

La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano

Julio Cabero Almenara¹; Sandra Martínez Pérez²; Rubicelia Valencia Ortiz³; Jaime Patricio Leiva Nuñez⁴; Martha Lucia Orellana Hernandez⁵; Ivonne Harvey López⁶

Recibido: Octubre 2018* / Evaluado: Abril 2019 / Aceptado: Mayo 2019

Resumen. Las redes sociales on-line (RSO) han significado una transformación en la manera de comunicarse y relacionarse con las personas, y han alcanzado una cierta presencia en el terreno educativo, siendo utilizadas como entorno para el trabajo colaborativo, medio alternativo de comunicación, aprendizaje de idiomas, plataforma o LMS para la formación virtual, y para la tutoría y asesoría de estudiantes. Adolescentes y jóvenes manejan las RSO como medios preferente para su comunicación e interacción, para extender sus relaciones, para localizar y demandar información, como elemento de diversión, como medio de convivencia y para la creación de nuevos lenguajes de comunicación. Por todas estas acciones, la finalidad de nuestro estudio es conocer y analizar el grado de adicción que jóvenes y adolescentes de diferentes países latinoamericanos presentan hacia las RSO. Para ello, se aplicó una adaptación de la escala de Sahin (2018) denominada “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF) que fue contestada por 3223 jóvenes de Chile, Colombia, España, México, Perú y República Dominicana. Como resultados obtenidos, se observan diferencias significativas entre los jóvenes y adolescentes de los diferentes países encuestados, y además muestran fuertes signos de que a su juicio no son adictos a las mismas.

Palabras clave: adicción; redes sociales; educación superior; jóvenes.

[en] Students addiction to online social networks: a study in the Latin American context

Abstract. The online social networks (OSN) have meant a transformation in the way of communicating and relating with people, and have reached a certain presence in the educational field, being used as an environment for collaborative work, alternative means of communication, learning of languages, platform or LMS for virtual training, and for tutoring and advising students. Adolescents and young people handle the OSN as preferred means for their communication and interaction, to extend their relationships, to locate and demand information, as an element of fun, as a means of coexistence and for the creation of new communication languages. For all these actions, the purpose of our study is to know and analyze the degree of addiction that young people and adolescents from different Latin American countries have towards OSN. For this, the scale of Sahin (2018) called “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF) was adapted and was answered by 3223 young people from Chile, Colombia, Spain, Mexico, Peru and the Dominican Republic. As results obtained, significant differences are observed among young people and adolescents from the different countries surveyed, and they also show strong signs that in their opinion they are not addicted to them.

Keywords: addiction; social networks; higher education; young people.

Sumario. 1. Introducción. 1.1. Adicción y redes sociales online. 2. Método. 2.1. Objetivos del estudio. 2.2. Muestra de la investigación. 2.3. Instrumento. 3. Resultados obtenidos. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Cabero Almenara, J. *et al.* (2020). La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 24 (4), 1-11.

¹ Universidad de Sevilla (España).
E-mail: cabero@us.es.

² Universidad de Barcelona (España).
E-mail: smartinezperez8@gmail.com.

³ Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (México).
E-mail: rubi.valencia@ilce.edu.mx

⁴ Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación (Chile).
E-mail: jleiva@upla.cl

⁵ Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia).
E-mail: morellana@unab.edu.co

⁶ Universidad Central de Venezuela, (Venezuela).
E-mail: ivonneharvey@gmail.com

1. Introducción

Las tecnologías basadas en la web 2.0 han traído nuevas maneras de comunicarse, basadas en la flexibilidad en tiempo, espacio y lugar, y a su vez modos de desarrollar transformaciones e innovaciones en educación, con el fin de facilitar la elaboración y el intercambio de información y contenidos producidos por sus usuarios, junto al diseño de aplicaciones educativas que permiten al estudiantado a ser sujetos activos en sus propios procesos de aprendizaje (Altuzarra, Gálvez y González, 2018). De esta manera, Internet se ha convertido en el paradigma tecnológico de la sociedad de la información, que ha ido avanzando gracias a la web 2.0, de la información, a la socialización y colaboración. Especial relevancia ha tenido para ello las redes sociales on-line (RSO) con su progresivo aumento de utilización, sobre todo por los jóvenes y adolescentes, en el que se enmarcan cada vez más en una sociedad globalizadora, tecnificada y con mayor conectividad y movilidad (González, 2013).

Autores como Pimmer, Linxen, Gröhbriel (2012), apuntaron como el uso de las redes sociales podían ayudar a mantener las relaciones de manera no presencial con otras personas, y a potenciar y promover la enseñanza y aprendizaje en el aula.

Wodzicki, Schwämmlein, Moskliuk (2012), señalan como los adolescentes y jóvenes utilizan ordenadores o/y dispositivos móviles de forma asidua y reclaman la necesidad de debatir sobre qué uso se realiza de Internet y de las redes sociales y cómo éstas impactan en su día a día, pero sobre todo en la propia educación y en el modo de adquirir conocimiento y competencias. De esta manera, se aprecia como un buen uso de las tecnologías y el aprendizaje que se genera, favorecen las conexiones entre docentes, estudiantes, comunidades y recursos (Ferguson y Buckingham, 2012).

