ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES VIRTUALES (RSV): UN PROBLEMA DE COSTO CONDUCTUAL.

ELIO LEONARDO PARDO JAIME

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA
BOGOTÁ D.C.
JUNIO DE 2016

ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES VIRTUALES (RSV): UN PROBLEMA DE COSTO CONDUCTUAL.

AUTOR
ELIO LEONARDO PARDO JAIME

DOCENTE ASESOR
JHONATAN DAVID RICO MARÍN
MAGISTER EN PSICOLOGÍA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA
BOGOTÁ D.C.
JUNIO DE 2016

Dedicatoria

A mi madre Mery Jaime, quien siempre estuvo hay para apoyarme, felicitarme y regañarme, pero sobre todo a soportarme en los momentos difíciles.

A doña Belisa Estupiñan, quien siempre me ha acompañado en este proceso con su paciencia y sabiduría.

A mi amada Carolina, quien siempre ha creído en mí y en mis capacidades, por eso “nos disponemos a complacer Señorita Montaño”.

A la profe Liliana Muñoz, por guiarme a lo largo de estos tres años, guiándome y ofreciéndome uno de los regalos más grandes “el amor a la investigación”.

A Carolina Bernal, Julián Ballén y Johan García, quienes han sido mis grandes amigos incondicionales y siempre me han ofrecido su confianza.

Agradecimientos

A la Dra. Claudia Castelblanco, a Gladys, Yesid, William, Billy, Heivar, Esperanza y a todo el equipo de bienestar universitario de mi sitio de práctica, por brindarme la oportunidad de aprender y ofrecerme toda se experiencia y conocimientos.

A María Camila, María Fernanda, María Teresa, Paula, Karen, Carlos, Jessica, Angélica, Suleimy y todos aquellos con quien tuve el honor de compartir el proceso de práctica, por su apoyo y su amistad.

A David Ávila, Jessica Salamanca, Jonathan Camargo y todo el equipo de trabajo del semillero ESPIA por compartir conmigo todo este proceso “por amor al arte” y ayudarme a demostrar que vale la pena.

A Mauricio Cárdenas, Paola Torres, Andrés Salamanca, Jorge Villamil, Daniel, Lilian y todos los compañeros con los que compartí y aprendí en el transcurso de la carrera.

A la profe María Gaitán, Eliana Ortiz, María Isabel Erazo, Diana Pardo, Jonathan Rico, a la unidad de investigaciones en cabeza de Ginna Malagón y a toda la universidad por ofrecernos todos sus conocimientos para aprender y ser buenos profesionales y buenas personas.

A todos aquellos que me apoyaron y compartieron momentos, a aquellos que creyeron en mí y a aquellos que no, a todos por acompañarme en este proceso quiero decirles *Gracias*.

Tabla de Contenido

Planteamiento del problema ---------- 1
Objetivos ---------- 2
Objetivo General. ---------- 2
Objetivos Específicos. ---------- 2
Justificación ---------- 2
Marco de referencia ---------- 2
Adicción a las Redes sociales virtuales (RSV). ---------- 4
Consecuencias psicológicas de la adicción a las RSV ---------- 6
Economía conductual: una explicación de la adicción a las RSV. ---------- 7
El repertorio conductual de la interacción social. ---------- 8
Los repertorios lingüístico – cognoscitivos. ---------- 9
Los repertorios emotivo – motivacionales. ---------- 10
El sistema instrumental. ---------- 10
La Economía Conductual, el proceso de elección en la interacción social ------- 11
Marco Metodológico ---------- 13
Diseño ---------- 13
Sujetos ---------- 13
Instrumentos ---------- 14
Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) ---------- 14
Variables ---------- 14
Variable Independiente ---------- 14
Variable dependiente ---------- 15
Procedimiento ---------- 15
Análisis de los datos ---------- 16
Resultados ---------- 16
Análisis psicométrico ---------- 16
Validez ---------- 16
Fiabilidad ---------- 18
Comparación de la elección ---------- 18
Comparación entre condiciones del costo conductual ---------- 18

Comparación entre puntajes del ARS----------19
Conclusiones----------20
Referencias----------23
Anexos ----------27

Lista de tablas

Tabla 1. Diseño factorial de 3 X 2. ----------13
Tabla 2. Significado de las siglas en el diseño factorial----------13
Tabla 3. Estadístico KMO del ARS ----------17
Tabla 4. Factores resultantes del análisis factorial exploratorio del ARS ----------17
Tabla 5. Varianza total acumulada del instrumento ARS ----------18
Tabla 6. Alfa de Cronbach de las escalas de la prueba ARS----------18
Tabla 7. Resultado de la prueba Kruskal - Wallis ----------19
Tabla 8. Conteo de la elección realizada por condición ----------19
Tabla 9. Prueba de U de Mann-Whitney para las condiciones de costo ----------19
Tabla 10. Prueba de U de Mann-Whitney para los puntajes del ARS ----------20
Tabla 11. Conteo de la elección realizada por puntaje----------20

Lista de anexos

Anexo 1. Autorización para la utilización del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)----------27
Anexo 2. Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) ----------28
Anexo 3. Consentimiento informado ----------31
Anexo 4. Formato de entrevista corto----------32
Anexo 5. Formato de entrevista largo----------33

Planteamiento del problema

Se considera que una de las principales razones por la que se puede generar adicción a RSV es el escaso sistema instrumental para responder frente a la interacción social (relaciones interpersonales, la aserción, hablar en público y las relaciones familiares), ya que el sujeto siente que este medio permite evitar la exclusión social, encuentra la facilidad de obtener reconocimiento y de establecer relaciones más estables, ya que la comunicación con otros es menos aversiva que el "cara a cara" (Herrera et al., 2010; Marciales & Cabra, 2010; Echeburrua & Corral, 2010; Sánchez et al., 2008). Sin embargo, existen autores que contradicen el hablar de adicción a las RSV, puesto que este no tiene una afectación directa con la familia o puede deberse a una construcción social comparable con la utilización de otros inventos como el televisor o el automóvil (Lee & Chae, 2007, citado por Marciales & Cabra, 2010; Sánchez et al., 2008).

Aunque existen autores que han mostrado evidencias de una adicción a las RSV (Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010; Herrera et al., 2010; Marciales & Cabra, 2010; Vilca & Vallejos, 2015), también existen otros que muestran posibilidades alternas a la explicación de esta conducta (Lee & Chae, 2007, citado por Marciales & Cabra, 2010; Sánchez et al., 2008), sin embargo es innegable evidenciar que las personas están desarrollando comportamientos que en un principio no parecen causar inconvenientes, pero que en realidad terminan convirtiéndose en adictivos, y por lo tanto, en un problema de salud pública (Salas, 2014). Esto conlleva a plantear la necesidad de entender como las personas emiten conductas de elección entre interactuar con un individuo presente ("cara a cara") o a través de las RSV, ya que se plantea que el costo conductual de los dos tipos de interacción son diferentes siendo la interacción a las RSV menos costosa, lo cual explicaría la adquisición de conductas adictivas frente a éstas.

La hipótesis sugiere que las personas padecen esta adicción debido a que tienden a escoger las RSV como una opción con un costo conductual menor al que tiene el establecimiento de relaciones con pares presentes o "cara a cara". Por lo cual la presente investigación pretende determinar si el costo conductual afecta la elección entre estas dos opciones.

Objetivos

Objetivo General.

Determinar si el costo conductual afecta la elección de interactuar a través de las redes sociales virtuales (RSV) o a través de la interacción presencial o “cara a cara”.

Objetivos Específicos.

Identificar el costo conductual para la elección de las redes sociales virtuales (RSV).

Establecer el costo conductual para la elección de la interacción presencial o “cara a cara”.

Analizar las diferencias de costo conductual entre las redes sociales virtuales (RSV) y la interacción “cara a cara”.

