

Uso compulsivo de sitios de networking, sensación de soledad y comparación social en jóvenes

Mayra Pérez¹
Angélica Quiroga-Garza
Universidad de Monterrey

RESUMEN

Los temas que aquí se abordan están relacionados a la interacción que se encuentra en la modernidad del Internet, su uso constante, y los efectos que su acceso puede tener en la población joven. Se busca conocer si existe una relación entre el nivel de uso de internet, la comparación social y los niveles de sensación de soledad debido al estar en constante crecimiento el uso del Internet se le atribuye un impacto negativo en la juventud actual. Se condujo un estudio empírico cuantitativo de corte transversal, con análisis de las variables ex post facto. La muestra constó de 206 participantes, usuarios activos de al menos un sitio de redes sociales, hispanohablantes, entre las edades de 18-34. Los resultados indican que a mayor uso compulsivo de internet, mayor la comparación social tipo ascendente.

Palabras clave: *Sitios de networking – Internet – Comparación social – Soledad.*

ABSTRACT

The topics here mentioned are related to the interaction that is encountered in the modernity of the Internet, its constant use, and the effects that the acces might have on the young population. The purpose its to know if there is an existing relationship between the levels of usage of Internet, social comparison, and the levels of loneliness perceived and due to its constant growth, the use of the Internet is attributed a negative impact on young people. An empirical quantitative study, of transversal cut was conducted with analisis of the variables ex post facto. The sample consisted of 206 participants, active members of at least one social media site, Spanish speakers, between the ages of 18-34. The results indicate that the greater the compulsive use of the internet, the greater the ascending social comparison.

Key words: *Social networking sites – Internet – Social comparison – Loneliness.*

¹ Contacto con los autores: Angélica Quiroga-Garza(angelica.quiroga@udem.edu)

El motivo principal de interés en el tema es la controversia y opinión popular que se crea en la sociedad occidental sobre los efectos del uso de Internet en jóvenes. Aunque estudiado, no lo ha sido su relación con la sensación de soledad y la comparación social. El Internet, como lo conocen las generaciones contemporáneas, es diferente al internet como se presentó por primera vez en generaciones pasadas, ya que se encuentra en constante y rápida evolución. Por ello, los estudios al respecto deberían asimismo estar en constante y rápida evolución, ya que el descubrimiento de nuevos factores pudiera aportar valor a teorías ya conocidas.

La era de la tecnología es relativamente joven. Los aparatos electrónicos y el internet son una necesidad, dependemos de ellos ya que los hemos hecho parte de nuestra rutina, al revisar correos electrónicos, calendarios, el clima, hacer llamadas, mandar mensajes, tomar y compartir fotos, escuchar música, ubicarnos geográficamente, entre otros. La nueva cara del internet se presenta como una combinación de toda la tecnología de comunicación que una vez existió (Ross et al., 2009). La imparable ola de la tecnología, el internet, y el uso de sitios de redes sociales (SRS) empezó alrededor de 1997 (Steinfeld, Ellison, & Lampe, 2008). Por un lado, solo unos cuantos han compartido toda su vida con esta tecnología de constante comunicación tal como la conocida "Generación Z", personas nacidas desde 1995 al presente 2019, generación cuyo nacimiento va a la par del nacimiento de Internet (Twenge, 2017). Por otro lado, están las generaciones que han aprendido a darle lugar en sus vidas tal como la generación Millennial, de personas nacidas entre 1980 y 1994.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018), los mayores usuarios de Internet hasta el 2017 eran miembros de la generación millennial (rango de edad 23-34) con un 20.2% del total de usuarios; en segundo lugar, se encuentran usuarios de la generación Z (18-22) con un 18.3% del total de los usuarios de internet. Así mismo, el número de usuarios de internet ha tenido un gran incremento en la década del 2007 al 2017 en todos los grupos de edad: de 6 años en adelante de un total de 20,848,040 a 71,340,853 (242.19%); entre 18-24 años, de 4,978,702 a 13,040,807 (161.93%); y entre 25-34 años, de 3,562,536 a 14,408,300 (304.44%).

La tendencia de uso compulsivo del internet para acceder a SRS –todos aquellos sitios y páginas en internet a los cuales se accede de manera virtual con fines de socialización y/o

monitoreo de contenido social, así como para compartir información en forma de textos, imágenes, audios, videos, entre otros, y aunque no requieren interacción presencial con otra persona, conllevan algún tipo de interacción (Griffiths & Widyanto, 2007)–, se puede categorizar bajo los criterios de Meeker (2007):

“(1) Experimentar emociones desagradables cuando el uso del internet no es posible. (2) Continuación del uso de internet a pesar de tener intenciones o deseos de disminuir o parar el uso de este. (3) Usar el internet como escape de sentimientos negativos. (4) El uso de internet domina sobre las cogniciones y comportamientos. (5) El uso de internet resulta en conflicto con otros, o con uno mismo”. (p. 63)

El uso compulsivo de SRS se ha asociado en jóvenes a un impacto negativo en sus actitudes hacia la escuela y sus ingresos (De Cock et al., 2014), sus actitudes hacia el dinero y conductas compulsivas de compras convencionales o en línea (Sharif & Yeoh, 2018); así como al desempeño académico, social y físico (Benson, Hand, & Hartshorne, 2018).

