

Vício em redes sociais em jovens de Guayaquil, Equador

Addiction to social networks in young people from Guayaquil, Ecuador

Adicción a las redes sociales en jóvenes guayaquileños, Ecuador

Elier GONZÁLES-MARTINEZ¹
Nerexy Villamar ALAVA²

Resumo

O uso excessivo das redes sociais gera transtornos nos adolescentes causando ansiedade para se manter conectado, desconfiança ou, por sua vez, adquirir comportamentos como: abstinência. Esta pesquisa analisa o problema do vício em redes sociais em jovens universitários de Guayaquil, no Equador. A amostra foi composta por 228 estudantes universitários entre 16 e 30 anos, sendo 63,6% do sexo feminino e 36,4% do sexo masculino. Os resultados confirmaram a consistência interna da escala Alfa de Cronbach de resultado 0,857, sendo analisadas as principais estatísticas descritivas (frequência, média) com relação às informações. A Correlação de Pearson foi desenvolvida, destacando a relação entre: a facilidade de comunicação e de estar conectado por mais tempo; bem como, a necessidade de ser informado está relacionada ao ato de revisar as redes como primeira atividade matinal.

Palavras-chave: Vício; Redes sociais; Problemas; Adolescentes; Conduta.

Abstract

The excessive use of social networks generates disorders in adolescents, suffering from anxiety about staying connected, distrust or, in turn, they acquire behaviors such as: abstinence. This research analyzes the addiction problem of social networks in young Guayaquil university students in Ecuador. The sample was 228 university students between 16-30 years old, of them 63.6% are female and 36.4% are male. The results

¹ Doctor en información y comunicación de la Universidad Católica de Louvain, Bélgica y licenciado en Estudios Socioculturales. Profesor de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil. E-mail: egonzalez@ups.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3090-3756>.

² Nerexy Villamar Alava, licenciada en Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. Investigadora invitada del grupo GICOI, áreas de interés: redes sociales, culturas juveniles, consumo cultural en redes sociales. E-mail: nvillamara1@est.ups.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4374-8196>.



confirmed the internal consistency of the Cronbach's Alpha scale of result 0.857, and the main descriptive statistics (frequency, mean) with respect to the information were analyzed. The Pearson Correlation was developed, highlighting the relationship between the ease of communicating and being connected for more time; as well as the need to be informed is related to the act of reviewing the networks as the first morning activity.

Keywords: Addiction; Social media; Problems; Adolescent; Conduct.

Resumen

El uso excesivo de las redes sociales genera trastornos en los adolescentes causando ansiedad por permanecer conectados, desconfianza o, a su vez, adquieren comportamientos como: la abstinencia. Esta investigación analiza la problemática de adicción de las redes sociales en los jóvenes universitarios guayaquileños en Ecuador. La muestra la conforman 228 estudiantes universitarios entre 16-30 años, de ellos un 63, 6% son del género femenino y 36, 4% masculino. Se analizó la estructura de la escala para obtener la fiabilidad. Los resultados confirmaron la consistencia interna de la escala Alfa de Cronbach de resultado 0,857, y se analizaron las principales estadísticas descriptivas (frecuencia, media) con respecto a la información. Se desarrolló la Correlación de Pearson destacándose la relación entre: la facilidad de comunicarse y estar más tiempo conectados; así como, la necesidad de estar informado se relaciona con el acto de revisión de las redes como primera actividad matutina.

Palabras-clave: Adicción; Redes sociales; Problemas; Adolescente; Conducta.

Introducción

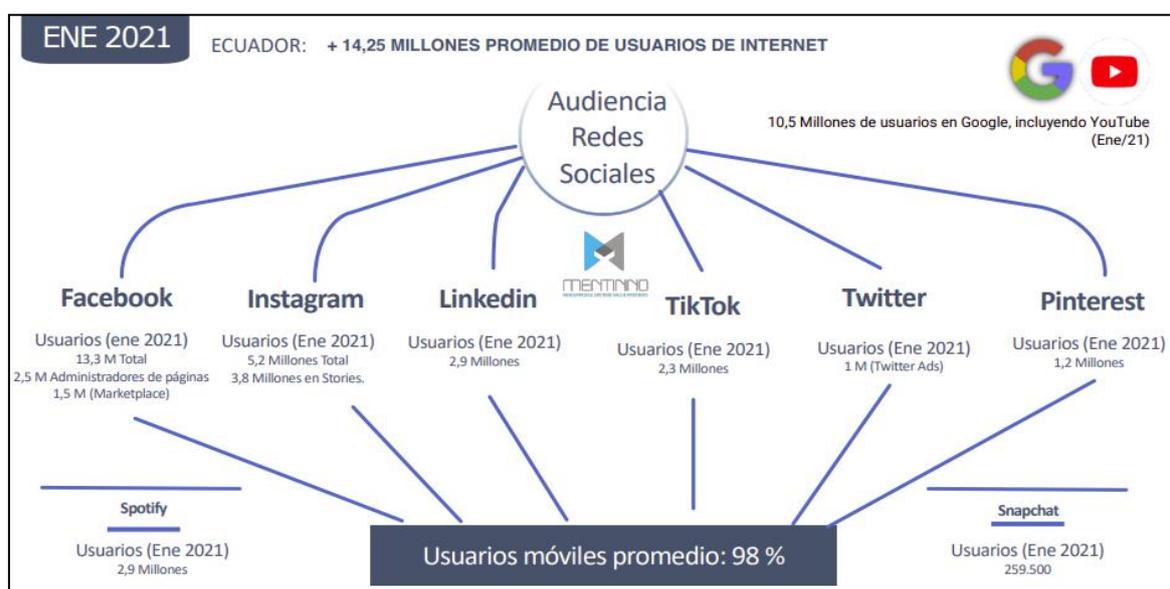
A lo largo de las últimas décadas las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) generaron modificaciones e innovaciones en la sociedad. La herramienta del internet ha influenciado principalmente en los jóvenes (CABERO ALMENARA e colab., 2019). Ellos usan este medio para interactuar con las demás personas; convirtiéndose en un espacio activo en la vida cotidiana que permite la comunicación. Las redes sociales facilitan los modos de socialización con amigos, familias y sobre todo, compartir diferentes contenidos. Distintos tipos de redes sociales son utilizadas por los jóvenes como Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, entre otros.