Justificación

Al tomar en cuenta que la utilización del internet y de las redes sociales se encuentra en aumento, a tal punto que una tercera parte de la población mundial reporta estar conectado y a su vez, más de 300 millones de personas tienen cuentas en alguna red social (Díaz-Aroca, 2014; Vega, 2014; ExitoExplorador.com, 2015; Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015; Bancomundial.org, 2015; Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2015; Universia Colombia, 2014) se hace indispensable investigar el impacto que tiene la posibilidad de interactuar a través de estos medios en el comportamiento de las personas.

El entender la conducta de elección entre interactuar con personas presencialmente o a través de una red social permite ampliar los conceptos teóricos frente a la adicción a redes sociales virtuales, además de presentar un fundamento para fomentar nuevas investigaciones que pretendan establecer procesos para intervenir apropiadamente esta adicción, y así generar nuevas herramientas para reducir el impacto en la salud que puede tener ésta adicción (Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro & Oberst, 2008; Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010; Salas, 2014)

Marco de referencia

El uso de internet ha permitido que la comunicación se amplíe a una gran cantidad de posibilidades, gracias a que numerosas aplicaciones facilitan esta actividad entre las personas (Benavent & Ferrer, 2010), esto ha adquirido una importancia tan relevante

que la necesidad de que la población cuente con el acceso a internet se ha convertido en política pública, especialmente para el área de la educación (UNESCO, 2013).

Es así como la necesidad de los individuos a acceder a internet ha aumentado, por ejemplo un estudio realizado por Wearesocial en 2014 donde analizo la penetración de internet en las personas de 24 países, demuestra que el 2,5 millones de personas han accedido a un servicio de internet, lo cual equivale al 35% de la población mundial (Díaz-Aroca, 2014). En un sentido global se calcula que la tercera parte del planeta ya se encuentra conectada a internet, siendo Norte América y Oceanía los países donde se encuentra la mayor población conectada con el 78,6% y el 67,6% respectivamente, por el contrario, África y Asia registran la menor población conectada, el primero con el 15,6% y el segundo con el 27,5% (Vega, 2014).

Para el 2015 en el continente Americano la penetración de internet en la población se encontraba en el 66,4% de las personas, en el cual Norteamérica reportó el 87,9%, seguido por América Latina y el Caribe con el 53,9% de penetración (ExitoExplorador.com, 2015). En México, el 44,4% de la población manifestó ser usuaria del servicio de internet, de las cuales el 74,2% son menores a 35 años y el 34,4% de los hogares en este país cuentan con servicio de internet (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015).

La situación en Colombia no es ajena al contexto mundial, por ejemplo en el año 2010 por cada 100 personas 36,5 contaban con acceso a internet, ya en 2014, las estadísticas muestran que 52,6 personas por cada 100 tenían acceso a internet (Bancomundial.org, 2015), lo cual demuestra un aumento del 44,1% en un periodo de 5 años. Otro dato relevante indica que el servicio de internet banda ancha en el tercer semestre del 2014 tuvo un crecimiento del 27,7% con respecto al 2013 (Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2015), así mismo, una encuesta realizada por el Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2014) revelo que el 54% de los colombianos que usan internet, lo hacen todos los días y pasan en promedio 2,6 horas navegando (Universia Colombia, 2014) lo cual pone en manifiesto la creciente necesidad de la población por estar conectados.

Adicción a las Redes sociales virtuales (RSV).

Si bien el uso de internet ha contribuido a la optimización de muchos procesos comunicativos, actualmente se encuentran disponibles una gama de aplicaciones dedicadas exclusivamente a optimizar el proceso de comunicación, como lo son las redes sociales virtuales (RSV). Dentro de estas se contemplan Facebook, WhatsApp, Skype y Twitter, que son solo algunas de las RSV que están disponibles en la red, además la aceptación de estas aplicaciones ha sido alta, es así como Facebook en el 2014 contaba con 1184 millones de usuarios, WhatsApp tenía 400 millones y Google plus 300 millones de usuarios (Díaz-Aroca, 2014).

De acuerdo con el Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2014) Colombia ocupa el puesto 14 a nivel mundial en Facebook con 15 millones de usuarios, mientras que en Twitter puede contar hasta con 6 millones de usuarios. Si tomamos en cuenta que Colombia es un país de aproximadamente 48 millones de personas, el 31% de la población estaría conectada a Facebook, mientras que el 13% lo estaría a Twitter.

Para comprender el motivo por el cual las RSV han sido aceptadas de una forma tan vertiginosa, es necesario entender el concepto de red social, por lo cual se tomó como referencia la definición planteada en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer sector realizadas en argentina en el 2001 (Zamora, 2006):

> Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros. (p. 1)

Al tomar en cuenta esta definición, las RSV son un medio por el cual se pretende establecer interacciones que permitan a las personas intercambiar emociones, sentimientos y sensaciones sin la necesidad de tener un contacto presencial, logrando así, entre otras cosas, evitar la aversión que provoca el ser excluido de un grupo, y por el contrario ser popular debido al número de contactos que se puede tener en la RSV (Echeburúa & Corral, 2010)

Infortunadamente, se ha demostrado que la seguridad generada por establecer contacto a través de las RSV, y a su vez el refuerzo que viene con éste, puede generar situaciones asociadas a una posible conducta adictiva, ya que su mal utilización tiene efectos que cuentan con las propiedades reforzadoras de las sustancias adictivas, proporcionando un refuerzo inmediato y llevando a la pérdida de control sobre esta conducta (Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro & Oberst, 2008; Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010; Salas, 2014).

Es importante considerar que la definición conceptual de la adicción a las redes sociales aún no ha sido consensuada entre los diferentes expertos, pero en lo que si se ha llegado a un acuerdo es en la descripción de las características de dicha adicción, donde encuentran que esta guarda similitudes con la adicción mediada por sustancias químicas, como es la pérdida de control, la dependencia, el conflicto en las relaciones sociales y el bajo rendimiento académico en los estudiantes (Vilca & Vallejos, 2015; Sánchez et. Al, 2008; Echeburúa & Corral, 2010)

Por ejemplo, Sánchez et al. (2008) Sostienen que los efectos reforzadores de las RSV pueden compararse con los efectos que generan otro tipo de adicciones, debido a que las características de esté aporta elementos de anonimato, de sentirse incluido en un grupo, la construcción de una identidad, la posibilidad de galantear evitando el impacto que podría generar un rechazo y la comunicación a través de la escritura son menos estresantes que una comunicación presencial o “cara a cara”. Otros autores manifiestan que la adicción a las RSV no se genera por la conducta implícita, sino que establece en pro a la relación que las personas establecen con las redes (Echeburúa & Corral, 2010)

Es importante considerar que esta situación se ha convertido en una problemática de salud pública, la cual va creciendo de manera vertiginosa tal como lo manifiesta el

Dr. Edwin Salas con respecto a las adicciones psicológicas (o adicciones conductuales):

> Un problema que cada día se hace más evidente en la sociedad, y del cual las grandes urbes comienzan a tomar conciencia, es el de las adicciones psicológicas. Es un fenómeno que se aborda cada vez con mayor frecuencia por investigadores y profesionales de la salud, así como sus consecuencias se conocen mejor y se presentan con mayor magnitud entre los distintos estamentos que componen las sociedades urbanas (2014, p. 112).

Es de aclarar que son pocas las investigaciones que se referencian exclusivamente a las RSV, por lo cual, los efectos adversos reportados en las investigaciones sobre la adicción al internet se tomaran como consecuencias conjuntas de la adicción a las RSV, ya que estas dependen de la conexión a Internet.

Consecuencias psicológicas de la adicción a las RSV

Dentro de las investigaciones realizadas, se han establecido diferentes consecuencias que trae consigo esta adicción, las cuales afectan significativamente el funcionamiento de la persona a nivel personal y social. Dentro de los efectos adversos de la adicción, se ha encontrado problemas de impulsividad; disforia, intolerancia a los estímulos displacenteros, tanto físicos como psíquicos y la búsqueda exagerada de emociones fuertes (Echeburúa & Corral, 2010).

