestra a la que se le administró el test (APA, 1999). Como señala Elosua (2003) se procedió a realizar un conjunto de estudios encaminados a mostrar las suficientes evidencias que puedan prestar base científica a la interpretación de las puntuaciones en un uso concreto del instrumento. Para lo cual la investigación está conformada por dos etapas. La primera etapa constituye el estudio piloto de las propiedades psicométricas de la escala, mientras que la segunda etapa constituye el estudio confirmatorio de la escala.

En la primera etapa se realizó el estudio de validez de contenido por criterio de jueces utilizando el coeficiente V de Aiken para la cuantificación de la misma. También se evaluó los niveles de fiabilidad y se realizó el análisis factorial exploratorio para evaluar la validez de constructo.

En el análisis de la validez de contenido de la escala, es importante mencionar que el ítem 6 que pertenece a la dimensión pérdida de control, presenta serias observaciones en contexto y congruencia del constructo. En relación a este último criterio Oesterlind

(1990) menciona que es el principal parámetro y se refiere al grado de consistencia que debe existir entre un ítem particular y las metas esenciales de la prueba dado que esto será un factor posterior de confiabilidad y validez. Por lo cual siguiendo las sugerencias de los jueces se reemplazó el ítem *¿Tienes problemas para controlar el impulso de adquirir productos y servicios ofertados en las redes sociales?* Por *¿Buscas justificaciones, cuando te dicen que permaneces mucho tiempo en las redes sociales?*

Con la escala aplicada a la muestra piloto, se obtuvo varios indicadores psicométricos para los ítems y se retuvo solamente aquellos ítems que cumplieron simultáneamente los siguientes requerimientos; correlación ítem-sub dimensión mayor a 0.5, coeficiente alpha (al eliminar el ítem) igual o inferior al de la sub dimensión y saturación factorial en su dimensión por encima de 0.30. Estos criterios de selección han sido adaptados de la investigación psicométrica de Barraca, Lopez-Yarto y Olea (2000). En relación al primer criterio Mikulic (2003) menciona que usualmente se utiliza el estadístico producto momento de Pearson. Nunnally y Bernstein (1995) señalan también que los ítems con correlaciones no significativas o bajas (inferiores a .30) se eliminan o se revisan y se conservan los menos ambiguos y más relacionados con el constructo. En el caso de esta investigación solo se toman en cuenta correlaciones moderadas ($r^2 \geq .50$) ya que la finalidad de la prueba es detectar y clasificar.

En esta primera aproximación al análisis factorial exploratorio para cada dimensión (tercer criterio de selección) se utilizó el método de estimación de componentes principales y método de rotación varimax para auto valores mayores que 1. Si bien la mayoría de las dimensiones cumplen este criterio por separado, al analizar el componente disminución del rendimiento académico se obtiene dos factores claramente diferenciados, donde los ítems 18, 29, 22 y 40 puntúan alto en el factor I, los ítems 50, 56 y 57 en el factor II y el ítem 7 no tiene un peso factorial mayor a .30 en ninguna de los factores. Al analizar los ítems del factor I se encontró que estos evalúan de manera

mucho más clara y directa este componente a diferencia de los ítems del factor II, que si bien están redactados en un contexto académico el factor subyacente no es el componente en mención. Por el contrario estos ítems están fuertemente relacionados con lo que menciona Alonso (1996) sobre las adicciones tecnológicas, Alonso-Fernández señala que es la necesidad subjetiva de realizar forzosamente la conducta y la supeditación de la vida cotidiana al mantenimiento del hábito. Teniendo en cuenta además que el análisis factorial exploratorio no prueba teorías, si no que más bien las sugiere como hipótesis que habrá de contrastar, se opta por reconocer este factor como una dimensión nueva a la cual llamaremos Dependencia, que según Alonso es uno de los factores básicos que tiene que ocurrir para que haya adicción. Entonces se retuvo finalmente 51 ítems que cumplieron simultáneamente los tres requerimientos antes mencionados

La fiabilidad de la escala riesgo de presentar adicción a las redes sociales se valoro calculando el índice de la consistencia interna mediante el coeficiente Alpha de Cronbach.

