

UNIVERSIDAD DE PALERMO

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Licenciatura en Psicología

Trabajo Final Integrador

Título: Motivos de uso de redes sociales en población adulta

Tutor: Dr. Castro Solano, Alejandro

Alumna: Stevenin, María Laura

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 10 de Septiembre de 2021

Índice

1. Introducción.....	3
2. Objetivo General.....	3
2.1. Objetivos Específicos.....	3
3. Marco Teórico	4
3.1. Psicología de Internet.....	4
3.2. Redes Sociales: concepto y tipos.....	5
3.3. Perfiles de usuarios	7
3.4. Motivos de uso de redes sociales.....	10
3.4.1. Motivos de uso y variables sociodemográficas.....	12
3.5. Uso Problemático de Internet.....	13
3.6. Psicología de la Personalidad.....	17
3.6.1. Modelo de los Cinco Grandes.....	18
3.6.2. Triada Oscura.....	20
4. Metodología.....	22
4.1. Tipo de Estudio.....	22
4.2. Instrumentos.....	22
4.3. Procedimiento.....	22
5. Desarrollo.....	23
5.1. Objetivo Específico 1.....	23
5.2. Objetivo Específico 2.....	26
5.3. Objetivo Específico 3.....	28
5.4. Objetivo Específico 4.....	33
5.5. Objetivo Específico 5.....	36
5.6. Objetivo Específico 6.....	39
6. Conclusiones.....	42
6.1. Limitaciones.....	43
6.2. Perspectiva crítica.....	44
6.3. Futuras líneas de trabajo.....	45
6.4. Aporte personal.....	48

7. Referencias Bibliográficas.....49

8. Agradecimientos.....69

1. Introducción

El presente trabajo se realizó en el marco de la Práctica y Habilitación Profesional correspondiente a la Licenciatura en Psicología de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad de Palermo. El mismo consistió en la realización de una revisión bibliográfica de la literatura existente en materia de redes sociales a fin de comprender la experiencia de uso de Internet, en general, y de Facebook en particular, en población adulta. La coordinación y supervisión del proyecto estuvo a cargo del Dr. Alejandro Castro Solano, profesor de la Universidad de Palermo e investigador del Conicet.

El tema elegido respondió al crecimiento exponencial de las plataformas de redes sociales virtuales a nivel global y a su impacto directo o indirecto en la vida diaria de las personas. Partiendo de ciertos rasgos patológicos, el presente trabajo podría esbozar futuras líneas de investigación acerca de las motivaciones de uso de las redes sociales y su relación con los rasgos positivos de la personalidad, contribuyendo de esta manera a la implementación de una perspectiva positiva que contemple una sistematización unificada de comportamientos saludables.

2. Objetivo General

Analizar el uso de redes sociales, su frecuencia de uso y la relación con las variables sociodemográficas; y evaluar si existen diferencias según sexo y edad, estado civil, actividad laboral, nivel de educación y clase social, respecto de los usos, en población adulta.

2.1. Objetivos Específicos

2.1.1. Describir los principales motivos de uso de Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y WhatsApp en adultos.

2.1.2. Analizar si existen diferencias en los motivos de uso de las redes sociales según el sexo y la edad.

2.1.3. Analizar si existen diferencias en la frecuencia y tipos de uso de acuerdo al estado civil, actividad laboral, nivel de educación y clase social en adultos jóvenes.

2.1.4. Describir las principales motivaciones de uso de las redes sociales en adultos mayores.

2.1.5. Analizar los distintos perfiles de usuarios y su relación con el uso problemático de redes sociales.

2.1.6. Analizar la relación entre determinados rasgos de personalidad negativos y conductas nocivas en línea.

3. Marco Teórico

3.1. Psicología de Internet

De acuerdo a la Real Academia Española, el concepto de *Internet* proviene de su homónimo en inglés y alude a una red informática mundial y descentralizada que está formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación (RAE, 2019). Funciona a modo de nombre propio, y en el uso mayoritario en Hispanoamérica, suele escribirse con mayúscula inicial y sin artículo. Para garantizar su uso, se necesitan cuatro tipos de acceso: motivacional, material, habilidades y uso (van Dijck, 2016).

Aproximadamente 4.100 millones de personas alrededor del mundo tiene acceso a Internet, cifra que representa el 53,6% de la población mundial (ITU, 2019). A pesar de que el uso de Internet resulta usualmente beneficioso para la mayoría de las personas (Heo, Chun, Lee, Lee, & Kim, 2015; Roy & Ferguson, 2016; Howard, Wilding & Guest, 2017), la gran disponibilidad y las altas tasas de penetración en todo el mundo pueden facilitar la aparición de comportamientos excesivos y adictivos relacionados con el uso de Internet. Además, muchas personas muestran personalidades impulsivas, narcisistas y agresivas en línea que pueden nutrirse de diversas tecnologías (Aboujaoude, 2017).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en general, e Internet están cada día más presentes en nuestras vidas. Vivimos en una sociedad digital, y, por tanto, las distintas generaciones pertenecen ya a lo que se ha denominado *generaciones digitales* (Marín-Díaz, Vega-Gea & Passey, 2019).

Para la mayoría de las personas, Internet constituye una parte esencial de su vida cotidiana y la utilizan por diversos motivos: para informarse, para comprar y para conversar con otros usuarios. En sus inicios, dicha tecnología se desarrolló con la finalidad de proporcionar acceso a la información, considerándose a sus usuarios como buscadores de

información y se creó la frase *navegar en la red* para aludir a dicha actividad. Actualmente, Internet también es considerada como una herramienta tecnológica y social que brinda a sus usuarios apoyo humano y sentido de pertenencia (Hamburger & Ben-Artzi, 2000).

Al igual que la creación de determinados medios de comunicación como el teléfono a principios del siglo XX y la televisión en los años 50 y 60, Internet ha modificado sustancialmente la vida de la mayoría de los ciudadanos (Kraut et al., 1998). Parte de esa modificación ha generado una relación bidireccional mediante la cual los sujetos han cambiado su estilo de vida, la modalidad de trabajo y de relacionarse, provocando cambios socioculturales estructurales, los cuales a su vez modifican los contenidos y formatos que las redes virtuales van adoptando, así como a los sujetos en sí mismos, quienes reemplazan la intimidad de las relaciones humanas por una comunicación más trivial en las redes sociales, aumentando la soledad y disminuyendo los intercambios genuinos y privados con otras personas (Turkle, 2011). Entre la gran cantidad de cambios tecnológicos de los últimos tiempos, la aparición de teléfonos móviles constituye posiblemente uno de los más disruptivos, ya que ha estructurado las actividades de la vida cotidiana de las personas (Ling, 2012).

La socialización a través de las redes sociales que permiten los celulares está en gran parte mediada por el intercambio de imágenes, lo que promueve una cultura hacia lo visual y lo que contribuye a la transformación en la manera de relacionarse, así como en la percepción y la construcción de la identidad personal y el sentido del yo (Russmann & Svensson, 2017).

Internet constituye una herramienta útil para la facilitación de diferentes comportamientos y actividades, tales como utilización de redes sociales, juegos, apuestas, compras y sexo (Griffiths, 2000; Montag et al., 2015), las que en su mayoría también existen en contextos fuera de línea. Consecuentemente, es posible que las conductas individuales de la vida cotidiana fuera de línea emigren al contexto online como un intento de compensar necesidades insatisfechas fuera de línea que son desconocidas per se (Kardefelt-Winther, 2014), como juegos, apuestas, sexo, compras y comunicación.

3.2. Redes Sociales: concepto y tipos

Las redes sociales quedan comprendidas dentro del concepto de *ciberpsicología*, entendida como aquella rama de la psicología que estudia cómo las personas interactúan con los demás empleando la tecnología como mediadora. Asimismo, analiza la influencia de la tecnología en el comportamiento humano y en los estados psicológicos, y cómo se adapta a nuestras necesidades de la mejor manera posible. El concepto de tecnología en la ciberpsicología engloba además a las computadoras y dispositivos móviles, la inteligencia artificial, la realidad virtual y la realidad argumentada (Connolly, Palmer, Barton & Kirwan, 2016).

De acuerdo con López, Continente, Sánchez, y Bartroli (2017), las redes sociales constituyen los iconos más representativos de Internet y tienen como objetivo otorgarle un mayor protagonismo a sus usuarios, promoviendo su interacción con otras personas también usuarias, resultando la naturaleza viral su característica distintiva, la cual implica su crecimiento a partir de la incorporación de más y nuevos miembros. Según una definición amplia, los sitios de redes sociales son servicios basados en la web que permiten a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, crear una lista de usuarios con quienes están conectados, y mirar y visitar su lista de contactos, así como también las listas de contactos de otros usuarios dentro de esa red. Si bien la naturaleza y el nombre de esas conexiones puede variar de una red social a otra, dichas redes se caracterizan por ser abiertas, por poseer un perfil propio y un listado público de contactos que puede ser explorado, además de un intercambio continuo de contenidos que puede ser visualizado permitiendo la interacción entre usuarios (Boyd & Ellison, 2008).

Las redes sociales permiten establecer y mantener el contacto con otros usuarios de Internet, desdibujando barreras físicas, geográficas (Andreassen, 2015) y sociales. A sus usuarios se les permite crear un perfil sobre sí mismos, y compartirlo con el resto del mundo *internauta* (Dans Álvarez De Sotomayor & Muñoz Carril, 2016; Roig, Mengual & Rodríguez, 2013). Asimismo, permite la creación de nuevas formas de comunicación y promueve el intercambio constante de información, propiciando espacios de socialización para compartir experiencias y sentimientos (García-Umaña & Tirado-Morueta, 2018; Rodríguez Torres, Prats, Oberst & Carbonell, 2018).

De acuerdo con el informe global elaborado por *We Are Social* en colaboración con *Hootsuite* (Digital In 2020), *Facebook* es la red social más popular y más usada, con 2.449

millones de usuarios activos en todo el mundo, un 7.8% más que en 2019. Las personas utilizan esta red social para conectarse con sus amigos y familia principalmente. Una vez registrados, los usuarios crean un perfil personalizado, en donde brindan información básica, tales como fecha de nacimiento, intereses, actividades, ocupación, y de contacto, como correo electrónico y/o teléfono. Desde allí empiezan a interactuar con amigos o conocidos, agregando a otros usuarios como amigos, pudiendo intercambiar mensajes, publicar actualizaciones de estado, unirse a grupos de intereses particulares, compartir videos, fotos y enlaces de temas de actualidad (NeoAttack, 2020).

YouTube es la segunda red social más utilizada en 2020 con aproximadamente dos mil millones de usuarios, cuya finalidad consiste en compartir y consumir videos en línea (Digital In 2020).

Instagram es una red para acceso móvil exclusivamente que se usa para compartir fotos y videos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros y diversos efectos fotográficos. También permite enviar mensajes de texto o audios privados y publicar fotos y videos que desaparecen en 24 horas conocidos con el nombre de *historias* (NeoAttack, 2020).

Entre las redes sociales, *WhatsApp* es la aplicación de mensajería instantánea gratuita más popular que se instala en teléfonos inteligentes o Smartphones (Digital In 2020).

Por su parte, *Twitter* es un espacio de *microblogging* en donde pueden escribirse textos de hasta 140 caracteres como máximo, clasificar los contenidos mediante *hashtags* (símbolo # que precede palabras o frases y que facilita la búsqueda o da mayor visibilidad a tweets sobre un tema determinado o *trending topic*), hacer un seguimiento en tiempo real de eventos, noticias o acontecimientos, difundir periódicamente los contenidos de una página web o blog (Olivares Granados & González Reyes, 2016).

