



UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO**  
**DE LOYOLA**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**Carrera de Psicología**

**INFLUENCIA DE LA ADICCIÓN A REDES SOCIALES  
TECNOLÓGICAS EN LA AFECTIVIDAD NEGATIVA DE  
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE  
LIMA METROPOLITANA**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de  
Bachiller en Psicología**

**MARCOS EUSEBIO OCHOA PANAIFO**

**Asesora:**

**María Bárbara Alarco Ferradas**

**Lima – Perú**

**2019**

## Resumen

Las redes sociales tecnológicas han cambiado notablemente la forma de comunicarse y socializar en las personas. Los universitarios las usan constantemente, pudiendo desencadenar una adicción a la misma y estas pueden tener un impacto negativo en la forma de sentirse. Este estudio buscó determinar si la Adicción a las Redes Sociales (ARS) tecnológicas influye en la Afectividad Negativa (AN) de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. Se usó una muestra de 300 estudiantes (55.3% mujeres) de una universidad privada de Lima Metropolitana entre 18 a 30 años. ( $M= 23.15$ ;  $DE= 2.667$ ). Se utilizó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (CARS) de Ecurra y Salas (2014), el cual evalúa 3 dimensiones: obsesión (A1), falta de control (A2) y uso excesivo (A3). Asimismo, se usó el PANAS X para la AN de Watson, Clark y Tellegen (1988). Después del análisis de regresión lineal múltiple, se determinó una influencia baja, pero significativa de la ARS sobre la AN ( $\beta=.301$ ;  $R^2=.091$ ). Especialmente, las dimensiones A1 ( $\beta= -.297$ ) y A2 ( $\beta= .302$ ) sobre AN ( $\beta > .20$ ). Se concluyó que los individuos que tengan ARS serán influidos de forma positiva sobre su AN. Los universitarios que tengan un nivel elevado de adicción a redes sociales, podrían experimentar emociones negativas constantemente.

**Palabras clave:** adicción a redes sociales, afectividad negativa, universitarios.

## Abstract

Technological social media have notably changed the way people communicate and socialize. The university students use them constantly, being able to trigger an addiction to it and these can have a negative impact on the way of feeling. This study aims to determine if the addiction to social media networks (ARS) influences the Negative Affectivity (NA) of university students. A sample of 300 students (55.3% women) from a private university in metropolitan Lima between 18 and 30 years old was used. ( $M = 23.15$ ;  $SD = 2667$ ). The Social Network Addiction Questionnaire (CARS) by Ecurra and Salas (2014) was used, which evaluates 3 dimensions: obsession (A1), lack of control (A2) and excessive use (A3). Likewise, PANAS X by Watson, Clark y Tellegen was used for Negative Affectivity (NA). After the multiple regression analysis, a significant influence of the ARS on the NA ( $\beta=.301$ ;  $R^2=.091$ ) was determined. Especially, dimensions A1 ( $\beta= -.297$ ) and A2 ( $\beta=.302$ ) on NA ( $\beta> .20$ ). It was concluded that individuals who have ARS will be positively influenced on their AN. University students who have a high level of addiction to social networks, could experience negative emotions constantly.

**Keywords:** addiction to social media networks, negative affectivity, university students.

## Tabla de contenidos

Introducción.....	5
Objetivos e hipótesis.....	13
Objetivo general .....	13
Objetivos específicos.....	13
Hipótesis general.....	13
Hipótesis específicas .....	14
Método.....	14
Tipo y diseño de investigación .....	14
Participantes.....	14
Instrumentos.....	16
Procedimiento .....	17
Análisis de datos .....	17
Resultados.....	18
Validez.....	18
Análisis descriptivo y correlacional.....	20
Discusión .....	21
Conclusiones.....	24
Referencias .....	25
Anexos.....	28

## Introducción

Una red social es definida por Fernández (2013) como una estructura que está compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones, los cuales se vinculan mediante lazos interpersonales; es decir, se conocen como amistad, parentesco o el común de relaciones. Fernández (2013) concluye que, en la actualidad, todos los seres humanos pertenecen de una forma u otra a una red social. Además, incluye el término de Redes Sociales de Internet con las siglas RSI, las cuales permiten a las personas poder compartir gustos e intereses comunes mediante las plataformas digitales, ya que las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) han venido evolucionando a gran escala en todo el mundo.

Las redes sociales en internet o de redes sociales tecnológicas han generado nuevas formas de comunicarse, de socializar y han sido factores determinantes en la globalización. En el Perú, estas han crecido a gran escala últimamente. Según Arellano Marketing (2015), la red social más usada en el Perú es Facebook (58%), le siguen Youtube (39%), Twitter (38%), Instagram (36%), LinkedIn (25%) y Pinterest (8%). Esto es un claro indicador de que en el país hay una gran acogida por estas plataformas. En este panorama destacan los jóvenes quienes en un 90% se conectan al menos una o dos veces por día (en el uso normal) y en particular en los jóvenes universitarios quienes con los adelantos tecnológicos y el incremento del uso de las TICs en la educación superior acceden a la internet no solo por razones personales sino incluso académicas. Es así que el uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios de Lima juega un papel determinante en sus vidas. Por ejemplo, Salas y Escurra (2014) indican que la comunicación entre universitarios se da en mayor medida vía mensajes textuales que cara a cara.

En cuanto al uso de las redes sociales, Salas y Escurra (2014) concluyen que los estudiantes universitarios de Lima prefieren conectarse a ellas desde sus domicilios y en segundo lugar desde sus teléfonos celulares. Por otro lado, Arnao y Superachín (2016) postulan que los adolescentes y jóvenes prefieren más el Facebook en comparación con otras redes. Más aún, un joven puede dedicar un mínimo de una hora y un máximo de 15 minutos conectado en redes sociales. Arnao y Superachín (2016) concluyen que los hombres usan las redes sociales para un fin informacional-relacional mientras que las mujeres para lo hacen para un uso emotivo-expresivo o para tener notoriedad. Asimismo, el 88% de las

publicaciones de los jóvenes están relacionados con su vida privada, el 44% de dichas publicaciones se asocian con la expresión de emociones en busca de notoriedad. Los individuos, a gran escala, usan las redes sociales para obtener la aceptación de los demás y no quedar desactualizados ante eventos o situaciones importantes; en efecto, diversos problemas se pueden generar por el mal uso y el abuso de estas. Es por ello, que el concepto del uso excesivo a las redes sociales va en crecimiento y se ha masificado rápidamente, tal como lo señalan Echeburúa y Requesens (2013), quienes postulan que este uso excesivo genera dependencia e interfiere severamente en el ámbito social, académico y otros. Además, el uso excesivo de las redes sociales puede generar diversos efectos nocivos para la salud del individuo tales como el desbalance en el ritmo de vida, trastorno del sueño, pérdida del control de sus deberes, falta de interés en realizar otras actividades y afección en sus relaciones sociales de todo tipo.