A tenor de los resultados obtenidos, cabe mencionar que la escala global de adicción a las redes sociales presenta una muy buena fiabilidad, puesto que los índices de consistencia interna estimados mediante el coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = ,965$) son altos dado que los valores estimados superan el umbral del punto de corte igual a 0.70, considerado como indicador de una buena confiabilidad para los instrumentos de medición psicológica (Miech, 2002), así como supera el valor crítico del punto de corte de 0.75 generalmente aceptado para instrumentos pertenecientes al ámbito de las ciencias de la salud (Streiner y Norman, 1989). Asimismo también está por encima de 0.80 que es el valor mínimo esperado cuando el objetivo del test es la clasificación (Nunnally y Bernstein, 1995). Si bien la mayoría de las sub dimensiones del constructo presentan una fiabilidad adecuada ya que superan los criterios antes mencionados, esto

no ocurre con la dimensión medio de escape emocional ($\alpha =,695$) y pensamiento adictivo ($\alpha =,637$). Esto implica que no todos los ítems de estas dos dimensiones están midiendo lo mismo en especial pensamiento adictivo.

Al realizar el análisis factorial exploratorio con el método de estimación de componentes principales y método de rotación varimax para nueve factores fijos, solamente los componentes pérdida de control, disminución del rendimiento académico y dependencia están formados claramente por la mayoría de sus ítems. Situación que no sucede con los demás componentes. Un análisis minucioso muestra que el componente pensamiento adictivo no se ve reflejado en la matriz de componentes rotados, ya que sus tres ítems tienen pesos factoriales en diferentes factores. Teniendo en cuenta también que tiene una fiabilidad baja, se decide eliminar este componente. De manera similar ocurre con el componente ideas irracionales, por lo cual también es eliminado. Sin embargo los ítems 12, 16 y 24 se mantienen ya que tienen un peso factorial alto en el componente medio de escape emocional, el cual luego de una nueva revisión teórica paso a llamarse *modificación del ánimo*, que hace referencia a que el uso de las redes sociales modifica o mejora el estado emocional de los adolescentes ya que es utilizado por ellos como un medio para evadir sus problemas o reducir estados emocionales negativos (Andreassen, 2012). Asimismo el ítem 52 se mantiene y pasa a formar parte de la dimensión pérdida de interés por otras actividades ya que guardan una relación lógica y empírica. Es decir si el adolescente cree que la vida sin redes sociales es aburrida o triste, lógicamente que la mayor parte de su tiempo lo va a dedicar al uso de estos y por ende va perder interés por otras actividades. Esta idea irracional además está fuertemente relacionada con este componente ya que los pensamientos distorsionados son causas proximales suficientes para la manifestación, intensificación y mantenimiento de la dependencia psicológica a las nuevas tecnologías (Davis, 2001).

Entonces solamente los ítems 54 y 53 de ideas irracionales son eliminados, ya que teóricamente no guardan relación con los factores donde puntúan.

En base a este primer hallazgo se redefine la definición de adicción a las redes sociales y se eliminan las tres dimensiones y las sub dimensiones pasan a ser dimensiones, contando el constructo entonces con 7 dimensiones.

En un nuevo análisis factorial exploratorio las 7 dimensiones se muestran de manera mucho más clara, aunque aún existen ítems que puntúan en un factor que teóricamente no les corresponde. Como es el caso del ítem 2, *¿Utilizas las redes sociales para olvidarte de tus problemas?*, el cual es un indicador que no mide síndrome de abstinencia si no que fue construido para evaluar el constructo medio de escape emocional (actualmente modificación del ánimo). Tomando en cuenta además que su peso factorial es el más bajo en comparación con los ítems del factor donde puntúa, se opta por eliminar el mencionado ítem. De manera similar ocurre con el ítem 9 y 44 que teóricamente no pertenecen al factor donde puntúan, por lo cual se decide eliminarlos.