Se asume que si una persona tiene deseos de reducir el nivel de uso de SRS se debe a que su uso es difícilmente controlable (Shaw & Black, 2008) y está generando alguna forma de conflicto en una o varias áreas de su vida (Griffiths & Widyanto, 2007; Shaw & Black, 2008; Young, 1996), ya sea un conflicto consigo mismo, a base de emociones o pensamientos intrusivos que generan sensaciones negativas (Davis, 2001), o con otros, tal como en la convivencia y participación en actividades sociales presenciales y atencionales.

También como categoría de uso compulsivo, se encuentra hacer uso del internet mayormente como método de evitar emociones negativas. Si un monitoreo virtual genera emociones y/o cogniciones intensas de incomodidad, o viceversa, las emociones intensas de incomodidad guían a que la persona se dedique a pasar tiempo haciendo un monitoreo virtual de SRS, esto se categoriza, como un uso no adecuado (Caplan, 2003; Davis, 2001; Eyal, 2014; Griffiths & Widyanto, 2007; Sam Li, 2016; Xu & Tan, 2012; Young, 2011); en contraposición con un uso adecuado en el que la persona no interrumpe sus actividades diarias, ni su interacción con familiares y amigos para pasar tiempo extra monitoreando el contenido social de estos sitios (Young, 1996), pudiendo limitar su uso cuando así lo desee, casi de manera automática y bastante natural.

Estar constantemente accediendo a SRS, sea compulsiva o moderadamente, permite tener acceso a grandes cantidades de información que se presenta principalmente como contenido social (Seepersad en Meerker, 2007; Vogel, Rose, Okdie, Eckles, & Franz, 2015), lo que puede llegar a crear una realidad cognitiva con más peso en la realidad social virtual, lo cual podría provocar una comparación con otros.

En relación con este acceso a información constante, la teoría de la comparación social propone que las personas nos encontramos en una autoevaluación endémica que se lleva a cabo de dos maneras, descendente y ascendente (Buunk & Gibbons, 2007; Kinally & Van Vonderen, 2012), en ocasiones por un deseo de filiación (Lobel & Taylor, 1989). En la primera, las personas se comparan con alguien más y se dan cuenta de que a la otra persona le falta algo, es decir "yo estoy completo, es la otra persona la que tiene que alcanzarme" o "Ellos están 'peor' que yo"; mientras que en la segunda, cuando la persona se compara con alguien más, encuentra que es a sí mismo al quien le está faltando algo, p.e., "la vida de esa persona es mejor que la mía" o "Ellos están 'mejor' que yo" (Buunk & Gibbons, 2007).

Variedad de factores como la interpretación que se hace de la información obtenida pueden estar involucrados en la moderación del impacto afectivo que la comparación tanto ascendente como descendente pueden llegar a tener (Bunck, Collins, Taylor, VanYperen, & Dakof, 1990; Major & Testa, 1988). Aunque la comparación de tipo ascendente tiene sus lados positivos, como motivación a mejorar las áreas que se consideran deficientes, con más frecuencia causa que las personas se sientan inadecuadas, que tengan una autoevaluación más pobre y que experimenten un afecto más negativo, mientras que la comparación descendente guía a la persona a mejoras en el afecto y la autoevaluación (Testa & Major, 1988; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014; Vogel et al., 2015; Wills, 1981). Recientemente, Meier y Schäfer (2018) encontraron un efecto aspiracional positivo utilizando reactivos neutros.

Usuarios frecuentes de Facebook tienden a creer que otros usuarios de esta plataforma son más felices y exitosos que ellos mismos (Chou & Edge, 2012; Steers, Wickham, & Acitelli, 2014). Esto se puede deber no solo a que las personas comparan su realidad fuera de línea o de las SRS con la forma idealizada de otras personas en línea; ya que en línea se suele mostrar una realidad mejor de la que realmente se tiene (Caplan, 2003).

Adicionalmente, algunos estudios han demostrado una relación existente entre el uso compulsivo del internet e indicadores de bajo bienestar psicosocial, entre los cuales se encuentra la soledad (Cardak, 2013; Kraut et al., 1998; Meerker, 2007; Xu & Tan, 2012), diferente de la depresión (Cardona et al., 2007) y que conlleva una parte de "sensación" (Killeen, 1998), displacentera para el individuo (de Jong Gierveld et al., 2006; Killeen, 1998; Peplau, 1982), por ausencia percibida de relaciones interpersonales satisfactorias (Young, 1982).

A este respecto, la interacción humana en su dimensión interpersonal se inscribe en un contexto determinado lo que delimita su estructuración –demandas funcionales que organizan los modos de interacción (Minuchin, 2009) y relacionales– dinámica de cómo entender los mensajes comunicacionales (Watzlawick, 2014).