3.3. Perfiles de usuarios

En función de los períodos generacionales a los que pertenecen, existen diferentes clasificaciones, siendo los años comprendidos en ellos estimativos. Las terminologías empleadas para referirse a los menores y jóvenes en función de sus características o generaciones a las que pertenecen, incluyen conceptos como *Millenials*, *nativos digitales*, *Generación Y*, *Generación Z*, *Generación Google*, *Generación Interactiva*, *App Generation* o *Generación Selfie* (Herrero-Diz, Ramos-Serrano & Nó, 2016), cuyo nexos de unión es su

afición e interés por la tecnología y su utilización en el desarrollo de su cotidianidad (Pérez-Escoda, Castro-Zubizarreta & Fandos-Igado, 2016). En este sentido y a pesar de las diferentes denominaciones empleadas, todas las acepciones presentan elementos distintivos en común que definen a estos sectores poblacionales, tales como la capacidad multitarea, la necesidad de comunicarse y estar conectado, la importancia de la inmediatez, la creación de contenidos, la familiaridad ante los formatos audiovisuales y el uso de dispositivos, así como la habilidad colaborativa y la capacidad de producir y consumir contenidos incluso de manera simultánea (Herrero-Diz et al., 2016). Así, la *Generación Silenciosa* comprende a las personas nacidas entre 1922 y 1945, y los *Baby Boomers* a los nacidos entre 1946 y mediados de la década del 60. La *Generación X* engloba a los nacidos desde mediados de los 60 a principios de los 80. Dentro de la *Generación Y* o *Millennials* quedan incluidos los adultos jóvenes nacidos entre 1977 y 1994, o desde mediados de los 80 hasta principios de los 90, los cuales también reciben el nombre de *Segunda Generación Baby Boomers* o *Generación Net*. La *Generación Z* engloba a los nacidos entre 1995 hasta el 2009, siendo conocida también con el nombre de *Screenager* o adolescentes de la pantalla (Olivares Granados & González Reyes, 2016), y sobresaliendo por el marcado interés y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (Pérez-Escoda et al., 2016).

Otros autores se basan en un *enfoque sistémico* para conceptualizar los roles sociales y analizar su influencia en el contexto de Internet. En este sentido, se ha investigado la actividad de los miembros, el contenido compartido y la posición en la red dentro de una comunidad basada en redes sociales de consumidor a consumidor en relación a un producto, identificando 10 roles centrales, basados en tres elementos clave: el objeto de interés (producto, práctica y comunidad), el tipo de contribución principal (buscar o compartir información) y la orientación individual (fáctica o emocional) (Benamar, Balagué, & Ghassany, 2017). Se explica la forma en que estos roles, mediante su posicionamiento, participan en la dinámica comunitaria y cómo contribuyen a la creación y difusión de la cocina como práctica social, delineando los límites alrededor de esta práctica.

Asimismo, existen numerosas clasificaciones de usuarios que se basan en diversos criterios. Un estudio realizado en México (Azuela Flores, Baltazar Romero, Jiménez Almaguer, Ochoa Hernández & Jiménez Torres, 2015) halló la existencia de dos tipos de usuarios de redes sociales virtuales (RSV): *creadores* y *espectadores*, constituyendo los

primeros aquellos que crean y consumen contenidos en las redes sociales virtuales, y los últimos, aquellos que solo se limitan al consumo. El grupo mayoritario representado por usuarios creadores con el 78%, está conformado por varones y mujeres de entre 22 y 25 años, con una vida social bastante activa en las redes, que se caracterizan por ser desinhibidos, por compartir y comentar fotos (40% y 35% respectivamente), y por hacer pública su vida. Actualizan constantemente su perfil (29%), comparten su estado de ánimo (24%) y envían mensajes públicos a los miembros de su red. Disfrutan de exhibirse pero también de curiosear en la vida de los demás (42%), comentando lo que dicen o hacen las personas a las que siguen. También envían mensajes privados (42%), se informan de lo que sucede (30%) y ocasionalmente comparten links (45%), siendo asiduos consumidores y generadores de contenidos dentro de las RSV. El 22 % de los usuarios totales que se corresponde con el grupo minoritario, está formado por hombres y mujeres de entre 18 y 22 años que se caracterizan por su escasa participación en las RSV y se limitan a observar a los demás. Tales usuarios espectadores utilizan las redes sociales con dos fines principales: como un medio de comunicación y como un medio de información, para comunicarse con sus amigos mediante mensajes privados (31%), y para mantenerse informados acerca de lo que sucede; y ocasionalmente para compartir links, y fotos (40% rara vez lo hace), y para comentar las fotos de otros a menudo (31%).

Esta tipología de usuarios de redes sociales que distingue entre creadores y espectadores, contempla un contexto socio-económico en el cual la brecha digital es más palpable (Azuela Flores et. al., 2015), y obedece a la existencia de un mercado en donde menos de la mitad de la población tiene acceso a Internet (sólo el 40% de los residentes en México tiene acceso) y en donde la proporción es aún menor si se considera solo a aquellos que acceden desde el hogar, el 20% de la población.

Existen otras investigaciones que parten del comportamiento de los usuarios de una red social online (Waheed & Shafi, 2018) y apuntan a lograr el éxito de esta última mediante la integración de la información obtenida. La obtención de resultados tiene como destinatarios a los sectores comerciales y de marketing, proveedores de redes sociales en línea, de productos y servicios y también a la identificación de cuentas falsas y verdaderas. Sin embargo, se trata de estudios que si bien podrían mejorar la gestión de recursos y las redes sociales en línea, están acotados a un público específico (Benamar et al., 2017). En

contraposición a este segmento mercantilista, existen estudios de Brasil (Nemer, 2015) y Chile (Haynes, 2016) que reconocen como usuarios a otros grupos poblacionales más vulnerables que recurren a las redes sociales con motivo de reivindicación de sus derechos.

3.4. Motivos de uso de redes sociales

La mayor parte de la actividad de Internet pasa por las redes sociales, que se han convertido en las plataformas de preferencia para todo tipo de fines, no solo para relacionarse con amigos, sino también para marketing, comercio electrónico, entretenimiento, enseñanza, medios de comunicación, aplicaciones médicas o psicológicas y activismo socio-político (Castells, 2014), utilizándose por diversos motivos. En este sentido, las redes sociales online otorgan el lugar propicio y la oportunidad de comunicarse con otros usuarios y pertenecer a diferentes redes sociales a través de comunidades virtuales en Internet (Boyd & Ellison, 2008).

De acuerdo a Krasnova, Veltri, Eling y Buxmann (2017), la investigación de los motivos de uso ha sido impulsada gracias a la aplicación de la *Teoría de los Usos y Gratificaciones* en redes, aunque también presentan un enorme interés por su relación con las necesidades psicológicas de autonomía, relación y competencia. Hasta ahora las investigaciones anteriores han estudiado fundamentalmente diferencias de género y de personalidad detrás de dichos motivos, pero raramente se han explorado las relaciones posibles entre dichas motivaciones y asuntos relevantes como el bienestar emocional o la adicción. Además, se centran básicamente en los motivos de Facebook, siendo necesario explorar las motivaciones de uso en ciertas redes sociales de uso extendido y reciente entre los jóvenes como, por ejemplo, el caso de Instagram (Sheldon & Bryant, 2016). También se ha descuidado el estudio de los *motivos del no uso*, que ante la generalización del uso puede convertirse en una forma de distinción de los otros.

Por último, los procesos relacionados con la experiencia de uso, ya sean sociales, identitarios o cognitivo-emocionales, son temáticas que han suscitado interés como posibles mediadores entre el uso de redes y sus efectos para los usuarios. Siguiendo a Bazarova y Choi (2014), los procesos de tipo identitario tienen cierto protagonismo para calcular cuánta revelación personal es oportuna para poder desarrollar vínculos o reforzarlos en las redes, habiéndose explorado poco si a pesar de la tendencia generalizada a una presentación

idealizada y positiva de uno mismo, son posibles y adecuadas otras formas de presentación más honestas y auténticas; resultando necesario un estudio más exhaustivo de diferentes estrategias de presentación de sí mismo. En segundo lugar, Seabrook, Kern, y Rickard (2016), consideran que, en el caso de los procesos cognitivo-emocionales, la literatura evidencia parcialmente tanto una ruta positiva de los procesos sociales como una ruta negativa del uso de redes. Es decir, parece sostenerse de fondo que el uso activo pudiera llevar a una mayor interacción social y ello conllevar posibles beneficios de tipo social, como el aumento de apoyo social percibido, la sensación de conexión social o disminución de la soledad, especialmente en sujetos con ansiedad ante la interacción social que harían un uso compensatorio. También se ha sostenido que como la mayor parte del tiempo en redes se dedica a un uso pasivo, ello podría favorecer la comparación social negativa con la vida de los otros, que conllevaría una disminución del bienestar emocional (Verduyn, Ybarra, Résibois, Jonides, & Kross, 2017).

Teniendo en cuenta la perspectiva teórica de los Usos y Gratificaciones y de los Cinco Grandes, se han explorado las redes sociales preferidas de los usuarios que son lectores de revistas y géneros específicos, y sus motivaciones para conectarse (Jain, Zaher & Roy, 2017). Los resultados indican que la mayoría de las personas esperan que las revistas tengan presencia en las principales redes sociales, indicando diferentes motivaciones para acceder a los sitios virtuales de estas publicaciones, incluida la oportunidad de obtener recomendaciones de productos relevantes de interés y mensajes específicos, sugiriendo diversas estrategias de participación. En la misma línea, existen investigaciones que analizan la relación entre los motivos de uso de redes sociales y el Modelo de los Cinco Grandes (Lupano Perugini & Castro Solano, 2020; Horzum, 2016; Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş & Griffiths, 2018).

Si bien las nuevas generaciones utilizan las redes sociales como un medio de comunicación habitual, en el ámbito educativo aún no se ha generalizado su uso por parte de los docentes como recurso didáctico. Expertos en educación mediática insisten en la necesaria incorporación de la educación en medios en el currículum académico, entendiendo la alfabetización mediática como una apuesta para promover tanto la recepción como la producción de mensajes y contenidos de manera crítica, creativa, responsable y emocional y

de alcanzar una sociedad prosumidora (García-Ruiz, Ramírez-García & Rodríguez-Rosell, 2014).

Diversas revisiones bibliográficas se centran en los diferentes motivos de uso de las redes sociales. Se usan así para compartir conocimientos (Ahmed, Ahmad, Ahmad, & Zakaria, 2019), analizar la gestión de comunicación estratégica 2.0 que desarrollan las principales empresas de Telecomunicaciones (Velásquez Benavides, Duque-Rengel, & Paladines Galarza, 2020), estudiar el mercado de las agencias de publicidad (Iniesta-Alemán, & Segura-Anaya, 2019), analizar el bienestar psicológico (Huang, 2010), entre otros.

3.4.1. Motivos de uso y variables sociodemográficas

De acuerdo con van Dijck (2016), el sexo y la edad constituyen variables relevantes para los cuatro tipos de acceso a Internet. Específicamente en relación a la primera variable, WhatsApp, YouTube y Pinterest presentan un perfil de usuario mayoritariamente femenino (In digital, 2020). Algunos autores sostienen que el sexo desempeña un papel importante: mientras las mujeres se inclinan por los medios de comunicación social, los hombres prefieren el entretenimiento que proporcionan los videojuegos. Asimismo, existen diferencias en cuanto a los motivos de uso en relación al sexo: mientras el sexo femenino usa las redes sociales principalmente para mantenerse informado de acontecimientos de la actualidad y para estar en contacto con familiares y amigos, los hombres las utilizan para contactar a personas que de otra manera no lo harían (Lenhart, 2015), así como también con fines utilitarios, siendo los relacionales los de menor frecuencia.

En relación a la *edad*, se encontró que los más jóvenes presentan mayor tendencia a vender productos y servicios en la red. Asimismo la generación millennial o generación Y, presenta preferencia por la información en base a Internet, mientras que los adultos eligen las fuentes de información más tradicionales, periódicos impresos, radio y/o televisión (Delfino et al., 2017). Los menores y jóvenes han hecho ostensible históricamente la necesidad de expresarse y de participar en sociedad encontrando en las redes sociales la posibilidad de manifestar sus preocupaciones, pensamientos, sentimientos e intereses (Herrero-Diz et al., 2016).

Respecto de los adultos mayores, existen varias investigaciones que analizaron los principales motivos de uso. De acuerdo a un estudio realizado en Portugal relativo al uso

general de Internet y particular de Facebook, dicha red social constituiría una herramienta eficaz para fomentar las relaciones sociales (Rebelo, 2015), ya que permitiría al mencionado grupo poblacional reencontrarse con contactos perdidos hace mucho tiempo y reanudar lazos personales.

Algunos estudios señalan la asociación entre determinados usos en Internet, tales como transferencias bancarias, contratación de seguros, adquisición de bienes y servicios, y otras variables como la pertenencia a un determinado grupo social, la estabilidad en el empleo y la posesión de habilidades informáticas (Hargittai & Hinnant, 2008). En tal sentido, los individuos jóvenes con niveles educativos altos y mayores ingresos económicos son quienes logran acceder a Internet de manera más eficaz y apropiarse de la tecnología (van Dijck, 2016), comunicarse en cualquier parte del mundo, efectuar transacciones de todo tipo, comprar y estudiar en línea, desarrollar cursos de educación superior y trabajar en forma remota (Diomidous et al., 2016).

3.5. Uso problemático de Internet

Tanto el uso problemático de Internet (PIU) como el uso problemático de redes sociales (PSNSU) han sido ampliamente investigados, evidenciando la literatura dos perspectivas principales para su concepción y medición.