El promedio de usuarios de internet de las redes sociales usadas por los jóvenes son: Facebook tiene 13,3 millones de usuarios activos; Instagram con 5,2 millones de usuarios; LinkedIn, mantiene una especie de hoja digital, y alcanza los 2,9 millones de usuarios; Spotify es una multiplataforma empleada para la reproducción de música y vía streaming con 2,9 millones de usuarios; TikTok es una de las redes con mayor crecimiento del país que tiene 2,3 millones de usuarios; Pinterest, esta plataforma



posibilita a los usuarios crear colección de imágenes, eventos 1,2 millones de usuarios; Twitter es un espacio de interacción al dar opiniones de diferentes temas coyunturales 1 millón de usuarios, en definitiva, Snapchat es una red de mensajería instantánea que posee un soporte de multimedia 259,5 millones de usuarios (ALCÁZAR PONCE, 2021). Tal como se observa en la figura 1, se percibe el promedio de los usuarios en las distintas redes sociales.

Figura 1. Usuarios en distintas redes sociales



Promedio de usuarios de internet- Audiencia de redes sociales 2021³

Según el estudio realizado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en Ecuador (INEC) indica que en el año 2019 las plataformas más usadas a través de dispositivos móviles fueron Facebook con un 55,4%, WhatsApp con 52%, Instagram 18,2%, YouTube con 15,4%, Twitter 8,8%, LinkedIn 1,6%, Skype 1,5%. Las principales redes sociales que tiene la población son Facebook y WhatsApp; siendo el mayor porcentaje de usuarios de Facebook jóvenes entre 15 a 24 años (78,8%) y de 25 a 34 años (76,9%) (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSO-INEC, 2019).

La adicción a las redes sociales surge por el uso inadecuado que emplean los jóvenes al navegar en estos medios. Su manejo excesivo genera trastornos en los usuarios que permanecen conectados y pierden la conciencia sobre el tiempo límite de conexión, ansiedad por permanecer conectados, desconfianza y temor en las relaciones

³ Adaptado de Promedio de usuarios de internet-Audiencia de redes sociales, Alcázar Ponce, 2021 (www.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador/).



interpersonales (PEÑALBA VICARIO e IMAZ RONCERO, 2019). Las redes sociales pueden generar comportamientos adictivos que perjudican a los jóvenes, estos comportamientos son observables en una persona como: la obsesión al dispositivo móvil (revisando los diferentes medios de redes), incumplimiento de responsabilidades, autoengaño, incluso, mostrar irritación (JOSÉ e GUTIÉRREZ, 2015).

La presente investigación tiene como objetivo analizar la adicción de las redes sociales en los jóvenes universitarios en la ciudad de Guayaquil. Estas pueden mostrar muchos beneficios permitiendo informar, interactuar, entretener y comunicarse con las demás personas. Sin embargo, diferentes estudios demuestran sus aspectos negativos y constituyen una problemática actual en los jóvenes. El problema de adicción a las redes sociales ocasiona aislamiento con el entorno, no mantener una buena comunicación interpersonal entre otros aspectos negativos en los jóvenes.

Marco teórico

El uso de las redes ha devenido una problemática en los adolescentes, este fenómeno de adicción se produce de una manera intensa. Varios expertos de noticias de BBC como ANDREW PRZYBYLSKI, NADIA GOREN, MARK GRIFFITHS, HUGUES SAMPASA-KANYINGA señalan que las personas que pasan dos o más horas al día navegando en las redes sociales poseen más probabilidades de estimar dificultades de salud mental, es uno de los problemas más alarmantes en los jóvenes por el aumento de conexión (BBC NEWS MUNDO, 2018). TUREL y SERENKO (2012) explican el alcance de la adicción a las redes sociales fomentando un modelo aclaratorio donde se toma en cuenta el tiempo dedicado, placer, exhaustividad y la edad como parte principal del hábito adictivo. Las consecuencias de estos problemas de adicción se asocian a algunos aspectos perjudiciales como la pérdida de control, privación del sueño, ocultar sobre su uso, descuido y pérdida de interés, hasta ansiedad (JASSO-MEDRANO e colab., 2017).

Los jóvenes suelen emplear incorrectamente las redes sociales al exceder gran parte de su tiempo en los dispositivos móviles sin tener un límite de conexión. Estos dispositivos se han convertido en el medio de acceso de los adolescentes para mantenerse conectado en las diferentes plataformas sociales, incrementando la comunicación y las relaciones virtuales (ROBERTS e colab., 2015). ISIDRO y MORENO (2018) indican que el pasatiempo de estar conectado en las redes sociales



deteriora las habilidades de aprendizaje causando actitudes negativas como: problemas de soledad, actitud agresiva, problemas de atención, entre otros, que tienen la necesidad de estar prendido al dispositivo usando las redes sociales (CABERO e colab., 2020).