La evolución de las redes sociales se ha extendido y propagado a través de la red. Ahí, los individuos convergen en sitios de networking como Facebook, LinkedIn, Twitter, estructuras en las que cada persona (*nodo*), está vinculada (*conectada*) con otra u otras en interdependencia por amistad, afinidad, intereses comunes, conocimiento, prestigio, entre otras (Wasserman & Faust, 1999). En el contexto virtual, la estructura refiere a las pautas de relación en función de las semejanzas y diferencias de los conjuntos humanos (Wellman, 1983), en tanto que el aspecto relacional estaría dado por su conexión directa o indirecta (Lozares, 1996).

La actividad virtual-social puede realizarse como un monitoreo, una revisión sin necesidad de interacción, de todo el contenido que no está específicamente dirigido a un usuario en particular; sin embargo, se puede interactuar con ella. En contraste, está el tipo de actividad de comunicación dirigida que se distingue por interacciones en SRS entre un usuario focalizado y alguno de sus amigos, en el cual una persona directamente identifica a otra con fines de tener una respuesta inmediata o semi-inmediata por la persona seleccionada (Burke et al., 2010). A este respecto, estudios han encontrado diferentes agendas en el uso específico de SRS, buscando las mujeres mantener sus relaciones ya existentes en tanto que los hombres buscan nuevos amigos (Goswami & Dutta, 2016; Mazman & Usluel, 2011). También están los *tweets* o microdiscursos sobre algún tema que quedan a disposición de los seguidores y que van conformando "conversaciones" que por lo general son unos pocos usuarios los protagonistas que movilizan de manera

relevante la producción en torno a este tema (Gualda, Borrero, & Carpio, 2015).

Asimismo, a través de las redes sociales digitales es posible recibir tanto comentarios de aprobación como ataques personales (Paredes, Vitaliti, Aguirre, Strafile, & Jara, 2015). De ahí que algunos jóvenes se sientan excluidos y violentados lo que puede llevarlos a desarrollar un sentimiento de soledad que involucra procesos cognitivos concernientes a las percepciones y evaluaciones de sus relaciones sociales (Papleau, 1982) y también de las áreas en las que se perciben como deficientes. Las evaluaciones de las relaciones sociales se logran a base de comparaciones con las experiencias de otras personas que pueden ser consideradas deseables para el individuo que se autocompara (Sermat, 1978). Si bien los SRS al tener el poder de crear expectativas irreales acerca de una variedad de cosas, entre ellas las relaciones intra e interpersonales, contribuyen a una insuficiencia social y a la emergencia de una sensación de soledad (Festinger, 1954; Peplau, 1987).

De las múltiples maneras en las que el uso creciente y excesivo del Internet puede afectar a los jóvenes en su interacción y percepción del mundo, este estudio se centra en la sensación de soledad y la comparación social en relación al uso constante de Sitios de Redes Sociales (SRS). Por tanto, se plantea que a mayor uso compulsivo de SRS, mayor sensación de soledad (H_1) y mayor la comparación social de tipo ascendente (H_2). Además, que a mayor comparación de tipo ascendente, mayor la sensación de soledad (H_3).

MÉTODO

La presente investigación es un estudio empírico cuantitativo correlacional de corte transversal que busca encontrar la relación entre el uso compulsivo de SRS y la sensación de soledad en jóvenes. Ya que la medición de constructos se basa fundamentalmente en la observación de comportamientos ya existentes y poco controlados, el análisis de las variables es ex post facto.

Participantes

La población estudiada consistió en jóvenes hispanohablantes entre las edades de 18-34 años de edad, sin diferenciación de sexo o estado civil. Usuarios activos de al menos un sitio de red social, sin diagnóstico bajo criterios de desorden mental de acuerdo al DSM-5.

Las personas voluntarias para el estudio accedieron a un enlace en línea en donde se encontraban el consentimiento informado y los distintos instrumentos de evaluación que podían ser contestados de manera anónima y confidencial, siendo eliminados de la muestra quienes al contestar los demográficos, no cumplieron con los criterios de inclusión.

Finalmente, la muestra se conformó por 206 miembros activos en al menos un sitio de redes sociales ($N=206$) con una totalidad de 155 mujeres (75.2%), 50 hombres (24.3%), y una persona prefirió no revelar su género (.5%). El rango de edades varió de los 18 años a 34 años ($M = 24.74$, $DT = 3.21$). El 24.8 (51) pertenecían a la generación Z y 75.2% (155) a la generación Millennial. En su mayor parte los participantes estaban estudiando o habían concluido una licenciatura o ingeniería (61.2%), contaban con un empleo (72.9%), y eran solteros (83%).