Así pues, “las actuales redes sociales, las que han sido impulsadas a través de internet, sitúan a la persona que en ellas se inmiscuye en una especie de enjambre social de unas dimensiones considerables” (Fuentes, Esteban y Caro, 2015, p. 44), y se pueden entender desde diversas miradas, y cómo éstas han cambiado la forma de comunicarnos, interactuar e interaccionar, convirtiéndose en algo cotidiano. Desde la mirada socializadora y de crear relaciones interpersonales: manera de comunicarse y de colaborar, de interaccionar en espacios compartidos, de relacionarse desde la espontaneidad y en prácticas informales (Güzin y Koçac, 2010); hasta la mirada más educativa, especialmente en educación superior, pues se trata de una vía de comunicación entre docentes y estudiantes (Froment, García y Bohórquez, 2017).

1.1. Adicción y redes sociales online

La adicción a internet comenzó a investigarse en 1996 con un estudio que revisó más de 600 casos de usuarios que exhibieron signos clínicos de adicción medidos a través de una versión adaptada de los criterios del “Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales – DSM-IV” para el juego patológico (Young, 2015). Para Chóliz y Marco (2012), esta adicción se observa cuando en la persona se dan una serie de conductas: 1) tolerancia, cada vez se necesita estar más tiempo conectado; 2) abstinencia, se siente malestar cuando se interrumpe la conexión; 3) el medio se utiliza más de lo pretendido; 4) deseo por dejar de usar Internet, pero no puede; 5) empleo excesivo de tiempo; 6) dejar de hacer otras actividades para poder usar más Internet; y 7) utilización de Internet a pesar de saber que le está perjudicando. Para Carbonell (2014), es más un constructo social que se ha popularizado que una realidad; en todo caso es una adicción de índole secundario que va asociada a otra primaria, se confunde la adicción con la dependencia a una tecnología, y puede que más que un trastorno psicológico sea una afición o hábito.

Apple (2012), señala como adolescentes y jóvenes pasan gran parte de su tiempo de ocio diario delante del ordenador, siendo sus actividades favoritas los chats en líneas, los sitios de redes sociales, los videojuegos online, entre otros; pudiendo, e incluso, perder la privacidad por el uso de información personal que exhiben (Sarrió y Soler, 2015). Se ha pasado de la presencialidad a la virtualidad, quedar con alguien para conversar o realizar actividades lúdicas han pasado a un segundo plano, ahora se “premia” relacionarse y vehicularse a través de la pantalla (Isidro y Moreno, 2018). Un “pasatiempo” que puede promover aprendizajes y brindar la oportunidad de estar conectados continuamente sujetos o profesorado-estudiantado; pero a su vez deteriorar las habilidades sociales, con actitudes “negativas” o de riesgo como pueden ser: tener una actitud agresiva extrapolada en a la vida real, problemas de atención, memoria y de comunicación, o posibles problema de soledad y depresión que sintomatizan en la necesidad de estar “enganchados” a los dispositivos y redes sociales. En un estudio elaborado por Eскурrio y Salas (2014), se observó como desde la infancia hasta la vejez, las personas pueden desarrollar comportamientos adictivos a las redes sociales, estando conectadas y con la necesidad de tener presentes sus Smartphones, tabletas u ordenadores a todas horas; hecho que pone de manifiesto que un uso continuo y descontrolado puede entrañar graves problemas para la salud y grandes riesgos.

Por su parte, Echeburúa (2013), manifestó que siempre existe un uso positivo de Internet, en la medida en la que no se abandone las actividades diarias e interfiera en su cotidianidad, especialmente el salir con las amistades y relacionarse con las familias. Si aparece un exceso o abuso de Internet, este puede generar una serie de riesgos, provocando aislamiento, ansiedad y afectando a la autoestima y propio control. Por otro lado, García, López, Tur,

García del Castillo y Ramos (2014), señalan que las redes sociales son comunidades virtuales que pueden llegar a generar comportamientos adictivos, en las que las personas pueden manifestar conductas de: saliencia (una actividad particular se convierte en la más importante de su vida), cambios de humor, tolerancia, síndrome de abstinencia, conflicto (interpersonales o intrapsíquico) y de recaída (tras un período de abstinencia, vuelta a la actividad). En esta misma línea, Fernández et al., (2015), señalaron que las personas pueden presentar, de manera significativa, algunos problemas de salud como: sedentarismo, obesidad, migrañas, insomnio, falta de descanso, trastornos de conducta alimentaria o trastornos mentales. Además de estas sintomatologías, Echeburúa (2013), indican también como factores de riesgos, según la personalidad de la persona: la vulnerabilidad psicológica (ansiedad, depresión, falta de habilidades sociales), el estrés, las familias disfuncionales y la presión social. Además, este autor expresa que aparte de la adicción, también existen otro tipo de riesgos como el ciberacoso o la vulneración de la intimidad.

Independiente de la posición que adoptemos, lo que no podemos negar es que un uso abusivo de las tecnologías tiene consecuencias negativas para la persona, pueden generar un trastorno en nuestras vidas (Fuentes, Esteban y Caro, 2015), y especialmente en los adolescentes (Chóliz y Marco, 2012). Hecho que ha repercutido en la búsqueda de instrumentos para su diagnóstico, donde las escalas de autopercepción, usualmente denominadas como “Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS)”, han ido ganando terreno progresivamente (Tutgun-Ünal y Deniz, 2015; Simó, Martínez, Ballester y Domínguez, 2017); siendo una de ellas la elaborada por Sahin (2018), que será sobre la que trabajaremos. Así Sahin (2018) llama la atención respecto a que las personas que pasan demasiado tiempo en ellas tienen el deseo de ser notificados de algo inmediatamente, lo que puede causar tolerancia virtual, comunicación virtual y problemas virtuales.

La adolescencia y la etapa universitaria son consideradas períodos de transición, en la que en ocasiones pueden significar cambios de estilos de vida y un uso incrementado de las redes sociales (Fernández et al., 2015).