Otras investigaciones han evidenciado que los efectos que tiene esta adicción son comparables con las consecuencias que tienen adicciones a las compras, al sexo o al juego, debido a que también conlleva a una fuerte dependencia, pérdida de control, interferencia en la vida cotidiana y presencia del síndrome de abstinencia (Olivia et al., 2012; Vilca & Vallejos, 2015)

También se ha demostrado que las personas que son adictas a las RSV son más propensas a sufrir de depresión, a poseer pocas habilidades sociales, como la aserción, las relaciones entre iguales, hablar en público y las relaciones familiares, y por último, a tener una baja autoestima (Herrera, Pacheco, Palomar & Zavala, 2010). Para Sánchez et al. (2008) Existen ciertas características que llevan a demostrar una dependencia psicológica frente a las RSV:

> La dependencia psicológica incluye el deseo, ansia o pulsión irresistible (craving), la polarización o focalización atencional, la modificación del estado de ánimo (sensación creciente de tensión que precede inmediatamente el inicio de la conducta; placer o alivio o incluso euforia mientras se realiza la conducta; agitación o irritabilidad si no es posible realizar la conducta) y la incapacidad de control e impotencia. Los efectos perjudiciales tienen que ser graves y alterar tanto el ámbito intrapersonal (experimentación subjetiva de malestar) como el interpersonal (trabajo, estudio, finanzas, ocio, relaciones sociales, problemas legales, etc.). Los síntomas deben estar presentes durante un periodo de tiempo continuado (p. 151).

No obstante, existen autores quienes expresan que es precipitado considerar el uso de las RSV como una adicción, por ejemplo Lee y Chae (2007) (Citado por Marciales & Cabra, 2010) llaman a la moderación, pues sus estudios indican que si bien, por el uso de las RSV puede declinar el tiempo dedicado a la familia, esto no necesariamente afecta la comunicación. Sánchez et al. (2008) También sostiene que su uso puede explicarse como una construcción social, donde el uso de nuevas tecnologías introduce formas de comunicación más frías, solitarias y distantes, al igual que cuando se inventó la televisión o la radio, o puede confundirse la adicción como una necesidad, algo que podría compararse con la utilización de un automóvil, en donde la sociedad necesita y abusa del automóvil, y estas no podrían ser diagnosticadas como adictas.

A pesar de esto, es indiscutible evidenciar que el comportamiento de interacción de las personas ha cambiado con la aparición de las RSV, ya que si la persona cuenta con un repertorio conductual adecuado para entablar algún tipo de interacción con otra persona, utilizara las RSV como otro medio para estar en contacto con sus iguales, o por el contrario su repertorio conductual es pobre, se utilizara este medio para entablar nuevas amistades y “compensar” sus pocas habilidades (Navarro & Yubero, 2012).

Economía conductual: una explicación de la adicción a las RSV.

Antes de la aparición de las RSV la interacción se establecía de forma directa o “cara a cara”, y la conducta de elección debía emitirse en pro a escoger con que personas se deseaba interactuar, ahora con la aparición de estas aplicaciones, la

elección no se limita a con quien interactuar, sino que también es posible elegir el medio por el cual realizarlo, ya que la interacción puede ser a través de las RSV o de forma directa o “cara a cara”. La adquisición de un repertorio conductual de interacción o habilidades sociales parece influir en la adquisición de una conducta adictiva a las RSV, por lo cual es importante entender el cómo se establece este repertorio, y a su vez poder plantear el cómo se realiza la elección entre este tipo de interacciones.

El repertorio conductual de la interacción social.

El estudio de la interacción social en los humanos se ha encaminado por la adquisición y mantenimiento de las habilidades sociales, y este a su vez, ha obtenido una variedad de posturas que emiten una diversidad de definiciones que intentan dar una explicación de éstas, como lo manifiesta Jeannette Rosentreter:

> Existe coincidencia de varios autores en incorporar tanto los aspectos… verbales como no verbales, así como también, el considerarla como una conducta o comportamiento… todas ellas entrega indudablemente una visión comprensiva de lo que se entiende por Habilidades Sociales teniendo en cuenta, por supuesto, que cada una enfatiza unos u otros aspectos dependiendo de la orientación teórica subyacente. (Rosentreter, 1996, p. 10)

Por ejemplo, Caballo (citado por Ramón, Segura, Palanca & Román, 2012) define las habilidades sociales como un conjunto de conductas emitidas en un contexto interpersonal con la finalidad de expresar emociones, sensaciones y opiniones del individuo de forma adecuada. De acuerdo con Bellack y Morrison (Citado por Ruiz y Jaramillo, 2010), las habilidades sociales constituyen un conjunto de complejos comportamientos interpersonales que dependen en gran medida de factores de aprendizaje.

García, Cabanillas, Morán y Olaz (2014), desde un enfoque cognitivo comportamental, explican que las habilidades sociales están conformadas por un repertorio comportamental del individuo, que a su vez facilitan las relaciones interpersonales para que estas sean productivas, la cual depende de la situación o el contexto en el cual se desenvuelve el individuo, ya que este le otorga un significado a la situación, y con base en este responderá de manera intencional. Ladd y Mize (Citado

por Ruiz y Jaramillo, 2010) indican que son capacidades para organizar cogniciones y conductas en un curso de acción integrado, dirigido hacia metas sociales o interpersonales culturalmente aceptadas.

Sin embargo, para efectos de esta investigación, las habilidades sociales son consideradas comportamientos que permiten interactuar con los pares de forma efectiva y mutuamente reforzante (Monjas, 1997, citado por López, 2008), lo cual implica que las habilidades sociales son un conjunto de conductas que se utilizan en la interacción con otras personas, las cuales son reforzadas y a su vez facilitan la adaptación del individuo en un contexto social.

Ahora bien, para establecer el proceso de interacción entre las personas, es importante considerar conductas verbales (frecuencia, tono, volumen de la voz y palabras utilizadas) como conductas no verbales (postura corporal, contacto físico, aroma) las cuales son aprendidas a través de la historia del sujeto. Si bien es imposible describir un repertorio conductual generalizado, ya que cada sujeto tiene una historia de aprendizaje diferente, es posible establecer la adquisición de esté a través del aprendizaje de tres repertorios básicos: 1) Los repertorios lingüístico – cognoscitivos, 2) Los repertorios emotivo – motivacional y 3) El sistema instrumental (Staats, 1979).

Los repertorios lingüístico – cognoscitivos. Son los primeros repertorios que aprende la persona, y consiste en emitir respuestas motoras que se encuentran bajo el control de las palabras. Es en esta fase donde la persona aprende, no solo a responder a ciertas palabras para ejecutar una acción, sino que también a responder emocionalmente frente a un gran número de palabras que son aprendidas a través de un repertorio de imitaciones (Staats, 1979). Es así como asociamos instrucciones como “salude” con la acción de saludar (decir hola) o “despídase” con la acción de despedir (decir adiós), también cuando alguien emite la conducta de llorar, se tiende a asociar con “tristeza” o emite la conducta de sonreír, la cual es asociada a la “alegría”.