Instrumentos

Para medir el nivel de uso de SRS se aplicó la escala estandarizada de Internet Adicción Test (IAT). El instrumento está conformado por 20, p.e. "¿Con qué frecuencia se encuentra con que lleva más tiempo navegando del que pretendía estar?" parametrados en una escala de Likert del 1 (rara vez) a 5 (siempre). Los puntajes de 20 a 49 corresponden al uso controlado de Internet, de 50 a 79 a problemas frecuentes por el uso de Internet y 80 o más refiere a problemas significativos en la vida debido al uso de Internet (Puerta-Cortés, Carbonell y Chamarro, 2012). En este estudio su confiabilidad fue excelente ($\alpha = .908$).

Con intención de medir la sensación de soledad se utilizó la versión revisada y estandarizada en español de la escala de soledad de la Universidad de California (UCLA) originalmente diseñada por Russell, Pealu y Ferguson (1978) para evaluar los sentimientos subjetivos de soledad o aislamiento social. De 20 ítems (p.e., "me falta compañía") en una escala del 1 (nunca) al 4 (frecuentemente). Los autores identifican como mejores predictores de la soledad los ítems 1, 13, 15 y 18 (Vázquez, 1994). Su consistencia interna en el estudio fue excelente ($\alpha = .930$).

Con juicio propio y de manera voluntaria los participantes tuvieron la opción de contestar si ellos se comparaban de manera ascendente o descendente. Se les preguntó "Cuando te comparas a ti mismo con otras personas, ¿te concentras en personas que están "mejor" que tú?" y "Cuando te comparas a ti mismo con otras personas, ¿te concentras en personas que

están "peor" que tú?" Las respuestas de opción múltiple eran "no", "algunas veces", "sí".

RESULTADOS

La mayoría de los participantes reportaron acceder a sitios de redes sociales más de 20 veces al día como se muestra en la Tabla 1.

En la Tabla 2 se muestra el total de horas diarias que los participantes reportaron navegar en sitios de redes sociales. Asimismo, la mayoría de los participantes declaró hacer mayor uso de al menos tres SRS (35.5%) siendo la más popular Instagram con 82%, seguido de Facebook con 78% y en tercer lugar WhatsApp con 44%.

Tabla 1

Frecuencias de respuestas de las veces que los participantes acceden a SRS al día

Acceso a redes	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 veces	3	1.5
De 3 a 5 veces	12	5.8
De 6 a 10 veces	51	24.8
De 11 a 20 veces	50	24.3
Más de 20 veces	90	43.7
Total	206	100.0

Tabla 2

Frecuencias de respuestas de las horas que los participantes pasan navegando en SRS al día

Horas de acceso	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 hora	9	4.4
Entre 1 y 2 horas	57	27.8
De 3 a 5 horas	98	47.8
Mas de 5 horas	41	20.0
Perdido	1	.5
Total	206	100.0

En función del uso de internet (IAT), el 73.8% (152) de los participantes hace uso controlado (<49 puntos), el 26.2% (54) muestra problemas frecuentes uso (50 a 79 puntos), ninguno reportó problemas significativos (>80 puntos). La media fue de 42.70 ($DT = 12.70$), con un rango entre 21 y 78.

En la Tabla 3 se muestran las correlaciones entre variables. Como se puede observar, la Comparación Ascendente tiene una débil correlación estadísticamente positiva con la Adición al uso de internet ($r_p = .215$, $p = .002$). Lo mismo ocurre con la Comparación Descendente y la adicción a internet ($r_p = .164$, $p = .018$).

Tabla 3

Correlaciones entre las variables en estudio.

Variables	1	2	3	4
1 Comparación hacia arriba	1	.080	.215**	-.008
2 Comparación hacia abajo		1	.164*	.142*
3 Adicción al uso de Internet			1	.327**
4 Sensación de soledad				1

** . La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

* . La correlación es significante al nivel 0.05 (bilateral).

Por otro lado, se encontró una relación lineal positiva estadísticamente significativa entre la adicción al uso de internet y la sensación de soledad ($r_p = .327$, $p < .001$), por lo que se acepta la H_1 que planteaba que, a mayor uso compulsivo de internet, mayor sensación de soledad.

Posteriormente se realizaron análisis de la varianza ANOVA de un factor para probar H_2 y H_3 . Los resultados mostraron una diferencia estadísticamente significativa en las personas que realizan comparaciones ascendentes y la

adicción al uso de internet, $F(2,206) 7.110$, $p < .001$. Lo anterior es estadísticamente significativo tanto si lo hacen siempre ($M = 2.25$, $DT = .58$, $p = .004$) o solo algunas veces ($M = 2.16$, $DT = .57$, $p < .001$) en comparación con aquellos que no lo hacen ($M = 1.69$, $DT = .43$).

En la Figura 1 se pueden observar gráficamente estos resultados que comprueban H_2 , A mayor uso compulsivo de internet, mayor la comparación social tipo ascendente.