Los adolescentes buscan interactuar constantemente con sus usuarios y tienen la sensación de estar conectado todo el tiempo hasta convertirse en una conducta adictiva (DOMÍNGUEZ POZOS e colab., 2016). El uso excesivo de las redes sociales, adquieren comportamientos como: la abstinencia y la inquietud, entre otros, (CABERO ALMENARA e colab., 2019). ANDREASSEN (2015) menciona que la adicción a las redes sociales conlleva cuatro tipos de consecuencias adversas, así por ejemplos: problemas emocionales, problemas en las relaciones, problemas de rendimiento y problemas de salud. Todos estos problemas perjudican de una manera u otra a los jóvenes que se vuelven adictos a las redes sociales sin darse cuenta adoptan conductas destructivas que provoca mantenerse aislados. Por ejemplo: conflictos personales, familiares, laborales, escolares, problemas de ansiedad, depresión, miedo, conflictos de formación de personalidad y la baja autoestima (ARAUJO ROBLES, 2016).

Sin embargo, otros autores resaltan los aspectos positivos que permiten las redes sociales como: establecer una comunicación directa con sus familiares, estar en contacto con su círculo social, posibilita chatear, remitir mensajes, difundir fotos, videos, transmiten contenidos como challenges de bailes, retos, tutoriales, entre otros, (ECHEBUR e SEBASTI, 2010). Estas formas de interacción determinan la atención de los usuarios por las publicaciones que son transmitidas en las distintas plataformas. Una de las redes sociales que los jóvenes utilizan con mayor frecuencia es TikTok, siendo la aplicación más descargada y usada por sus modos de interactuar con sus seguidores. Esta red social se define por sus distintas temáticas de entretenimiento; es una herramienta interactiva para los adolescentes que suben de 4 a 5 videos diarios (QUIROZ, 2020).

Las redes sociales impulsan a sus usuarios a desarrollar nuevas maneras de vincular con las demás personas, provocando cambios en su comportamiento (DOMÍNGUEZ VERGARA e YBAÑEZ CARRANZA, 2016). Los investigadores advierten la preocupación por algunos jóvenes y el uso inadecuado de las redes sociales al convertirse en una conducta adictiva llegando estimular la existencia de anonimato, falseamiento de identidad, agresividad, engaño, entre otros, (ARAB e DÍAZ, 2015). La adicción a las redes sociales es un problema transitorio y abusivo que se agrupan una



serie de desórdenes psicológicos que muestran síntomas conductuales y efectivos, se relacionan con una tendencia compulsiva por actividades en línea, cyber-relación o al cyber-sexo (HERNÁNDEZ MITE e colab., 2017).

La dependencia a las redes sociales provoca síntomas muy evidentes en las conductas de los jóvenes. Estos síntomas son: bajo nivel de concentración, estrés asociado al vértigo, deficiencia al empobrecer el lenguaje utilizando abreviaturas, emojis, pánico para conocer personas cara a cara, nerviosismo, lamentarse si no tienen likes, retweets o visualización, entre otros, son síntomas que son perjudiciales para los jóvenes (COLOMBO, 2020). El compartimiento de dependencia a las redes sociales altera el estado emocional que afecta la comunicación interpersonal. Así, por ejemplo, se observa en reuniones familiares, almuerzos o cenas los jóvenes prefieren aislarse en su teléfono móvil u otro aparato en vez de conversar y compartir momentos agradables junto a sus familiares (MENDOZA LIPA, 2018).

El exceso a las redes sociales ha mostrado dificultades en los adolescentes, estas señales se prologan en depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, distracción de la salud, abandono escolar. Estos indicios están asociados con los problemas psicosociales (PADILLA-ROMERO e ORTEGA-BLAS, 2017). Por otra parte, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha reconocido ciertos problemas emocionales y de personalidad en los jóvenes, hay ocasiones que estos síntomas se presenta en: timidez abundante y trastornos psiquiátricos como fobia, sentimiento de culpa y falta de efecto (MONTES SOTELO, 2016). Por otra parte, la obsesión, autoestima y el autocontrol son señales relacionados con la adicción y se relaciona a través de la ansiedad y el descuido de las actividades (CHALLCO e colab., 2016).

Los jóvenes son los más vulnerables al tener una conducta adictiva que poseen a las redes sociales, corren el riesgo de tener acceso a contenidos pornográficos o violentos, incitar al suicidio, identidad ficticia que actualmente se percibe en los adolescentes y sufren de acoso (CONTRERAS OROZCO, 2017). La adicción a las redes sociales es un problema que enfrentan los jóvenes al brindar una mínima prioridad a las actividades que benefician su salud. El comportamiento excesivo de estar conectado todo el tiempo sin tener un límite de horas de conexión posee ciertos problemas como olvidarse de los disgustos personales, de la familia e incluso de sus obligaciones. A su vez, es una incógnita que por ende perjudica al desarrollo emocional de los jóvenes debido a la pauta adictiva que posee un trastorno psicológico (CHUQUIMARCA e colab., 2017).



Metodología

Materiales y métodos

En esta investigación se empleó el enfoque metodológico cuantitativo para obtener respuestas del objetivo del estudio, además, permite cuantificar numéricamente la presencia de cada variable de los participantes universitarios.

Participantes del estudio

En la investigación participaron 228 estudiantes universitarios con edades de 18 a 27 años, de ambos sexos, de diferentes instituciones privadas y públicas. Los encuestados se seleccionaron a través del muestreo no probabilístico por conveniencia. Los participantes dieron su consentimiento informado antes de responder la escala. La muestra estuvo compuesta por 63.6% mujeres y 36.4% de hombres. La institución de estudio donde los jóvenes se integran se divide en dos: universidades privadas el 47,8 % y universidades públicas el 52, 2%.