Este repertorio es importante en los procesos de interacción social debido a que, en primer lugar, ésta está fundamentada en una serie de instrucciones que son establecidas por el propio contexto (por ejemplo tratar de forma respetuosa a los otros, al saludar ofrecer la mano para estrechar, no hablar cuando otra persona lo hace, entre otros) y segundo, el aprender de forma acertada a asociar emociones permite que se

logre reconocer éstas en los otros y a su vez, regular el comportamiento en diversos contextos (un funeral, fiesta de cumpleaños, el trabajo, la universidad, entre otros)

Los repertorios emotivo – motivacionales. Este repertorio consiste en responder a estímulos que cuentan con una propiedad emocional para el sujeto, entendiendo esta propiedad como la capacidad para reforzar (refuerzo positivo):

> … los estímulos que evocan respuestas emocionales son los estímulos que poseen propiedades reforzantes. Así, cuando condicionamos a una persona a responder emocionalmente ante un estímulo, estamos haciendo que ese estímulo pueda ser empleado para reforzar su conducta instrumental. Las personas, las palabras, otros objetos sociales y no sociales y eventos, que tengan propiedades emocionales para el individuo, servirán también como reforzadores para él. (Staats, 1979, p. 31)

En la adquisición de este repertorio, la persona aprende a responder a estímulos que, según su historia conductual le proporcionaran un refuerzo al emitir la respuesta, no obstante este aprendizaje también puede ofrecer al individuo la posibilidad de identificar aquellos estímulos que le otorgan un castigo o la ausencia de refuerzo, provocando la emisión de conductas evitativas o la extinción de éstas. Es así como, por ejemplo, los hombres responden ante la presencia de una mujer emitiendo conductas de aproximación, las cuales se verán reforzadas o castigadas y a su vez, esto permitirá la adquisición de un repertorio conductual en presencia de una mujer (Staats, 1979).

A diferencia del aprendizaje del repertorio lingüístico – cognoscitivo, la adquisición de este es más específico (discriminado), debido a que es aquí donde la persona aprende a emitir conductas frente a otros, los cuales pueden reforzar o castigar las interacciones (padres, amigos, parejas, entre otros) aprendiendo así a emitir conductas de aproximación (interactuar con los demás) o de evitación (mantenerse solo).

El sistema instrumental. Según Staats (1979) este es el resultado del aprendizaje obtenido a través de los repertorios anteriores, debido a que comprende la adquisición de habilidades comportamentales que permiten al sujeto aprender otras habilidades ya que “La gente, a través de sus historias de aprendizaje, adquiere diferentes repertorios: de habilidades instrumentales, en asuntos que van desde el

comportamiento sexual hasta la recreación, el trabajo, la agresión, el arte, la música y los deportes.” (Staats, 1979, p. 33)

Es en este sistema donde se puede ubicar el repertorio conductual de la persona, que está compuesto por repertorios conductuales lingüístico – cognoscitivos y repertorios emotivo – motivacionales, lo cual permite que éste pueda adaptarse a las situaciones donde se deben establecer interacciones sociales (una oficina, o en un salón de clases, con otra persona del mismo sexo o de sexo opuesto, entre otros) y a su vez, permite la modificación de dichos repertorios, de tal manera que su comportamiento sea aceptado, o por el contrario, excluido por el contexto.

La Economía Conductual, el proceso de elección en la interacción social

Los primeros estudios sobre elección han demostrado que esta conducta se puede establecer de dos formas, la primera se presenta cuando se tiene la posibilidad de alternar entre dos o más opciones (como la elección de un plato en un restaurante), este tipo de elección se conoce como un proceso de elección simple. La segunda se presenta al momento en que alternar se convierte en un proceso más complejo, donde se deben considerar las metas a corto y largo plazo (estudiar para lograr un título y ganar más dinero o trabajar sin estudiar para conseguir dinero rápido), lo cual es considerado como una elección con compromiso (Domjan, 1998).

No obstante, las conductas de elección en las personas no solo se toma en cuenta las metas a corto y largo plazo, también se debe considerar la cantidad de oportunidades que se encuentran disponibles en el contexto (en el caso de estudiar ¿en qué universidad debe hacerse?), la inversión conductual que debe realizarse para cumplir con dicha meta (Para conseguir el título debe asistir a clases y realizar actividades académicas) y la capacidad conductual del individuo (historia y repertorio conductual del individuo en la ejecución de actividades académicas). Este proceso ha sido abordado a través de la economía conductual.

De acuerdo a Mayorga, Albañil y Cómbita (2006): “La economía conductual es una teoría del refuerzo que permite explicar diferentes comportamientos… enmarcados en la conducta de elección, donde los organismos toman decisiones a partir de las condiciones ambientales que se encuentran establecidas en un momento dado” (p. 34). De acuerdo con esta teoría, al momento de realizar la elección se deben considerar tres

factores: 1) La disponibilidad de sustitutos, 2) Rango del costo y 3) el nivel de ingreso (habilidades). (Montgomery, 2011; Secades, García, Fernández y Caballo, 2007)

En primer lugar, los sustitutos se entienden como aquellas fuentes de refuerzo secundarias que remplazan y entregan un refuerzo similar a la fuente principal, donde la disponibilidad o escases de las secundarias (oferta) pueden alterar el rango de costo de la principal. El rango de costo consiste en la cantidad de recursos que deben ser empleados para acceder al refuerzo (precio) y el nivel de ingreso (o de habilidades), hace referencia a la capacidad del individuo para cumplir con el rango de costo de cada fuente (capacidad) (Montgomery, 2011; Secades Et. al, 2007)

Frente al proceso de interacción social las opciones se establecían entre intentar interactuar con otros (fuente principal) o restringir la interacción (sustituto), emitiendo conductas de aproximación o de evitación respectivamente (rango de costo), lo cual depende del sistema instrumental que se haya adquirido a través de la historia conductual del individuo (capacidad).

La aparición de las RSV establece un nuevo sustituto a la interacción presencial o “cara a cara” debido a que, no solo se convierte en una fuente de refuerzo similar (Sánchez, Beranuy, Castellana, Chamarro & Oberst, 2008; Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010), sino que también permite la interacción con otros emitiendo conductas más sencillas, o manteniendo las conductas evitativas (rango de costo), lo que a su vez, no exige la adquisición de un sistema instrumental complejo (capacidad) (Herrera et Al., 2010).

El hecho de que las RSV entreguen un refuerzo similar, y en ocasiones con una mayor frecuencia a la interacción presencial o “cara a cara”, y a su vez, el sujeto que las utiliza no deba utilizar un sistema instrumental complejo, abre la posibilidad de que su uso se convierta en una conducta adictiva, ya que en un inicio se utilizara como un refuerzo positivo al lograr entablar interacción rápida y fácil con otros, pero después se utilizara como un refuerzo negativo para evitar la sensación aversiva que generaría el no utilizarla (Cia, 2013; Sáleme, Negrete & Celédon, 2010).

Marco Metodológico

Diseño

La investigación se desarrollara bajo un estudio cuasi experimental simple debido a que solo se manipulara una variable y los grupos no serán seleccionados aleatoriamente (Hernández, Fernández & Baptista, 2010-1). Para esto se realizara bajo un diseño factorial de tres por dos (3 X 2), cuya distribución se muestra en la Tabla 1 y 2. La razón por la cual se utiliza este diseño factorial es porque este permite "evaluar los efectos de cada variable independiente sobre la dependiente por separado… y de manera conjunta" (Hernández, Fernández & Baptista, 2010-2, p. 32)

Tabla 1. Diseño factorial de 3 X 2.

Condición de Costo Conductual			ALTO PUNTAJE ARS	BAJO PUNTAJE ARS
A	=	B	3	3
A	>	B	3	3
A	<	B	3	3

Tabla 2. Significado de las siglas en el diseño factorial

Condiciones		Siglas	
A	FORMATO DE ENTREVISTA CAC	RSV	Redes Sociales Virtuales
B	FORMATO DE ENTREVISTA RSV	CAC	Cara a Cara
		ARS	Adicción a las Redes Sociales.

Sujetos

Para el desarrollo de esta investigación se realizó la aplicación del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) desarrollado por Escurra y Salas (2014) a 306 estudiantes universitarios de la ciudad de Bogotá, 140 hombres y 166 mujeres con edades comprendidas entre los 18 y los 42 años (*X=22,34*) de todos los semestres de 13 carreras tecnológicas Y 13 carreras de pregrado.

Para realizar estas aplicaciones se solicitó autorización a la universidad a través de una carta dirigida a bienestar universitario, quien a su vez facilito contactar a los estudiantes solicitando el espacio a los docentes con quienes tenían clase para realizar éstas. Además los datos recolectados fueron utilizados para establecer las propiedades psicométricas del instrumento.