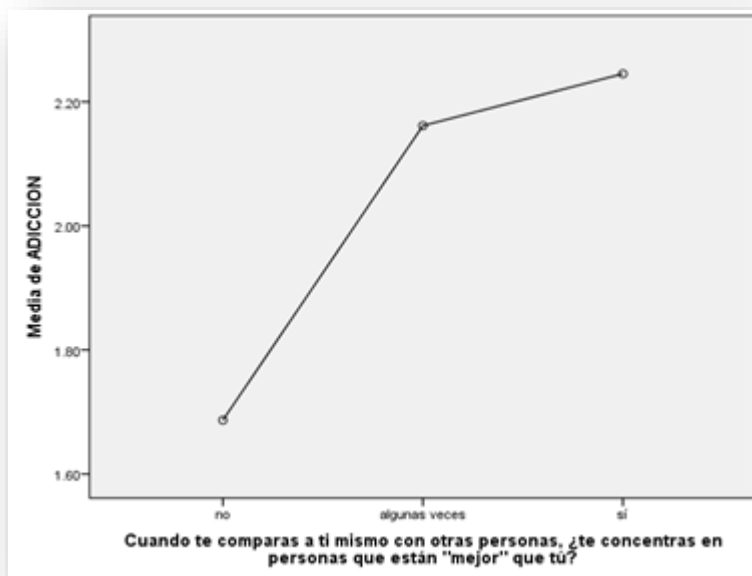


Gráfico 1. Diferencia de medias entre la Comparación Ascendente y la Adicción al uso de SRS

Por otro lado, cuando se comparan las medias entre la sensación de soledad y la comparación ascendente [(No, $M = 3.46$, $DT = .46$); Algunas veces, ($M = 3.28$, $DT = .60$); Sí, $M = 3.37$, $DT = .56$], el análisis de ANOVA indica que no existen diferencias estadísticamente significativas, $F(2,206) .387$, $p = .308$. La H_3 -a mayor sensación de soledad, mayor la comparación social tipo ascendente- se rechaza.

Como complemento, se llevó a cabo un análisis multivariado de covarianza (MANCOVA, por sus siglas en inglés) de 2 (variables dependientes: soledad y adicción) x 2 (factores: comparación hacia arriba y hacia abajo) x 2 (covariables: sexo y generación). El modelo corregido fue estadísticamente significativo para la Adicción [$F(5, 206) = 3.724$, $p = .003$, $\eta^2 = .085$] no así para la Soledad [$F(5, 206) = 2.173$, $p = .059$]. Al verificar los

efectos intersujetos para la adicción solamente fueron significativas la comparación hacia arriba [$F(1, 206) = 6.589$, $p = .011$, $\eta^2 = .032$] y hacia abajo [$F(1, 206) = 4.003$, $p = .047$, $\eta^2 = .020$]; el sexo [$F(1, 206) = .485$, $p = .616$] y la generación [$F(1, 206) = .040$, $p = .841$] no lo fueron.

DISCUSIÓN

El objetivo de la presente investigación se centró en identificar si existía una relación entre el uso compulsivo de internet en sitios de redes sociales, la sensación de soledad y la comparación social ascendente en poblaciones de jóvenes hispanohablantes activos en SRS. Para este propósito se aplicaron diferentes instrumentos de medición.

En principio, los hallazgos muestran que a mayor uso de SRS, mayor es la sensación de soledad (H_1). En línea con lo que se ha encontrado en estudios que hacen mención a que la juventud con características de aislamiento o solitarios, tienden a hacer frente a la soledad en forma de evitación (Rokach & Brock, 1998; Rubenstein & Shaver en Peplau; Seepersad en Meerker, 2007; Tayli, 2014), en este caso, recurriendo al acceso continuo a SRS. Así mismo varias investigaciones han demostrado que existe una relación entre el uso compulsivo del internet e indicadores de bajo bienestar psicosocial (Cardak, 2013; Lee, 2014), como la depresión (Feinstein, Hershenberg, Bhatia, Latack, Meuwly, & Davila, 2013; Vogel et al., 2015) y la soledad (Kraut et. al, 1998; Meerker, 2007). La soledad, aun siendo una emoción común, se vuelve preocupante cuando se mantiene a base de conductas que conservan la sensación displacertera viva.

Asimismo, Nier Eyal (2014) postula que "el gancho" que usan los SRS para acceder más a ellos son los desencadenantes internos para mantener un uso más elevado de SRS, y que funciona mejor cuando hay emociones negativas y persistentes ya que el desencadenante ofrece alivio de dicha emoción creando una adicción (Davis, 2001; Griffiths & Widyanto, 2007; Xu & Yan, 2012; Young, 2011). Los desencadenantes más sólidos son el aburrimiento, la soledad, la confusión, el sentimiento de estar perdidos o indecisos (Li, 2016). Sentirse solo no es una sensación placentera (Jong, Gierveld, van Tilburg, & Dykstra, 2006; Killeen, 1998; Peplau, 1982), por lo cual la persona que la está sintiendo busca medios para dejar de sentir lo que le está causando incomodidad y que en este caso, es acceder a Internet y sitios de redes sociales. No obstante, este método no elimina la sensación de soledad, sino que la mantiene, ya que al dejar de sentir el malestar de manera inmediata (Rokach & Brock, 1998), se dejan de buscar métodos eficaces para encontrar de dónde emerge la sensación de soledad, y qué pasos habría que tomar para eliminarla y no solo evitarla. Es así como se mantiene un círculo de pensamiento, emoción, y acción dañina (Davis, 2001; Li Sam, 2016) ya que no solo se crea una dependencia al proveedor de alivio, sino que también se posibilita que la sensación de soledad sea recurrente.