Instrumento

Para el estudio se utilizó el cuestionario “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF) creado por el autor SAHIN (2018) en México. Durante la fase inicial se recogieron 50 respuestas para determinar la confiabilidad y validez del constructo. El cuestionario de adicción a las redes sociales fue adaptado al contexto guayaquileño y constó con 15 ítems agrupados en 4 categorías: (1) problemas, consecuencias que afectan a las actividades laborales, académicas, familiares por el uso excesivo de tiempo de conectividad; (2) satisfacción, placer que los jóvenes sienten de estar conectado a través de las redes sociales; (3) obsesión de estar conectado, inquietud por permanecer conectado para no perderse lo que sucede al día de las cosas que pueden estar ocurriendo en las redes; y finalmente, (4) necesidad de estar conectado, malestar que se produce generalmente cuando los jóvenes no se conectan a las redes sociales y siente esa necesidad de conectarse. Las preguntas se responden mediante una escala de tipo Likert con un rango de totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo.



Recogida de la información y análisis datos

La escala se hizo en la plataforma Google Forms y se aplicó a través de las redes sociales como Twitter, Facebook, WhatsApp. Al finalizar la aplicación se descargó el cuestionario en su versión de Excel. Posteriormente, se utilizó el programa SPSS (26) para realizar los análisis estadísticos. Los resultados se organizan de la siguiente forma: en la primera sección se revisa los resultados de cada interrogante del cuestionario, en la segunda sección se elabora el análisis para llevar a cabo las principales estadísticas descriptivas (frecuencia, media) con respecto a la información de las escalas utilizadas en la investigación de estudio. Además, se desarrolló el análisis de correlación utilizando el coeficiente Pearson.

Análisis de resultados

El primer test fue el cálculo de fiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual resultó 0,857 para la escala general, es decir, indica una buena fiabilidad del estudio. En la primera parte de la encuesta se solicitó la información sociodemográfica de los participantes. Las variables nominales determinan el género, edad, origen étnico, dispositivo, sector de residencia, institución de estudio, los tipos de las redes sociales y las variables ordinales especifican las categorías de la escala.

Del total de los participantes el 63,6 % de las respuestas pertenecen al género femenino y el 36,4% corresponde al género masculino. Dentro esta población de estudio se encuentra el rango de edad de 18 a 27 años (87,3%). Sobre el origen étnico fueron los siguientes resultados: mestizo con 87,7%; afroecuatoriano 0,9%; indígenas 2,6%; blancos 3,5% y por último el montubio 5,3%. Uno de los medios indispensables de los jóvenes para permanecer conectados es el teléfono móvil 65,8%; seguido del teléfono móvil-computadora 21,1% y la computadora 13,2%. El lugar de residencia donde habitan es: sur 48,2%; centro 13,6% y norte 38,2%.

Por otra parte, se consultó a los participantes el tipo de redes sociales más utilizadas, esta interrogante se creó en formato de selección múltiple resultando lo siguiente: Twitter 32,9%; Facebook 73,2%; Instagram 82,5%; TikTok 41,2%; YouTube 58,8%; Skype 1,3%; entre otros 23,2%. Además, se calculó la frecuencia obtenida para cada tipo de red por encuestado y las diferentes combinaciones de respuestas obtenidas: redes sociales_1 (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, entre otros) posee un valor del promedio 2,28 con un total de (228 casos); redes sociales_2 (Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, entre otros) el valor del promedio de 3,41 un



total de (196 casos); redes sociales_3 (Instagram, TikTok, YouTube, Skype, entre otros) el valor del promedio 5,05 con un total (167 casos); redes sociales_4 (TikTok, YouTube, entre otros) el valor del promedio 4,93 con un total de (87 casos); redes sociales_5 (TikTok, Skype, entre otros) el valor del promedio de 4,47 con un total de (30 casos); redes sociales_6 (Skype, entre otros) el valor del promedio 3,80 de un total de (5 casos); redes sociales_7 (entre otros) el valor del promedio de 3,00 con un total de (1 caso).

Categoría satisfacción

La categoría de satisfacción se incluye tres cuestiones que fue contestada de acuerdo con la escala tipo Likert. La primera pregunta de esta categoría indagó sobre las preferencias por estar conectado antes de compartir con amistades. El 35,5 % de los miembros manifestó estar totalmente en desacuerdo; 27,6% en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo el 28,9%. Por su parte, la media obtenida fue de 2,14 reafirmando la tendencia de las respuestas al desacuerdo con el planteamiento del cuestionario. La segunda interrogante indicó como las personas se expresan mejor en las redes sociales. El 14,9 % de los participantes mencionó estar en totalmente en desacuerdo; 24,1% en desacuerdo; 33,8% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 14,0 % de acuerdo; 13,2% totalmente de acuerdo.

Por otro lado, la media alcanzada fue de 2,86 consolidando la tendencia central de las respuestas. Por último, la tercera interrogante señaló que las personas prefieren comunicarse a través de las redes sociales. El 12,7 % de los participantes expresaron estar totalmente en desacuerdo; 21,1% en desacuerdo; 37,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 16,7 % de acuerdo; 11,8% totalmente de acuerdo. Así mismo, la media fue de 2,94 afirmando el monto de los valores dadas en los resultados de la escala.

Categoría necesidad

La categoría de necesidad incorporó cuatro interrogantes. La primera pregunta cuestionó estar de acuerdo o no con las emociones experimentadas al permanecer conectados en las redes sociales. El 15,8 % los participantes manifestaron estar totalmente en desacuerdo; 30,7% en desacuerdo, 33,3% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 14,0 % de acuerdo; 6,1% totalmente de acuerdo. En relación con, la media obtenida fue de 2,64 reafirmando la tendencia de las respuestas del planteamiento, es decir, da el valor de los resultados de las opciones dada en el cuestionario. La segunda



consulta manifestó como las personas están ansioso/a por ir a las redes sociales. El 7,0 % de los encuestados expuso estar totalmente en desacuerdo; 18, 0 % en desacuerdo; 19,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 34,6 % de acuerdo; 20,6 % totalmente de acuerdo. Con respecto a, la media conseguida fue de 3,44 ratificando los resultados en el cuestionario, en otras palabras, es la suma de los valores de todos los ítems de la escala.