La primera postura lo considera como una categoría de *adicción a Internet* (Blachnio, Przepiórka & Pantic, 2015; Kandell., 1998), que se configura como un desorden o patología clínicos y como un trastorno del control de los impulsos (Fioravanti, Primi & Casale, 2013; Pontes, Caplan & Griffiths, 2016), debido a que se informan problemas vinculados a su uso (Ahmed et al., 2019; Andreassen, 2015; Padilla-Romero, & Ortega-Blas, 2017).

Si bien actualmente no se encuentra tipificado como un trastorno, constituye un problema conductual preocupante tanto en adolescentes y jóvenes (Moral & Suárez, 2016), como también en adultos y poblaciones vulnerables. Dicho enfoque ha sido objeto de críticas por algunos autores que consideran que el PIU no debe ser caracterizado como una enfermedad o desorden clínicos (Pontes et al., 2016), ni como una dependencia psicológica a una sustancia (Davis, 2001), sino como un patrón distinto que consiste en un uso excesivo de Internet (Castro Solano & Lupano Perugini, 2019) y que está relacionado con creencias y conductas que parecen resultar sintomáticos de otros (Pontes et al., 2016).

La segunda corriente considera al uso problemático de Internet como un constructo que excede de la mera adicción comportamental (Fioravanti et al., 2013), definiéndolo como un síndrome multidimensional compuesto por síntomas desadaptativos cognitivos y comportamentales, que conlleva consecuencias de vida negativas (Caplan 2002; Davis, 2001; Pontes et al. 2016), incidiendo los factores personales, culturales y sociales en dicho uso (Andreassen, 2015).

Pionero en dicho sentido, Davis (2001) fue el primero en hacer una distinción entre dos clases de PIU, generalizado y específico, en función de las cogniciones des adaptativas asociadas al uso mencionado, contribuyendo de manera novedosa a la literatura mediante su modelo cognitivo conductual de uso patológico de Internet (PIU).

Mientras que el *PIU específico* se caracteriza por ser una de las muchas manifestaciones posibles de un trastorno de conducta más amplio, el *PIU generalizado* (PIU-G) consiste en una patología que se asocia al contexto social que está disponible únicamente en Internet, representando este contexto en este último caso una línea fina vital al mundo exterior que actúa como un medio de comunicación en su grado más extremo (Davis, 2001; Davis, Flett, & Besser, 2002). Expresado de otra manera, el PIU-G es un constructo que se centra principalmente en los problemas psicológicos, sociales y comportamentales experimentados por las personas como consecuencia de su inserción en el contexto social único de Internet, pudiendo la preferencia de la interacción social online facilitar su uso compulsivo y resultar en consecuencias negativas (Davis, 2001).

Caplan (2010) actualizó el modelo de uso problemático generalizado de Internet de Davis (2001) mediante el desarrollo un instrumento válido para medir esa clase de PIU, y reservó el término PIU para hacer referencia a un síndrome multidimensional compuesto por síntomas cognitivos y conductuales que se traducen en problemas para manejar la vida fuera de línea (Caplan, 2002, 2003, 2007, 2010; Davis et al., 2002), y que repercuten de manera negativa en los diversos ámbitos de la cotidianidad de las personas, por ejemplo, a nivel social, académico y profesional (Caplan, 2002; Morahan-Martin & Schumacher, 2003).

La Escala de Uso Problemático de Internet Generalizada (GPIUS) es un instrumento diseñado en base a la teoría de Davis (2001) para medir dicho constructo, mediante la evaluación de las asociaciones entre el PIU y las variables de salud psicosocial *depresión, soledad, timidez y autoestima*. El análisis factorial identificó siete subdimensiones únicas del

GPIUS, a saber: regulación del humor, beneficios sociales percibidos disponibles en línea, resultados negativos asociados al uso de Internet, uso compulsivo de Internet, cantidad excesiva de tiempo en línea, síntomas de abstinencia cuando se está lejos de Internet, y control social percibido disponible en línea.

Seis factores estaban relacionados a las cogniciones y conductas del PIU generalizado, y el factor restante representó las consecuencias y los efectos negativos resultantes del uso de Internet. Asimismo, Caplan (2010) identificó varios constructos cognitivos y comportamentales específicos asociados a los resultados negativos del uso de Internet: la preferencia por la interacción social en línea (POSI), la regulación del humor, la preocupación cognitiva y el comportamiento compulsivo.

La preferencia por la interacción social en línea (POSI) constituye un síntoma cognitivo importante del uso problemático de redes sociales online y juega un papel significativo en el origen o etiología, el desarrollo y los resultados del PIU-G y control social percibido disponible en línea (Caplan, 2003, 2005, 2007; Kim & Davis, 2009; Kim, LaRose & Peng, 2009). Se trata de un constructo cognitivo caracterizado por la creencia o convicción de sentirse más seguro, más eficiente y más cómodo en relaciones e interacciones interpersonales online, que en actividades sociales tradicionales cara a cara (Caplan, 2003). En otras palabras, la POSI podría conducir a un individuo a utilizar Internet antes que la interacción tradicional cara a cara cuando busca consuelo y compañía proveniente de miembros de su red de apoyo (Caplan, 2005, 2007).

De acuerdo con el modelo de PIU de Davis (2001), los problemas psicosociales tales como la soledad y la depresión (Caplan, 2003, 2005), la ansiedad social (Caplan, 2007), así como la presencia de habilidades sociales deficientes (Caplan, 2005; Kim et al., 2009), predisponen a algunos individuos al desarrollo de creencias y comportamientos con respecto a la actividad en línea que resultan en consecuencias negativas (Caplan, 2002; Davis et al., 2002). Tales cogniciones y conductas desadaptativas en relación al uso de Internet, que conducen a dificultades para el control de los impulsos y podrían desencadenar resultados negativos consecuentes asociados a dicho uso (Davis et al., 2002), constituyen efectos más que causas, de problemas psicosociales más amplios, tales como soledad y depresión, ansiedad social (Caplan, 2007) y presencia de habilidades sociales deficientes (Caplan, 2005; Kim et al., 2009).

En ese sentido, las investigaciones encontraron apoyo sólido para la asociación entre el uso problemático y la salud psicosocial, además de una relación positiva entre la soledad y las consecuencias negativas del uso de Internet (Amichai-Hamburger & Ben-Artzi, 2003; Caplan, 2002; Morahan-Martin & Schumacher, 2003), pudiendo desarrollar los individuos solitarios, con ansiedad social o habilidades sociales deficientes una POSI elevada porque perciben la interacción social online menos amenazante que la interacción cara a cara y a sí mismos como socialmente más eficaces para relacionarse con otros online (Caplan, 2003, 2005, 2007).

La soledad se erige entonces como un predictor significativo de la POSI (Caplan, 2003; Kim et al., 2009), constituyendo la confianza en la auto-presentación individual como habilidad social, un buen predictor del nivel de POSI. Así por ejemplo, Caplan (2005) halló que los participantes que informaron menos habilidades para auto presentarse fueron más propensos a percibir la interacción social online más favorable que la comunicación cara a cara. De manera adicional, la falta de habilidades sociales (Kim et al., 2009) y la ansiedad social (Caplan, 2007) predijeron la POSI. Conjuntamente, estos resultados sugieren que la POSI es un elemento importante del PIU-G que podría ser útil para explicar por qué algunos individuos presentan otros indicadores de uso problemático, tales como conectarse para regular el humor y tener una autorregulación deficiente.

La *regulación del humor* es otro síntoma cognitivo del PIU-G sugerido por la literatura como motivación para el uso de Internet (Caplan, 2002, 2007; LaRose, Lin, & Eastin, 2003), constituyendo un predictor cognitivo significativo de los resultados negativos asociados al uso de Internet (Caplan, 2002). En un estudio posterior, Caplan (2007) afirmó que los individuos con ansiedad social podrían mostrar preferencia por la interacción social online como forma de mitigar su ansiedad para auto presentarse en situaciones interpersonales.

El uso de Internet para regular el humor puede conducir a una *autorregulación deficiente* (LaRose et al., 2003), la cual consiste en una disminución relativa del estado de autocontrol consciente, pudiendo adquirir dos formas posibles: preocupación cognitiva y uso compulsivo de Internet. Más específicamente, dicho elemento hace referencia a una falla para controlar de manera adecuada y juzgar los comportamientos de uso propios, así como para ajustar dichos patrones de uso (Bandura, 1991). Consecuentemente, la autorregulación

deficiente del uso propio de Internet podría eventualmente generar dificultades en las relaciones personales, laborales y académicas (Kubey, Lavin, & Barrows, 2001).

La *preocupación cognitiva* alude a patrones de ideas obsesivas relacionados al uso de Internet, tales como por ejemplo, no poder dejar de pensar en desconectarse, o imaginar qué estará sucediendo online mientras se está desconectado, elemento que en combinación con un patrón de uso problemático de Internet configura el PIU-G (Shapira et al., 2003). Coincidentemente, Caplan y High (2010) hallaron que la asociación entre el uso de Internet y los resultados negativos es más elevada cuando hay preocupación cognitiva, sugiriendo la literatura que el pensamiento de los individuos acerca de Internet podría contribuir a explicar los resultados negativos experimentados asociados con su uso.

El *uso compulsivo de Internet* es una de las formas que adquiere la autorregulación deficiente a nivel comportamental (Kim & Davis, 2009; Kim et al., 2009), y constituye un componente fundamental del PIU (Caplan, 2005; Kim et al., 2009). De acuerdo con Davis (2001), se trata de una incapacidad para controlar, reducir o detener el comportamiento en línea, junto con sentimientos de culpa por el tiempo pasado en Internet.

La literatura sobre el uso problemático de Internet no ha forjado una perspectiva teórica que distinga conceptualmente diferentes tipos de PIU, focalizándose en cambio en contenido específico, tal como juegos de azar en línea, *cyberbullying*, *sexting* o *grooming* (Arab & Díaz, 2015), o en la cantidad de tiempo que la gente pasa en línea, en lugar de ocuparse de los motivos por los cuales las personas se conectan o motivos de uso. Lo cierto es que cualquiera sea la perspectiva desde la cual se estudie el uso problemático de Internet y de redes sociales, ya como adicción (Kandell, 1998) o como síndrome multidimensional (Andreassen et al., 2016; Caplan 2010; Castro Solano & Lupano Perugini, 2019; Davis, 2001; Pontes et al. 2016), los efectos negativos resultantes no pueden ser dejados de lado.

3.6. Psicología de la personalidad

De acuerdo al abordaje correlacional (Pervin, 2000, citado en Castro Solano, 2015) la personalidad es un constructo que implica el estudio sistemático de las diferencias humanas individuales como patrones de comportamiento, emociones y pensamientos. Dichas diferencias que permiten identificar la estructura subyacente al comportamiento y que constituyen su unidad de análisis, conforman los rasgos psicológicos o dimensiones

diferenciales que surgen de las respuestas de los individuos a inventarios de personalidad analizados mediante análisis factorial (Castro Solano, 2015). Los rasgos son definidos como tendencias latentes que predisponen a los seres humanos a comportarse de determinado modo, prediciendo su conducta en situaciones diferentes y siendo responsables de las diferencias individuales (de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015).

3.6.1. Modelo de los Cinco Grandes

Entre las distintas teorías dedicadas al estudio de la personalidad, el Big Five o modelo de los cinco factores se destaca como la más representativa dentro de un enfoque empírico y politaxonómico (Castro Solano, 2015). Dicho modelo postula que el campo de los rasgos de la personalidad se puede resumir en términos de cinco dimensiones fundamentales conocidas también como los *cinco factores de la personalidad*, siendo posible su análisis mediante la valoración de sus cinco aspectos constitutivos: *neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, afabilidad y responsabilidad* (de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015), conocidos también como extraversión, agradabilidad, conciencia estabilidad emocional e intelectual (De Raad & Mlačić, 2020), o neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, agradabilidad y autoconciencia (Casullo & Castro Solano, 2003; McCrae & Costa, 1999). Este sistema surgió de la aplicación del enfoque psicoléxico a la personalidad (De Raad, 2000), y se describe en términos de dimensiones de factores y en términos de representación en forma de círculos y arreglos jerárquicos de los rasgos de la personalidad (de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015).