Subsecuentemente, el hallazgo de que un mayor uso compulsivo de SRS se asocia a una mayor comparación social de tipo ascendente se relaciona con lo que Kinally y Van Vonderen (2012) proponen acerca de que las personas

se encuentran en una autoevaluación endémica. Además, en línea con lo que comenta Vogel et al. (2014), las personas que usan SRS con más frecuencia tienen más exposición a la comparación social de tipo ascendente dado que ofrecen una plataforma de mayor alcance.

No se encontró relación estadísticamente significativa en relación con el tipo de comparación ascendente y la sensación de soledad (H_3). Se sabe que la comparación de tipo ascendente por una parte puede motivar en muchas áreas de la vida, como luchar por cosas deseables al verlas en otras personas, aunque también puede generar conflicto al saber o percibir que estas cosas son inalcanzables para la persona (Vogel et al., 2014). Este hallazgo plantea la interrogante de si la comparación ascendente afecta otras áreas de bienestar psicosocial, lo que de acuerdo con Tidderman y Slater (2003) podría inducir a efectos negativos; sin embargo, Bunnk et al. (1990) y Testa y Major (1988) puntualizan que parte de cómo afecta la comparación social es la interpretación que de ella hace el individuo. A este respecto, al compararse con personas que están "mejor" si bien puede referirse a la mejor o mayor compañía que alguien más podría tener, también podría estar referida a la educación, el físico, las oportunidades, o el nivel socioeconómico de alguien más, entre otros.

Por último, a diferencia de los hallazgos de Haferkamp, Eimler, Papadakis y Kruck (2012) de que las mujeres tienden a compararse más que los hombres en SRS, los datos de este estudio indican que ambos se involucran esta actividad de manera similar. Una posible explicación podría estar en la motivación y el tipo de comunicación que se busca en la red que de acuerdo con Haferkamp, Eimler, Papadakis y Kruck (2012) se diferencia en que los hombres hacen un uso pragmático más orientado a la tarea en tanto que para las mujeres los aspectos interpersonales tienen alta prioridad.

Por otro lado, en contraposición con el estudio con adultos de De Cock et al. (2014) en Bélgica, la muestra mexicana no muestra diferencias significativas ni por sexo ni por edad (generación) en relación con el uso compulsivo de las SRS ni a la sensación de soledad, similar a lo encontrado por Karapetsas, Karapetsas, Zygouris y Fotis (2015) en Grecia, solo que con adolescentes. Será importante continuar con la investigación de estas variables en distintas edades, ya que de momento los adolescentes y los jóvenes de ambos sexos no muestran diferencias en el uso del internet, aunque pareciera

incrementarse con la edad de 14.6% en la muestra griega con adolescentes a 26.2% en la mexicana con jóvenes centenials y millenials.

La principal limitación de este estudio es que, aunque los instrumentos mostraron sólidas propiedades psicométricas, la información fue auto-reportada y esto implica los riesgos de la influencia de la deseabilidad social al responder. Otra limitación es que no se consideraron factores externos que podrían provocar la sensación de soledad. Es importante tener esto en cuenta al analizar los resultados y su impacto.

Para futuras investigaciones se recomienda usar una muestra más amplia de participantes que represente de igual manera las diferentes edades, y niveles de educación. También se sugiere usar parámetros sobre el tiempo en el que los niveles de soledad han estado presentes o ausentes (Rubenstein & Shaver, 1982), ya que esto podría tener una mayor o menor influencia dependiendo de las circunstancias de vida de la persona. Además, explorar la sensación de estar solo en relación con otras emociones negativas (Killeen, 1998; Peplau & Perlman, 1979).

Importante también sería cuestionar sobre el aumento o disminución del uso de internet en un tiempo predeterminado, para lograr un mejor conocimiento de las tendencias (Rokach & Brock, 1998).

Es importante tomar en consideración las multifacetas de la comparación social para explicar mejor sus efectos. Aunque compararse de manera descendente podría crear un conflicto cultural en las personas, ya que no suele considerarse socialmente apropiado sentirse mejor a expensas de otros (Brickman & Bulman, 1977; Wills, 1981), sería importante evaluar su presencia.