Para la segunda fase se organizaron los datos en cuartiles, se escogieron 18 personas - nueve del primer y nueve del ultimo cuartil - cinco hombres y 13 mujeres con edades comprendidas entre los 18 y 30 años (*X=20,38*) de primer, tercer, quinto y sexto semestre de cuatro carreras universitarias de la ciudad de Bogotá.

Luego se asignaron a tres personas para cada condición del diseño factorial y se ejecutó el experimento. Esta elección se realizó de forma no aleatoria a conveniencia debido a la disponibilidad de los participantes para realizar el experimento.

Instrumentos

Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

Desarrollado por Miguel Escurra y Edwin Salas (2014), el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) (anexo 2) es un instrumento diseñado con base a los indicadores del DSM – IV para la adicción a sustancias, con una adaptación de éstos al supuesto de la adicción a las redes sociales. El instrumento consta de 24 ítems de escala Likert con 5 opciones de respuesta, además consta de 3 factores: 1) Obsesión por las redes sociales, 2) Falta de control personal en el uso de las redes sociales y 3) Uso excesivo de las redes sociales. Cuenta con una confiabilidad de 0.95 y el análisis factorial confirmatorio revela la existencia de 3 factores en población Peruana. (Escurra & Salas, 2014). Actualmente no cuenta con estimación de variables psicométricas para la población universitaria colombiana, por lo cual estas fueron establecidas para esta investigación.

Variables

Variable Independiente

Costo Conductual

Este fue establecido a través de un formato de entrevista que fue utilizado para que los participantes lo aplicaran a través de las redes sociales virtuales o de la interacción personal o “cara a cara”, se utilizaron dos formatos, el primero con 10 preguntas (anexo 4) y el segundo con 16 preguntas (anexo 5). En la primera condición los formatos tuvieron el mismo número de preguntas (10 preguntas). En la segunda el número de preguntas de los formatos vario, donde el formato para la entrevista a través de la interacción “cara a cara” (formato A) fue mayor al formato para la entrevista para la red social (formato B) (A=16 preguntas; B=10 preguntas).

Por último, en la tercera condición el número de preguntas de los formatos cambio, donde el formato para la entrevista a través de la interacción “cara a cara” (formato A) fue menor al del formato para la entrevista para la red social (formato B) (B=16 preguntas; A=10 preguntas). Para cada una de las condiciones, los participantes contaron con 10 minutos para realizar la entrevista a personas que fueron previamente informadas y capacitadas, una disponible a través de la red social WhatsApp y la otra para ser entrevistada de forma presencial.

Puntaje del ARS

Esta variable comprende los resultados obtenidos a través del instrumento ARS, con el cual se estableció la condición de dependencia a las redes sociales y fue nombrada como *Alto puntaje ARS* o *Bajo puntaje ARS*. Las personas incluidas en el primero fueron aquellas que puntuaron en el último cuartil, mientras que las del segundo se incluyeron las que se ubicaron en el primer cuartil.

Variable dependiente

Elección del Medio

En esta variable se estableció las opciones por las cuales los participantes podían realizar la entrevista, donde podían escoger realizarla con una persona de forma presencial o a través de la red social WhatsApp.

Procedimiento

Se escoge el diseño factorial de 3 X 2 debido a que permite combinar todas las condiciones de las variables (Robayo, Guayara & García, 2003; Hernández, Fernández & Baptista, 2010-2). El experimento se diseñó en dos fases. La primera fase consistió en la aplicación del instrumento ARS, donde, con base en los resultados de la prueba se dividieron a las personas que participaron en cuartiles.

En la segunda fase, la cual se realizó luego de la aplicación, se escogieron grupos de 3 personas que hacen parte del primer y cuarto cuartil (nueve personas por cada uno), se explicó que el ejercicio tiene como objetivo realizar una entrevista, donde se les permitió escoger el medio por el cual quieran resolverla, ya fuera a través de una RSV o con una interacción personal (o “cara a cara”) con una persona que fue escogida previamente para este ejercicio. También se informó que cada opción contaba con un formato de entrevista, el cual variaba el número de preguntas que deben contestar (de

acuerdo a la fase de aplicación) y para ambas opciones debían resolverla en cinco minutos.

Para esta fase se dispuso de dos habitaciones, en la primera se dispuso de un computador con acceso a WhatsApp y se permitió el uso del celular, en la segunda se encontraba una persona disponible para resolver la entrevista; donde se les explico previamente la intención del ejercicio y se les solicito que respondieran de forma asertiva para reducir situaciones donde los participantes se sintieran incomodos.

Análisis de los datos

Para remplazar los datos faltantes en la base de respuestas se aplicó el proceso de imputación de datos mediante una distribución no condicionada debido a que éste permite remplazar los ítems sin contestar (receptor) con aquellos que se encuentran disponibles en la base (donador) de forma aleatoria. Es importante considerar que las características de los donadores deben ser similares a los receptores (Medina & Galván, 2007).

Luego de esto se procedió a realizar el análisis psicométrico del instrumento, donde la fiabilidad se calculó a través del alfa de Cronbach por escala y la totalidad de la prueba, en cuanto a la validez se realiza el análisis factorial exploratorio con rotación promax para establecer si la estructura factorial de éste se comporta de la misma manera que los autores lo proponen (Escurra & Salas, 2014).

Finalmente, para realizar la comparación de la elección se utilizó el estadístico de Kruskal-Wallis para determinar si existen diferencias entre las condiciones de costo conductual y el estadístico U de Mann-Whitney para establecer la existencia de diferencias entre los puntajes de la prueba ARS.

Resultados

Análisis psicométrico

Validez

En primer lugar, el estadístico KMO demuestra que los datos recolectados son apropiados para realizar el análisis (véase tabla 3).

Al realizar el análisis factorial exploratorio con rotación promax se establecen cuatro factores (véase tabla 4) con una varianza total acumulada del 49,08% (véase tabla 5). Lo cual no coincide con la estructura establecida por los autores del

instrumento, evidenciando falencias a nivel factorial y estructural para la muestra utilizada.

Tabla 3. Estadístico KMO del ARS

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,935
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3596,255
	Gl	276
	Sig.	0,000

Tabla 4. Factores resultantes del análisis factorial exploratorio del ARS

Matriz de patrón[a]

	Factor			
	1	2	3	4
Ítem 1			,643	
Ítem 2			,633	
Ítem 3		,319		
Ítem 4			,389	
Ítem 5		,744		
Ítem 6		,920		
Ítem 7		,483		
Ítem 8	,316			
Ítem 9	,695			
Ítem 10	,604			
Ítem 11		,370		
Ítem 12	,799			
Ítem 13		,381		
Ítem 14	,562			
Ítem 15				
Ítem 16	,355			
Ítem 17			,505	
Ítem 18			,623	
Ítem 19				,455
Ítem 20	,469			
Ítem 21				,730
Ítem 22	,518			
Ítem 23				,599
Ítem 24	,792			

Método de extracción: factorización de eje principal.
Método de rotación: Promax con normalización Kaiser.[a]
a. La rotación ha convergido en 10 iteraciones.

Tabla 5. Varianza total acumulada del instrumento ARS

Varianza total explicada			
Factor	Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	9,357	38,985	38,985
2	,928	3,866	42,851
3	,844	3,518	46,369
4	,652	2,718	49,087

Método de extracción: factorización de eje principal.
a. Cuando los factores están correlacionados, las sumas de las cargas al cuadrado no se pueden añadir para obtener una varianza total.