El origen psicolingüístico del Modelo de los Cinco Grandes se esboza sobre consideraciones teóricas y diferentes representaciones estructurales que han guiado su desarrollo, informando las nociones críticas y los hallazgos transculturales, siendo su utilidad revisada (De Raad & Mlačić, 2020). Dicho sistema tiene su origen en el trabajo psico-léxico en el cual se escanea el vocabulario de un idioma en busca de todas las palabras que puedan informar sobre los rasgos de personalidad (de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015) surgiendo los cinco factores principales o centrales (Casullo & Castro Solano, 2003; de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015; McCrae & Costa, 1999) de forma más articulada en las lenguas indoeuropeas de Europa y Estados Unidos, y más débilmente en lenguas no indoeuropeas. El modelo resulta más funcional y detallado en un formato que integra una

estructura simple y representaciones circulares, otorgándole al sistema de los Cinco Grandes un gran potencial de acomodación, lo que significa que muchos o la mayoría de los conceptos desarrollados en otros enfoques podrían ubicarse en ese sistema (Castro Solano, 2015; De Raad, & Mlačić, 2020; Tsitsika et al., 2014).

El éxito temprano del modelo de los Cinco Grandes (BFM por sus siglas en inglés) que vino de la mano de Norman (1963) y del proyecto psicológico de Goldberg (1981), provocó que McCrae y Costa (1999) agregaran los factores de agradabilidad y responsabilidad a su propio modelo anteriormente constituido por los factores de neuroticismo, extraversión y apertura a la experiencia, surgiendo así el (NEO): NEO-PI para evaluar las cinco dimensiones del modelo. Una serie de estudios léxicos en varios idiomas- que habitualmente se apoyan en el modelo del Big Five-, conjuntamente con la obra de McCrae y Costa (1999) constituyeron los cimientos para asentar su Teoría de los Cinco Factores, proclamando el estatus causal de los cinco grandes.

El primer factor denominado *neuroticismo* se refiere a la inestabilidad emocional o desajuste emocional (Casullo & Castro Solano, 2003; McCrae & Costa, 1999) y a la sensación de malestar. Se caracteriza por ansiedad, preocupación, trastornos del sueño y enfermedades psicosomáticas. El malhumor y el sentirse deprimido también son características de la personalidad neurótica. La *extraversión* constituye el segundo factor y se caracteriza por la asertividad y el dinamismo, aludiendo a la intensidad de las relaciones interpersonales (Casullo & Castro Solano, 2003). Las personas extrovertidas son sociables y disfrutan de ir a fiestas y reuniones sociales y de tener muchas amistades. Prefieren estudiar en compañía y son impulsivos, bromistas y flexibles, pudiendo mostrarse despreocupados y agresivos. Sienten necesidad de hablar con gente y disfrutan de la aventura. El tercer factor denominado *apertura a la experiencia* comprende la presencia de ideas y valores no convencionales, caracterizándose por la búsqueda activa de nuevas experiencias, imaginación y curiosidad. Las personas que puntúan alto en este factor poseen una gran apertura mental y vidas ricas en experiencias, asimismo como una amplia variedad de intereses de índole intelectual y creativa. Las personas abiertas a la experiencia se mueven en un sentido opuesto a lo rutinario y se renuevan permanentemente, mostrando ocurrencia y sensibilidad por el arte y lo estético. El cuarto factor está representado por la dimensión denominada *afabilidad*. Los sujetos con presencia de este rasgo suelen ser altruistas,

compasivos, confiados y sensibles hacia los demás. Se caracterizan por ser cariñosos y brindar apoyo social mediante interacciones personales basadas en la confianza, en la ayuda y en el altruismo. La *responsabilidad* es el quinto factor y se caracteriza por una fuerte tendencia hacia el deber, el orden, la organización, y la eficacia. Las personas responsables son puntuales, fiables, voluntariosas y se plantean objetivos orientados al cumplimiento de sus metas. En general son capaces de controlar sus impulsos y auto disciplinadas (Casullo & Castro Solano, 2003; de la Iglesia & Freiberg Hoffmann, 2015).

Los cinco factores surgieron de manera más articulada en las lenguas indoeuropeas de Europa y Estados Unidos, y más débilmente en lenguas no indoeuropeas. De acuerdo a un criterio no taxativo que permite algo más que palabras de rasgos disposicionales (por ejemplo, palabras de rasgos que son evaluativas por naturaleza), podrían surgir dimensiones adicionales más allá de los Cinco Grandes, en su mayoría transmitiendo características de moralidad. Un tema importante se refiere a la aplicabilidad transcultural de las dimensiones descriptivas de rasgos. Haciendo hincapié en la posibilidad de extrapolar los mencionados rasgos a otras culturas (Casullo & Castro Solano, 2003), la extraversión, agradabilidad y autoconciencia serían los más universales. El Modelo de los Cinco Grandes ha sido aplicado prácticamente en casi todos los ámbitos de la Psicología: clínico, comunitario, laboral u organizacional y de investigación en Psicología. Ha sido especialmente útil en el campo del aprendizaje y la educación, enfrentado diferentes problemas críticos, uno de los cuales se refiere a los criterios de inclusión de palabras descriptivas de rasgos del léxico (De Raad & Mlačić, 2020).

3.6.2. Triada Oscura

La *Triada Oscura de la Personalidad* (DT por sus siglas en inglés equivalentes a *Dark Tetrad* o *Dark Triad*), consiste en una constelación formada por tres constructos superpuestos de personalidad antisocial: Maquiavelismo, psicopatía y narcisismo (Johnson, Plouffe & Saklofske, 2019; Paulhus & Williams, 2002; Schmitt et al., 2020), los cuales se encuentran comúnmente asociados a comportamientos negativos o moralmente indeseables (Johnson et al., 2019; Paulhus & Williams, 2002). Dichas conductas se caracterizan por la insensibilidad o falta de empatía y la sobreestimación de uno mismo en detrimento de otras personas mientras se las anula (Schmitt et al., 2020).

A pesar de que estos rasgos presentan una estructura de personalidad común en la cual predomina el motivo para elevar el *self* y desestimar a los demás, y comparten características que incluyen la manipulación y la deshonestidad, se distinguen entre sí (Jones & Paulhus, 2013).

La psicopatía se caracteriza por insensibilidad, impulsividad, y falta de empatía (Walker & Jackson, 2016), así como por déficits en los afectos y en el autocontrol, indiferencia emocional e impulsividad (Paulhus & Williams, 2002). Más específicamente, el *narcisismo* se define por el ensimismamiento y los sentimientos de grandiosidad (Malesza & Ostaszewski, 2016; Paulhus & Williams, 2002), derechos adquiridos (Malesza & Ostaszewski, 2016), búsqueda de la afirmación y refuerzo del *self* (Paulhus & Williams, 2002), así como por un amor excesivo por sí mismo, sentimientos de superioridad, búsqueda de atención y explotación en las relaciones con otros (Lee & Ashton, 2005). Por su parte, el maquiavelismo se expresa a través del egoísmo y de la manipulación estratégica de otros en beneficio personal (Jones & Paulhus, 2013), e implica la tendencia hacia conductas manipuladoras y premeditadas, con el foco puesto en la explotación ajena para la afirmación y refuerzo del *self* en aras del beneficio personal- así como en el afecto frío (Paulhus & Williams, 2002).

Si bien ha sido estudiado principalmente como un trastorno anormal de la personalidad, el narcisismo podría verse como un aspecto normal de la personalidad que incluye ideales de dominio, explotación y sentimientos de derecho (Lee & Ashton, 2005).

Aunque recientemente algunos investigadores sugirieron ampliar la DT a una *Tétrada Oscura* mediante la inclusión del *sadismo subclínico* (Buckels, Trapnell, & Paulhus, 2014; van Geel, Goemans, Toprak, & Vedder, 2017), no hay consenso en la literatura al respecto, ya que existen autores que consideran que la psicopatía y el sadismo se superponen de manera considerable. Asimismo, algunos estudios examinaron el papel del *rencor* junto con los rasgos de la Dark Tetrad (Jonason, Zeigler-Hill, & Okan, 2017; Zeigler-Hill & Vonk, 2015). A pesar de tales intentos, la adición del sadismo y del rencor a la Tríada Oscura no es del todo clara y requiere de mayor evidencia empírica (Jonason et al., 2017; Tran et al., 2018).

Estudios recientes hallaron que las personas con rasgos de personalidad antisocial pronunciados probablemente se involucren en conductas socialmente aversivas, tales como

el ciberacoso (van Geel et al., 2017), el trolling (Buckels, et al., 2014) y el cyberstalking o acoso de la pareja íntima (Carton & Egan, 2017), entre otros.

La conceptualización de los rasgos socialmente indeseables propuesta por Paulhus y Williams (2002), se traduce en un modelo de personalidad desadaptativa. Conjuntamente descriptos como la *Triada Oscura de la Personalidad* (Paulhus & Williams, 2002), el narcisismo subclínico, el maquiavelismo y la psicopatía subclínica, constituyen los tres rasgos más comúnmente asociados a conductas socialmente indeseables o comportamientos negativos o moralmente indeseables (Johnson et al., 2019; Paulhus & Williams, 2002). Dichos rasgos de personalidad consisten en constructos dimensionales (Paulhus & Williams, 2002), a los cuales algunos autores agregan el sadismo subclínico para conformar así, una tétrada de personalidad oscura.

4. Metodología

4.1. Tipo de Estudio

Descriptivo

4.2. Instrumentos

Artículos buscados en las bases de datos de Academia, Latindex, PubMed, PsycINFO, Redalyc, Researchgate y Scielo, entre otras.

4.3. Procedimiento

Para realizar la presente revisión sistemática, se llevó a cabo un exhaustivo relevamiento bibliográfico de la literatura existente en materia de redes sociales, bajo diversos motores de búsqueda con las palabras clave: “redes sociales y usos; adultos y motivos de uso de internet, usuarios de internet y clase social, género y uso de internet” “problemáticas y uso de redes sociales”, “redes sociales + motivos de uso + revisión”, “osn + uses + reviews”, “osn + uses + big five”, “taxonomía de uso de redes sociales”. Se tuvieron en cuenta las siguientes variables sociodemográficas: sexo, edad, estado civil, actividad laboral, nivel de educación y clase social.

Se procedió a realizar búsquedas de información en diversas fuentes bibliográficas online-tales como Academia, Latindex, PubMed, PsycINFO, Redalyc, Researchgate y Scielo, entre otras.

Se hizo hincapié en la lectura de artículos, libros y revisiones publicados en revistas científicas acerca de motivos de uso de redes sociales en población adulta y se trató de seleccionar aquellas que fueran pertinentes para la presente revisión, y su ulterior análisis. Con respecto a los artículos, se comenzó por los resúmenes-introducción y metodología, en caso de ser necesario- y se siguió con un análisis detallado de las diferentes variables elegidas y de la relación entre ellas.

Las fuentes en español, inglés, portugués y francés consultadas prima facie fueron las comprendidas entre los años 2015 y 2021, sin perjuicio de la literatura clásica referente al tema que también fue considerada e incluida. Asimismo, se tuvieron en cuenta estudios científicos, estadísticas y opiniones de expertos.

5. Desarrollo

5.1. Describir los principales motivos de uso de Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y WhatsApp en adultos.

A continuación, se procede a dar respuesta al objetivo consistente en describir los principales motivos de uso de Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y WhatsApp en adultos.

De acuerdo con el Pew Research Centre (2018), las siete aplicaciones móviles más populares proporcionan conectividad social instantánea y fácilmente disponible. Actualmente, Facebook es una de las redes de mayor auge y las personas la utilizan por diversos motivos. Fundada en el año 2004 como una red exclusiva para estudiantes de la Universidad de Harvard y con fines académicos, fue acogida en 2005 por dos mil universidades y colegios en Estados Unidos, expandiéndose posteriormente a nivel mundial (Zywica & Danowski, 2008). He aquí el primer motivo de uso de dicha red social.

Según estudios recientes, Facebook es utilizado para recordar y guardar recuerdos (Karapanos, Teixeira & Gouveia, 2016), y para escapar a través de la comunicación con otros de algunos acontecimientos de la vida diaria, como problemas económicos y de pareja (Young, Kuss, Griffiths & Howard, 2017), buscando los jóvenes, en cambio, entretenimiento, información y exposición. Asimismo, es usada por personas de diferentes entornos demográficos, culturales y geográficos, de varias maneras y para satisfacer diferentes motivos y necesidades (Dhir & Tsai, 2017), como en el caso de Paraguay, en donde es la red

social más usada, contando en 2020 con 3.850.000 usuarios activos, repartidos entre dos millones de hombres (52%) y 1.850.000 mujeres (48%) (Latamclik, 2020).