Para finalizar señalar que hay jóvenes y adolescentes que son conscientes de su adicción, y están adoptando medidas para su superación (Fuentes, Esteban y Caro, 2015); pero también los hay que no son conscientes de su existencia (Marín, Sampedro y Muñoz, 2015).

2. Método

2.1. El estudio que hemos realizarlo podríamos considerarlo de tipo exploratorio, y persigue los siguientes objetivos:

- Conocer el grado de adicción que jóvenes y adolescentes de diferentes países latinoamericanos tienen hacia las RSO, medido a través de una adaptación a los contextos de la escala de Sahin (2018) denominada “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF).
- Analizar el grado de adicción que los jóvenes y adolescentes latinoamericanos, tienen hacia las RSO.
- Analizar si el género de los jóvenes y adolescente influye en la adicción mostrada hacia las RSO.
- Estudiar si hay diferencias en la adicción de jóvenes y adolescentes latinoamericanos a las RSO, en función de su país de residencia.

2.2. Muestra de la investigación

La muestra estuvo formada 3223 jóvenes y adolescentes, que cursaban estudios de bachillerato o universitarios en diferentes países e instituciones educativas: Chile, Colombia, España, México, Perú y República Dominicana (tabla 1).

El 35.59% (f=1147) eran hombres, y el 64.41% (f=2076) mujeres.

Tabla 1. Muestra de la investigación

País	Institución Educativa	F	%
Chile	Universidad de Playa Ancha	284	8.81
Colombia	Universidad Autónoma de Bucaramanga	1316	40.83
España	Universidad de Barcelona, Universidad de Sevilla, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Murcia, Universidad del País Vasco, Universidad de Oviedo y Universidad de Málaga	413	12.81%
México	Centros de Bachillerato de Ciudad de México	605	18.71
Perú	Universidad Católica Sedes Sapientes	426	13.22
República Dominicana	Universidad Pontificia Madre y Católica, Universidad Federico Henríquez y Carvajal	179	5.58

El muestreo fue del tipo no probabilístico, también denominado conveniencia o causal (Alaminos, 2006; Sabariego, 2012), que viene determinada por la facilidad de acceso que el investigador tiene a los sujetos que forman la población.

2.3. Instrumento

El instrumento utilizado fue una adaptación, realizada por nosotros para los contextos de adolescentes y jóvenes latinoamericanos, del elaborado por Sahin (2018) que se denominaba “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF). La escala estaba originalmente formada por 29 ítems con construcción tipo Likert y 5 opciones de respuesta, que iban desde fuertemente de acuerdo a fuertemente en desacuerdo.

La adaptación que realizamos mediante el análisis factorial nos llevó a eliminar un ítem, quedando la escala en 28 ítems, que se agruparon en cuatro factores: satisfacción/tolerancia, problemas, obsesión por estar informado, y necesidad/obsesión de estar conectado.

Señalar aquí únicamente que tras su traducción el procedimiento que seguimos para su fiabilización pasó por diferentes fases: a) Análisis Factorial Exploratorio, calculando previamente la medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación muestral y el test de esfericidad de Bartlett (Cerny y Kaiser, 1977), b) Reducción de sucesiva de ítems hasta la perfecta factorización (Seçer, 2013), adoptando para la eliminación de los ítems, bien el poco efecto de la carga del ítem sobre el factor o su ubicación en dos factores, c) Realización de un análisis factorial confirmatorio para probar la estructura del modelo de factores obtenido, d) Elaboración de un análisis factorial confirmatorio, para la contrastación definitiva del modelo, y la aplicación de diferentes índices de adaptación para la contratación de la adecuación del modelo (Kline, 2005), e) Elaboración de un análisis factorial confirmatorio de segundo orden, para la contrastación definitiva del modelo, y la aplicación de diferentes índices de ajuste para la contratación de la adecuación del modelo (Kline, 2005), y f) la obtención de la consistencia interna de la escala mediante la rho de Jöreskog's (Cho, 2016).

El índice de consistencia interna finalmente obtenido, tanto para la globalidad de la escala, como para los cuatro factores identificados fueron las siguientes: Total instrumento: 0.9033; F1 Satisfacción por estar conectado a las RSO: 0.810; F2 Problemas: 0.783; F3 Obsesión por estar informado: 0.788; y F4 Necesidad de estar conectado: 0.767.

Índices de fiabilidad que, de acuerdo con diferentes autores, podemos considerarlos de altos y aceptables (Mateo, 2012; O'Dwyer y Bernstein, 2014) o muy altos.

La administración de la escala fue vía internet.

3. Resultados obtenidos

De los diferentes ítems que conformaron finalmente nuestro cuestionario, 24 ítems de los 29 de Sahin; se eliminaron los siguientes ítems: 5. Una vida sin redes sociales no tiene sentido para mí; 4. Veo las redes sociales como escape del mundo real; 15. Omito mis tareas porque paso mucho tiempo en las redes sociales; 18. Me emociona estar en las redes sociales; y 20. El mundo misterioso de las redes sociales siempre me cautiva; bien por cargas bajas sobre la globalidad del instrumento o cargar al mismo tiempo en dos factores.

Indicar desde el principio que los jóvenes y adolescentes encuestados no suelen percibir como problemático diferentes aspectos relacionados con las RSO que se indicaban en el cuestionario, ya que solamente en cuatro ítems se llega a la puntuación media de 3 o superior (25. “Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede” (3.62); 26. “Navego en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales” (3.25); 28. “Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis curso (ej. Tareas, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales” (3.19); y 12. “Quiero pasar el tiempo en las redes cuando estoy solo” (3.00)). Al mismo tiempo se puede señalar que en un gran número de ítems la puntuación media está por debajo del 2: 7. “Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales” (1.57); 1. “Ni siquiera noto que tengo hambre y sed cuando estoy en las redes sociales” (1.57); 19. Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia (1.64); 23. “Tengo problemas físicos debido al uso de las redes sociales” (1.77); 16. “Me siento mal si estoy obligado a disminuir el tiempo que paso en las redes sociales” (1.88); y 17. “Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales” (1.88).