Fiabilidad

De acuerdo a lo reflejado en la tabla seis, las escalas del instrumento presentan un alfa de Cronbach superior a 0,7 lo cual refleja un buen grado de consistencia interna (Hernández, et. Al, 2010-1; García – Bellido, González & Jornet, 2010), siendo Obsesión por las redes sociales la que presenta un mayor grado (α=0,873), seguida por uso excesivo (α=0,857) y la que menor grado presenta es falta de control (α=0,726)

Tabla 6. Alfa de Cronbach de las escalas de la prueba ARS

Escalas	Alfa de Cronbach	N de elementos
Obsesión por las redes sociales	,873	10
Falta de control	,726	6
Uso Excesivo	,857	8
Instrumento ARS	,931	24

Comparación de la elección

Comparación entre condiciones del costo conductual

De acuerdo a la tabla 7, la prueba Kruskal – Wallis refleja un nivel de significancia de 0,213, lo cual implica que no existen diferencias significativas en la elección de acuerdo con las condiciones de costo. En la tabla 8 se pueden evidenciar las elecciones realizadas por la población dividida por la condición en la cual fueron asignados, las cuales tienden a mostrar que la preferencia de las personas fue a elegir la opción menos costosa.

Tabla 7. Resultado de la prueba Kruskal - Wallis

Estadísticos de prueba [a,b]	
Estadísticos	Elecc.
Chi-cuadrado	3,091
Gl	2
Sig. Asintótica	,213

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Cond

Tabla 8. Conteo de la elección realizada por condición

Opciones de la elección			Cond			Total
			A=B	A>B	A<B	
Elecc.	Personal	Recuento	4	2	5	11
		% dentro de Cond	66,7%	33,3%	83,3%	61,1%
	Red Social	Recuento	2	4	1	7
		% dentro de Cond	33,3%	66,7%	16,7%	38,9%
	Total	Recuento	6	6	6	18
		% dentro de Cond	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La prueba U de Mann-Whitney aplicada a la comparación entre las condiciones confirma que no existen diferencias entre los grupos (véase tabla 9).

Tabla 9. Prueba de U de Mann-Whitney para las condiciones de costo

Estadísticos de prueba[a]	A=B A>B	A>B A<B	A=B A<B
U de Mann-Whitney	12,000	9,000	15,000
W de Wilcoxon	33,000	30,000	36,000
Z	-1,106	-1,682	-0,638
Sig. asintótica (bilateral)	0,269	0,093	0,523
Significación exacta [2*(sig. unilateral)]	,394[b]	,180[b]	,699[b]

a. Variable de agrupación: Cond

b. No corregido para empates.

Comparación entre puntajes del ARS

Al realizar la comparación de la elección entre las personas con puntuaciones altas y bajas se evidencia que no existen diferencias en las elecciones realizadas por ambos grupos (véase tabla 10).

Tabla 10. Prueba de U de Mann-Whitney para los puntajes del ARS

Estadísticos de pruebas	Elecc.
U de Mann-Whitney	36,000
W de Wilcoxon	81,000
Z	-,470
Sig. asintótica (bilateral)	,638
Significación exacta [2*(sig. unilateral)]	,730[b]

a. Variable de agrupación: Pobl.

b. No corregido para empates.

Este resultado puede evidenciarse en la tabla 11, donde se presenta el conteo de la elección realizada por las personas que puntuaron alto y aquellas que puntuaron bajo en el cuestionario ARS, el cual no presenta una diferencia mayor a una persona entre ambos grupos.

Tabla 11. Conteo de la elección realizada por puntaje

Opciones de Elección			Pobl. Bajo Puntaje ARS	Pobl. Alto Puntaje ARS	Total
Elecc.	Personal	Recuento	6	5	11
		% dentro de Pobl.	66,7%	55,6%	61,1%
	Red Social	Recuento	3	4	7
		% dentro de Pobl.	33,3%	44,4%	38,9%
Total		Recuento	9	9	18
		% dentro de Pobl.	100,0%	100,0%	100,0%

Conclusiones

Las redes sociales virtuales (RSV) se establecieron como uno de los medios más importantes para establecer procesos de comunicación en las personas sin la necesidad de mantener un contacto presencial (Zamora, 2006) lo cual conlleva a reducir el impacto aversivo que puede tener un contacto presencial, y a su vez facilitar procesos como el galanteo, la inclusión de grupo, la construcción de una identidad y la comunicación escrita (Sánchez et al., 2008; Echeburúa & Corral, 2010). Estas facilidades pueden generar efectos reforzadores similares al de otras adicciones, ya que proporcionan un refuerzo inmediato y pueden llevar a que la persona pierda el

control sobre esta conducta (Sánchez et. Al, 2008; Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010; Salas, 2014).

Gracias a estas facilidades y a pesar de la posible adquisición de una adicción, las RSV se convierten en un sustituto a la interacción personal o “cara a cara” ya que entrega un refuerzo similar con una emisión de repertorios conductuales más sencillos (rango de costo), lo que a su vez no requiere de la adquisición de un sistema instrumental complejo (capacidad) (Montgomery, 2011; Secades Et. al, 2007; Herrera et Al., 2010; Staats, 1979). Con base en esta premisa, se consideraría que la adicción a las RSV se presenta por su bajo costo, por lo cual la presente investigación pretendió determinar si la elección se ve afectada por el costo de ambas opciones.

En primer lugar se debe resaltar que el instrumento utilizado (cuestionario ARS) presentó diferencias al comparar los resultados encontrados con lo establecido por los autores, ya que el análisis psicométrico realizado mostro que la fiabilidad presenta valores adecuados (Hernández, et. Al, 2010-1; García – Bellido et. Al, 2010), pero al establecer la validez de constructo se presentan diferencias a nivel estructural y a nivel factorial, lo cual indica que en la muestra que hizo parte de esta investigación, el instrumento difiere de la estructura factorial planteada originalmente.

En cuanto al proceso de elección de la muestra, tomando como referencia el costo conductual establecido (véase tabla 1), los resultados revelan que ésta tiende a ser por la opción que tiene un menor costo y, de acuerdo a la teoría de la economía conductual, aquella opción que requiera de un rango de costo bajo y una menor exigencia de las capacidades que debe tener el sujeto se convierte en la opción sustituta de aquella que tiene un rango de costo más elevado y una mayor exigencia de capacidades (Mayorga et. Al, 2006; Montgomery, 2011; Secades et. Al, 2007; Herrera et Al., 2010; Staats, 1979).

Por lo cual, la condición de sustituto en la primer y tercera condición fue la entrevista realizada personalmente, mientras que en la segunda condición, el sustituto fue la entrevista a través de la red social. No obstante, los estadísticos no reflejan diferencias significativas entre éstas elecciones, lo cual no permite confirmar cual podría considerarse la opción principal y cuál la opción sustituta. También se debe tomar en cuenta que la muestra utilizada no cuenta con un diagnóstico que confirme la presencia

de adicción a las redes sociales, por lo tanto no es posible establecer una pérdida de control sobre esta conducta (Sánchez et. Al, 2008; Cía, 2013; Echeburúa & Corral, 2010; Salas, 2014).

Tomando esto y las diferencias estadísticas encontradas en el análisis psicométrico, se podría explicar el hecho de que no existen diferencias significativas entre la muestra que obtuvo puntuaciones altas y bajas en la aplicación del ARS (véase tabla 10) dificultando establecer si la elección podría influenciarse por su costo y por la presencia de la adicción.

Finalmente, es importante mencionar que dentro de las limitantes de esta investigación se encuentra la utilización de un instrumento que no cuenta con variables psicométricas adecuadas para la población universitaria colombiana y el tamaño de la muestra es bastante reducida y homogénea, por lo cual se recomienda para futuras investigaciones realizar el proceso de validación al instrumento para así poder establecer las propiedades psicométricas adecuadas en la población y el trabajar con una muestra más grande, heterogénea y, en lo posible, con un diagnóstico clínico que afirme la presencia de una adicción a las redes sociales, a fin de poder establecer la veracidad o la falsedad de la hipótesis planteada en esta investigación.

Referencias

Bancomundial.org. (2015). *Usuarios de Internet (por cada 100 personas).* Tomado de http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2

Benavent, R & Ferrer, A. (2010). *¿Qué nos aportan las redes sociales?* Anuario thinkEPI, 4; 217 – 223.