En conclusión, no se encontró relación de que el uso de internet por sí solo provoca niveles de soledad, no obstante, al aumentar su uso, aumenta también la sensación de soledad y viceversa. Asimismo, dado el fácil acceso a los SRS, hacer más uso de ellos permite mayor comparación social, sin embargo, esta comparación social no parece estar generando sensaciones de soledad. Estos resultados abren interrogantes para futuras investigaciones que permitan conocer mejor los patrones de comportamiento, pensamiento, y emoción que puede llegar a tener la comparación social en relación con el uso de internet. La soledad por sí misma no parece crear una dependencia al Internet o viceversa, no obstante, suelen haber otras emociones que acompañan, e incluso

sobrepasan a la sensación de soledad como indicador de un uso elevado de SRS, como el aburrimiento y la confusión.

Finalmente, si bien se encontró relación entre los niveles de sensación de soledad y el uso de Internet, es también por Internet que se han posibilitado la comunicación, creación, y mantenimiento de numerosas relaciones interpersonales.

REFERENCIAS

- Benson, V., Hand, C. & Hartshorne, R. (2018).** How compulsive use of social media affects performance: insights from the UK by purpose of use. *Behaviour & Information Technology*. doi: 10.1080/0144929X.2018.1539518
- Brickman, P., & Bulman, R. J. (1977).** Pleasure and pain in social comparison. En J. M. Suls, & R. L. Miller (Eds.), *Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives* (pp. 149-186). Washington, DC: Hemisphere.
- Bunnk, B. P., Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N., & Dakof, G. A. (1990).** The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1238-1249.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007).** Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102, 3-21. doi: 10.1016/j.obhdp.2006.09.007
- Caplan, S. E. (2003).** Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30, 625-648.
- Çardak, M. (2013).** Psychological well-being and Internet addiction among university students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12(3), 134-141.
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012).** "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 117-121. doi:10.1089/cyber.2011.0324
- Davis, R. (2001).** A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187-195.
- De Jong Gierveld, J., Van Tilburg, T., & Dykstra, P. A. (2006).** Loneliness and Social Isolation. En A. L. Vangelisti y Perlman, D. (Eds.), *The Cambridge handbook of personal*

relationships (pp. 485-500). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Toronto, Ontario: Portfolio Penguin.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

Goswami, A., & Dutta, S. (2016). Gender differences in technology usage. A literature review. *Open Journal of Business and Management*, 4, 51-59. doi: 10.4236/ojbm.2016.41006

Gualda, E., Borrero, J. D., & Carpio, J. (2015). La 'Spanish Revolution' en Twitter (2): Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *REDES, Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(1), 1-22.

Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication y Society*, 1(3/4), 175.

Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A. M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91-8. doi: 10.1089/cyber.2011.0151

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2018). *Disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2017*. Recuperado del sitio de internet de Autor: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/dutih/2017/default.html>

Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A.-M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91-98. doi: 10.1089/cyber.2011.0151

Karapetsas, A. V., Karapetsas, V. A., Zygouris, N. C., & Fotis, A. I. (2015). Internet addiction and loneliness. *Encephalos*, 52, 4-9.

Killeen, C. (1998). Loneliness: An epidemic in modern society. *Journal of Advanced Nursing*, 28(4), 762-770. doi:10.1046/j.1365-2648.1998.00703.x

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement

and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031. doi: 10.1037//0003-066x.53.9.1017

Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 252-260. doi: 10.1016/j.chb.2013.12.009

Li, S. (2016, Junio 02). Nir Eyal: The psychology of building addictive products. Recuperado de: <https://medium.com/startup-grind/nir-eyal-why-you-are-addicted-to-facebook-slack-pinterest-468a86eb562>

Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, 48, 103-126. doi: 10.5565/rev/papers/v48n0.1814

Mazman, S. G., & Usuel, Y. K. (2011). Gender differences in using social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10, 133-139.

Meerkerk, G. (2007). *Pwned by the internet: explorative research into the causes and consequences of compulsive internet use*. Rotterdam: IVO.

Meerkerk, G. J., Van Den Eijnden, R. J., Vermulst, A. A., & Garretsen, H. F. (2005). The Compulsive Internet Use Scale (CIUS): Some psychometric properties. *Cyberpsychology & behavior*, 12(1), 1-6. doi: 10.1089/cpb.2008.0181

Meier, A., & Schäfer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411-417. doi: 10.1089/cyber.2017.0708

Minuchin, S. (2009). *Familias y terapia familiar*. España: Gedisa.

Okeeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. doi: 10.1542/peds.2011-0054

Paredes, A., Vitaliti, J. M., Aguirre, J., Strafile, A., & Jara, C. (2015). Tipos de apoyo y la digitalización de las redes personales. El uso de Facebook de adolescentes rururbanos de Mendoza (Argentina). *REDES, Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(1), 97-123.