La tercera interpelación indicó que las personas lo primero que hace es conectarse a las redes sociales. El 7,5 % de los integrantes señaló estar totalmente en desacuerdo; 15,8% en desacuerdo; 42, 1 % ni de acuerdo ni en desacuerdo; 23,7 % de acuerdo; 11, 6% totalmente de acuerdo. Por otro lado, la media adquirida fue de 3,15 que garantiza los rendimientos de la encuesta, dicho de otra, manera es la suma dividida de todos los casos de esta categoría de la investigación. Para terminar, la cuarta interrogante apuntó sobre la preferencia de pasar más tiempo en las redes sociales cuando están solos. El 4,8% de los participantes anunció estar totalmente en desacuerdo; 10, 1% en desacuerdo; 24,6 % ni de acuerdo ni en desacuerdo; 36, 8% de acuerdo; 23, 7% totalmente de acuerdo 23,7%. En cuanto a, la media alcanzada fue de 3,64 confirmando los valores observados de las alternativas de respuestas del informe.

Categoría problemas

La categoría de problemas inserta tres cuestiones. La primera pregunta declaró sobre omitir tareas por pasar más tiempo en las redes sociales. El 21,9 % de los participantes señaló estar totalmente en desacuerdo; 24,6% en desacuerdo; 26,3% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 15,8 % de acuerdo; 11,4% totalmente de acuerdo. En relación con, la media arrojó un promedio de 2,70 dando respuestas a las alternativas del cuestionario de esta condición. La segunda interpelación enunció en utilizar las redes con mucha frecuencia hasta llegar el punto de olvidarse de su familia. El 28, 2% se indicó estar totalmente en desacuerdo; 36,4% en desacuerdo; 18,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Habría que decir, también que la media conseguida fue 2,32 es la sumatoria de todos los casos de estas variables que muestra la tendencia central del dictamen de los partícipes. La tercera consulta mencionó: ocultas el tiempo real de conexión en las redes sociales. El 32,5 % de los miembros en el cuestionario mencionó estar totalmente en desacuerdo; 40, 4% en desacuerdo; 13, 2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo. Se debe de agregar que, la media fue comprendida 2,14 es la suma de los valores de todas las observaciones de estos procedimientos.



Categoría obsesión

La categoría de obsesión intercala cinco interrogantes, fue contestada de acuerdo con la escala tipo Likert. La primera cuestión de esta categoría señaló que las personas le gustan estar conectadas en las redes sociales para mantenerse informado. El 0,4 % de los miembros indicó estar totalmente en desacuerdo; 2,2 % en desacuerdo; 14,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 45,2 % de acuerdo; 38, 2% totalmente de acuerdo. Así mismo, la media obtenida fue 4,18 confirmando la sumatoria de los ítems de la escala que muestra las respuestas de la encuesta. En la segunda interpelación las personas pasan más tiempo en las redes sociales para observar algunos eventos/acontecimientos especiales como, por ejemplo, cumpleaños. El 7,0 % de los miembros indicó estar totalmente en desacuerdo; 19,3 % en desacuerdo; 27,2 % ni de acuerdo ni en desacuerdo; 36,0 % de acuerdo; 10, 5 % totalmente de acuerdo. Hay que mencionar, además el promedio de la media fue de 3,4 afirmando la suma de los casos del planteamiento de la escala.

La tercera pregunta anunció las personas pasan en las redes sociales para mantenerse informado sobre las cosas relacionadas con los cursos, como, por ejemplo: tarea, actividades, entre otras cosas. El 3,5 % de los participantes mencionó estar totalmente en desacuerdo; 3,9% en desacuerdo; 19,3% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 45, 2 % de acuerdo; 28, 1% totalmente de acuerdo. Otro punto es, la media logró un resultado de 3,90 certificando la tendencia central de las respuestas de la escala de este rango. La cuarta interrogación, las personas navegan en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten los grupos sociales. El 3,1% de los integrantes detalló estar totalmente en desacuerdo; 7, 0 % en desacuerdo; 25, 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 47,4 % de acuerdo; 17, 1% totalmente de acuerdo. La media alcanzada fue de 3, 68 ratificando el promedio de la tendencia central logrando la sumatoria de los valores de esta condición. Por último, la quinta cuestión formuló que los individuos están activos en las redes sociales para estar informado sobre que comparten amigos y familia. El 4,8 % de los participantes señaló estar totalmente en desacuerdo; 11, 8% en desacuerdo; 37, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 32,5% de acuerdo; 13, 2 % totalmente de acuerdo. Por otra parte, la media comprendida fue 3,37 certificando la sumatoria del promedio del rango de este cuestionario.



Análisis de las correlaciones

A continuación, se analizan las correlaciones a través de la Correlación Pearson entre los diferentes ítems de cada categoría.

Correlación de la categoría de satisfacción

Se desarrolló la prueba de la categoría de satisfacción con la finalidad de observar si las preguntas que corresponden al rango poseen un vínculo significativo (Ver Tabla 1). La primera interrogante señaló prefieres estar conectado en las redes sociales en vez de pasar tiempo con tu pareja y amigos, posee una relación con la segunda interrogante las personas se expresan mejor en las redes sociales ($r = ,239^{**}$; $r = ,305^{**}$). Además, la segunda interrogante se asocia con la tercera cuestión los individuos prefieren comunicarse a través de las redes sociales arrojó un resultado ($r = ,239^{**}$; $r = ,550^{**}$).