Otra motivación para el uso de FB es la satisfacción de la necesidad de pertenencia, existiendo una relación positiva entre la fuerte necesidad de pertenecer y de popularidad con el uso de la misma (Beyens, Frison & Eggermont, 2016). Es decir, que a mayor necesidad de sentimiento de pertenencia, mayor uso de dicha red social. Lo mismo ocurre en jóvenes con alta sensibilidad personal que satisfacen sus necesidades sociales en entornos virtuales a través de esta red (Eraslan-Capan, 2015), generando su uso niveles más altos de relación percibida (Sheldon, Abad & Hinsch, 2011).

Un estudio de España vinculado con la teoría de usos y gratificaciones (TUyG), analizó los motivos de uso de Facebook y contrastó cómo dichos motivos predijeron patrones conductuales y actitudinales (Igartúa & Rodríguez De Dios, 2016). La muestra se compuso por 268 estudiantes españoles ($N=268$), que completaron un cuestionario con una escala de motivos para utilizar dicha red social, e información sobre el consumo y satisfacción con la misma. Del análisis factorial exploratorio, surgieron seis dimensiones motivacionales, de las cuales las tres primeras constituyen los motivos principales de uso:

- Entretenimiento
- Comunidad virtual
- Mantenimiento de relaciones
- *Coolness*
- Compañía y autoexpresión

Además, el factor de entretenimiento presentó la relación estadística más intensa con la satisfacción con Facebook.

Con respecto a la publicación de fotos, una investigación llevada a cabo en Holanda (Beldad & Hegner, 2017), se propuso analizar los motivos que influyen en la decisión de seguir compartiendo fotos personales, entendiendo por tales aquellas que incluyen a la persona que las publica, en sitios de redes sociales en línea, debido a que su divulgación podría generar problemas relacionados con la privacidad para el intercambio individual. La muestra se compuso de 473 mujeres holandesas ($N=473$), de entre 18 y 25 años de edad, usuarias de FB, que respondieron una encuesta en línea.

En relación a la red social Instagram (IG), un estudio realizado en España se planteó como objetivo identificar las motivaciones sociales y psicológicas para su uso por parte de adolescentes y jóvenes (Prades Oropesa & Carbonell Sánchez, 2016). La muestra se compuso por 202 sujetos de ambos sexos (132 mujeres y 70 varones), de entre 16 y 23 años, con una edad promedio de 19.26 años ($M=19.26$), estudiantes de bachillerato y secundaria ($N=106$), y de una facultad de Psicología ($N=96$), constituyendo uno de los criterios de inclusión el tiempo mínimo de uso de Instagram desde la apertura de la cuenta en dicha plataforma, el cual no podía ser inferior a un año. A fin de evaluar las motivaciones mencionadas, las características de uso y la intención y actitud hacia la aplicación, se recurrió a un cuestionario que los adolescentes completaron de manera presencial, y los universitarios mediante un formulario online. Los hallazgos revelaron cinco motivos principales para el uso de dicha red social, en orden de preeminencia: *cotilleo* (no perderse y estar al tanto de las últimas novedades y acontecimientos relativos a los usuarios seguidos cercanos, famosos o desconocidos), *almacenamiento* (registrar visitas a lugares y hacer publicaciones de todo lo que se hace para que los demás les den *like*), *interacción social* con los demás usuarios de la plataforma mediante fotos, *expresión* y *evasión*.

Con respecto a YouTube, Khan (2017) destaca como motivaciones principales para su uso las siguientes:

- búsqueda de información: acerca de temas de interés, para aprender a hacer cosas, para enterarse de novedades, y para estar atento a eventos y temas de actualidad.
- compartir información: con otros usuarios, para contribuir a un conjunto de información, y generar ideas.
- búsqueda de estado personal: para impresionar a otros, para sentirse importante, para aparentar ser *cool*, porque me sentí presionado para hacerlo.
- interacción social: para estar en contacto con otros usuarios, conocer personas interesantes, sentido de pertenencia, conectarse con gente que comparte los mismos valores que uno.
- entretenimiento relajante: para entretenerse, disfrutar, jugar, no tener nada mejor para hacer, pasar el tiempo cuando estoy aburrido, relajarse.

Siguiendo con Twitter, los fines sociales y la información aparecen como los motivos de uso predominantes (Srikantaiah, Saikumar, Shivaprasad, Moger & Manukumar, 2019).

En relación a WhatsApp, la comodidad y su gratuidad impulsan su uso en el entorno educativo, constatándose su uso por la mayoría de los estudiantes universitarios (Fondevila-Gascón, Marqués-Pascual, Mir-Bernal & Polo-López, 2019). En tal sentido, el profesorado podrá utilizar las redes sociales como un medio estimulante a partir del conocimiento de las gratificaciones experimentadas por las nuevas generaciones de alumnos en la educación secundaria y universitaria (García-Ruiz et al., 2014; García-Ruiz, Tirado Morueta & Hernando Gómez, 2018).

A modo de cierre, en su revisión tendiente a identificar a los usuarios más importantes de redes sociales online y apoyado en la Teoría de los Usos y Gratificaciones, Srikantaiah et al. (2019) señalan diferentes motivos de uso identificados de FB y de redes sociales en general, a saber: entretenimiento, mantenimiento de relaciones sociales, búsqueda de información, relajarse, intercambio de información, moda, forma de comunicación, pasar el tiempo, buscar amigos y compartir fotos, entre otros.

5.2. Analizar si existen diferencias en los motivos de uso de las redes sociales según el sexo y la edad.

Retomando el posteo o publicación de fotografías en FB (Beldad & Hegner, 2017), los hallazgos no encontraron diferencia de género entre usuarios, compartiendo tanto mujeres como varones los beneficios relacionados con la auto-presentación y comunicación, encontrándose una relación positiva entre la auto-presentación y los beneficios resultantes, con la intención de seguir compartiendo fotos en FB. Además, las normas sociales descriptivas y la confianza basada en la competitividad de Facebook inciden significativamente para que las usuarias mujeres presenten la intención de compartir fotos repetidas.

En el caso particular de Instagram, tanto hombres como mujeres jóvenes comparten las mismas actividades principales, aunque difieren en cuanto a su grado de participación. En relación a las mujeres, explorar la página de inicio y subir fotografías y videos ocupan el primer puesto con el 49.2%; mirar el perfil de un famoso aparece con el 33.3%, y mirar lo que hacen los usuarios a quienes siguen queda relegado al último lugar con el 17.5%. La

principal actividad de los hombres jóvenes consiste en explorar la página de inicio (57.6%) y mirar el perfil de un personaje (51.5%) casi en un veinte por ciento más que las mujeres. Luego, colgar fotos y videos refleja el 42.4%, quedando un 30.3% reservado para mirar las actividades de las cuentas que siguen. Con respecto a la edad, se encontró un efecto significativo en las motivaciones de interacción social, almacenamiento, expresión, evasión y cotillear, obteniendo los adolescentes puntuaciones más altas comparados con los jóvenes. En relación al sexo, solo el motivo de cotilleo se presentó en las mujeres de ambos grupos con puntajes superiores en comparación con los hombres (Prades Oropesa & Carbonell Sánchez, 2016).

En relación al apoyo social como motivo de uso de las redes sociales (Denti et al., 2012), hombres y mujeres se comportan especialmente de manera diferente en estas últimas y también en Internet en general (Ratan, Fordham, Leith, & Williams, 2019; Tifferet, 2020; Todd & Melancon, 2019).

Si bien las mujeres se muestran activas en redes sociales y proporcionan más apoyo social a otros usuarios en comparación con los hombres y, hasta cierto punto, reciben más apoyo (Tifferet, 2020), tienden a expresar mayor preocupación por su privacidad y son más cautelosas con respecto a la información que comparten (Tifferet, 2019). Asimismo, se presentan de otra forma, publicando más fotos (Dhir, Pallesen, Torsheim, et al., 2016; Muscanell & Guadagno, 2012) y más actualizaciones de estado (Junco, 2013), y destacando sus emociones y las relaciones familiares, a diferencia de los varones que en cambio, priorizan su estado en sus fotos de perfil (Tifferet, & Vilnai-Yavetz, 2014, 2018).

En cuanto a la forma de comunicación y en comparación con los hombres, el sexo femenino muestra cierta inclinación hacia la calidez, expresividad, compasión y relaciones familiares, la cual se expresa mediante la utilización en redes sociales de un lenguaje más amable (Costa, Terracciano, & McCrae, 2001), cálido, positivo, compasivo, cooperativo y cortés (Park, Yaden, Schwartz, et al., 2016), lo que podría obedecer a un aumento de la prestación de apoyo social.

Se cree que las mujeres darán y recibirán más apoyo social porque puntúan más alto en *amabilidad* en comparación con los hombres (Costa, Terracciano, & McCrae, 2001), el cual constituye un rasgo de la personalidad que se caracteriza por el altruismo y por una

mayor entrega, empatía, confianza y consideración (John & Srivastava, 1999), y está vinculado a una mayor entrega y búsqueda de apoyo social.

En resumen, el apoyo social constituye uno de los motivos principales de uso de las redes sociales (Denti et al., 2012). Los usuarios de redes sociales reciben soporte social (Liu, Wright, & Hu, 2018), el cual se asocia tanto con la satisfacción obtenida de su uso (Lo, 2018), como con la satisfacción con la vida (Zhang, 2017).

La revisión de Tifferet (2020) acerca del *apoyo social* como motivo de uso basada en una muestra de 30 estudios independientes con 17.000 participantes, halló que las mujeres dan y buscan en los SNS, mayor apoyo social que los hombres. Sin embargo, no hay consenso en la literatura y dicha posición coexiste con estudios de resultados mixtos y con otros autores que no informan diferencias de género; pudiendo atribuirse tal hecho a formaciones biológicas y sociales (Tifferet, 2020), resultando de esta manera los hallazgos empíricos erróneos.

5.3. Analizar si existen diferencias en la frecuencia y tipos de uso de acuerdo al estado civil, actividad laboral, nivel de educación y clase social en adultos jóvenes.

En el contexto de una investigación realizada en España destinada a determinar aquellas actividades laborales, lúdicas, formativas y comunicativas que se trasladaron al contexto único y particular de Internet, se llevó adelante un estudio específico acerca de las actividades relacionadas con el entretenimiento. A tal fin, se recolectaron datos de la población internauta de todo el país, de entre 16 y 74 años, que completaron en línea la encuesta *Virtualización de las actividades cotidianas*, obteniéndose un total de 2801 entrevistas completas y válidas (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

Del total de entrevistas válidas registradas y completas ($N=2801$), cinco de cada seis participantes (83.6%) informan realizar actividades relacionadas con entretenimientos en los ratos libres, siendo dicha proporción mayor entre quienes viven en centros urbanos y cuentan con estudios superiores, y menor entre quienes tienen estudios primarios, se conectan lo menos posible, o viven en pueblo no capital de 50000 o más habitantes. No se encontraron diferencias significativas según el sexo, el estado civil, los grupos etarios ni la composición del hogar. Además, el 12.7% de la muestra considera que el entretenimiento es una de las actividades más importantes para realizar en el tiempo libre, siendo la proporción mayor entre los mayores de 65 años, los jubilados o pensionados, y quienes están en una situación

económica mala o muy mala. No se advierten diferencias significativas en función del sexo de los usuarios. Asimismo, un 30.3% de la muestra le dedica más tiempo a dichas actividades, siendo la proporción menor, entre quienes están separados, tienen entre 55 y 64 años, trabajan, no tienen estudios o tienen solo primaria, y se conectan solo cuando es necesario o lo menos posible; y mayor entre los están solteros, de entre 16 a 24 años, estudian, tienen segunda etapa de estudios secundarios y gustan de estar siempre conectados. Entre los dispositivos más utilizados para entretenimiento en los ratos libres a través de Internet, se encuentran el ordenador o computadora personal (82.7%), el teléfono móvil o *smartphone* (77.6%), las *tablet* (33.8%), el lector de libros electrónicos o *ebook* (9.2%) y la videoconsola (7.1%) (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

Dos tercios ($N= 1092$) de quienes utilizan algún servicio para el entretenimiento en los ratos libres, son usuarios de redes sociales (67.5%) y de mensajería instantánea (65.8%). Otros servicios de Internet más utilizados para tal fin son el correo electrónico o email (44.5%), las apps de videoconferencia (9.4%), y los SMS (3.1%). Mientras que los casados muestran preferencia por los SMS (3.1%), y el correo electrónico (44.5%), los solteros prefieren las redes sociales (67.5%) en su mayoría mujeres, la mensajería instantánea (65.8%) y las aplicaciones de videoconferencia (9.4%) (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