Es importante mencionar que Widyanto y Griffiths (2006) proponen que los conceptos de “adicción”, “uso excesivo”, “uso patológico”, “uso problemático” de las plataformas virtuales hablan básicamente de lo mismo. Una persona podría estar mucho tiempo conectado a una plataforma digital descuidando otras áreas de su vida.

La Adicción a las Redes Sociales (ARS) es detallada por la American Psychiatric Association (2013) en el Manual Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales DSM-V como trastornos no relacionados a sustancias. La ARS y nuevas tecnologías se define como una obsesión por el uso de internet, incapacidad de controlar su uso con vulnerabilidad psicológica y pérdida de relaciones sociales (Echeburúa y Gargallo, 2010). Asimismo, la Organización Mundial de la Salud – OMS (1992) define a las adicciones como enfermedades físicas, psicoemocionales y que crean una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. Estas se caracterizan por contener los factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales. Esto es siempre y cuando, se esté hablando de un uso patológico a las redes sociales digitales. Existe cierta discrepancia respecto al término “uso excesivo” y “adicción”, ya que Widyanto y Griffiths (2006) lo plantean como un concepto muy similar; sin embargo, Salas y Ecurra (2014) usan el término Adicción a Redes Sociales (ARS) basándose en los criterios similares a la de las adicciones a las drogas. En efecto, se usaron estos criterios para fines de este estudio.

Más aún, Choliz y Marco (2012) añaden características e implicancias de la ARS como: perturbación de relaciones familiares y de relaciones sociales, incapacidad de dejar

de usar la red social y sensación de enorme malestar cuando el individuo no se puede conectar. Choliz y Marco (2012) concluyen que se debe hablar de ARS cuando los rasgos son parecidos a las adicciones por el consumo de sustancias psicoactivas. Es decir, cuando un individuo usa excesivamente las redes sociales presenta un marcado deterioro en el cuidado personal, descuido de actividades que solían ser importantes, cambios de estado de ánimo en periodos de abstinencia y otros asociados indicadores asociados comúnmente a la adicción de alguna sustancia psicoactiva.

Con respecto a las dimensiones de la ARS, Salas y Ecurra (2014) consideran tres dimensiones principales: Obsesión por las redes sociales (A1): la cual se define como los pensamientos automáticos relacionados al uso de las redes sociales; es decir, el hecho de no poder dejar de pensar y fantasear con ellas. Lo cual genera un malestar considerable y ansiedad si es que existe una falta de acceso a las mismas. Asimismo, la falta de control personal en el uso de las redes sociales (A2): la cual se manifiesta mediante la preocupación excesiva por la incapacidad de poder limitar su uso, que se traduce en deterioro social, académico y familiar. Finalmente, el uso excesivo de las redes sociales (A3): la cual se manifiesta mediante un uso prolongado frecuente de las redes sociales; más aún, el hecho de no poder disminuir su uso. Adicionalmente, Salas y Ecurra (2014) manifiestan la necesidad de estudiar diversas pruebas psicológicas que permitan adaptarse al medio local usando metodologías psicométricas válidas y confiables, ya que ellos sustituyen el término “sustancia” por el término “redes sociales”.

Diversas consecuencias pueden aparecer debido al uso de estas plataformas digitales, sobre todo, en poblaciones jóvenes. Morrison (2010) determinó que, en el Reino Unido, las personas que pasan más tiempo navegando en internet y usando las redes sociales, tienen más probabilidades de sufrir depresión. La edad promedio era de 21 años y que, principalmente, eran jóvenes universitarios los que se encontraban en este grupo de riesgo. Por otro lado, Lin et al., (2016) detectaron una relación entre la depresión y el uso excesivo de las redes sociales en personas de 19 a 32 años, especialmente, una población universitaria en los Estados Unidos. De hecho, Lin et al. (2016) refieren que no se sabe con exactitud si la depresión causa adicción a las redes sociales o viceversa, ya que es factible que las personas que ya se encuentran deprimidas usen las redes sociales para tratar de llenar esa sensación de vacío que perciben o que la ARS produciría depresión.

Se sabe que diversos estudios usan la variable depresión para fines académicos; sin embargo, la depresión es catalogada por la OMS (1992) mediante el CIE-10 como un trastorno psiquiátrico que se caracteriza por la disminución de la atención y concentración, sentimientos de inferioridad, trastornos del sueño, pérdida o aumento de apetito, baja autoestima, abulia, anhedonia y otros relacionados. Es por ello que algunos signos depresivos que podrían ser medidos con instrumentos psicométricos, sirven como referencia. En esa línea, Watson y Tellegen (1985) establecieron conexiones entre las dimensiones del estado de ánimo autopercebido y el diagnóstico diferencial de la psicopatología, en especial con los trastornos del estado de ánimo, que incluye a la depresión. Ellos describen un modelo bidimensional de la afectividad.

Watson y Tellegen (1985) definen la afectividad como el conjunto de emociones experimentadas por el ser humano, se divide en torno a dos dimensiones, Positiva (AP) y Negativa (AN). La Afectividad Positiva (AP) es la suma de emociones placenteras que se denotan mediante la motivación, energía, sentimiento de logro; las cuales generan confianza, mayor vitalidad y está relacionada con la extroversión. Por otro lado, la Afectividad Negativa (AN) es la suma de emociones que no generan placer; al contrario, generan malestar, miedo, inhibición y frustración.

El concepto del afecto positivo y negativo surge a través de Bradburn (1969) quien los cataloga en dos dimensiones unipolares que son independientes entre sí. El afecto positivo es una dimensión que reúne todos los estados afectivos de corte positivo tales como el entusiasmo, la felicidad y otros. Por otro lado, el afecto negativo es, también, una dimensión que incluye los estados de ánimos de corte negativo tales como la ansiedad, la ira, la tristeza y otros. Bajo esta conceptualización se pueden categorizar a individuos que gran parte del tiempo se encuentran con estados de ánimo negativos como individuos infelices y personas con estados de ánimo positivos como felices. Además, bajo este modelo se puede describir cuando las personas tienen un afecto aplanado; es decir, cuando los individuos presentan niveles altos de afecto positivo y negativo al mismo tiempo o de manera inversa.

La AP contiene dimensiones que reflejan el nivel de compromiso agradable con el entorno tales como el entusiasmo y la felicidad. Se entiende por entusiasmo a la exaltación del estado de ánimo producida por algo que es admirado (Ambrona y López-Pérez, 2014). Por otro lado, la felicidad, según Alarcón (2009), es definida como un estado afectivo de



satisfacción plena donde el individuo experimenta de manera subjetiva la posesión de un bien deseado.