Al realizar un nuevo análisis factorial con los 43 ítems finalistas de la escala se obtiene una matriz de componentes rotados donde los 7 componentes están claramente formados por la gran mayoría de los ítems que les corresponden. Los ítems del constructo dependencia, puntúan claramente en un mismo factor. En este mismo factor los ítems 19 y 49 también tienen un peso factorial alto (.429 y .647 respectivamente). Entendiendo la dependencia como la supeditación de la vida cotidiana al mantenimiento del uso de las redes sociales a pesar de los elevados costes personales que ello supone, se opta por incorporar ambos ítems a este constructo.

En relación al constructo pérdida de interés por otras actividades se observa que solamente los ítems 25, 47 y 46 puntúan en el mismo factor. El ítem 26 se decide mantenerlo ya que tiene un peso factorial considerable (.451) a pesar de puntuar en otro factor. Si bien los ítems 45 y 48 fueron elaborados con el objetivo de evaluar conflicto

en el ámbito social, los datos empíricamente y una nueva revisión teórica de los ítems nos muestran que son ítems que están mucho más relacionados con el componente perdida de interés por otras actividades.

En la segunda fase se obtiene el coeficiente de fiabilidad del instrumento, mediante el Alfa de Cronbach cuyo valor fue de .96, del cual se deduce que el instrumento tiene una alta consistencia interna. De manera similar ocurre con las 7 dimensiones.

En el análisis factorial confirmatorio, una vez que se ha estimado el modelo es necesario evaluar su calidad, para lo cual se utilizan estadísticos de bondad de ajuste. Existen tres tipos de estadísticos de bondad de ajuste: los de ajuste absoluto (valoran los residuos), los de ajuste relativo (comparan el ajuste respecto a otro modelo de peor ajuste) y los de ajuste parsimonioso (valoran el ajuste respecto al número de parámetros utilizados). No obstante Schreiber, Stage, King, Nora y Barlow (2006) mencionan que ninguno de ellos aporta toda la información necesaria para valorar el modelo y habitualmente se utiliza un conjunto de ellos del que se informa simultáneamente. Siguiendo esta línea de pensamiento los índices de ajuste obtenidos con respecto al ajuste absoluto es la relación Chi-cuadrado/grados de libertad tome un valor de 2.01 que puede ser aceptable ya que está por debajo de 3. En los indicadores de ajuste relativo se obtienen; TLI=0.91 y CFI=0.92, que indican un buen ajuste de los datos al modelo. Asimismo el indicador de ajuste parsimonioso, PNFI=0.78 que indica un ajuste aceptable ya que está cercano a 1. Otro indicador relevante para evaluar el ajuste del modelo es el RMSEA que toma un valor de 0.047 que está por debajo de 0.05 el cual indica un buen ajuste del modelo a los datos. Por todo ello se concluye que la escala CARS es un instrumento fiable y válido que puede ser utilizado en nuestra realidad sociocultural.

Capítulo VI

Conclusión y Recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo a los datos y resultados presentados en esta investigación sobre construcción y adaptación de la escala de adicción a las redes sociales, se arriba a las siguientes conclusiones:

1. Respecto al objetivo general, se encuentra que C^rARS tiene adecuadas propiedades psicométricas.
2. Se encontró que la validez de contenido de C^rARS alcanza niveles adecuados de significación estadística.
3. Existe validez de constructo ya que el modelo propuesto en el análisis factorial confirmatorio muestra adecuados índices de ajuste.
4. Se encontró que existe una confiabilidad elevada que refleja una consistencia interna de la escala, tanto a nivel de puntaje total (Alfa de Crombach de 0.96), como en las áreas del instrumento, cuyos puntajes de Alfa de Cronbach varían desde 0.71 hasta 0.90.
5. Finalmente la tabla de percentiles nos permite clasificar a normas de interpretación de riesgo de adicción a las redes sociales (baremos) tanto a nivel global como en sus dimensiones.