Peplau, L. A., & Perlman, D. (1979). Blueprint for a social psychological theory of loneliness. *Love and Attraction*, 101-110. doi:10.1016/b978-0-08-022234-9.50020-0

- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982).** *Loneliness: a sourcebook of current theory, research and therapy*. Nueva York: Wiley.
- Pratarelli, M., Browne, B., & Johnson, K. (1999).** The bits and bytes of computer/Internet addiction: a factor analytic approach. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 31(2), 305-314.
- Puerta-Cortés, D. X., Carbonell, X., & Chamarro, A. (2012).** Análisis de las propiedades psicométricas de la versión en español del Internet Addiction Test. *Trastornos Adictivos*, 14, 99-104. doi: 10.1016/S1575-0973(12)70052-1
- Rokach, A., & Brock, H. (1998).** Coping with loneliness. *The Journal of Psychology*, 132(1), 107-127. doi: 10.1080/00223989809599269
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009).** Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Rubenstein, C. M., & Shaver, P. (1982).** The experience of loneliness. En L. A. Peplau, y D. Perlman (Eds.), *Loneliness: a sourcebook of current theory, research and therapy* (pp. 206-223). Nueva York: John Wiley and Sons.
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980).** Revised UCLA Loneliness Scale. *PsycTESTS Dataset*, 472-480. doi: 10.1037/t01011-000
- Russell, D., Peplau, L., & Ferguson M. (1978).** Developing a measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment*, 42, 290-294.
- Sam, S. L. (2016, Junio 02).** *Nir Eyal: The psychology of building addictive products*. Recuperado de: <https://medium.com/startup-grind/nir-eyal-why-you-are-addicted-to-facebook-slack-pinterest-468a86eb562>
- Sermat, V. (1978).** Sources of loneliness. *Essence*, 2, 271-276.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008).** Internet addiction definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 22(5), 353-365. doi: 10.2165/00023210-200822050-00001
- Seepersad, S. (2004).** Coping with loneliness: adolescent online and offline behavior, *Cyberpsychology y Behavior*, 7(1), 35-39.
- Sharif, S. P. & Yeoh, K. K. (2018).** Excessive social networking sites use and online compulsive buying in young adults: the mediating role of money attitude. *Young Consumers*, 19(3), 310-327. doi: 10.1108/YC-10-2017-00743
- Sociedad Mexicana de Psicología (2010).** *Código ético del psicólogo*. México: Trillas.
- Steers, M.-L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014).** Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008).** Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002.
- Tayli, A. (2014).** Coping with loneliness: Methods young people often prefer. *Journal of Educational and Social Research*, 4(6), 111-120. doi:10.5901/jesr.2014.v4n6p111
- Taylor, S. E., & Lobel, M. (1989).** Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts. *Psychological Review*, 96(4), 569-575. doi:10.1037//0033-295x.96.4.569
- Testa, M. N., & Major, B. (1988, Abril).** Affective and behavioral consequences of social comparison. Artículo presentado en la *Annual Meeting of the Eastern Psychological Association*, Buffalo, NY.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2003).** Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction. *The International Journal of Eating Disorders*, 35(1), 48-58.
- Twenge, J. M. (2017).** *IGEN why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy-and completely unprepared for adulthood and (what this means for the rest of us)*. Nueva York: Atria Books.
- Van Vonderen, K. E., & Kinally, W. (2012).** Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. *American Communication*, 14(2), 41-57.
- Vázquez, A. J., & Jiménez, R. (1994).** RULS: Escala de Soledad UCLA. Fiabilidad y validez de una versión española. *Revista de Psicología de la Salud*, 1(1), 46-54. doi: 10.21134/pssa.v1i1
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014).** Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular*

Media Culture, 3(4), 206-222. doi: 10.1037/ppm0000047

Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256. doi: 10.1016/j.paid.2015.06.026

Wasserman, S., & Faust, K. (1999). Social network analysis: Methods and applications (structural analysis in the social sciences. Nueva York, NY: Cambridge University Press.

Watzlawick, P. (2014). No es posible no comunicar. Barcelona, España: Herder.

Wellman, B. (1983). Network analysis: Some basic principles. En R. Collins, *Sociological theory* (pp. 155-200). San Francisco: Jossey-Bass.

Widyanto, L., & Griffiths, M. (2007). Internet addiction: Does it really exist? En J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* (2a ed.), (pp. 141-163). San Diego, CA: Academic Press.

Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90, 245-27.

Xu, H., & Tan, B. (2012). Why do I keep checking Facebook: Effects of message characteristic on the formation of social network services addiction. *International Conference on Information Systems, ICIS*: 812-823. ScholarBank@NUS Repository.

Young, J. E. (1982). Loneliness, depression and cognitive therapy: Theory and application. En L. A. Peplau, y D. Perlmann (Eds.), *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy* (pp. 381-382). Nueva York: Wiley.

Young, K. S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 3, 237-244.

Young, K. S. (1997). What makes the internet addictive: potential explanations for pathological internet use. Paper presented at the *Annual Conference of the American Psychological Association*, Chicago.

Young, K. S. (2011). CBT-IA: The first treatment model for internet addiction. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 25(4), 304-312. doi:10.1891/0889-8391.25.4.304

Remitido: 24-11-2018

Corregido: 11-03-2019

Aceptado: 12-03-2019