La AN contiene el miedo, la tristeza y la vergüenza. Lynch y Martins (2015) definen al miedo como una reacción emocional automática ante el daño potencial que el individuo pudiese sufrir. La cual se caracteriza por generar una respuesta automática de índole emocional o fisiológico. Por otro lado, Goleman (1995) define a la tristeza como un estado de ánimo que suele aparecer después de un acontecimiento doloroso y es lo contrario a la alegría. Se caracteriza por el decaimiento y la pérdida de motivación. Más aún, Evans (2001) conceptualiza la vergüenza como un sentimiento de pérdida de dignidad que aparece luego de una situación humillante, sea del mismo individuo o de un ente externo, y que se caracteriza por la turbación en el ánimo.

Cuando se habla de la afectividad, especialmente en población universitaria, Fernández-Castillo, Morelio, Grau y Cruz (2016) identificaron la predisposición a la AN en una población de estudiantes de una universidad latinoamericana. De hecho, al ser los universitarios, una población activa en las redes sociales, podrían tener una tendencia a experimentar emociones negativas. Las horas de sueño, las horas de conexión a redes o su sistema de afronte podría jugar un rol protagónico a la hora de experimentar afectividad positiva o negativa. Una de las ventajas del uso de las redes sociales en universitarios es que se hace todo más rápido; por ejemplo, las tareas, los trabajos grupales, las reuniones vía internet y otros que permiten una interacción en tiempo real. No obstante, Chaparro, Echeverry y Arévalo (2014) postulan que no todo lo que aparece en las redes sociales es real; es decir, muchas personas creen que los cuerpos, los estados, los comentarios indicadores de que los demás individuos están felices y ellos no. De hecho, esto sucede muy a menudo en las redes sociales pudiendo ocasionar diversos problemas en la afectividad de los usuarios, especialmente los más jóvenes.

Salcedo (2016) determinó la relación entre la ARS y la autoestima a través de un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional. La muestra fue conformada por 346 alumnos de una universidad privada de Lima (67.6% mujeres) que circulaban entre los 16 y 25 años (promedio= 19.28; DE=19). Asimismo, se usó el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (CARS) y el Inventario de Autoestima para medir las variables correspondientes. Los resultados señalan que existe una relación negativa significativa entre las variables ( $r = -.469, p < .01$ ) en otras palabras, que las personas que tienen ARS

tienen una autoestima baja. La autora concluye que los individuos con un nivel de autoestima bajo, buscan refugiarse más en el uso de las redes sociales; sin embargo, al ser un estudio correlacional, no necesariamente implica causalidad.

Por otro lado, Herrera, Murguía, Palomar y Zavala (2010), determinaron la relación entre la adicción al Facebook, la autoestima baja, la depresión y la falta de habilidades sociales mediante un diseño transversal, no experimental. La red social Facebook, fue uno de los pilares de ese trabajo, ya que es la más usada a nivel mundial. La muestra fue conformada por 63 alumnos de la Universidad Iberoamericana de México (60.3% de mujeres), la edad con mayor frecuencia era 22. Además, para medir las variables se usaron el Cuestionario de Adicción al Facebook, Cuestionario de Evaluación de la Autoestima, el Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales en la Adolescencia y el Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet. Los resultados muestran que los adictos a Facebook tienen una predisposición a la depresión ( $t=5.5635$ ;  $p=.001$ ), a ser menos asertivos ( $t=4.399$ ;  $p=.001$ ), a tener menos calidad de relaciones tanto con amigos como con la familia ( $t=4.078$ ;  $p=.001$ ), o a tener problemas para hablar en público que los no adictos ( $t=4.457$ ;  $p=.001$ ). Asimismo, tienen tendencia a una baja autoestima ( $t=4.116$ ;  $p=.001$ ), percepción deteriorada ante determinados eventos y de su propio físico ( $t=3.799$ ;  $p=.001$ ). Los autores concluyen que los sujetos no adictos al Facebook son más equilibrados logrando un mayor autocontrol en situaciones estresantes; asimismo, las personas que usan más el Facebook tienen más propensión a sufrir de depresión.

Otro estudio corresponde a Chalco, Rodríguez y Jaimes (2016), quienes establecieron la relación entre la autoestima, el autocontrol y el riesgo de ARS en estudiantes de secundaria de un colegio de Lima a través de un estudio descriptivo-correlacional. La muestra fue conformada por 135 alumnos de un colegio público de Lima metropolitana entre 14 a 16 años. Asimismo, se usaron el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (CARS), el Cuestionario de Autoestima y el Cuestionario de Autocontrol Infantil-Adolescente, para medir las variables correspondientes. Los resultados señalan que existe una relación negativa significativa entre Riesgo a la Adicción de Redes Sociales y las otras variables (*Autoestima*:  $r = -.287$ ;  $p = .001$  y *Autocontrol*:  $r = -.288$ ;  $p = .001$ ). Los autores concluyen que, a menor autocontrol y autoestima, el riesgo de tener adicción a las redes sociales aumenta.

En esa misma línea, Gonzáles, Landero y García-Campayo (2009) relacionaron la ansiedad, depresión y los síntomas psicossomáticos en universitarios de una universidad mexicana a través de un estudio exploratorio. La muestra fue conformada por conveniencia, por 506 estudiantes de 2 universidades de Monterrey en México (80.8% mujeres) promedio= 20.71; DE=3.39. Asimismo, se usó el Cuestionario BDI para medir depresión. Los resultados fueron que los síntomas psicossomáticos - la depresión ( $r=.446$ ;  $p=.01$ ), los síntomas psicossomáticos - la ansiedad ( $r=.211$ ;  $p=.01$ ) la ansiedad - depresión ( $r=.315$ ;  $p=.01$ ). Los autores concluyen que existe una tendencia al alza de síntomas psicossomáticos cuando los niveles de ansiedad y depresión en las personas que lo padecían aumentan.

En el medio oriente, Ahmad, Hussain y Munir (2018) relacionaron las redes sociales y la depresión en estudiantes de una universidad pakistaní. Asimismo, analizaron la prevalencia del uso excesivo de redes sociales por sexo mediante un diseño correlacional cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 200 usuarios de Facebook y Twitter (38.5% mujeres) estudiantes de la Universidad de Swat y Peshawar de los departamentos de ciencias sociales. Se usaron el Cuestionario BDI para cuantificar la depresión y un cuestionario desarrollado por ellos mismos. Los resultados mostraron que la mayoría de los usuarios de redes sociales hombres estaban más deprimidos que las mujeres ( $Hombres=39.56$   $Mujeres=35.05$ ;  $p<.01$ ). Por otro lado, los estudiantes que pasaban más tiempo en las redes sociales para buscar información de salud y jugar juegos tenían más depresión ( $r=.217$ ;  $p<.01$ ) que aquellos que usaban las redes sociales para chatear con amigos y con sus familiares ( $r=.183$ ;  $p<.01$ ). Los autores concluyen que los hombres tienen más propensión a sufrir de depresión en comparación a las mujeres; además, los jóvenes que pasaban más tiempo jugando también tenían más propensión a desarrollar depresión.