Es de destacar también, la uniformidad en las contestaciones de los encuestados, como podemos inferir de las bajas puntuaciones típicas obtenidas.

Por lo que se refiere a los diferentes factores en los cuales se agrupaban los ítems del cuestionario, las puntuaciones medias no son elevadas, y nos sugieren que los jóvenes encuestados no tienen una obsesión por estar conectados a la RSO. Ni perciben que el estar conectado en éstas les cree diferentes problemas.

Con respecto a la hipótesis de si el género repercutía en el posible grado de adicción a las RSO, formulamos las siguientes hipótesis:

- Hipótesis nula (H0): No existen diferencias significativas entre los jóvenes en función del género en las contestaciones ofrecidas a la adaptación del cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF) (Sahin, 2018), con un riesgo alfa de equivocarnos del 0.05.
- Hipótesis alternativa (H1): Si existen diferencias significativas entre los jóvenes en función del género en las contestaciones ofrecidas a la adaptación del cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF) (Sahin, 2018), con un riesgo alfa de equivocarnos del 0.05

Pero antes de efectuar los análisis específicos para su contraste en la tabla 2, presentamos las medias y desviaciones típicas obtenidas en función del género, tanto del total de la escala, como de los cuatro factores, y de los distintos ítems.

Tabla. 2. Medias y desviaciones típicas en función del género de los encuestados.

Ítem	G	M	D.tp
1. Estoy ansioso por ir a las redes sociales.	H	2.84	1.005
	M	2.92	.999
2. Busco conectarme a Internet en todas partes para acceder a las redes sociales.	H	2.82	1.109
	M	2.87	1.134
3. Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales.	H	2.81	1.244
	M	3.07	1.258
6. Prefiero usar las redes sociales a pesar de estar acompañado.	H	2.08	.990
	M	1.97	.915
7. Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales.	H	1.66	.895
	M	1.51	.791
8. Me expreso mejor con las personas de las redes sociales.	H	2.42	1.122
	M	2.21	1.111
9. Aparento ser lo que yo quiero en las redes sociales.	H	2.19	1.127
	M	1.97	1.059
10. Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales.	H	2.38	1.087
	M	2.14	1.031
11. Hasta mi familia se enfada porque no puedo dejar de usar las redes sociales.	H	2.14	1.132
	M	2.15	1.108
12. Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo.	H	2.91	1.169
	M	3.05	1.138
13. Prefiero la comunicación virtual en las redes sociales para salir.	H	2.26	1.060
	M	2.15	1.043
14. Las actividades de las redes sociales se afianzan en mi vida cotidiana.	H	2.56	1.055
	M	2.55	1.061
16. Me siento mal si estoy obligado a disminuir el tiempo que paso en las redes sociales.	H	1.91	.941
	M	1.86	.923
17. Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales.	H	1.94	1.018
	M	1.84	.990
18. Me emociona estar en las redes sociales.	H	2.73	1.026
	M	2.71	1.001
19. Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia.	H	1.70	.850
	M	1.60	.820
21. Ni siquiera noto que tengo hambre y sed cuando estoy en las redes sociales.	H	1.65	.907
	M	1.52	.837
22. Noto que mi productividad ha disminuido debido a las redes sociales.	H	2.57	1.228
	M	2.52	1.237
23. Tengo problemas físicos debido al uso de las redes sociales.	H	1.83	.988
	M	1.73	.918
24. Uso las redes sociales incluso cuando voy por la calle para estar informado al instante sobre los acontecimientos.	H	2.38	1.161
	M	2.29	1.138
25. Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede.	H	3.53	1.115
	M	3.67	.983
26. Navego en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales.	H	3.15	1.083
	M	3.30	1.044
27. Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/acontecimientos especiales (por ejemplo, cumpleaños).	H	2.61	1,124
	M	2.67	1.082
28. Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos (ej. tarea, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales.	H	3.08	1.084
	M	3.26	1.071
29. Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre qué comparten amigos y familia.	H	2.69	1.128
	M	2.79	1.103

Ítem	G	M	D.tp
Satisfacción por estar conectado a las RSO	H	1.96	0.700
	M	1.89	.671
Problemas	H	2.16	.718
	M	1.99	.692
Obsesión por estar informado	H	2.78	.770
	M	2.86	.769
Necesidad/obsesión de estar conectado	H	2.91	.758
	M	3.00	.728
Total instrumento	H	2.43	.593
	M	2.41	.566

Para el contraste de las diferentes hipótesis se aplicó el test estadístico t de student para muestras independientes, aunque antes se analizó la igualdad de las varianzas mediante el test de Levene (1960), para determinar el valor t de student que se utilizaría para el contraste de la H0 y H1. En la tabla 3 presentamos los valores t alcanzados, tanto para cada ítem, como para los cuatros factores y el total de la escala, y su significación para 3222 grados de libertad.

Tabla 3. T de Student para el análisis de la significación del género (**= significativo al 0.01).