Tabla 1. Análisis de correlación de la categoría de satisfacción

		Correlaciones		
		Prefieres estar conectado en las redes sociales en vez de pasar con tu pareja, amigos	Me expreso mejor con las personas de las redes sociales	Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales.
Prefieres estar conectado en las redes sociales en vez de pasar con tu pareja, amigos	Correlación de Pearson	1	,239**	,305**
	Sig. (bilateral)		0,000	0,000
	N	228	228	228
Me expreso mejor con las personas de las redes sociales	Correlación de Pearson	,239**	1	,550**
	Sig. (bilateral)	0,000		0,000
	N	228	228	228
Por lo general, prefiero comunicarme con personas a través de las redes sociales.	Correlación de Pearson	,305**	,550**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	
	N	228	228	228

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Correlación de la categoría de necesidad

En la categoría de necesidad la primera pregunta mencionó las personas se emocionan al estar en las redes sociales, se vincula en cómo los individuos están ansiosos/as por las redes sociales y lo primero que hace cuando se despiertan es conectarse ($r = ,368^{**}$; $r = ,515^{**}$). Así mismo, la tercera interrogante tiene una relación con la cuarta consulta que explicó los individuos pasan más tiempo en las redes sociales



cuando están solos da un valor ($r = ,515^{**}$; $r = ,447^{**}$), dicho de otra manera, hay una relación significativa en estas interrogantes (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Análisis de correlación de la categoría de necesidad

		Correlaciones			
		Me emociona estar en las redes sociales.	Estoy ansioso/a por ir a las redes sociales	Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales	Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo
Me emociona estar en las redes sociales.	Correlación de Pearson	1	,368**	,515**	,447**
	Sig. (bilateral)		0,000	0,000	0,000
	N	228	228	228	228
Estoy ansioso/a por ir a las redes sociales	Correlación de Pearson	,368**	1	,399**	,380**
	Sig. (bilateral)	0,000		0,000	0,000
	N	228	228	228	228
Lo primero que hago cuando me despierto es conectarme a las redes sociales	Correlación de Pearson	,515**	,399**	1	,397**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000		0,000
	N	228	228	228	228
Quiero pasar el tiempo en las redes sociales cuando estoy solo	Correlación de Pearson	,447**	,380**	,397**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	
	N	228	228	228	228

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Correlación de la categoría de problemas

Sobre la categoría problemas la primera interrogante indicó las personas omiten las tareas por pasar más tiempo en las redes sociales se enlazó con la segunda pregunta usan las redes sociales con mayor frecuencia que se olvidan de pasar más tiempo con la familia precipita un coeficiente de ($r = ,444^{**}$). Además, la segunda interpelación tiene un vínculo con la tercera cuestión señaló cuando te preguntan el tiempo de conexión ocultas el tiempo real de conectividad que arroja un valor significativo ($r = ,444^{**}$; $r = ,467^{**}$), es decir, los estudios de estos resultados del coeficiente dan una buena aceptabilidad en el rango (Ver Tabla 3).

**Tabla 3** - Análisis de correlación de la categoría de problemas

		Correlaciones		
		Omito mis tareas porque paso mucho tiempo en las redes sociales.	Uso las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia.	Cuando te preguntan el tiempo de conexión a las redes sociales, ocultas el tiempo real de conexión
Omito mis tareas porque paso mucho tiempo en las redes sociales.	Correlación de Pearson	1	,444**	,467**
	Sig. (bilateral)		0,000	0,000
	N	228	228	228
Uso las redes sociales con tanta frecuencia que me olvido de mi familia.	Correlación de Pearson	,444**	1	,622**
	Sig. (bilateral)	0,000		0,000
	N	228	228	228
Cuando te preguntan el tiempo de conexión a las redes sociales, ocultas el tiempo real de conexión	Correlación de Pearson	,467**	,622**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	
	N	228	228	228

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Correlación de la categoría de obsesión

Por último, la categoría obsesión la primera pregunta expresó los jóvenes les gusta usar las redes sociales para mantenerse informado sobre todo lo que sucede, se relaciona con la segunda interrogante las personas pasan más tiempo para ver algunos eventos/acontecimientos especiales, como, por ejemplo: cumpleaños da un resultado de coeficiente ($r = ,245^{**}$). La segunda cuestión tiene un vínculo con la primera y tercera interpelación donde señaló que los individuos se mantienen informado sobre las cosas relacionadas con los cursos, así, por ejemplo; tarea, actividades da un valor de significatividad ($r = ,245^{**}$; $r = ,439^{**}$). La tercera interrogante se asocia con la cuarta interpelación se indicó que los jóvenes navegan en las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que comparten en los grupos ($r = ,439^{**}$; $r = ,406^{**}$). Así mismo, la cuarta interpelación se enlaza con la quinta consulta las personas están activos en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre que comparten amigos y familia ($r = ,406^{**}$; $r = ,339^{**}$). En otras palabras, estos valores confirman la validez del constructo que señala que es aprobado en el estudio (Ver Tabla 4).