Es importante sintetizar que los autores muestran que la adicción a las redes sociales está relacionada con el estado de ánimo de las personas. De hecho, gran parte de los individuos están expuestos al uso de las plataformas digitales; más aún, en un ámbito educativo universitario donde esas plataformas son parte de la comunicación. Mejía (2013) concluye que las redes sociales son un refugio para las personas, estas plataformas permiten evitar la interacción social “cara a cara” propiamente dicha y disminuir la ansiedad en algunas personas. Se postula entonces que la ARS digitales podría influenciar

en las emociones tanto positivas como negativas. Una persona que esté conectada mucho tiempo en las redes sociales tiende a generar un mal hábito, esto a su vez, podría ocasionar que la afectividad positiva o negativa pueda ser alterada. Hay personas que piensan que todo lo que se ve en las redes sociales es real, ellos podrían creer que los comentarios o publicaciones en ese mundo virtual es bueno y muy alejado de lo que ellos viven; en efecto, su afectividad negativa incrementaría, ya que las emociones negativas podrían aparecer debido a pensamiento de: “otros tienen cosas que yo no tengo” u “otros viven cosas que yo no vivo”. Por lo tanto, se sentirían mal. Se sabe que, en la población universitaria, las redes sociales están muy presentes. Por lo tanto, las interrogantes que surgen son:

PG: ¿Influye la ARS tecnológicas en la AN de los estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019?

Usando el modelo de Salas y Ecurra (2014):

PE1: ¿Influye la obsesión a las redes sociales en la AN de los estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019?

PE2: ¿Influye la falta de control en el uso de las redes sociales en la AN de los estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019?

PE3: ¿Influye el uso excesivo de las redes sociales en la AN de los estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019?

Las investigaciones publicadas hasta el momento no han abordado influencia de la ARS en la AN en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. Los antecedentes denotan una clara correlación entre la ARS y diferentes emociones negativas; sin embargo, cabe precisar que, correlación no implica causalidad.

En este estudio se analizaron las variables ARS y AN en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. Si bien es cierto, la variable adicción a las redes sociales ha sido objeto de diversas investigaciones, tales como las mencionadas líneas arriba; en el Perú no hay estudios que la asocien con la AN; es decir, no se tienen datos empíricos acerca del tema. Debido a los antecedentes, existe evidencia de que la adicción a las redes sociales se relaciona con la depresión, la autoestima y otras variables; por lo tanto, sería redundante buscar una correlación ya existente.

Con respecto al aporte teórico, este estudio se realizó con el objetivo de conocer más a fondo las variables en mención y, a raíz de ello, poder desarrollar estrategias a mediano plazo en el manejo de estas para el beneficio de la población, tales como políticas públicas enfocadas en el uso de las redes sociales tecnológicas y sus implicancias. Dichas estrategias podrían derivar del conocimiento de este estudio. Además, de sistematizarse en una propuesta que permita entender de una u otra forma cómo se comportan los universitarios con respecto a las redes sociales y su influencia en sus niveles de afectividad. Con ello, sentar las bases para crear modelos sobre la adicción a las redes sociales. Luego ampliar a otro tipo de poblaciones como escolares, profesores y otras muestras en las que las personas usen estas plataformas. Esta adicción podría influir en su afectividad y en su productividad, ya que en diversas instituciones existen políticas internas que no permiten el uso dentro de su organización, esto con el fin de no perder horas laborales y otro tipo de complicaciones.

## **Objetivos e hipótesis**

### ***Objetivo general***

Determinar si la ARS influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima en el 2019.

### ***Objetivos específicos***

Determinar si la obsesión por las redes sociales (A1) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima en el 2019.

Establecer si Falta de control en el uso de las redes sociales (A2) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

Determinar si el Uso excesivo de las redes sociales (A3) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

### ***Hipótesis general***

HG: La ARS influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

### ***Hipótesis específicas***

H1: La obsesión por las redes sociales (A1) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

H2: La falta de control en el uso de las redes sociales (A2) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

H3: El uso excesivo de las redes sociales (A3) influye significativamente en la AN de estudiantes en una universidad privada de Lima Metropolitana en el 2019.

## **Método**

### **Tipo y diseño de investigación**

El presente trabajo es predictivo-transversal (DPT) no experimental. De acuerdo con Ato, López y Benavente (2013), un estudio se denomina predictivo- transversal (DPT) cuando se explora una relación funcional mediante el pronóstico de una variable criterio a partir de uno o más predictores. En este caso, la variable independiente o predictor (ARS) y la variable dependiente o criterio (AN). Se determinó si la variable ARS influye significativamente en la AN de los individuos mediante un estudio cuantitativo.

### **Participantes**

Los participantes fueron 300 estudiantes ( $M=23.15$ ;  $DE=2.667$ ) pertenecientes a todas las carreras de una universidad privada de Lima Metropolitana. En su mayoría mujeres (55.3%) cuyas edades oscilan entre 18 a 30 años. La mayoría de participantes usaban las redes sociales WhatsApp (99.3%), Facebook (98%) e Instagram (80%). Asimismo, la mayoría eran solteros (94%), eran de Lima (70.3%), realizaban reporte (63.7%), trabajaban (60.4%), consideraban su rendimiento académico bueno (64.7%), dormían entre 6 a 8 horas (81.3%) y otros descritos en la Tabla 1.

La muestra fue por conveniencia y por procedimientos que no son probabilísticos; asimismo, los participantes fueron voluntarios y se les pidió la disponibilidad para la recolección de los datos (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Se tuvo en cuenta los criterios de inclusión tales como: ser estudiante matriculado y activo de la universidad en mención, ser alumno voluntario con interés en participar en el estudio, ser mayor de edad y

ser usuario de las redes sociales tecnológicas. Por otro lado, los criterios de exclusión: ser alumno de intercambio y participantes que no hayan completado el cuestionario.