Carbonell, X, Fuster, H, Chamarro, A & Oberst, U. (2012). *Adicción al internet y al móvil: una revisión de estudios empíricos españoles*. Papeles del Psicólogo, 33(2); 82 – 89.

Cía., A. (2013). *Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes*. Revista Neuropsiquiatría, 76 (4); 210-217

Díaz-Aroca, E. (2014). *Estadísticas Mundiales 2014: Internet, Social, Móvil.* El Blog de Esmeralda Díaz-Acosta, Tomado de http://www.esmeraldadiazaroca.com/2014/01/estadisticas-mundiales-2014-internet.html

Domjan, M. (1998) *Principios de aprendizaje y conducta.* México D.F., México: International Thomson Editores.

Echeburúa, E & Corral, P. (2010). *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*. Adicciones, 22(2); 91 – 96.

Escurra, M & Salas, E. (2014). *Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS).* LIBERABIT, 20(1); 73 – 91.

ExitoExplorador.com. (2015). *Estadísticas del Internet en América Usuarios del Internet y Estadísticas de Población en América Latina, Norte América y el Caribe.* Tomado de http://www.exitoexportador.com/stats2.htm#sur

García, M., Cabanillas, G., Morán, V. & Olaz, F. (2014). *Diferencias de género en habilidades sociales en estudiantes universitarios de Argentina.* Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 7(2); 114 – 135.

García – Bellido, R., González, J. & Jornet, M. (2010) *SPSS: Análisis de fiabilidad: alfa de cronbach.* Grupo de Innovación educativa Universitat de valencia. Tomado de http://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010-1) *Metodología de la investigación. Quinta edición.* [Edición impresa]. México DF, México: McGraw – Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010-2) *Metodología de la investigación. Quinta edición.* [CD Complementario]. México DF, México: McGraw – Hill.

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

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2014). *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de la información y comunicaciones en los hogares, 2013.* Aguascalientes, México. Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía.

López, M. (2008) *La integración de las Habilidades Sociales en la escuela como estrategia para la salud emocional.* Revista electrónica de intervención Psicosocial y Psicología Comunitaria, 3 (1), 16 – 19.

Marciales, G & Cabra, F. (2010). *Internet y pánico moral: revisión de la investigación sobre la interacción de niños y jóvenes con los nuevos medios.* Universitas Psychologica, 10(3); 855 – 865.

Mayorga, P., Albañil, N., & Cómbita, L. (2006) *Elección y sustitución de estímulos entre el alcohol y el alimento en ratas: una explicación del consumo de drogas desde el contexto de la economía conductual*. Suma Psicológica, 13 (1), 33 – 50.

Medina, F. & Galván, M. (2007). *Estudios estadísticos y prospectivos. Imputación de datos: teoría y práctica.* Santiago de Chile, Chile, Cepal.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2015). *Panorama TIC, Comportamiento del sector TIC en Colombia.* Bogotá, Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2014). *8 de cada 10 colombianos están usando internet.* Tomado de http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1629.html

Montgomery, W. (2011). *La economía conductual y el análisis experimental del comportamiento de consumo*. Revista de la Facultad de Psicología de la Universidad nacional Mayor de San Marcos, 14(1); 281 – 292.

Navarro, R & Yubero, S. (2012) *Impacto de la ansiedad social, las habilidades sociales y la cibervictimización en la comunicación online*. Escritos de Psicología, 5(3); 4 – 15.

Oliva, A., Hidalgo, M., Moreno, C., Jiménez, L., Jiménez, A., Suarez, L. & Ramos, P. (2012) *Uso y riesgo de la adicción a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces.* Andalucía, España: Editorial Agua Clara.

Ramón, R, Segura, M, Palanca, M & Román, P. (2012) *Habilidades sociales en enfermería. El papel de la comunicación centrado en el familiar*. Revista española de comunicación en Salud, 3(1); 49 – 61.

Robayo, O, Guayara, R & García, D. (2003). *El efecto de la información y los atributos del producto en las conductas de elección dentro de la categoría de consumo ecológico.* Poliantea, 119 – 139.

Rosentreter, J. (1996). *Habilidades sociales y salud mental. Un enfoque comunitario.* Última Década, 4, 1 – 21. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19500413

Ruiz, V. & Jaramillo, E. (2010) *Habilidades sociales en estudiantes de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Montería.* Pensando Psicología, 6 (11); 53 – 63.

Salas, E. (2014) *Adicciones Psicológicas y los nuevos problemas de salud.* Cultura, 28; 111 – 146.

Sáleme, Y., Negrete, I., & Celédon, J. (2010) *Adicción al sexo, un problema silencioso*. Pensando Psicología, 6 (10), 161-166

Sánchez, X, Beranuy, M, Castellana, M, Chamarro, A & Oberst, U. (2008). *La adicción al internet y al móvil: ¿Moda o trastorno?*. Adicciones, 20(2); 149 – 160.

Secades, R, García, O, Fernández, J & Caballo, J. (2007) *Fundamentos Psicológicos del tratamiento de las drogodependencias*. Papeles del Psicólogo, 28(1); 29 – 40.

Staats, A. (1979). *El conductismo social: un fundamento de la modificación del comportamiento.* Revista Latinoamericana de Psicología. 11 (1); 9 – 46.

UNESCO. (2013). *Uso de TIC en educación en América Latina y el Caribe. Análisis regional de la integración de las TIC en la educación y de la aptitud digital (e-readiness).* Institute de estadística de la UNESCO, Montreal, Canadá.

Universia Colombia. (2014). *Informe sobre el consumo de internet de los adolescentes en Colombia.* Fundación Universia. Tomado de http://noticias.universia.net.co/ciencia-nn-tt/noticia/2014/02/26/1084885/informe-consumo-internet-adolescentes-colombia.html

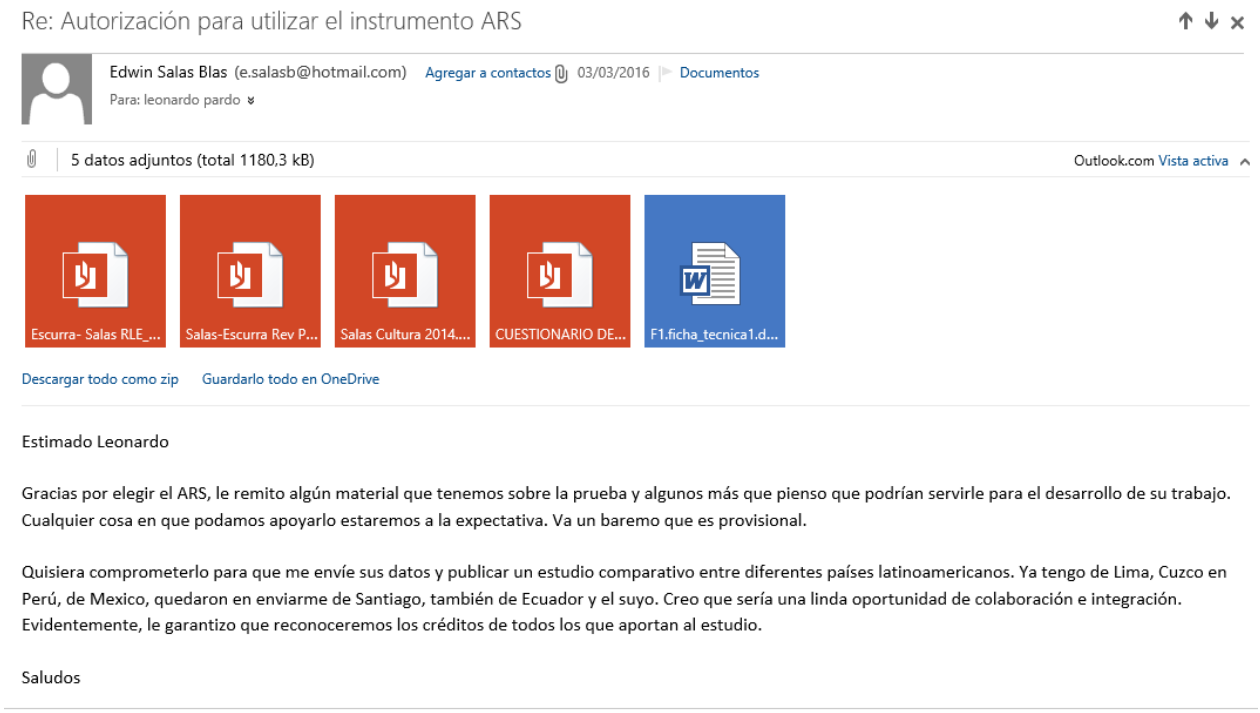
Vega, S. (2014). *Infografía: Estadísticas del uso mundial de internet y su penetración en cada continente.* Mercad2.0, tomado de http://www.merca20.com/infografia-estadisticas-del-uso-mundial-de-internet-y-su-penetracion-en-cada-continente/