Recomendaciones

1. Ampliar el tamaño de la muestra, de modo que se pueda lograr mayor comprensión y generalización de los resultados.
2. Por estar validado C^rARS, se propone la aplicación de este instrumento con distintos fines: (a) Como técnica de diagnóstico para una posterior intervención psicoterapéutica hacia los escolares, (b) como instrumento de investigación ya

sea para evaluar características del uso de las redes sociales en correlación con varios factores debido a sus valores psicométricos de especificidad conceptual y consistencia interna, (c) y que pueda servir como instrumento de intervención preventiva.

3. Para profundizar en el estudio del constructo adicción a las redes sociales, se recomienda utilizar otros instrumentos para probar la validez concurrente.

Referencias

- Adicción a las redes sociales (2010, Setiembre). *Florida. Estados Unidos: Time-Unión*
Recuperado de: <http://www.jacksonville.com/>
- Álvarez, J. y Tang, J. (2012). *Perfil del usuario de redes sociales*. Recuperado de:
<http://www.camaraperuchile.org/boletin/Ipsos-Perfilredessociales-agosto2012.pdf>
- Alonso, F. (1996). *Las otras drogas*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Astonitas, L. (2005). Personalidad, hábitos de consumo y riesgo de adicción al Internet en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología de la PUCP*, 23(1), 65-112.
Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/981>
- American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. (4th edition). Washington DC: Author. Recuperado de:
www.allpsych.com/disorders/dsm.html.
- Andreassen, C., Torsheim, T., Brunborg, G. y Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2) 501-517. doi: 10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517
- Arias, L. y Monge, L. (2011, 23 de diciembre). Somos el octavo país en uso de redes sociales. *Publimetro*. Recuperado de <http://publimetro.pe/actualidad/noticia-somos-octavo-pais-uso-redes-sociales-2636?ref=ecr>
- Barraca, J., López-Yarto, L. y Olea, J. (2000). Psychometric properties of a new Family Life Satisfaction Scale. *European Journal of Psychological Assessment*, 16 (2), 98 – 106.
- Beranuy, M., Chamarro, A., Graner C. y Sánchez-Carbonell, X. (2009). Validación de dos escalas breves para evaluar la adicción a Internet. *Psicothema*, 3, 480-485.
- Blaszczynski, A. (2006). Internet Use: In Search of an Addiction. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4, 7-9. doi: 10.1007/s11469-006-9002-3

- Bold, M., Danah, B. y Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Cortada de Kohan, N. (1999). *Teorías Psicométricas y Construcción de Tests*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Davis, R. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use (PIU). *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195. doi: 10.1016/S0747-5632(00)00041-8
- De Gracia, M., Vigo, M., Fernández, M. J., y Marco, M. (2002). Problemas conductuales relacionadas con el uso de Internet: un estudio exploratorio. *Anales de psicología*, 18, 273-292.
- Escurre, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista de Psicología*, 6(1-2), 103-111. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/issue/view/382>
- Elosua, P. (2003). Sobre la validez de los tests. *Psicothema*, 15(2), 315-321. Recuperado de: www.psicothema.com
- Echeburúa, E. y Corral, P. (1994). Adicciones psicológicas: más allá de la metáfora. *Clínica y Salud*, 5, 251-258. Recuperado de: <http://www.acp.org.pe/2012/07/revista-clinicas-y-salud-n%C2%B05/>
- Echeburúa, E., Amor, P. y Cenea, R. (1998). Adicción a Internet: ¿una nueva adicción psicológica? *Monografías de psiquiatría*, 2, 38-44.
- Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, internet*. Bilbao: Desclee de Brower
- Echeburúa, E. (2001). *Abuso de alcohol*. Madrid: Síntesis
- Echeburúa, E. y Corral, P. (2009). Las adicciones con o sin droga: una patología de la libertad. En E. Echeburúa, F. J. Labrador y E. Becoña (Coords), *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes* (pp. 29-42). Madrid: Pirámide.