Tabla 1  
*Composición de los participantes del estudio según sexo, tipo de redes sociales más usadas y estado civil*

Categoría	%	M	DE	$g^1$	$g^2$
Sexo					
Hombres	44.7	22.04	2.293	.565	.333
Mujeres	55.3	23.15	2.667	.580	.317
Redes sociales más usadas	%				
WhatsApp	99.3				
Facebook	98.0				
Instagram	80.0				
Twitter	22.7				
Skype	8.0				
Google Hangouts	6.7				
SnapChat	6.0				
Telegram	5.0				
BlackBerry Messenger	2.3				
Line	1.0				
Otros	4.3				
Estado civil	%				
Soltero (a)	94,0				
Casado (a)	1.7				
Conviviente	4.0				
Divorciado/Separado	.3				

N= 300; %= Porcentaje, M=Media; DE=Desviación estándar;  $g^1$ =asimetría;  $g^2$ =curtosis

Tabla 2  
*Composición de los participantes del estudio según ciclo de estudios y facultad.*

Categoría	%
Ciclo de estudios	%
1ero	3.3
2do	1.7
3ero	6.0
4to	9.7
5to	9.0
6to	6.3
7mo	8.7
8vo	26.7
9no	16.7
10mo	12.0
Facultad	%
Humanidades	24.7
Ingeniería	31.3
Ciencias Empresariales	27.0

Hotelería, Turismo y Gastronomía	5.0
Derecho	5.3
Ciencias de la Salud	1.0
Arquitectura, Urbanismo y Territorio	2.7
Educación	3.0

N= 300; %= Porcentaje

## **Instrumentos**

### ***Ficha sociodemográfica***

La cual incluyó preguntas acerca de la edad, sexo, lugar de residencia actual, lugar de nacimiento, estado civil, ciclo universitario, carrera, facultad, número de horas de trabajo (para los que laboran), número de horas de sueño, nivel de rendimiento académico subjetivo y actividad deportiva (véase anexos).

### ***Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (CARS)***

Propuesto por Ecurra y Salas (2014). Evalúa la ARS y se compone en tres dimensiones: obsesión por las redes sociales (A1), falta de control personal en el uso de las redes sociales (A2) y uso excesivo de las redes sociales. Ha sido construida y validada en el Perú por Ecurra y Salas (2014) la cual presenta validez de constructo y contenido mediante un análisis factorial confirmatorio. La confiabilidad se realizó mediante la consistencia interna con alfa de Cronbach satisfactorios entre 0.88 a 0.92. El cuestionario tiene 24 ítems: 10 ítems (A1), 6 ítems (A2) y 8 ítems (A3). Es una escala ordinal que valora cuatro (4) para la respuesta siempre, tres (3) para casi siempre, dos (2) para algunas veces, uno (1) para rara vez y cero (0) para nunca, con excepción del ítem 13 en el que la calificación es inversa. Pudiendo obtenerse un puntaje de 0 hasta 96, no hay un punto de corte propuesto, pero los autores mencionan que si es más cercano a 96, indica un nivel más alto de adicción.

### ***Escala de Afecto Positivo y Negativo – PANAS***

Escala de Afecto Positivo (AP) y Afecto Negativo (AN) - PANAS X de Watson, Clark y Tellegen (1988). Adaptado para el Perú por Grimaldo (2003). Este instrumento evalúa las 2 dimensiones de la afectividad: AP y AN. Se realizó un Análisis Factorial



Exploratorio para la validez de contenido. Asimismo, se realizó la consistencia interna con el alfa de Cronbach obteniendo un 0.71 para la AP y un 0.74 para la AN. En la adaptación de Grimaldo (2003) para el Perú, este se compone de 20 reactivos que describen emociones de carácter positivo o negativo. El cual se divide en Escala General de Dimensiones Básicas (AP y AN). Cada reactivo es contestado mediante una escala con formato ordinal tipo Likert con 5 opciones de respuesta con valoración del 1 al 5 (Muy ligeramente o nada, un poco, moderadamente, bastante frecuente, siempre). Para el análisis de este estudio, solo se usará la AN que está compuesta por la irritabilidad, tensión, disgusto, temerosidad, vergüenza, nervios, miedo, susto, culpabilidad y hostilidad (Watson, Clark y Tellegen, 1988).

### **Procedimiento**

Primero, se estableció el consentimiento informado para los participantes, en el cual se detallaba su participación en este estudio. Este documento se encontró al inicio del documento virtual donde los participantes tenían que conocer a profundidad el motivo de la investigación, objetivos y el anonimato de sus respuestas. Se seleccionaron los participantes por conveniencia, con los criterios previamente descritos, fueron 300, los cuales fueron contactados vía redes sociales (especialmente WhatsApp y Facebook).

Segundo, la recopilación de datos se realizó de manera sistemática durante 1 semana con la aplicación Formularios de Google. El objetivo en esta fase fue que el 100% de los participantes respondan vía on-line, ya que todos los participantes fueron usuarios de las redes sociales tecnológicas y, de este modo, la recolección de datos duró menos tiempo.

Tercero, se aplicaron los instrumentos online mediante un link, se les brindó el consentimiento informado, los 2 instrumentos (CARS y el PANAS X) junto con la ficha sociodemográfica. El tiempo de aplicación fue de aproximadamente 20 minutos por persona y de manera digital.

Cuarto, los datos recolectados se tabularon y procesaron mediante el software SPSS (2015) para analizarlos con los estadísticos respectivos.

### **Análisis de datos**

El índice de validez se estableció mediante un análisis factorial confirmatorio. Para obtener evidencia de la validez los instrumentos se hizo análisis de medida de Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo y la prueba de Esfericidad de Barlett.

Las escalas de medida fueron evaluadas a través del análisis de confiabilidad del alfa de Cronbach. Luego, se realizó la correlación ítem-test. Luego de ello, se analizó la normalidad de datos mediante la asimetría y curtosis. Acto seguido, se usó la regresión lineal múltiple para analizar las variables ARS (predictor) con AN (criterio) que, según Ato, López y Benavente (2013), es el procedimiento estadístico más común.

Se interpretaron los resultados mediante el  $R$  cuadrado ajustado, el cual está en función de la variabilidad total de la Afectividad (Negativa= AN; Positiva AP) que es explicada por las dimensiones de la ARS ( $R^2$ ) y la magnitud de los coeficientes beta estandarizados ( $\beta$ ). Todos los resultados fueron determinados con la magnitud de efecto. Los  $\beta \geq .20$  son como estadísticamente significativos (Ferguson, 2009).

Finalmente, se descartaron aquellas respuestas de los cuestionarios que fueron más del 30% de datos perdidos.

## Resultados

### Validez

#### *Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (CARS)*

(KMO= 0.866; Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrada= 3313.299; gl =276; sig= 0). Método de extracción escogido: Máxima verosimilitud (3 factores extraídos). Método de rotación: Normalización Varimax con Káiser. Muestra que los factores son agrupados correctamente, muestra la validez de contenido (Tabla 3). Asimismo, se muestra la varianza total explicada (Tabla 4).