Vilca, L. & Vallejos, M. (2015) *Construction of the Risk of Addiction to Social Networks Scale (C^{r}.A.R.S.).* Computers in Human Behavior; 48, 190 – 198.

Zamora, M. (2006) *Redes Sociales en Internet.* Tomado de http://www.maestrosdelweb.com/redessociales/

Anexos

Anexo 1. Autorización para la utilización del cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)



Re: Autorización para utilizar el instrumento ARS

Edwin Salas Blas (e.salasb@hotmail.com) Agregar a contactos 03/03/2016 Documentos

Para: leonardo pardo

5 datos adjuntos (total 1180,3 kB) Outlook.com Vista activa

Escurra- Salas RLE_... Salas-Escurra Rev P... Salas Cultura 2014.... CUESTIONARIO DE... F1.ficha_tecnica1.d...

Descargar todo como zip Guardarlo todo en OneDrive

Estimado Leonardo

Gracias por elegir el ARS, le remito algún material que tenemos sobre la prueba y algunos más que pienso que podrían servirle para el desarrollo de su trabajo. Cualquier cosa en que podamos apoyarlo estaremos a la expectativa. Va un baremo que es provisional.

Quisiera comprometerlo para que me envíe sus datos y publicar un estudio comparativo entre diferentes países latinoamericanos. Ya tengo de Lima, Cuzco en Perú, de Mexico, quedaron en enviarme de Santiago, también de Ecuador y el suyo. Creo que sería una linda oportunidad de colaboración e integración. Evidentemente, le garantizo que reconoceremos los créditos de todos los que aportan al estudio.

Saludos

Anexo 2. Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

CUESTIONARIO DEL USO DE REDES SOCIALES

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

Nombre _____ **Código** _____

Celular _____ **Correo** _____

Universidad en la que estudia _____

Carrera o facultad: _____ **Semestre** _____

Edad: ____ Años; **Genero:** _____ **Lugar de residencia:** _____

Utiliza Redes Sociales: _____ , Si respondió **SI,** indique cuál o cuáles: _____

Si respondió NO, entregue el formato al encuestador.

Desde donde se conecta a las redes sociales? (Puede marcar más de una respuesta)

En mi casa	( )	En mi trabajo	( )
En las cabinas de internet	( )	En las computadoras de la universidad	( )
A través de celular	( )		

Con que frecuencia se conecta a las redes sociales?

Todo el tiempo me encuentro conectado	( )	Una o dos veces al día	( )
Entre siete a 12 veces al día	( )	Dos o tres veces por semana	( )
Entre tres a seis veces al día	( )	Una vez por semana	( )

De todas las personas que conoces a través de la red, cuantos conoces personalmente?

10% o menos	( )	Entre 11 y 30%		Entre 31 y 50%	
Entre 51 y 70%	( )	Más del 70%			

Tus cuentas de red contienen tus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.?)

Si ( ) No ( )

Que es lo que más te gusta de las redes sociales?:

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

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

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

15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

Anexo 3. Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____ con ____ años de edad y con cedula de ciudadanía _____ me encuentro dispuesto a participar en la aplicación de los siguientes instrumentos:

CUESTIONARIO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES.

APLICACIÓN DE UNA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA.

Este ejercicio se realiza como parte de la primera fase de esta investigación, la cual consiste en establecer el costo entre la elección de interactuar a través de una red social o con una persona de forma presencial, por lo cual tengo conocimiento que se realiza con fines académicos y los resultados obtenidos serán manejados con dicha finalidad y no tendrá ningún valor diagnóstico.

Entiendo que la información obtenida se manejara de forma confidencial y autorizo a que solo sea revelada bajo mi autorización y soy consciente que puedo abandonar el proceso cuando lo crea conveniente, esto de acuerdo a lo contemplado en el artículo 2 ítem 5 de la ley 1090 del 2006, excepto cuando estos datos sean solicitados por una autoridad competente o cuando se evidencie que está en riesgo mi vida o la vida de mis allegados, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 25 de la misma ley.

La aplicación será realizada el psicólogo en formación Elio Leonardo Pardo Jaime (Cód. 900009891) como parte del proceso necesario para obtener su titulación como profesional, y del mismo modo entiendo que, si deseo obtener los resultados de esta investigación, podre contactarlo a través del correo **elpj099@gmail.com**.

De igual forma comprendo que luego de esta aplicación, podre ser contactado por parte del investigador para participar en la segunda fase de la investigación, por lo cual autorizo utilizar mis datos con este fin.

En forma expresa manifiesto que he leído y comprendido íntegramente este documento y en consecuencia acepto su contenido. He leído, comprendido y accedido a lo anteriormente mencionado. Firma en Bogotá a los ___ días del mes de _____ del 2016.

Firma: _____ N° de cedula: _____

Anexo 4. Formato de entrevista corto

ENTREVISTA INFORMAL

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR			
CÓDIGO		**SEXO**	MASC / FEM
CARRERA		**SEMESTRE**	
Medio por el cual decide realizar la entrevista:	PERSONALMENTE	RED SOCIAL	

Cuál es tu nombre
Cuántos años tienes
¿Cuáles son tus virtudes?
¿Cuáles son tus defectos?
¿Cuál es tu color favorito?
¿A qué le tienes miedo?
¿Qué te produce ternura?
¿Qué te hace llorar?
¿Cuál es tu ocupación actual?
¿Qué esperas de la vida?

MUCHAS GRACIAS POR CONTESTARME.

PREGUNTA PARA EL ENTREVISTADOR

Por favor indique de 1 a 5, siendo 1 muy poco y 5 mucho, que tan ansioso se sintió durante el proceso de entrevista:

1	2	3	4	5

Anexo 5. Formato de entrevista largo

ENTREVISTA INFORMAL

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR			
CÓDIGO		**SEXO**	MASC / FEM
CARRERA		**SEMESTRE**	
Medio por el cual decide realizar la entrevista:	PERSONALMENTE	RED SOCIAL	

Cuál es tu nombre
Cuántos años tienes
¿Cuáles son tus virtudes?
¿Cuáles son tus defectos?
¿Cuál es tu color favorito?
¿A qué le tienes miedo?
¿Qué te produce ternura?
¿Qué te hace llorar?
¿A qué hora te levantas?
¿A qué hora te acuestas?
¿Cuál es tu ocupación actual?
¿Qué esperas de la vida?
¿Quién es la persona más importante para ti?
¿Qué es lo que más te disgusta de una persona?
¿Qué es lo que más admiras de una persona?
¿Si pudiera escoger en convertirse entre un animal u otro objeto que quisiera ser?

PREGUNTA PARA EL ENTREVISTADOR

Por favor indique de 1 a 5, siendo 1 muy poco y 5 mucho, que tan ansioso se sintió durante el proceso de entrevista:

1	2	3	4	5