	Test Levene		t de student	
	F	Sig.	T	Sig.
1. Estoy ansioso por ir a las redes sociales.	1.172	0.279	-2.03	0.042
2. Busco conectarme a Internet en todas partes para acceder a las redes sociales.	1.830	0.176	-1.17	0.241
3. Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales.	0.465	0.495	-5.78	0.000
6. Prefiero usar las redes sociales a pesar de estar acompañado.	18.655	0.000	3.08	0.002
7. Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales.	23.545	0.000	4.73	0.000
8. Me expreso mejor con las personas de las redes sociales.	3.244	0.072	5.03	0.000
9. Aparento ser lo que yo quiero en las redes sociales.	18.885	0.000	5.42	0.000
10. Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales.	19.530	0.000	6.09	0.000
11. Hasta mi familia se enfada porque no puedo dejar de usar las redes sociales.	2.227	0.136	-0.11	0.913
12. Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo.	5.215	0.022	-3.36	0.001
13. Prefiero la comunicación virtual en las redes sociales para salir.	5.456	0.020	2.89	0.004
14. Las actividades de las redes sociales se afianzan en mi vida cotidiana.	0.137	0.712	0.25	0.803
16. Me siento mal si estoy obligado a disminuir el tiempo que paso en las redes sociales.	0.047	0.828	1.47	0.141
17. Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales.	0.881	0.348	2.63	0.009
18. Me emociona estar en las redes sociales.	0.878	0.349	0.41	0.681
19. Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia.	2.004	0.157	3.44	0.001
21. Ni siquiera noto que tengo hambre y sed cuando estoy en las redes sociales.	13.515	0.000	3.89	0.000
22. Noto que mi productividad ha disminuido debido a las redes sociales.	0.431	0.512	0.95	0.341
23. Tengo problemas físicos debido al uso de las redes sociales.	5.617	0.018	2.87	0.004
24. Uso las redes sociales incluso cuando voy por la calle para estar informado al instante sobre los acontecimientos.	4.521	0.034	2.12	0.034
25. Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede.	44.420	0.000	-3.64	0.000
26. Navego en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales.	0.571	0.450	-3.91	0.000
27. Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/acontecimientos especiales (por ejemplo, cumpleaños).	5.346	0.021	-1.41	0.159
28. Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos (ej. tarea, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales.	1.339	0.247	-4.41	0.000
29. Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre qué comparten amigos y familia.	3.302	0.069	-2.58	0.010
Satisfacción por estar conectado a las RSO	3.202	0.074	2.96	.003
Problemas	2.263	0.133	6.69	.000
Obsesión por estar informado	.001	0.970	-2.99	.003
Necesidad/obsesión de estar conectado	4.067	0.044	-3.29	.001
Total	2.478	0.116	.95	.342

Señalar en primer lugar que no se rechaza la H_0 formulada para la globalidad de la escala, con un riesgo de equivocarnos de $p \leq .05$, en consecuencia, podemos indicar que no existen diferencias significativas entre los jóvenes en función del género en las contestaciones ofrecidas a la adaptación del cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF). Sin embargo, un análisis más específico de los datos obtenidos en los diferentes factores nos indica lo contrario, ya que rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1 , a un nivel de significación $p \leq .01$ en los cuatro: “Satisfacción por estar conectado a las RSO”, “Problemas”, “Obsesión por estar informado” y “Necesidad/obsesión de estar conectado”. Resultando llamativo que, en los dos primeros, las mayores puntuaciones se dan en los hombres; y en los dos segundos, en las mujeres.

También por ítems, en una diversidad de ellos se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 , menos en un caso en el resto al nivel de $p \leq .05$. En los ítems que exponemos a continuación, señalar que entre paréntesis hemos puesto a qué género constituye la puntuación más elevada: 1) Estoy ansioso por ir a las redes sociales (M); 3) Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales (M); 6) Prefiero usar las redes sociales a pesar de estar acompañado (H); 7) Prefiero las amistades de las redes sociales que las presenciales (H); 8) Me expreso mejor con las personas de las redes sociales (H); 9) Aparento ser lo que yo quiero en las redes sociales (H); 10) Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales (H); 12) Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo (M); 13) Prefiero la comunicación virtual en las redes sociales para salir (M); 17) Me siento infeliz cuando no estoy en las redes sociales (H); 19) Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia (H); 21) Ni siquiera noto que tengo hambre y sed cuando estoy en las redes sociales (H); 23) Tengo problemas físicos debido al uso de las redes sociales (H); 24) Uso las redes sociales incluso cuando voy por la calle para estar informado al instante sobre los acontecimientos (H); 25) Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede (M); 26) Navego en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales (M); 28) Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos (ej. tarea, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales (M); y 29) Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre qué comparten amigos y familia (M).

Nuestra última hipótesis destinada a analizar si había diferencias significativas entre los diferentes jóvenes y adolescentes en función del país donde cursaban sus estudios, formulamos las siguientes hipótesis:

- Hipótesis nula (H_0): No hay diferencias significativas entre los adolescentes en función del país donde cursan sus estudios en las contestaciones ofrecidas a la adaptación del cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form”, con un riesgo alfa de equivocarnos del 0.05.
- Hipótesis alternativa (H_1): Si hay diferencias significativas entre los adolescentes en función del país donde cursan sus estudios en las contestaciones ofrecidas a la adaptación del cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form”, con un riesgo alfa de equivocarnos del 0.05.

Y para ello realizamos en primer lugar un ANOVA y posteriormente una prueba de comparaciones múltiples, a través del test estadístico “LSD de Fisher” (Sheskin, 2007). Indicar que para no extendernos, solamente realizaremos los análisis con los cuatro factores identificados y con la puntuación del total de la escala. En la tabla 4, se presentan las puntuaciones medias y desviaciones típicas alcanzadas.