Tabla 3  
*Análisis factorial ARS*

	A1	A2	A3
Ítem 1	.526	.154	.312
Ítem 2	.568	.548	-.025
Ítem 3	.520	.422	-.126
Ítem 4	.618	-.157	.267
Ítem 5	.639	.116	.193
Ítem 6	.585	.308	.252
Ítem 7	.689	.257	.266
Ítem 8	.590	-.130	.357
Ítem 9	.609	-.140	-.125
Ítem 10	.659	.166	-.167
Ítem 11	.572	.176	.122
Ítem 12	.422	-.307	-.385
Ítem 13	.410	-.080	.499
Ítem 14	.477	.230	-.323

Ítem 15	.600	.209	-.011
Ítem 16	.651	-.401	.017
Ítem 17	.685	-.435	-.004
Ítem 18	.521	.398	.148
Ítem 19	.644	.092	.286
Ítem 20	.582	.121	-.483
Ítem 21	.554	.371	.020
Ítem 22	.575	.031	.169
Ítem 23	.637	.112	-.042
Ítem 24	.686	-.137	-.271

Tabla 4  
*Varianza total explicada*

Factor	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	total	% de la varianza	% del acumulado	total	% de la varianza	% del acumulado
A1	8.325	34,687	34.687	3.602	15.008	15.008
A2	1.695	7,064	41.751	5.257	21.905	36.913
A3	1.486	6.191	47.941	1.133	4.723	41.636

*Escala de Afectividad Positiva y Negativa (PANAS)*

(KMO= 0.865; Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrada= 2432,745 gl =190; sig= 0). Método de extracción escogido: Máxima verosimilitud (2 factores extraídos). Método de rotación: Normalización Varimax con Káiser. Muestra que los factores son agrupados correctamente, muestra la validez de contenido (Tabla 5). Asimismo, se muestra la varianza total explicada (Tabla 6).

Tabla 5  
*Análisis factorial PANAS*

	AN	AP
Nervioso	.752	.149
Angustiado	.730	.222
Perturbado	.722	.217
Asustado	.686	.250
Avergonzado	.627	.303
Culpable	.619	.222
Temeroso	.615	.161
Irritable	.587	.023
Fuerte	.561	.352
Hostil	.547	.277
Entusiasmado	-.505	.621
Decidido	-.399	.583
Activo	-.428	.524
Inquieto	.419	.522
Orgullosa	-.313	.558
Inspirado	-.426	.655
Atento	-.320	.529
Excitado	-.101	.407
Alerta	.142	.579
Interesado	-.058	.565

Tabla 6  
*Varianza total explicada*

Factor	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	total	% de la varianza	% del acumulado	total	% de la varianza	% del acumulado
AN	5.910	29.550	29.550	5.392	26.959	26.959
AP	3.457	17.286	46.837	2.865	14.327	41.286

### **Análisis descriptivo y correlacional**

La dispersión de los datos con respecto a la normalidad no fue alta, debido a que en los índices de asimetría ( $g_1$ ) y curtosis ( $g_2$ ) en gran medida estuvieron dentro de un rango aceptable ( $\pm 1.5$ ) (Pérez y Medrano, 2010). Asimismo, la correlación ítem-test fue mayor a .30; por lo tanto, ningún ítem necesitó ser eliminado. En general los coeficientes de confiabilidad son satisfactorios (Tabla 7).

Tabla 7  
*Confiabilidad de la ARS y AN*

	$\alpha$	$M$	$DE$	$g^1$	$g^2$
<b>A1:</b> Obsesión por las redes sociales	.925	12.75	6.031	.486	.555
<b>A2:</b> Falta de control en el uso de las redes sociales	.877	8.44	3.362	.360	-.103
<b>A3:</b> Uso excesivo de las redes sociales	.901	15.72	5.328	.084	-.134
<b>ARS:</b> Adicción a las redes sociales	.915	36.91	13.214	.283	.241
<b>AN:</b> Afectividad Negativa	.794	34.72	5.982	.019	.000

Nota:  $\alpha$  = Alfa de Cronbach  $M$ =Media;  $DE$ =Desviación estándar;  $g^1$ =asimetría;  $g^2$ =curtosis

Existe una relación significativa entre todas las dimensiones de la ARS (A1, A2 y A3) con la AN (Tabla 8).

Tabla 8  
*Análisis correlacional entre la ARS y la AN*

	AN
A1: Obsesión por las redes sociales	.305**
A2: Falta de control en el uso de las redes sociales	.275**
A3: Uso excesivo de las redes sociales	.227**
ARS: Adicción a las redes sociales	.301**

Nota:  $r > .01$ \*\*

### **Contraste de hipótesis**

Se observa una influencia significativa de las dimensiones de la ARS (A1, A2 y A3) sobre la AN ( $R^2 = .091$ ). En el análisis individual de la influencia de las dimensiones

de la ARS sobre la AN, se describe que solo A1 y A2 influyen significativamente en la AN. ( $\beta > .20$ ).

Se acepta la hipótesis (HG), la cual indica que la ARS influye significativamente ( $\beta > .20$ ) en la AN de los universitarios (Tabla 9).

Se acepta la H1. Sí existe una influencia estadísticamente significativa negativa de A1 sobre AN ( $\beta = -.297$ ).

Se acepta la H2. Sí existe una influencia estadísticamente significativa positiva de A2 sobre AN ( $\beta = .302$ ).

Se rechaza la H3. No existe una influencia estadísticamente significativa de A3 sobre AN ( $\beta = -.034$ ).

Tabla 9  
*Análisis de influencia sobre las dimensiones de la ARS sobre la AN*

Afectividad Negativa	$\beta$	$t$
A1: Obsesión por las redes sociales	-.297	2.756
A2: Falta de control en el uso de las redes sociales	.302	1.452
A3: Uso excesivo de las redes sociales	-.034	-.273
ARS: Adicción a las redes sociales	.301	5.440
$R^2$ ajustado	.091	
$F$	29.597	

( $\beta > .20$ )

## Discusión

Es muy difícil evitar el uso de la tecnología, en particular para los universitarios; especialmente el uso de las redes sociales. Sin embargo, esto podría generar una adicción, ya que una persona podría desarrollarla debido a que el mecanismo de esta adicción es la misma que para las sustancias psicoactivas (Choliz y Marco, 2012). Más aún, Chalco, Rodríguez y Jaimes (2016) establecieron esta adicción está relacionada en la disminución de la Autoestima ( $r = -.287$ ) y el Autocontrol ( $r = -.288$ ;  $p = .001$ ). Se sabe que correlación, no implica causalidad.

Este estudio tuvo como objetivo determinar si la ARS influye significativamente en la AN de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. Respondiendo a ello, efectivamente, la ARS influye positivamente en la AN. Aunque esta influencia es

baja, explica que, si un individuo tiene una adicción a una plataforma social virtual, su AN va a disminuir. Es importante mencionar que los individuos que pasan muchas horas usando las redes sociales tienen tendencia sentir más emociones negativas.