Entonces, teniendo en cuenta el uso de Internet con fines hedonistas, el 83.6% de la muestra informa participar en actividades de entretenimiento en su tiempo libre. Dicha proporción menor entre quienes tienen estudios primarios, se conectan lo menos posible, o viven en pueblo no capital de 50000 o más habitantes; y mayor, entre quienes viven en un centro urbano y cuentan con estudios superiores. En este caso, tampoco se encontraron diferencias significativas según el sexo, las generaciones, el estado civil ni la composición del hogar. De cada 10 personas, cuatro informan haber recurrido a Internet para leer, mirar televisión o videos, escuchar música o radio (73.5%), chatear o navegar por Internet (69.6%), videojuegos 13%, y otros entretenimientos (16.5%), constituyendo los principales motivos de uso (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

Del análisis del cruce de múltiples variantes, se diseñó una tipología de internautas que usan Internet para entretenimiento o uso recreativo, distinguiéndose cuatro tipos de usuarios, a partir de la combinación de su autodefinición como usuarios, su estado civil y su situación económica. En el grupo de quienes *les gusta estar siempre conectados*, el

tipo A (73.6%) presenta una situación económica buena, regular, mala o muy mala, y el tipo D (48.8%), una situación económica muy buena, existiendo una diferencia de casi 15 puntos porcentuales entre ambas categorías. En el grupo de los que *están siempre conectados por necesidad, se conectan lo menos posible o solo se conectan cuando es necesario*, el tipo B (71.6%) tiene estado civil soltero, y el tipo C (63.7%), otros estados. Por otra parte, en el grupo que incluye a quienes *están siempre conectados por necesidad, se conectan lo menos posible, y sólo se conectan cuando es necesario*, la diferencia entre usuarios según el estado civil es notable: los solteros son quienes más uso hacen de Internet con fines lúdicos. Sin embargo, resulta insignificante entre quienes desean estar siempre conectados (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

En general, el estado civil parece cambiar la cantidad de usuarios para actividades lúdicas, siendo mayor entre los solteros, y menor en otros estados. Sin embargo, resulta insignificante cuando existe una predisposición a la conexión permanente, convirtiéndose esta última en un factor sobre determinante. Asimismo, la existencia de una situación económica muy buena favorecería la autodefinición como usuarios en detrimento de un uso recreativo de Internet, reduciendo la cantidad de personas que usan la red motivados por fines lúdicos. En el caso de situaciones menos favorables, el uso recreativo no guarda relación con sus hábitos de conexión. En conclusión, el efecto de la predisposición a la conexión permanente sobre el uso recreativo de Internet estaría mediado por la situación económica, lo que refuerza la idea de que, posiblemente, en el sector que presenta las condiciones más favorables, haya más personas interesadas en darle a Internet un uso orientado a la mejora del capital en lugar de un uso recreativo. En resumen, el entretenimiento en los momentos de ocio es la actividad más importante para uno de cada ocho usuarios de Internet, consistiendo en uno de los principales motivos de uso, y aumentando dicha proporción entre los mayores de 65 años, jubilados y pensionados, y quienes se encuentran en una situación económica mala o muy mala, es decir, los colectivos con más tiempo libre. En cambio, constituye la menos relevante para los trabajadores en actividad o desempleados que aún no alcanzaron la edad para jubilarse, y para quienes se conectan a Internet cuando es estrictamente necesario (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

En relación a la actividad laboral, un estudio reciente de Latinoamérica acerca de perfiles de usuarios de redes sociales con conductas disruptivas en línea (Lupano Perugini &

Castro Solano, 2021), contó con una muestra compuesta por 858 adultos de ambos sexos, entre hombres ($N= 421$, 49.1%) y mujeres ($N= 437$, 50.9%), de entre 18 y 70 años de edad, con una edad promedio de 39.16 años ($DE = 14.14$). La mayoría de los participantes eran trabajadores en relación de dependencia ($N=469$, 54.7%) o independientes ($N=148$, 17.2%), desempeñándose el 5.1% ($N= 44$) como patrón o empleador, y trabajando el 0.8% de la muestra ($N= 7$) *ad honorem*, es decir, sin percibir salario a cambio de su trabajo. Asimismo, se sumaron los trabajadores no activos ($N=190$, 22.2%), tales como desempleados, jubilados y amas de casa.

Los hallazgos de la investigación mencionada *ut supra* indicaron que las personas más jóvenes de sexo masculino y que no trabajaban presentaban un nivel mayor de comportamientos disruptivos online, prevaleciendo entre los motivos de uso de redes sociales, el uso con fines meramente exhibicionistas, de ocio o para iniciar nuevas relaciones. Por otro lado, se encontró una relación entre la intensidad de las conductas disruptivas y los usuarios con niveles bajos de responsabilidad y altos en desinhibición, además de demostrarse que presentar tales conductas disruptivas implica un mayor nivel de estrés y un menor bienestar social (Lupano Perugini & Castro Solano, 2021).

A diferencia de lo planteado por van Dijck (2016) y Diomidous et al. (2016) en relación a los *prosumidores*, se registra una excepción en el caso particular de Chile, país latinoamericano en donde la brecha tecnológica parece achicarse. De acuerdo a un estudio basado en una encuesta nacional realizada a jóvenes de entre 18 y 29 años de edad, se halló que este grupo presenta los niveles más altos de habilidades relacionadas al uso de las TICs, independientemente de su nivel socioeconómico y educativo. Los resultados revelan que los jóvenes menos educados poseen conocimiento acerca del uso de las redes sociales, e incluso tienen acceso más frecuente a las mismas en comparación a jóvenes de su misma edad (Correa, 2016).

En relación al uso de dispositivos móviles con fines académicos o *mobile learning*, WhatsApp es utilizada por la mayoría de los estudiantes universitarios para cuestiones relacionadas con los estudios y con su vida personal, participando un porcentaje muy alto, de algún chat grupal relativo al estudio o a determinadas materia académicas (Fondevila-Gascón et al., 2019). En el mismo sentido, los docentes universitarios afirman sus ventajas, tales como la facilitación de la movilidad, la accesibilidad y la interactividad de los procesos

educativos (Valencia-Arias, Benjumea Arias, Morales Zapata, Silva Cortés, & Betancur Zuluaga, 2018), señalando también algunos desafíos.

Con respecto al tiempo de uso, los usuarios de FB se conectan en promedio 35 minutos por día a la plataforma a través de teléfonos celulares (96%) o mediante ordenador o laptop (25%). En relación al ingreso anual de los hogares que usan FB, el 85% asciende a menos de treinta mil dólares, entre \$30,000 y \$60,000 (88%), entre \$60,000 y \$70,000 (81%), entre \$70,000 y \$80,000 (88%), entre \$80,000 y \$100,000 (86%), y mayor de 100 mil dólares (86%) (The 2021 Social Media Demographics Guide). En promedio, el tiempo dedicado a YouTube por día es de 11 minutos y 43 segundos, registrándose más del 70% de las visualizaciones a través de teléfonos móviles. Los canales más seguidos son T-Series con 168 millones de suscriptores, PewDiePie con 108 millones, y Cocomelon - Nursery Rhymes, con 102 millones. Con mil millones de usuarios por mes, las formas de las empresas para hacer publicidad en YouTube y desarrollar ofertas de mercado se expanden cada vez más, permitiendo una mayor globalización de bienes y servicios alrededor del mundo y de manera simultánea. En promedio, los usuarios de Instagram pasan 53 minutos por día en la plataforma, siendo las cuentas más populares las de Cristiano Ronaldo (243 millones de seguidores), Ariana Grande (208 millones), y Dwayne Johnson, con 205 millones de fanáticos. Los hogares usan IG de acuerdo a los ingresos económicos anuales en las siguientes proporciones: menos de \$30,000 (44%), entre \$30,000 y \$60,000 (45%), entre \$60,000 y \$70,000 (36%), entre \$70,000 y 80,000 (55%), entre \$80,000 y \$100,000 (46%), y por arriba de \$100,000 (60%). Twitter presenta un uso promedio de 3.39 minutos por sesión y los hogares que la utilizan, registran ingresos económicos anuales menores de \$30,000 (23%), entre \$30,000 y \$74,999 (36%), y mayores a \$75,000 (41%). Entre los motivos de uso, se destaca su utilización como herramienta digital de mercado (67% de las transacciones entre empresas o B2B businesses), para mejorar la imagen de una marca al responder a un tweet (77%), y como un compromiso de publicidad (23%) (The 2021 Social Media Demographics Guide). Los hogares que usan YouTube tienen un ingreso anual menor a \$30,000 (83%), entre \$30,000 y \$60,000 (81%), entre \$60,000 y \$70,000 (80%), entre \$70,000 y \$80,000 (80%), entre \$80,000 y \$100,000 (82%), y mayor a \$100,000 (89%).

A modo de cierre del presente apartado y con respecto a la frecuencia de uso, se destaca que en el grupo que incluye a quienes están siempre conectados por necesidad, se

conectan lo menos posible, y sólo se conectan cuando es necesario, la diferencia entre usuarios según el estado civil es notable, siendo los solteros quienes más uso hacen de Internet con fines lúdicos. Sin embargo, resulta insignificante entre quienes desean estar siempre conectados (Bernete García & Cadilla Baz, 2019).

5.4. Describir las principales motivaciones de uso de las redes sociales en adultos mayores.

En relación al segmento poblacional de los adultos mayores, la investigación de Myhre, Mehl, y Glisky (2016) sugiere que los adultos mayores que permanecen socialmente activos y estimulados cognitivamente, presentan una mayor funcionalidad cognitiva que aquellos que están aislados y desconectados. Este estudio examinó la eficacia del aprendizaje y del uso de Facebook.com, como una intervención tendiente a mantener o mejorar la funcionalidad cognitiva en adultos mayores. La muestra estuvo compuesta por 41 adultos mayores ($N=41$), a quienes se les asignó aprender y usar Facebook ($N = 14$) o un sitio web de un diario en línea (control activo, $N = 13$) durante 8 semanas, y por un grupo al cual se puso en lista de espera ($N=14$). Se tomaron pruebas neuropsicológicas para evaluar funciones ejecutivas, memoria, y velocidad de procesamiento, completando los participantes cuestionarios de auto-informe sobre compromiso social. Los resultados demostraron que el grupo de FB tuvo un aumento significativo en una medida compuesta de actualización y en tareas complejas asociadas con la memoria de trabajo, en comparación con los grupos control en los cuales no se observó ningún cambio significativo. En cambio, otras medidas de funciones cognitivas y apoyo social no mostraron una mejora diferencial en el grupo de Facebook.

Si bien la mayoría de la literatura existente se centró en la segmentación sociodemográfica de los mayores con relación al uso de Internet, la investigación de Peral Peral, Villarejo Ramos, y Arenas Gaitán (2015) se propuso analizar la heterogeneidad en el comportamiento online de los mayores en relación a los servicios disponibles en Internet a partir de la segmentación mediante tres variables: audacia, ansiedad tecnológica y autoconfianza en el uso de las TICs. La muestra depurada estuvo compuesta por 474 sujetos (65.4% de mujeres), de entre 50 y 85 años con una edad promedio de 64 años. Con respecto al nivel de estudios alcanzado, el 11.1% era primario, el 35.1% universitarios y el 53.8%

secundario. El 78% de los individuos estaba jubilado y cerca del 80% pertenecía a la clase media. Todos los participantes estaban matriculados en el Aula de la Experiencia de una universidad del sur de Europa y completaron una encuesta auto administrada durante dos meses en el curso 2013/14.

Recurriendo a un modelo clúster de clases latentes adecuado en situaciones de segmentación a posteriori, los autores identificaron la presencia de cinco grupos con perfiles muy diferenciados entre sí en relación al uso que le dan a las TICs. El clúster 1 (26%) conocido con el nombre de e-mayores, está formado por la misma cantidad de hombres y mujeres, y son los usuarios que más utilizan la banca electrónica y las redes sociales, estando presente incluso en más de una de ellas y con perfiles en las mismas (90%). Si bien la actividad que más realizan es la publicación de comentarios, no es lo más frecuente. Se caracterizan por una mayor audacia y una menor ansiedad tecnológica, presentando la edad media más baja en comparación con el resto de los clúster. El clúster 2 (25.2%) denominado temerosos de la tecnología, no usa ni el *homebanking* ni las redes sociales, y son mayormente mujeres (cerca del 75%). Representa el segmento con mayor ansiedad hacia el uso de las TICs y que carece de interés para probar cosas nuevas, de lo surgirían los motivos de no uso. El clúster 3 formado por *e-usuarios* por conveniencia (casi el 18% de la muestra), presenta un comportamiento online definido por aplicaciones con fines utilitaristas, tales como banca electrónica y de otros servicios contratados, utilizando solo el 15% redes sociales. El clúster 4 (17%) llamado navegando con la familia no usa la banca digital y está formado en su mayoría por mujeres (74%) poco audaces y con la mayor media de edad. Si bien cerca de un tercio han empleado las redes sociales, presentan el menor porcentaje de perfiles en red. A pesar de ser el segmento menos audaz, no tiene miedo a las TICs, lo que podría explicarse porque probablemente usan las redes sociales a través de familiares, razón por lo cual no tendrían perfil ni necesidad de enfrentarse con el uso de la tecnología por sí mismos. El clúster 5 de enganchados con las redes reúne al 13.6% de la muestra, y aunque no usa la banca electrónica, usa mucho las redes sociales, con un alto porcentaje de perfil en las mismas, participando en más de una red social y presentando la mayor frecuencia de uso de las redes sociales. La mayoría son mujeres con una media de edad más baja y ligeramente audaces. No tienen miedo a la tecnología y representan el segmento con mayor

autoconcepción de sí mismo, mostrando un comportamiento online motivado por una inclinación hedónica (Peral Peral et al., 2015).