Tabla 4. Medias y desviaciones típicas por países, en los diferentes factores y en el total de la escala.

		Media	Desviación estándar
Satisfacción por estar conectado a las RSO	Chile	1.8823	0.62962
	Colombia	1.8794	0.65458
	España	1.6084	0.51331
	México	2.1868	0.75867
	Perú	1.8685	0.64810
	R. Dominicana	2.1437	0.72314
	Total	1.9159	0.68213
Problemas	Chile	1.9924	0.65511
	Colombia	2.0010	0.66736
	España	1.7801	0.56590
	México	2.3052	0.77757
	Perú	2.0493	0.70668
	R. Dominicana	2.3091	0.77050
	Total	2.0525	0.70640

		Media	Desviación estándar
Obsesión por estar informado	Chile	2.9824	0.75001
	Colombia	2.8369	0.78408
	España	2.8099	0.76004
	México	2.8292	0.77680
	Perú	2.6467	0.70018
	R. Dominicana	3.0829	0.74690
	Total	2.8333	0.76999
Necesidad/obsesión de estar conectado	Chile	3.0915	0.67532
	Colombia	2.9164	0.73028
	España	3.1340	0.69872
	México	2.8416	0.79093
	Perú	2.9425	0.71457
	R. Dominicana	3.2086	0.74553
	Total	2.9654	0.74009
Total escala	Chile	2.4630	0.53663
	Colombia	2.3873	0.56787
	España	2.3041	0.50150
	México	2.5265	0.62692
	Perú	2.3564	0.56461
	R. Dominicana	2.6644	0.58093
	Total	2.4207	0.57597

Como podemos observar, suelen ser los jóvenes y adolescentes de la República Dominicana y de México, los que sobresalen con las medias más elevadas.

Realizado los diferentes ANOVA, las puntuaciones obtenidas se presentan en la tabla 5.

Tabla 5. ANOVA para las diferencias por países.

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Satisfacción por estar conectado a las RSO	Entre grupos	95.748	5	19.150	43.895	.000
	Dentro de grupos	1403.442	3217	.436		
	Total	1499.189	3222			
Problemas	Entre grupos	85.605	5	17.121	36.184	.000
	Dentro de grupos	1522.165	3217	.473		
	Total	1607.770	3222			
Obsesión por estar informado	Entre grupos	32.546	5	6.509	11.152	.000
	Dentro de grupos	1877.732	3217	.584		
	Total	1910.278	3222			
Necesidad/ obsesión de estar conectado	Entre grupos	39.495	5	7.899	14.729	.000
	Dentro de grupos	1725.303	3217	.536		
	Total	1764.798	3222			
Total escala	Entre grupos	26.756	5	5.351	16.519	.000
	Dentro de grupos	1042.106	3217	.324		
	Total	1068.862	3222			

Puntuaciones que nos permiten señalar que se rechazan todas las H0 formuladas, y se aceptan las H1 a un nivel de $p \leq .01$, tanto en la escala en general, como en los cuatro factores; en consecuencia, podemos decir que sí hay diferencias en las contestaciones ofrecidas por los jóvenes y adolescentes en las contestaciones que ofrecieron en la escala en función de su país de ubicación.

Con el objeto entre que países se daban las diferencias realizamos una prueba de comparaciones múltiples, mediante el test estadístico "LSD de Fisher" (Sheskin, 2007), cuyos resultados se presentan en la tabla 6.

Tabla 6. Prueba de comparaciones múltiples. (nota: *=diferencias significativas al 0.05).

		Colombia	España	México	Perú	R. Dominicana
Satisfacción por estar conectado a las RSO	Chile	0.0029	0.2385*	-0.3044*	0.0137	-0.2613*
	Colombia		0.2709*	-0.3073*	0.0108	-0.2642*
	España			-0.5783*	-0.2601*	-0.5352*
	México				0.3182*	0.0431
	Perú					-0.2751*
Problemas	Chile	-0.00864	-0.2123*	-0.3128*	-0.0569	-0.3167*
	Colombia		0.2209*	-0.3042*	-0.0482	0.3081*
	España			-0.5251*	-0.2692*	-0.5290*
	México				0.2559*	-0.0039
	Perú					-0.2593
Obsesión por estar informado	Chile	0.1455*	0.1724*	0.1531*	0.3356*	-0.1007
	Colombia		0.0269	0.0076	0.1901*	-0.2459*
	España			-0.0192	0.1632*	-0.2724*
	México				0.1824*	-0.2537*
	Perú					-0.4365*
Necesidad/ obsesión de estar conectado	Chile	0.1751*	-0.0424	0.2499*	0.1490*	-0.1102
	Colombia		-0.2175*	0.0748*	-0.0260	-0.2921*
	España			0.2923*	0.1914*	-0.0745
	México				-0.1008*	-0.3669*
	Perú					-0.2660*
Total escala	Chile	0.07569*	0.15884*	-0.0635	0.1065*	-0.2014*
	Colombia		0.08315*	-0.1392*	0.0303	-0.2770*
	España			-0.2224*	-0.0522	-0.3602*
	México				0.1701*	-0.1378*
	Perú					-0.3079*

Como podemos observar, se dan diferencias significativas entre los jóvenes y adolescentes de los diferentes países encuestados; en concreto, las discrepancias más significativas, centrándonos en la globalidad de las puntuaciones de la escala, se han dado con los de República Dominicana en relación con los de Chile, Colombia, España y México; y los de Chile, que se han desarrollado con los de Colombia, España, Perú y República Dominicana.