**Tabla 4** - Análisis de correlación de la categoría de obsesión

		Correlaciones				
		Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede.	Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/acontecimientos especiales como, por ejemplo, cumpleaños.	Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos como, por ejemplo: Tarea, actividades, entre otras cosas.	Navego en las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales	Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre que comparten amigos y familia
Me gusta usar las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que sucede.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1	,245**	,439**	,406**	,339**
			0,000	0,000	0,000	0,000
		228	228	228	228	228
Paso más tiempo en las redes sociales para ver algunos eventos/acontecimientos especiales como, por ejemplo, cumpleaños.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,245**	1	,336**	,393**	,400**
		0,000		0,000	0,000	0,000
		228	228	228	228	228
Mantenerme informado sobre las cosas relacionadas con mis cursos como, por ejemplo: Tarea, actividades, entre otras cosas, me hace estar siempre en las redes sociales.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,439**	,336**	1	,449**	,234**
		0,000	0,000		0,000	0,000
		228	228	228	228	228
Navego en las redes sociales para mantenerme informado sobre lo que comparten los grupos de medios sociales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,406**	,393**	,449**	1	,498**
		0,000	0,000	0,000		0,000
		228	228	228	228	228
Siempre estoy activo en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre que comparten amigos y familia	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,339**	,400**	,234**	,498**	1
		0,000	0,000	0,000	0,000	
		228	228	228	228	228

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia



Discusiones

De acuerdo con los resultados presentados anteriormente, la adicción a las redes en los jóvenes universitarios evidencia ciertas características de varios análisis que se asemejan a este fenómeno. Los resultados de la investigación revelan que las redes sociales más utilizadas por los adolescentes son: el 32,9 % Twitter; 73,2 % Facebook; 82,5 % Instagram; 41,2 % TikTok; 58,8% YouTube; 1,3 % Skype; 23,2 % entre otros. Estas son las principales redes sociales empleadas por los participantes de ambos géneros el 63,6 % de las respuestas pertenecen al sexo femenino y el 36,4% corresponde al sexo masculino.

ROBERTS e colaboradores (2015) explicaron que los dispositivos móviles se han convertido en la herramienta de acceso de los adolescentes y las personas pueden ocupar pasar gran parte de su tiempo en los aparatos sin tener un límite de conexión. En esta investigación se obtuvieron resultados similares, siendo el teléfono móvil el aparato más utilizado para permanecer conectado (65,8% usan el teléfono móvil; 21,1% teléfono móvil- computadora y 13,2% la computadora).

Se han identificado cuatro factores en la investigación que son: satisfacción, problemas, obsesión, necesidad. En la categoría de satisfacción una de las primeras interrogantes es sobre las preferencias por estar conectado antes de compartir con amistades, el 4,8% de los participantes manifestaron estar de acuerdo. Otros de los ítems, señalaron los individuos prefieren comunicarse a través de las redes sociales, el 16,7% de los estudiantes de la investigación respondieron a esta consulta de este nivel estar de acuerdo. Los autores DOMÍNGUEZ POZOS e colab. (2016) indicaron que los adolescentes buscan interactuar con sus usuarios y prefieren estar conectados todo el tiempo, es esa sensación de comunicarse en las plataformas hasta convertirse en una conducta adictiva que afecta a la comunicación interpersonal y dificulta las relaciones sociales.

Revisando la segunda escala de la categoría necesidad, se estudió las respuestas de los estudiantes y expresaron que las personas se emocionan estar conectados en las redes sociales. El 84,0 % de los participantes respondieron estar de acuerdo. Otros de los puntos, los estudiantes se sienten ansioso/a por estar conectados a las redes sociales, el 34,6% mencionaron estar de acuerdo. Con respecto, al artículo el autor de la indagación (COLOMBO, 2020) señaló el compartimiento de dependencia a las redes sociales alarma el estado emocional de los adolescentes que perjudica el desarrollo de la comunicación interpersonal.



Por otro lado, en la categoría problemas, se percibió los resultados de los integrantes de la encuesta. La primera pregunta mencionó que usan las redes sociales con mayor frecuencia y se olvidan de pasar más tiempo con la familia. El 15,8 % de los integrantes señalaron estar de acuerdo. La segunda interrogante enunció las personas omiten las tareas por pasar más tiempo en las redes sociales. El 9,6% de los participantes señalaron estar de acuerdo. MENDOZA LIPA (2018) en su estudio manifestó que; en las reuniones familiares, almuerzos o cenas, los jóvenes prefieren permanecer conectados en su teléfono móvil u otro aparato en vez de conversar y compartir momentos más agradables junto a sus familiares. Además, el autor ARAUJO ROBLES (2016) enunció que los jóvenes poseen ciertos tipos de comportamientos que provocan mantenerse aislado de sus obligaciones principalmente en las actividades escolares por estar conectado en las redes sociales.

Analizando los resultados de la última escala de la categoría obsesión, se examinó la primera consulta usan las redes sociales para mantenerse informado sobre lo que sucede. El 45,2% de los estudiantes manifestó estar de acuerdo. En la segunda pregunta los jóvenes siempre están activos en las redes sociales para estar inmediatamente informado sobre que comparten amigos y familia. El 32,5% de los estudiantes expresaron estar de acuerdo. Por otra parte, en la investigación los autores ECHEBUR e SEBASTI (2010) mencionaron los aspectos positivos que permiten las redes sociales como: establecer una comunicación directa con sus familiares, amigos, a su vez, posibilita transmitir contenidos es uno de los modos de interacción de los usuarios para estar informado con lo que sucede en el día o compartir por medio de su círculo social.

Conclusiones

Para concluir, los análisis de esta investigación muestran una fiabilidad en el estudio, las redes sociales son medios selectos de los jóvenes para su comunicación e interacción con las demás personas, sin embargo, el uso inadecuado que los adolescentes emplean en las redes sociales puede ocasionar comportamientos adictivos que son dañinas en la salud emocional que afectan a las personas por el uso excesivo del medio. La adicción a las redes sociales trae consigo consecuencias perjudiciales en los jóvenes, como problemas emocionales, problemas en las relaciones, problemas de rendimiento escolar y problemas de salud. Estos inconvenientes deterioran a las personas hasta convertirse en una conducta adictiva



corriendo el riesgo de contenido pornográfico, suicidios, depresión, bajo autoestima, entre otros, factores que son dañinos para las personas.