Un estudio exploratorio reciente de Chile (Ramírez-Correa, Painén-Aravena, Alfaro-Peréz, Melo Mariano, & Machorro-Ramos, 2019), se propuso examinar las motivaciones hedónicas para el uso de redes sociales por adultos mayores, mediante pruebas estadísticas en base a datos secundarios sobre acceso y uso de Internet. De acuerdo a los resultados obtenidos, el 39.5% de los adultos mayores chilenos presentaron motivaciones hedónicas para el uso de las redes sociales, si bien dicha proporción disminuyó significativamente a lo largo de los años. Por otro lado, no se encontraron diferencias asociadas con el género ni con la frecuencia o intensidad de uso. Finalmente, los resultados revelaron que la proporción de adultos mayores que utilizan de forma más intensa las redes sociales por placer, se mantiene constante a lo largo de los años.

La revisión de Hunsaker y Hargittai (2018) señala la existencia de una relación positiva entre el nivel de educación y el uso de Internet por parte de adultos mayores, lo que significa que a mayor nivel de educación, mayor es la probabilidad de usar Internet y de ser usuario de redes sociales. Dichos hallazgos son congruentes con los resultados obtenidos por Anderson y Perrin (2017), siendo los adultos mayores con una carrera de grado un 92% más propensos a conectarse que aquellos que pasaron por la facultad sin completar sus estudios (76%), y que aquellos que solo completaron el nivel secundario (49%).

En lo atinente a la relación entre el nivel socioeconómico y la conexión en línea en la vejez, los hallazgos son similares con los informados por otros estudios (König, Seifert, & Doh, 2018). De acuerdo con Anderson y Perrin (2017), los porcentajes disminuyen drásticamente para los adultos mayores que tienen ingresos medios bajos y bajos, al 67% y al 46% respectivamente. En el caso de Estados Unidos, la mayoría de los adultos mayores con ingresos medios (90%) y altos (94%), son usuarios de Internet, y poseen un sueldo aproximado de *UsD* 50.000 al año (Hunsaker & Hargittai, 2018).

A modo de cierre con respecto al segmento denominado *silver tsunami*, *new age* o *baby boomers*, y en coincidencia con otras investigaciones, se destaca la revisión de Peral Peral et al. (2015), que señala la coexistencia de motivaciones hedónicas que implica el uso de las redes sociales y de motivos utilitaristas relacionados al uso de Internet, como el uso de *homebanking*. Si bien el nivel de estudios no es una variable significativa para la

diferenciación entre los distintos motivos de uso, los adultos mayores con estudios universitarios representan el mayor porcentaje de usuarios con motivaciones utilitarias, tales como pedir turnos online para controles médicos, planificar viajes, leer las noticias o revistas (Jain et al., 2017) por Internet. Asimismo, pueden disfrutar de la navegación en línea, sin sufrir ansiedad social, y con miras a obtener de los beneficios hedónicos y utilitaristas que les otorgan la conectividad y aplicaciones online.

5.5. Analizar los distintos perfiles de usuarios y su relación con el uso problemático de redes sociales.

El uso de sitios de redes sociales constituye una actividad diaria y rutinaria para millones de personas alrededor del mundo, tanto en países desarrollados (Classen, Wood, & Davies, 2020) como subdesarrollados, pudiendo su uso excesivo desencadenar en determinadas circunstancias, un uso problemático de las redes sociales (PSNSU).

Si bien algunos estudios han tratado de señalar los numerosos beneficios que trae consigo el uso de las redes sociales, en la literatura existe una tendencia cada vez mayor a analizar los efectos negativos de las RRSS altamente visuales en la percepción de la imagen corporal, basándose la mayoría de las investigaciones en muestras de mujeres (Cohen, Newton-John & Slater, 2017; Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017; Hendrickse, Arpan, Clayton & Ridgway, 2017). Asimismo, otros autores señalan la adicción a los videojuegos y la alta exposición a las redes (Castro Gerónimo & Moral Jiménez, 2017; López Fernández, Ortet Walker, Gallego Moya, & Ortet Fabregat, 2019), que se traducen en conductas de inmersión, customización, gratificación violenta, afrontamiento, diversión, reto cognitivo, competición e interacción social, indicando además una relación entre el motivo de afrontamiento con la adicción a los videojuegos, y entre el motivo de interacción social con el tiempo de exposición.

Contrariamente a los hallazgos de Igartúa y Rodríguez de Dios (2016), una serie de estudios halló que los usuarios de alta exposición presentaron una disminución en los niveles de satisfacción con la vida y un aumento de síntomas psicopatológicos debido al uso intenso o excesivo de Internet (Castro Solano & Lupano Perugini, 2019; Malo-Cerrato, Martín-Perpiñá & Viñas-Poch, 2018), y especialmente de las redes sociales.

Además, dicho uso actúa como predictor de la adicción a Internet (Balhara, 2018), la cual aumenta las posibilidades de realizar conductas de riesgo, tales como el *sharenting*

(Ouvrein & Verswijvel, 2019), lo cual se vincula directamente con la pérdida del control sobre el propio comportamiento (Mann, Kiefer, Schellekens & Dom, 2017), repercutiendo esta falta de autocontrol en la rutina diaria del usuario e impidiéndole desarrollar una vida satisfactoria en el ámbito personal y profesional (Lowe & Haws, 2019).

En relación a los *prosumidores*, algunos autores aluden al lado oscuro de Instagram como un modelo predictor de las preocupaciones dismórficas corporales (Senín-Calderón, Perona-Garcelán, & Rodríguez-Testal, 2020). Tales cogniciones consisten en una preocupación excesiva y obsesiva acerca de una o más características físicas auto-percibidas como defectos o imperfecciones, que habitualmente pasan desapercibidas para el resto de las personas. La muestra estuvo compuesta por 796 participantes de ambos sexos (54% mujeres y 46% hombres), con una edad promedio de 22.49 años ($M=22.49$, $DE=3.56$). Los resultados demostraron que el género no moderó ninguna relación, hallándose que tanto hombres como mujeres que presentan un mayor uso de IG son igualmente propensos a sufrir las preocupaciones mencionadas. Si bien no se halló una relación causal significativa entre el uso de Instagram y la manifestación de preocupaciones dismórficas, la relación entre estas variables fue significativa a nivel estadístico, especialmente porque tienden a comparar su apariencia con la de otros usuarios, tienen dificultad para regular sus emociones y muestran inseguridades al pensar y creer que otros podrían hacer comentarios o burlarse de uno mismo por sus imperfecciones, siendo sus usuarios igualmente susceptibles a manifestar tales preocupaciones independientemente del sexo (Senín-Calderón et al., 2020).

A pesar de la tendencia dominante y creciente en la literatura con respecto a la percepción de la imagen corporal basada mayormente en muestras de mujeres, la revisión mencionada precedentemente realiza un aporte importante al demostrar que la preocupación dismórfica corporal aparece equitativamente en varones y mujeres *Instagramers* cuando se comparan a sí mismos con los demás, tienen dificultad para regular sus emociones y muestran creencias sesgadas acerca de que otros podrían reírse de ellos o burlarse debido a sus imperfecciones (Senín-Calderón et al., 2020). En conclusión, se sugiere que el trastorno dismórfico corporal se relaciona con un uso intenso de la red social Instagram y con comparaciones frecuentes relacionadas con la apariencia en la creencia de que otros podrían burlarse de ellos debido a sus defectos o imperfecciones y con la dificultad para regular emociones activadas por contenidos relacionados con la apariencia física.

Otra investigación encontró una asociación positiva entre la severidad del PSNSU y el neuroticismo y una relación negativa con la escrupulosidad (Bouna-Pyrrou et al., 2018), resultando la frecuencia de uso diario de Facebook fue un predictor significativo de adicción (Brailovskaia, Rohmann, Bierhoff, Margraf, & Köllner, 2019). Con respecto a los motivos de uso, un estudio llevado a cabo en Estados Unidos halló curiosamente que si bien existen diferentes motivaciones para el uso de las redes sociales-tales como aliviar el aburrimiento o buscar conexión social- ellas podrían conducir a un mayor PSNSU, ansiedad, estrés financiero, apatía y delincuencia, curiosamente hasta tres años después (Stockdale, & Coyne, 2020).

Para resumir el presente apartado, la revisión de Hussain y Starcevic (2020) menciona que la gravedad del uso problemático de redes sociales (PSNSU) se relaciona con ansiedad, ansiedad social, estrés y mala calidad del sueño, síntomas depresivos y bajo funcionamiento familiar, depresión, trastorno depresivo mayor, impulsividad, extraversión, conciencia y neuroticismo, rumiación, frecuencia de uso de redes sociales y miedo a perderse (FOMO), menor confianza interpersonal, perpetración del *ciberbullying*, pertenencia y conexión social, normas sociales, uso de redes sociales de amigos y dificultad en la regulación de las emociones (Marino, Gini, Vieno, & Spada, 2018); y escaso reconocimiento de emociones negativas. Además, para estudios futuros, dejan asentada la importancia de aclarar las prioridades de investigación mediante la integración de métodos con usuarios de redes sociales de diferentes grupos de edad.

Asimismo, constituyen predictores del uso mencionado una *edad menor* (Hussain & Griffiths, 2019; Kircaburun et al., 2018), ansiedad (Hussain & Griffiths, 2019); ansiedad social y tener relaciones parasociales con otros usuarios de redes sociales (de Berail, Guillon, & Bungener, 2019); estrés, síntomas de TDAH, narcisismo encubierto, baja autoestima, adicción al *smartphone* y uso problemático de Internet (Liu & Ma, 2018); estar en una relación (Hussain & Griffiths, 2019); y bajo reconocimiento de emociones positivas (U˘nal-Aydin, Balikci, Sonmez, & Aydin, 2019).

Finalmente, y a modo meramente enunciativo, existen investigaciones que señalan la relación entre el uso adictivo de redes sociales y videojuegos con síntomas de trastornos psiquiátricos (Andreassen, et al., 2016), entre las RRSS y otras adicciones (Kuss & Griffiths, 2017), entre la adicción a las RRSS y el uso intenso o excesivo de internet (Donnelly & Kuss,

2016; Lupano Perugini & Castro Solano, 2019), y entre el uso del Smartphone y depresión, ansiedad, calidad del sueño y adicción a internet (Stanković, Nešić, Čičević & Shi, 2021).

5.6. Analizar la relación entre determinados rasgos de personalidad negativos y conductas nocivas en línea.

La traición, el *bullying* y otras formas de comportamientos antisociales y poco éticos representan algunos de los mayores desafíos personales y sociales en el mundo entero. Si bien los medios de comunicación habitualmente suelen informar acerca de casos sensacionalistas, una parte importante de la población común viola las reglas morales y las normas sociales a diario (Shalvi, Gino, Barkan & Ayal, 2015).

De acuerdo a un estudio reciente, existe una relación entre determinados rasgos de personalidad negativos y ciertas conductas de agresión en línea como la conducta *troll* o *trolling* (Paulhus, Buckels, Trapnell & Jones, 2020), que es intencionada y agresiva, engañosa y deliberadamente inflamatoria (Buckels, Trapnell, & Paulhus, 2014). Los *trolls* aspiran a la violencia y se orientan al nivel de problemas o conflictos que pueden provocar en determinado contexto. Lo único que desean es que comience el show. Les interesa fomentar emociones antipáticas de repugnancia e indignación, lo que les proporciona morbosamente una sensación de placer. La clase de personas más propensas a ser troll y a tener puntos de vista racistas, incluida la antipatía por los inmigrantes, podrían manifestarse en trolling significativo y en sadismo (Jakubowicz 2017).