Respondiendo a H1, la A1 influye significativamente en la AN, esto supone que un individuo que tenga pensamientos recurrentes acerca del uso de las redes sociales tendrá diversas emociones negativas. Dichos pensamientos se caracterizan por no poder dejar de pensar en lo que otras personas están haciendo mientras no se está conectado, también preocupación por su falta de uso, fantasear con las redes sociales y ansiedad por no usarla (Salas y Ecurra, 2014). Estas formas de pensamiento predicen que la AN del individuo disminuya; es decir, el usuario sentirá más tristeza, más ansiedad y otros. Esto se podría explicar a que al no poder controlar los pensamientos acerca de las redes sociales, esta persona podría pensar en diferentes escenarios tales como compararse con el estilo de vida de otras personas, pensar en que otros están haciendo algo que esta persona no y; por lo tanto, se sentirá mal a nivel afectivo.

Con respecto a la H2, la A2 también influye significativamente en la AN. Esto muestra a un individuo que descuida sus actividades diarias, sus tareas, sus rutinas predeterminadas, sus estudios y entre otros (Salas y Ecurra, 2014). Estas conductas predicen que el individuo tenga una AN, debido que, al descuidar las partes funcionales de su vida, va a tener problemas a corto, mediano y largo plazo. Más aún, se volvería una persona con índices de tristeza, melancolía y otras emociones que pueden ser predichas a partir de la *falta de control en el uso de las redes sociales*.

Estos resultados concuerdan con lo planteado por Fernández-Castillo, Morelio, Grau y Cruz (2016) quienes describen que las personas conectadas a diversas plataformas digitales tienen una predisposición a ser afectadas en su AN. Asimismo, se coincide con Challco, Rodríguez y Jaimes (2016), quienes establecieron una correlación entre la autoestima y el autocontrol con el riesgo a tener adicción a las redes sociales.

También, los resultados son congruentes por lo planteado por Lin et al. (2016) los cuales establecieron una relación entre la depresión y la adicción a las redes sociales. Esto es importante, ya que la AN es un indicador, no necesariamente determinante, de la depresión. Además, Salcedo (2016) estableció una relación entre una baja autoestima y la ARS.

La literatura existente muestra diversos estudios que correlacionan la ARS con otras variables tales como la autoestima, la depresión, la afectividad y entre otros. No obstante, gran parte de dichos resultados son correlaciones bajas. Cabe mencionar que correlación no significa causalidad; es por ello que se estableció la necesidad de tener un modelo predictivo que sirva como guía para entender las posibles implicancias de la ARS en la AN de los individuos.

Con respecto a la hipótesis que no se cumplió (H3), el *uso excesivo de las redes sociales* no tiene una influencia significativa sobre la AN. Es decir, este uso excesivo no necesariamente determina, por sí mismo, una variación en la AN. No obstante, esto podría responder a diversos factores tales como el muestreo por conveniencia y no probabilístico. Se podrían realizar a futuro diversos estudios con esta dimensión con respecto a la edad, nivel socioeconómico y otras variables, ya que la literatura existente sí muestra correlación, pero no predicción con respecto a ello.

Con respecto a las limitaciones, este estudio fue realizado con un muestreo no probabilístico por conveniencia, esto no permite generalizar los resultados en una población más amplia. Por otro lado, al ser un muestreo vía online, la posibilidad de tener datos sesgados y deseabilidad social es alta, ya que el evaluador no se encuentra *in situ* viendo la recolección de datos, sino que todos ellos son extraídos de plataformas virtuales. Además, las investigaciones dentro del Perú son escasas; y por ello, no se pudo analizar más a fondo.

Las correlaciones y predicciones bajas podría deberse a la forma cómo ha sido medido medida la AN. Se sabe que el PANAS mide 10 emociones negativas tales como la irritabilidad, tensión, disgusto, temerosidad, vergüenza, nervios, miedo, susto, culpabilidad y hostilidad. Por lo tanto, este tipo de medición podría afectar los diversos análisis estadísticos. Se sugiere realizar correlaciones y predicciones usando cada uno de estos factores para obtener una mayor predicción con respecto a la AN.

Cabe mencionar que las adicciones son cuadros clínicos complejos (Organización Mundial de la Salud, 1992). La observación radica en que no es posible diagnosticar mediante un test psicométrico si es que existe adicción en un individuo. No solo con la adicción a las redes sociales, también con otras variables y otros cuadros complejos. Es muy difícil que se pueda diagnosticar dichos cuadros solo con un instrumento que mida ese

constructo y sea aplicado una sola vez. Dicho esto, muchos estudios correlacionales, descriptivos y de otra índole, hacen exactamente eso; dichas variables tendrían que ser tratadas con mucho más cuidado.

Con este estudio, se podrá realizar diversos tipos de intervenciones que tengan como objetivo la mejora en la afectividad de los individuos en el ámbito universitario, en el ámbito social o en otras áreas. Se sugiere tomar en consideración este estudio como línea base para futuras investigaciones que permitan mejorar la calidad de vida de los individuos que poseen una ARS. Se podría trabajar con variables tales como la, autoestima baja, prevalencia de los trastornos mentales y otros en relación a la ARS, usando modelos predictivos. La importancia de un estudio predictivo radica en tomar en cuenta diversos factores para poder evitar variables que podrían ser dañinas en la población.

## **Conclusiones**

El uso de las redes sociales ha sido determinante en el proceso de comunicación y de socialización. La población universitaria está a merced del uso de estas plataformas generando una adicción en un tiempo determinado. En este estudio se ha determinado con una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana que la Adicción a las Redes Sociales (ARS) influye significativamente en la Afectividad Negativa (AN) de la muestra. Es decir, las personas que puntúen alto en la ARS podrían experimentar más emociones negativas. Esto a su vez tendrá un efecto en el estilo y calidad de vida, ya que las personas serán propensas a tener una afeción en su estado de ánimo. Este estudio cuenta con algunas limitaciones tales como el muestreo no probabilístico y los datos recolectados vía online que podrían sesgar los resultados. Hablar de la ARS es un tema complejo y, sobre todo, de las implicancias que esta podría tener en la salud mental de las personas. Para ello, diversas investigaciones son necesarias para poder determinar con exactitud lo que esto conllevaría en la población.