Actualmente, esta herramienta es una de las problemáticas más observadas por los jóvenes por el uso inadecuado que afecta a la comunicación interpersonal que dificulta las relaciones sociales, estas conductas desarrollan una serie de desórdenes psicológicos, es fundamental que los padres ayuden a controlar el uso de las redes sociales a sus hijos, que les brinde apoyo y procurar un entorno protector a los adolescentes ante el uso excesivo de las redes sociales, en seguir consejos de personas especializadas para los jóvenes que padecen de estos tipos de problemas de adicción a las redes sociales.

Referências

ALCÁZAR PONCE, Pablo Juan. **Mentinho – Innovation & Lifetime Value Partners**, p. 37, 2021. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1TBOrruF1z7eRTR_Xcs1VPTb3jnro1SMq/view

ARAB, L. Elías e DÍAZ, G. Alejandra. **Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos**. Revista Médica Clínica Las Condes, v. 26, n. 1, p. 7–13, 2015. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>

ARAUJO ROBLES, Elizabeth Dany. **Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima**. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 2016. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.10.494>

CABERO ALMENARA, Julio e colab. **La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano**. Revista Complutense de Educación, v. 31, n. 1, p. 1–12, 2019. <https://doi.org/10.5209/ceed.61722>

CABERO, Julio e PÉREZ, José Luis e VALENCIA, Rubicelia. **Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. Scale to Measure the Students' Addiction to Online social media**. Convergencia, v. 27, n. 2018, 2020. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>

CHALLCO, K. e RODRÍGUEZ, S. e JAIMES, J. **Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria**. Revista Científica de Ciencias de la Salud, p. 7, 2016. <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>

CONTRERAS OROZCO, Leticia. **Las redes sociales digitales como factor de proximidad entre la sociedad y los gobiernos subnacionales en México Digital / Social Networks as a Factor of Proximity Between Society and Subnational Governments in Mexico**. RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas, v. 6, n. 12, p. 225–249, 2017. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v6i12.131>

DOMÍNGUEZ POZOS, Fernando de Jesús e LOPÉZ-GONZÁLEZ, Rocío e ORTEGA, Juan Carlos. **“Hagan un grupo de Facebook para esta clase”. ¿De qué hablamos cuando**



hablamos de redes sociales? Revista Interamericana de Educación de Adultos, v. 38, n. 2, p. 116–126, 2016. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4575/457546143007.pdf>

DOMÍNGUEZ VERGARA, Julio A. e YBAÑEZ CARRANZA, Jessenia. **Adicción a las redes y habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa privada.** Propósitos y Representaciones, v. 4, n. 2, 2016. <https://doi.org/10.20511/pyr2016.v4n2.122>

ECHEBUR, Enrique e SEBASTI, San. **Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto/Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge.** Adicciones. v. 22, p. 91–96, 2010. <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>

HERNÁNDEZ MITE, Kelly Deysi e YANEZ PALACIOS, Jorge Fabián e CARRERA RIVERA, Abdón Andrés. **Las redes sociales y adolescencias: repercusión en la actividad física.** Revista Universidad y Sociedad, v. 9, n. 2, p. 242–247, 2017. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n2/rus33217.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSO INEC. **Tecnologías de la Información y Comunicación. Encuesta multipropósito - TIC 2019.** Inec, p. 1–41, 2019. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>

JASSO-MEDRANO, José Luis e LÓPEZ-ROSALES, Fuensanta e DÍAZ-LOVING, Rolando. **Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil.** Acta de Investigación Psicológica - Psychological Research Records, v. 7, n. 3, p. 2832–2838, 2017. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358954155010> .

JOSÉ, Juan e GUTIÉRREZ, Prieto. **Las redes sociales de internet ¿una nueva adicción?** Revista Argentina de Clínica Psicológica, v. XXIV, n. 2, p. 149–155, 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281946783007%0A>

MENDOZA LIPA, Juan Ruben. **Uso excesivo de redes sociales de internet y rendimiento académico en estudiantes de cuarto año de la carrera de psicología UMSA.** Educación Superior, v. 5, n. 2, p. 57–70, 2018. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/pdf/escepies/v5n2/v5n2_a08.pdf

MONTES SOTELO, Alejandra. **Adicción a Las Redes Sociales.** Repositorio Benemérita Universidad Autónoma De Puebla. [S.l.: s.n.], 2016. Disponible en: http://eprints.rclis.org/29200/1/Montes_BUAP_2016_redes.pdf

PADILLA-ROMERO, Carmen e ORTEGA-BLAS, Juliana. **Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. CASUS.** Revista de Investigación y Casos en Salud, v. 2, n. 1, 2017. <https://doi.org/10.35626/casus.1.2017.31>

PEÑALBA VICARIO, A. e IMAZ RONCERO, C. **Dificultades en las relaciones interpersonales y Fear of Missing Out: ¿predictores del riesgo de adicción a las redes sociales?** Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil, v. 36, n. 3, 2019. <https://doi.org/10.31766/repisij.v36n3a2>

QUIROZ, Natalia Tamara. **TikTok, la aplicación favorita durante el aislamiento.** Revista Argentina de Estudios de Juventud, n. 14, p. e044, 2020. <https://doi.org/10.24215/18524907e044>

ROBERTS, James A. e PULLIG, Chris e MANOLIS, Chris. **I need my smartphone: A hierarchical model of personality and cell-phone addiction.** Personality and



Individual Differences, v. 79, p. 13–19, 2015. Disponible en:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2015.01.049>

VALENCIA-ORTIZ, R., CABERO-ALMENARA, J., GARAY RUIZ, U., & FERNÁNDEZ ROBLES, B. (2021). **Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes.** Revista Tecnología, Ciencia y Educación. <https://doi.org/10.51302/tce.2021.573>

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.