- Echeburúa, E., Labrador, F.J. y Becoña E. (2009), *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide.
- Echeburua, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista de Adicciones*, 22(2), 91-96. Recuperado de: [http://www.adicciones.es/revista_new.php?register_vars\[nume\]=79](http://www.adicciones.es/revista_new.php?register_vars[nume]=79)
- Estalló, JA. (2001). Usos y abusos de Internet. *Anuario de Psicología*, 32, 251-258.
- Figueroa, N., Contreras, H., Mori, E., Nizama, M., Gutiérrez, C., Hinostroza, W., Torrejón E., Hinostroza, R., Coaquira, E. e Hinostroza, W. (2011). Adicción a internet: desarrollo y validación de un instrumento en escolares adolescentes de lima, Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 28(3) 462-469 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36321259009>
- Gil-Roales, I. (1996). La adicción como conducta. *Psicología de las adicciones*. Granada: Nemesis.
- Griffiths, M. (1997). *Tecnological addictions: looking for the future*. Artículo presentado en la 105th Annual Convention of de APA, Chicago, Illinois.
- Griffiths, M. (1998). Internet addiction: does it really exist?. *Psychology and the internet: Intrapersonal, interpersonal and transpersonal implications*. New York: Academic Press.
- Greenfield, D. (1999). La naturaleza de la adicción a Internet: Factores psicológicos en el uso compulsivo de Internet. *Encuentros de la Asociación Americana de Psicología*.
- Goldberg, I. (1995). Internet addiction disorder. Diagnostic criteria. Recuperado de: <http://www.iucf.indiana.edu/~brown/hyplan/addict.html>
- Hernández, Fernández y Baptista (2004). Metodología de la Investigación. México: Ed. Mc. Graw Hill.

- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010) La Adicción al facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>
- Huang, Z., Wang, M., Qian, M., Zhong, J., y Tao, R. (2007). Chinese Internet addiction inventory: Developing a measure of problematic Internet use for Chinese college students. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(6), 805-812
- Kandell, J. (1998). Internet addiction on campus: the vulnerability of college students. *Cyber Psychology Behavior*.1, 19-24. Recuperado de: <http://online.liebertpub.com/toc/cpb/1/1>
- Karinthy, F. (1930). Everything is Different. Chain-Links. Recuperado de http://djjr-courses.wdfiles.com/local--files/soc180:karinthy-chain-links/Karinthy-Chain-Links_1929.pdf
- López, A. (2004). Adicción a Internet: conceptualización y propuesta de intervención. *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual* 2(1), 22-52
- Llamas, S. (2005). ¿Existe la adicción a Internet? *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual*, 3, 71-93. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1202829>
- Machargo, J., Luján, I., León, M. E., López, P. y Martín, M. A. (2003). Videojuegos por los adolescentes. *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, 6, 159-172.
- Marks I (1990). Non-chemical (behaviourial) addictions. *British Journal of Addiction*, 85, 1389-1394
- Mayorgas, M.J. (2009). Programas de prevención de la adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes. *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide.