4. Conclusiones

Respecto a uno de los objetivos principales de nuestra investigación, que pretendía analizar si los adolescentes y jóvenes de diferentes países latinoamericanos pudieran ser considerados como adictos a las RSO, tenemos que indicar a raíz de los resultados obtenidos, que los jóvenes y adolescentes muestran fuertes signos de que a su juicio no son adictos a las mismas. Dato que se encuentra en la misma dirección de los obtenidos por Linne (2015) y Marín, Sampredo y Muñoz (2015), alcanzados en distintos contextos.

Además, este dato muestra lo sugerido por distintos autores (Kuss, Griffiths, Karila y Billieux, 2014; Pontes, Szabo y Griffiths, 2015), quienes afirman que el comportamiento mantenido por los jóvenes y adolescentes ante las RSO, no pueden considerarse como adicción a una conducta; sino más bien como un exceso y abuso de utilización, que por otra parte nuestros datos no confirman; como lo sugiere el factor “satisfacción por estar conectado a la red”, la puntuación media fue de 1.92, o el de “problemas” que alcanzó el valor medio de 2.05. Sin olvidarnos que el valor medio obtenido para el total de la escala fue de 2.42, que se sitúa levemente por debajo del valor central de la misma que se ubicaba en el 2.5.

Los resultados encontrados indican que la idea expresada respecto a que los jóvenes y adolescentes pueden pasar mucho tiempo en las RSO, repercute en el olvido de la realización de sus tareas académicas y problemas con el rendimiento, no se ha visto confirmado en el estudio, pues las respuestas ofrecidas no lo confirman (“22. Noto que mi productividad ha disminuido debido a las redes sociales-2.54”) dato que se encuentra en consonancia con los alcanzados por Marín, Sampredo y Muñoz (2015). Tampoco se han encontrado hallazgos referidos de que su utilización repercute en el trastorno de su vida familiar o social (“11. Hasta mi familia se enfada porque no puede dejar de usar las redes sociales-2.15” y “19. Utilizo las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia-1.64”. Al contrario que el autor del test que hemos adaptado (Sahin, 2018), no hemos encontrado la ne-

cesidad identificada por el autor, la necesidad que tienen las personas adictas a las RSO de recibir notificaciones constantemente. La puntuación media en el factor “Obsesión por estar informado”, fue de 2.83, lo que no sugiere una tensión en los encuestados por recibir constantemente información. Aunque sí es cierto que las puntuaciones más elevadas se han dado en ítems ubicados en este factor: “25. Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede-3.62”, “26. Navego en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales-3.25” y “28. Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos (ej. tarea, actividades) me hace estar siempre en las redes sociales-3.19”.

Respecto a las hipótesis formuladas referidas a si se encontraban diferencias significativas en las percepciones que los estudiantes mantenían respecto a su adicción a las RSO, en función del género. Podemos decir que nuestro trabajo si se han encontrado; destacándose que los hombres sobresalen por la “satisfacción por estar conectados a las RSO” y en la existencia de “problemas”, y las mujeres en la “obsesión por estar informadas” y en “la necesidad/obsesión de estar conectados”. En este caso nuestros hallazgos van en la dirección contraria de los mostrados por distintos autores que no las encontraron (Basteiro, Robles, Juarros y Pedrosa, 2013; Marín, Sampedro y Muñoz, 2015).

Finalmente indicar que las puntuaciones han sido diferentes en función del país en el cual se encontraban los jóvenes y adolescentes; lo cual sugiere, por una parte que toda medida que se adopte a nivel de formación debe ser conceptualizada, y además cierta influencia social y cultural a la hora de asumir la utilización de las tecnologías.

Los hallazgos que hemos presentado deben contemplarse dentro de las limitaciones que presenta nuestro estudio, entre las cuales se pueden destacar el que hemos trabajado sobre las autopercepciones que los estudiantes tenían respecto a las RSO, y puede que no sean muy conscientes de ello, y de las características de la muestra. Por otra parte, no debemos obviar que es un estudio exploratorio, y con un tipo de muestreo determinado, de todas formas los hallazgos encontrados abren un debate sobre las posibles repercusiones de una tecnología que más fuertemente utilizan los jóvenes y adolescentes.

Lo indicado anteriormente nos lleva a proponer una serie de líneas futuras de investigación: comparación de nuestros hallazgos con los que se pueden obtener en otras escalas de adicción elaboradas, realizar estudios donde se controlen otras variables como por ejemplo la clase social o el número de horas que pasan conectado a la red, comparar las percepciones mostradas por los alumnos ante las RSO con las que puedan tener de ellos sus familias y docentes, y a analizar las posibilidades que para conocer la adicción a las RSO pueden tener otros instrumentos como la entrevista en profundidad.