## Referencias

- Ahmad, N., Hussain, S., & Munir, N. (2018). Social networking and depression among university students. *Pakistan Journal of Medical Research*, 57(2), 77-82. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2080867948?accountid=43847>
- Alarcón, R. (2009). *Psicología de la felicidad. Introducción a la psicología positiva*. Lima: Ed. Universitaria.
- Ambrona, T., & López-Pérez, B. (2014). A Longitudinal Analysis of the Relationship between Positive and Negative Affect and Health. *Scientific Research*, 5(1), 859-863.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Washington, DC: APA.
- Ato, M., López, J. & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de psicología*, 29 (3), 1038 -1059.
- Arellano Marketing (2015). *Hasta seis redes sociales utiliza el 65% de los internautas peruanos*. Recuperado de <http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/65-internautas-peru-usa-hasta-seis-redes-sociales-n184011>
- Arnao, J. & Superachín, M. (2016). *Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes*. Lima, Perú: CEDRO.
- Challco, K., Rodríguez, S. & Jaimes, J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15.
- Chaparro. H., Echeverry, E., & Arévalo, J. (2014). Desde el muro: Una mirada a los discursos proyectados por el cuerpo en Facebook. *Educación Física y Ciencia*, 16(1), 2314-2561. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1943821916?accountid=43847>
- Choliz, M. & Marco, C. (2012). *Adicción a internet y redes sociales*. España: Alianza Editorial.
- Echeburúa, E. & Gargallo, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes. *Adicciones: Revista de sociodrogalcohol*, 22(2), 91-96.
- Echeburúa, E. & Requesens, A. (2013). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Valencia: Pirámide.

- Evans, D. (2001). *Emoción: La ciencia del sentimiento*. Buenos Aires: Taurus.
- Escurra, L. & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Ferguson, C. (2009). An effect size primer: a guide for clinicians and researchers. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40(5), 532 – 538.
- Fernández-Castillo, E., Molerio, O., Grau, R. & Cruz, A. (2016). Afectividad negativa en estudiantes universitarios: un estudio exploratorio. *Science Direct*, 22(1), 26-32.
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527.
- García, J. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Instituto de Investigación de Drogodependencias*, 13(1), 5-13.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- González, M., Landero, R. & García-Campayo, J. (2009). Relación entre la depresión, la ansiedad y los síntomas psicósomáticos en una muestra de estudiantes universitarios del norte de México. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 25(2), 141–145.
- Grimaldo, M. (2003). Validez y Confiabilidad de la Escala de Afectos Positivos y Negativos (SPANAS) en estudiantes de secundaria de nivel socio económico medio y bajo. *Revista Cultura*, 17(1), 341-364.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (5ta Edición)*. México DF. México: McGraw-Hill.
- Herrera, M., Murguía, M., Palomar, J. & Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18.
- Lin, L., Sidani, J., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J., Hoffman, B., Giles, L. & Primack, B. (2016). Association between Social Media Use and Depression among U.S. Young Adults. *Depression and anxiety*, 33(4), 323-331.
- Lynch, T., & Martins, N. (2015). Nothing to fear? An analysis of college student's fear experiences with video games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 298-317.
- Mejía, L. (2013). Viviendo en lo ilusorio del mundo 2.0. Comprensión de la experiencia de una persona que ha experimentado la necesidad de conectarse a redes sociales en

internet: Un estudio cualitativo de caso. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 5(1), 176-193. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1999165389?accountid=43847>

Morrison, C. (2010). The Relationship between Excessive Internet Use and Depression: A Questionnaire-Based Study of 1,319 Young People and Adults. *The Journal of Psychopathology*, 43(2), 121-126.

Organización Mundial de la Salud. (1992). *Clasificación internacional de enfermedades, décima versión*. OMS.

Pérez, E. & Medrano, L. (2010). Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y Metodológicas. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 2(1), 58-66

Salas, E. & Ecurra, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90.

Salcedo, I. (2016). *Relación entre Adicción a Redes Sociales y Autoestima en jóvenes universitarios de una Universidad particular de Lima (Tesis de grado)*. Universidad San Martín de Porres, Lima.

SPSS Inc. (2015). *SPSS Statistics for Windows, Version 24.0*. Chicago: SPSS Inc.

Watson, D. & Tellegen, A. (1985). Toward a Consensual Structure of Mood. *Psychological Bulletin*, 98(2), 219-235.

Watson, D., Clark, L. & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070.

Widyanto, L. & Griffiths, M. (2006). Internet addiction: a critical review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4(1), 31-51.

## Anexos

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

El propósito de este documento es explicarle en qué consiste su participación en esta investigación. El presente estudio titulado "INFLUENCIA DE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES TECNOLÓGICAS EN LA AFECTIVIDAD EN UNIVERSITARIOS DE LIMA METROPOLITANA" es conducido por Marcos E. Ochoa Panaifo, estudiante de psicología de la Universidad San Ignacio de Loyola; el objetivo es determinar si este uso excesivo de las redes sociales influye significativamente en la afectividad de estudiantes universitarios.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder un cuestionario y una hoja de información, que tomaría alrededor de 10 a 15 minutos.

Su participación es voluntaria, y responderá de manera **anónima**, y le pediremos que responda a **todas** las preguntas de manera **sincera**, leyendo cuidadosamente las **instrucciones**. No existen preguntas correctas o incorrectas, todas ellas serán realizadas de acuerdo a su criterio.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

Le agradecemos su participación.

Cualquier consulta, comentario o sugerencia:

marcos.ochoa\_03@hotmail.com

marcos.ochoa@usil.pe

¡Muchas gracias!

ACEPTO PARTICIPAR	
SÍ	NO

\_\_\_\_\_  
Firma del Participante

\_\_\_\_\_  
Fecha

<b>Edad:</b> _____	<b>Grado:</b> _____
<b>Fecha de nacimiento:</b> ____ / ____ / ____	<b>Fecha de evaluación:</b> ____ / ____ / ____
<b>Sexo</b> <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	<b>¿Realizas algún deporte?</b> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No  <b>¿Con qué frecuencia en la semana?</b> <input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> 1 vez <input type="checkbox"/> 2 veces <input type="checkbox"/> 3 veces <input type="checkbox"/> 4 veces <input type="checkbox"/> 5 veces <input type="checkbox"/> 6 veces <input type="checkbox"/> 7 veces
<b>Lugar de nacimiento</b> <input type="checkbox"/> Lima <input type="checkbox"/> Fuera de Lima	<b>Trabaja actualmente:</b> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sí:
<b>Estado civil</b> <input type="checkbox"/> Soltero (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Conviviente <input type="checkbox"/> Divorciado / Separado	<b>¿Cuántas horas a la semana trabajas aproximadamente?</b> _____ horas a la semana
<b>Universidad</b> _____  <b>Ciclo</b> _____  <b>Carrera:</b> _____  <b>Facultad</b> _____	<b>¿Cómo considera su rendimiento académico?</b> <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo
<b>Distrito de residencia actual:</b> _____	<b>¿Cuántas horas al día duermes aproximadamente?</b> _____ horas al día