- Miech, R. (2002, octubre). *The more interesting and / or consequential your research, the more likely your measures will be contested*. Ponencia conferida en el curso internacional Métodos de Investigación en Salud Mental y Consumo de Drogas, Lima, Perú.
- Mikulic, I. M. (2003). Calidad de vida percibida en contexto hospitalario: Aportes a la Evaluación psicológica. *Anuario de Investigaciones 10*.
- Ministerio de Educación de la Nación. (2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Recuperado de: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>
- Miler, W. y Rollnick, S. (1999). *La entrevista motivacional: preparar para el cambio de conductas*. Barcelona: Paidós.
- Milgram, S. (1967). An Experimental Study of the Small World Problem. *American Sociological Association*. Recuperado de http://www.cis.upenn.edu/~mkearns/teaching/NetworkedLife/travers_milgram.pdf
- Monsoriu, F. (2010). Terminología de las redes sociales. *Diccionario web 2.0*. Recuperado de: <http://recursostic.educación.es/web-20/1043-redes-sociales?start=1>
- Nua Internet Surveys (2000), Evolución del número de usuarios en España. SIMO (Monografía), El País
- Nunnally, J. y Bernstein, I. (1995). *Teoría Psicométrica*. México D.F.: McGraw Hill.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. (2011). *Las redes sociales en internet*. Tercera oleada.
- Oesterlind, S. (1990) Establishing criteria for meritorius test ítems. *Educational Research Quality*. 14(3), 26-30.
- O' Reilly, M. (1996). Internet Addiction: a new disorder enters the medical lexicon. *Canadian Medical Association Journal*, 154, 188-189.

- Oliva, A., Hidalgo, V., Moreno, C., Jiménez, L., Jiménez, A., Antolín, L. y Ramos, P. (2012). *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*. España: Agua Clara.
- Ong Acción por los Niños (2011, 12 de julio). *El Comercio*. Recuperado de http://elcomercio.pe/tecnologia/759348/noticia-75-adolescentes-lima-sur-usa-facebook_1
- Owloo (2013). Medir, comparar y analizar datos relevantes de facebook por país. Recuperado de <http://www.owloo.com/facebook-stats/peru>
- Pawlikowski, M., Altstötter-Gleich, C., y Brand, M. (2013) Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet Addiction Test. *Computers in Human Behavior* 29 (3) 1212-1223. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.014
- Ponce, I. (2012, 17 de abril). Monográfico: redes sociales - definición de redes sociales. *Observatorio Tecnológico*. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>
- Potenza, M. (2006). Should addictive disorders include non-substance related conditions? *Addiction*, 101 (1), 142-151.
- Quiroz, M. (2005). *Jóvenes e internet: entre el pensar y el sentir*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Quevedo, C. y Ramírez, P. (2006). Adicción a internet en cibernautas. *Centro de Investigación de la Universidad Católica Santa María*, 5. Recuperado de: www.ucsm.edu.pe/cicacinv/universitas5.htm.
- Raacke, J. y Bonds, J. (2008). MySpace y Facebook: La aplicación de los usos y gratificaciones teoría sobre la exploración de redes. *Cyber psychology and*

- Behavior, 11* (2), 169-174. Recuperado de:
<http://online.liebertpub.com/toc/cpb/11/2>
- Ramon-Cortez, F. (2010). ¿Internet amenaza el contacto real? *El país semanal*, p. 24-25
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.). Madrid, España: Autor. Recuperado de: <http://www.rae.es/rae.html>
- Redes Sociales generarían adicción en Jóvenes. (2011) *Andina*, p. 16. Recuperado de:
<http://www.andina.com.pe/ingles/Noticia.aspx>
- Schreider, J.B., Stage, F.K., King, J., Nora, A., Barlow, E.A. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: a review. *The Journal of Education Research*, 99 (6), 323-337.
- Suler, J. (2011. 19 de mayo). ¿Por qué está comiendo mi vida? *Equipo y las Toxicomanías en el ciberespacio*. Recuperado de:
www.rider.edu/suler/psyber/eatlife.htm.
- Streiner, D. y Norman, G. (1989). *Health measurement scales. A practical guide to their development and use*. New York: Oxford University Press.
- Tcanalysis (2011). *Informe de resultados: observatorio de redes sociales*. Recuperado de:
<http://s3.amazonaws.com/tca-2012/uploads/2011/02/Obervatorio-RedesSociales2011.pdf>
- Treuer, F., Fabian, Z. y Furedi, J. (2001). Internet addiction associated with features of impulse control-disorder: is it a real psychiatric disorder? *Journal of Affective Disorders*, 66, 283.
- Vilca, W. y Gonzales, G. (2011). Relación entre el uso del chat y los juegos en red en las habilidades sociales de los alumnos de primero y segundo año de una universidad privada. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*. 4 (4), 14-21
- Watts, D. (2003). Six degrees the science of a connected age. Recuperado de:
<http://theguardian.com/books/2003/oct/18/featuresreviews.guardianreview11>