5. Referencias bibliográficas

- Alaminos, A. (2006). El muestreo en la investigación social. En A. Alaminos y J.L. Castejón, *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*, 46-67. Alcoy: Marfil (eds), Alicante: Universidad de Alicante.
- Altuzarra, A., Gálvez, C. y González, A. (2018). Explorando el potencial de los dispositivos electrónicos y de las redes sociales en el proceso enseñanza-aprendizaje de los universitarios. *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 64, 18-40. DOI: <https://doi.org/10.21556/edutec.2018.64.1031>
- Apple, M. (2012). Are heavy users of computer games and social media more computer literate? *Computers & Education*, 59, 1339-1349.
- Basteiro, J., Robles, A., Juarros, J. y Pedrosa, I. (2013). Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida. *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, 3(1), 2-8.
- Carbonell, X. (2014). ¿Qué son las adicciones tecnológicas? Internet, MMORPG y redes sociales. En Carbonell, X. (coord.). *Adicciones tecnológicas qué son y cómo tratarlas*, (pp. 53-85), Madrid: Síntesis.
- Cerny, C.A. y Kaiser, H.F. (1977). A study of a measure of sampling adequacy for factor-analytic correlation matrices. *Multivariate Behavioral Research*, 12(1), 43-47.
- Cho, E. (2016). Making Reliability Reliable: A Systematic Approach to Reliability Coefficients. *Organizational Research Methods*, 19(4), 651-682. DOI: <https://doi.org/10.1177/1094428116656239>
- Chóliz, M. y Marco, C. (2012). *Adicción a Internet y redes sociales. Tratamiento psicológico*. Madrid: Alianza.
- Echeburúa, E. (2013). Atrapados en las redes sociales. *Revista Crítica*, 985, 30-33.
- Escurreo, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(1). 73-91. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Fernández, T., Alguacil, J., Almaraz, A., Cancela, J. M^a, Delgado, M., García, M., Jiménez, E., Llorca, J., Molina, J. A., Ortiz, R., Valero, L. F. y Martín, V. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: factores asociados y diferencias de género. *Adicciones*, 27(4), 265-275.
- Ferguson, R. y Buckingham, S. (2012). Social Learning Analytics: Five Approaches. In *2nd International Conference on Learning Analytics & Knowledge*, 29 Apr – 02 May 2012, Vancouver: British Columbia, Canada (forthcoming).
- Froment, F., García, A. J. y Bohórquez, M. R. (2017). The Use of Social Networks as a Communication Tool between Teachers and Students: A Literature Review. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4), 126-144.
- Fuentes, J.L., Esteban, F. y Caro, C. (2015). *Vivir en Internet. Retos y reflexiones para la educación*. Madrid: Síntesis.
- García, J. A., López, C., Tur, V., García del Castillo, A. y Ramos, I. (2014). Las redes sociales: ¿adicción conductual o progreso tecnológico? En A. R. Fernández (Coord.). *Interactividad y Redes sociales*. 263-282. Madrid: ACCI.
- González, C. (2013). La adicción a los videojuegos en redes sociales. En F. I. Revuelta y G.A. Esnaola (Coord) (2013). *Videojuegos en redes sociales: Perspectivas del edutainment y la pedagogía lúdica en el aula*, 163-176. Barcelona: Laertes educación.

- Güzin, S. y Koçak, Y. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55, 444-453. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.02.008>
- Isidro, A. I. y Moreno, T. (2018). Redes sociales y aplicaciones de móvil: uso, abuso y adicción. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, 1 (monográfico 3), 203-212.
- Linne, J. (2015). Estudiar en Internet 2.0 Prácticas de jóvenes universitarios de la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicación y Sociedad*, 23, 195-213.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.
- Kuss, D., Griffiths, M., Karila, L. y Billieux, J. (2014). Internet Addiction: A Systematic Review of Epidemiological Research for the Last Decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4026-4052.
- Levene, H. (1960). *Ingram Olkin, Harold Hotelling, et alia, ed. Contributions to Probability and Statistics: Essays in Honor of Harold Hotelling*. Stanford: Stanford University Press.
- Marín, V., Sampedro, B. y Muñoz, J.M. (2015). ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios? *Revista Complutense de Educación*, 26(Número especial), 233-251. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_RCED.2015.v26.46659
- Mateo, J. (2012). La investigación ex post-facto, en R. Bisquerra (coord.). *Metodología de investigación educativa*, 195-229. Madrid: La Muralla.
- O'Dwyer, L. y Bernauer, J. (2014). *Quantitative research for the qualitative researcher*. Los Angeles: Sage.
- Pimmer, C., Linxen, S. y Gröbriel, U. (2012). Facebook as a learning tool? A case study on the appropriation of social network sites from mobile phones in developing countries. *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 726-738. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2012.01351.x>
- Pontes, H. M., Szabo, A., y Griffiths, M. D. (2015). The impact of Internet based specific activities on the perceptions of Internet addiction, quality of life, and excessive usage: A cross-sectional study. *Addictive Behaviors Reports*, 1, 19-25
- Sabariego, M. (2012). El proceso de investigación (parte 2). En Bisquerra, R. (coord.), *Metodología de la investigación educativa*, 127-163. (3ª. ed.). Madrid: La Muralla.
- Sahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale – Student Form: The Reliability and Validity Study. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 168-182.
- Sarrió, C. y Soler, A. (2015). ¿Sustituyen las Redes Sociales a las relaciones interpersonales? Recuperado de <http://www.gestalt-terapia.es/sustituyen-las-redes-sociales-las-relaciones-interpersonales/>
- Seçer, İ. (2013). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi ve raporlaştırma*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sheskin, D.J. (2007). *Handbook of Parametric and Nonparametric Statistical Procedures*. London: Chapman & Hall/CRC.
- Simó, C., Martínez, A., Ballester, M.L., y Domínguez, A. (2017). Instrumentos de evaluación del uso problemático del teléfono móvil/smatphone. *Salud y drogas*, 17(1), 5-14.
- Tutgun-Ünal, A. y Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 6(21), 51-70. DOI: 10.5824/1309-1581.2015.4.004.x.
- Wodzicki, K., Schwämmlein, E. y Moskaliuk, J. (2012). “Actually, I Wanted to Learn”: Study related knowledge exchange on social networking sites. *Internet and Higher Education*, 15(1), 9-14, doi:10.1016/j.iheduc.2011.05.008
- Young, K. (2015). The Evolution of Internet Addiction Disorder., Neuroscientific. En Ch. Montag y M. Reuter (Eds). *Internet Addiction* (pp. 3-17). Switzerland: Springer International Publishing.