- Whang, L. S., Lee, S., & Chang, G. (2003). Internet over-users' psychological profiles: A behavior sampling analysis on internet addiction. *Cyber psychology and Behavior*, 6(2), 143–150. Recuperado de: <http://online.liebertpub.com/toc/cpb/6/2>
- White, E (1977). *Palabras de Vida del Gran Maestro* (pp.277). Mountain View: Publicaciones Interam.
- White, E (1977). *Patriarcas y profetas* (pp. 651, 652). Mountain View: Publicaciones Interam.
- Widyanto, L., y McMurrin, M. (2004). The psychometric properties of the Internet Addiction Test. *Cyberpsychology and Behavior*, 7, 443-450. doi:10.1089/cpb.2004.7.443.
- Young, K. (1998). The relationships between depression and Internet addiction. *Cyber Psychology and Behavior*, 1, 25-28. doi:10.1089/cpb.1998.1.25.
- Young, K. (1997). Lo que hace que Internet sea adictiva: explicaciones potenciales para la Patológica del uso de Internet. Presentado en El *Congreso Anual de la Asociación Americana de Psicología*. Chicago, Estados Unidos.
- Young, K. S. (1999). Internet Addiction: symptoms, evaluation and treatment. En VandeCreek, L. y Jackson, T. (Eds.). *Innovations in clinical practice: a source book*. Sarasota, F.L: Professional Resource Press.
- Young, K. (2009). Online Social Networking: An Australian Perspective. *International Journal of Emerging Technologies & Society*, 7(1), 39-57.
- Zywica, J., y Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1-34.

Apéndice 1

Tabla 1

Matriz de componentes rotados

	PC	S.Abs	RA	DEP	5	6	7	8	9
p14	.720	.260	.198	.100	.056	.043	.112	-.021	.072
p34	.614	.204	.017	.151	.261	.079	.167	.172	.228
p27	.591	.336	.355	.138	.152	.213	.139	-.083	-.003
p43	.574	.205	.170	.209	.280	.051	.130	.271	.257
p26	.521	.254	.242	.076	.043	.278	.353	.016	.197
p41	.519	.123	.121	.256	.163	.249	-.142	.387	-.039
p35	.506	.304	.162	.245	.153	.176	.050	.195	.070
p25	.501	.063	.099	-.039	.218	.313	.330	.007	.191
p44	.473	.140	.339	.203	.170	.053	.101	.262	.240
p6	.472	.455	.252	-.031	.164	.092	-.020	.173	-.097
p37	.468	.144	.261	.110	.333	.052	.306	.066	.104
p11	.203	.660	.041	.225	.239	.133	.018	-.038	.098
p4	.110	.649	.125	.178	.082	.310	-.081	.086	.047
p58	.108	.588	.095	.242	.227	.014	.241	.069	.355
p8	.243	.545	.063	.066	.074	-.043	.082	.269	.215
p20	.367	.541	.351	.115	-.100	.081	.090	.055	.002
p9	.289	.501	.420	.209	-.066	.113	.163	.120	.124
p23	.416	.485	.300	-.186	.176	.037	.265	.058	.051
p42	.201	.465	.058	.234	.237	-.038	.308	.459	.062
p2	.209	.434	.051	.109	.102	.323	.075	.171	-.226
p18	.269	-.058	.753	.116	.067	.198	.078	.168	-.033
p29	.126	.265	.677	.082	.246	.080	.208	.088	.027
p40	.164	.219	.629	.280	.198	.204	.093	.225	.015
p22	.207	.320	.612	-.049	.156	.207	.076	-.026	.224
p19	.243	.048	.529	.400	.312	.088	-.049	-.006	.290
p57	.011	.091	.026	.743	.175	.170	.174	.187	-.042
p50	.317	.060	.073	.710	.075	.075	.234	.010	-.131
p56	.077	.253	.290	.668	.078	.057	-.014	-.072	.176
p49	.126	.104	.086	.649	.165	.172	.056	.079	.266
p15	.101	.036	.155	.159	.580	.128	.118	.177	.053
p21	.184	.284	.316	.186	.507	.118	.185	.018	.216
p30	.252	.400	.197	.035	.505	.202	.269	.057	.135
p31	.383	.081	.153	.204	.489	.214	.015	.084	-.047
p55	.157	.280	.289	.230	.479	.226	.093	.302	.139
p32	.317	.411	.133	.072	.467	.147	.259	.014	.259
p10	.242	.141	.055	.213	.400	.345	.171	-.005	-.095
p12	.141	.063	.204	.108	.265	.708	.066	.125	-.056
p13	.167	.169	.156	.118	-.035	.640	.231	.071	.161

	PC	S.Abs	RA	DEP	5	6	7	8	9
p16	.002	.142	.217	.249	.197	.591	.117	.264	.178
p24	.164	.244	.216	.149	.301	.514	.115	.064	.358
p51	.217	.154	-.004	.085	.379	.488	.084	.227	.300
p46	.147	.105	.174	.285	.106	.179	.759	.167	.112
p45	.192	.090	.135	.203	.235	.157	.672	.260	.047
p17	.158	.455	.132	.080	.164	.147	.467	-.110	.177
p53	.315	.092	-.014	-.059	.278	.207	.416	.351	.207
p54	.097	.033	.198	.100	.188	.204	.099	.711	.114
p39	.063	.441	.111	-.071	-.041	.203	.204	.521	.075
p47	.441	.156	.181	.233	.047	.238	.204	.124	.535
p48	.232	.146	.285	.365	.067	.319	.158	.137	.475
p33	.074	.447	.037	-.088	.241	.073	.101	.187	.470
p52	.236	.178	.039	.108	.048	.171	.217	.407	.447

Apéndice 2

Tabla 2

Matriz de componente rotado

Ítems	PC	S.Abs	RA	P.Acti	Con.Soc	DEP	M.Animo
p14	.695						
p27	.590		.387				
p41	.581						.406
p6	.560	.380					
p34	.545			.383			
p35	.532						
p43	.528			.391			
p44	.443		.316	.355			
p37	.406			.313	.405		
p11		.669					
p4		.642					.344
p58		.632		.345			
p8		.599					
p33		.543		.405			
p9	.331	.459	.434				
p20	.441	.457	.373				
p23	.422	.442	.339				
p2	.312	.326					
p18			.725				
p29			.694				
p22		.326	.644				
p40			.621				
p19			.523			.424	
p46				.635	.301		
p47	.313			.600	.		
p45				.577	.407		
p52				.567			.308
p48			.308	.458		.383	.342
p26	.452			.457			
p25	.409			.437			
p15					.557		
p10					.521		
p30		.394			.516		
p31	.367				.515		
p21			.361		.481		
p55		.301	.301		.466		
p32		.408	.	.313	.457		
p57						.728	

Ítems	PC	S.Abs	RA	P.Acti	Con.Soc	DEP	M.Animo
p50	.346					.703	
p56						.693	
p49						.647	
p12					.330		.669
p16							.629
p13							.606
p51					.372		.528
p24							.505
% Total de varianza explicada					59.99%		
Prueba de KMO					.924		
Prueba de Barlett					Chi ² =518.004	gl: 1035	sig. 0.000