En ese sentido, Craker y March (2016) hallaron que los *trolls* obtienen puntuaciones más altas en influencia social negativa y en psicopatía y sadismo, resaltando la importancia de identificar las características de dichos sujetos a fin de implementar intervenciones psicológicas adecuadas para neutralizar los efectos psicológicos problemáticos negativos sufridos por las víctimas de trolling. En resumen, los autores señalan que los rasgos de la Tétrada Oscura de la personalidad y la recompensa social como motivación, resultan buenos predictores de los comportamientos troll en Facebook.

De acuerdo a una investigación canadiense (Nevin, 2015), los estudiantes obtuvieron puntuaciones más altas en *ciberpsicopatía* en comparación con la psicopatía fuera de línea, lo que sugiere que las condiciones estructurales de Internet aumentan la expresión de rasgos

psicopáticos de la personalidad. Este hallazgo es especialmente pronunciado en hombres y en individuos de menor edad, resultando el género como un predictor social central tanto para la psicopatía en línea como para la mala conducta online, presentando los hombres más probabilidades de tener puntuaciones mayores y de pertenecer a un grupo que aumenta significativamente la expresión psicopática en línea. Consecuentemente, es más probable que sean más tolerantes y se involucren en conductas inapropiadas en Internet.

En concordancia con lo mencionado precedentemente, la investigación de Yuan, Hong y Wu (2020), analizó las características y funciones del lenguaje en Facebook para comprender la relación entre los rasgos de la personalidad oscura y la necesidad de poder de las personas. A tal fin, se obtuvieron 2.497 publicaciones conformadas por 10.364 palabras en total, hallándose que los individuos maquiavélicos tienden a usar pronombres personales en primera persona del singular en detrimento de otros pronombres. Adicionalmente, la tendencia de estos individuos a utilizar más emociones negativas refleja el lado oscuro del maquiavelismo, lo cual es consistente con estudios anteriores que hallaron una relación positiva entre dicho rasgo y la inestabilidad emocional, y con la agresividad y conductas delictivas en muestras de adolescentes jóvenes (Muris, Meesters, & Timmermans, 2013, citado en Yuan et al., 2020). En el estudio mencionado precedentemente, la muestra se compuso de 130 sujetos que utilizaron el diccionario *Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC)*, cuyas dimensiones tradicionales capturan el porcentaje de determinadas palabras utilizadas en un texto, tales como *palabras con I* (*yo, mí, mío*), palabras sociales, emociones positivas y negativas, y procesos cognitivos. Específicamente, se halló una relación positiva entre el uso de pronombres personales (*I words*, en inglés), influencia y emociones negativas, con el maquiavelismo, que se relacionó a su vez, positivamente con la necesidad de poder. Dicha relación fue mayor en los hombres que en las mujeres, probablemente porque dicho rasgo es más sensible a las señales ambientales que los otros dos rasgos. Entonces, los individuos con niveles altos de maquiavelismo podrían presentar una motivación disminuida o cierta dificultad para procesar los estados emocionales propios y de otras personas, e incluso ser menos sensibles o dubitativos al expresarse. Asimismo, en la mayoría de los estudios los hombres obtienen puntuaciones más altas en dicho rasgo en comparación con las mujeres. En base a los resultados obtenidos, se sugiere además la posibilidad de que el maquiavelismo

asignado a las características del lenguaje es mayor para los hombres que para las mujeres, concluyendo que las redes sociales en línea son una ventana para comprender los rasgos de la Tríada Oscura y, consecuentemente, la necesidad de poder (Yuan et al., 2020).

En resumen: las palabras *con I* indican una tendencia frecuente a emplear el pronombre personal singular en primera persona, como *yo* y *mí*. Los resultados hallaron una relación positiva entre el uso de pronombres personales, lenguaje de influencia y emociones negativas con el maquiavelismo, mayor en los hombres que en las mujeres. También se encontraron efectos indirectos de lenguaje analítico, palabras *con I* y palabras sociales acerca de la necesidad de poder a través del narcisismo y efectos indirectos de autenticidad sobre la necesidad de poder a través de la psicopatía. Adicionalmente, se creó un modelo de regresión utilizando características del lenguaje en FB para predecir la Triada Oscura de los individuos y la necesidad de poder. En base a los hallazgos, se presentaron algunas sugerencias para que los gerentes contraten y asciendan a los empleados adecuados (Yuan et al., 2020). A diferencia de investigaciones anteriores que examinaron predominantemente la TO a través del enfoque de rasgos, el estudio de Schmitt et al. (2020) tuvo como objetivo proporcionar evidencia acerca de dicho constructo utilizando una medida conductual, a saber, el rendimiento en el reconocimiento de emociones. Para estudiar la solidez y la validez transcultural de los hallazgos, se llevaron a cabo investigaciones paralelas en Alemania y China. La muestra estuvo compuesta por 421 sujetos, de los cuales 198 eran de nacionalidad alemana (68 hombres y 130 mujeres) y 223 de nacionalidad china (118 hombres y 105 mujeres), con una edad promedio de 23.40 años ($DE = 5.88$) para los alemanes y de 19.01 años ($DE = 1.06$) para los chinos. Para la recolección de datos, los participantes completaron una encuesta online y una serie de encuestas traducidas al idioma alemán y mandarín. Para evaluar los rasgos de la TO se utilizó la Escala Abreviada de la Tríada Oscura. A fin de examinar conductualmente las habilidades emocionales, los sujetos completaron el test de ojos para pares de ojos caucásicos y asiáticos (*Eyes Test for Pairs of Eyes of Caucasian and Asian Models*); y la escala de Manipulación Emocional a fin de evaluar las tácticas de manipulación emocional (*Emotional Manipulation Scale for the Assessment of Emotionally Manipulative Tactics*). Se halló que los resultados fueron altamente dependientes del género y de la cultura. Entre las mujeres alemanas, el maquiavelismo y el narcisismo mostraron las asociaciones positivas más fuertes con tácticas de manipulación emocional en altos niveles

de desempeño o rendimiento en el reconocimiento de emociones; encontrándose un patrón similar de resultados entre los hombres alemanes para la psicopatía. La población china, en cambio, no mostró ninguno de esos resultados en sus muestras. Los hallazgos parecerían indicar que las habilidades emocionales podrían constituir factores de riesgo con el potencial de promover más que prevenir comportamientos desviados especialmente en muestras de culturas occidentales con puntuaciones altas en rasgos de la triada oscura (Schmitt et al., 2020).

Asimismo, un estudio reciente de Pocknell y King (2020) acerca de la relación entre las fantasías sexuales de sumisión y dominación y el desajuste psicológico en población general, identificó subconjuntos de encuestados que reconocieron tener fantasías recurrentes durante más del 80% del tiempo. Dichas fantasías consistían en ejercer el dominio sobre alguien o en ser humillado, lastimado o sometido por una pareja sexual. Los grupos de dominación ($N= 97$, 12.1%) y de humillación ($N= 37$, 4.6%) se contrastaron con el grupo control ($N= 649$), el cual informó que jamás participó en ninguna de las dos fantasías. Tanto los contenidos de la fantasía de dominación como los de humillación se relacionaron con hipersexualidad, rasgos de personalidad desadaptativos (es decir, antagonistas, desinhibidos y psicóticos) y con un riesgo elevado de adicción sexual. La victimización por abuso sexual infantil fue mayor entre las mujeres del grupo de humillación. Si bien las implicancias de las fantasías sexuales sadomasoquistas en el público en general no son del todo claras y contribuyen a una base probatoria equívoca, la evidencia emergente muestra una prevalencia mayor que la de las primeras investigaciones.

Aunque las personas que se involucran en comportamientos socialmente desviados pueden revelarse como delincuentes, muchas veces se mantienen encubiertos al exhibir un alto nivel de funcionalidad en diferentes ámbitos de su vida diaria (Tang, Reer, & Thorsten, 2020). En tal sentido, Kircaburun, Demetrovics y Tosuntaş (2018) hallaron una relación entre el uso problemático de los sitios de redes sociales con el narcisismo (Lupano Perugini & Castro Solano, 2021) y maquiavelismo, constituyendo el lenguaje un poderoso indicador de los procesos psicológicos (Yuan et al., 2020). Asimismo, la identidad moral aparece moderando la relación entre el sadismo y la ciberagresión (Shahnawaz, Nasir & Rehman, 2019).

6. Conclusiones

Las redes sociales se utilizan principalmente para mantenerse en contacto con amigos y con familiares (Lupano Perugini & Castro Solano, 2019), y para hacer nuevas amistades; por motivaciones hedonistas y de regulación del humor, especialmente para entretenerse e informarse, así como para desarrollar la identidad personal y buscar apoyo social (Denti et al., 2012; Seabrook et al., 2016; Tifferet, 2020). Si bien los usos mencionados y aquellos que presentan fines utilitarios pueden resultar beneficiosos, el uso pasivo de las RRSS podría incentivar la comparación social negativa con la vida de otros en detrimento del propio bienestar emocional (Verduyn et al., 2017).

El objetivo de este trabajo consistió en analizar los motivos de uso de las redes sociales virtuales (Boyd & Ellison, 2008) más populares en población adulta, y su relación con determinadas variables sociodemográficas (van Dijck, 2016), en base a los usos y gratificaciones. En el transcurso de la investigación, la tesista se encontró frente al desafío de acceder a muchísima información de diversos temas sin demasiada integración, lo cual prolongó ostensiblemente el tiempo de lectura e investigación. Durante el desempeño de dicha labor, se descubrió que algunos temas no presentaban la sistematización deseada, debido a la novedad de la temática investigada, requiriendo la relación entre la Triada Oscura de la Personalidad y las conductas agresivas en línea de mayor investigación ulterior y en mayor profundidad.

6.1. Limitaciones

La primera limitación se relaciona con la especificidad del tema y la tecnicidad de los términos utilizados por los autores. Debido a las cuestiones mencionadas y sin conocer la cantidad inmensa de bibliografía existente, opiniones y artículos referidos a las redes sociales, se plantearon demasiados objetivos específicos y muy amplios como para ser desarrollados de manera completa y detallada en un trabajo de integración final, de acuerdo al cronograma preestablecido.

Otra limitación encontrada es que al momento de la redacción del plan de TFI en el año 2019, determinadas redes sociales como *Telegram* y *Tik Tok* no eran de uso popular, y algunos ni siquiera habían oído hablar de ellas. La primera consiste en una plataforma gratuita de código abierto que se basa en un software de mensajería instantánea en la nube y multiplataforma, brindando la posibilidad de efectuar videollamadas cifradas de extremo a

extremo, o encriptadas, traducción de mensajes de texto a voz (*VoIP*), e intercambio de archivos entre otras funcionalidades. Fue lanzada inicialmente para *iOS* en 2013 y luego para *Android*, *Microsoft Windows*, *macOS* y *Web application*. Aunque su creación data de siete años atrás y está disponible en 19 idiomas, todavía no alcanzó una popularidad tal como la de otros sitios de redes sociales online que son utilizados de manera frecuente por la mayoría de los usuarios a nivel mundial. Por su parte, y aunque el lanzamiento inicial de Tik Tok por la empresa china ByteDance se remonta a 2016, recién fue conocida *vox populi* cuatro años después, en 2020. Dicha plataforma consiste en un servicio de redes sociales centrado en compartir videos que se utiliza para realizar videos cortos y de diversos géneros, tales como música, danza, cocina, comedia y educación, con una duración de entre 15 segundos a un minuto.

Otras limitaciones se relacionan con los objetivos planteados en el presente trabajo. El estudio de la relación entre los efectos negativos que desencadenan determinados usos y formas de interacción social virtual, en la percepción de la imagen corporal positiva, es un tema que si bien ha sido investigado y reviste gran interés para quien suscribe, excede de los objetivos planteados ab initio.

6.2. Perspectiva crítica

Como resultado de la lectura y revisión bibliográfica realizadas, se halló una relación positiva entre el nivel de estudios superiores y la realización de actividades digitales para la mejora del capital económico y social por un lado, y para el entretenimiento. El hecho de que esa relación sea mayor en las actividades financieras (Bernete García & Cadilla Baz, 2019; Hargittai & Hinnant, 2008), parecería indicar que la situación económica también podría influir en la adquisición de habilidades informáticas, las cuales son necesarias para el uso de las TICs (van Dijck, 2016).

Con respecto al segmento poblacional de los adultos mayores, quienes están conectados y más estimulados a nivel cognitivo, presentan una ventaja frente a los que permanecen aislados y menos activos socialmente (Myhre et al., 2016), los cuales frecuentemente sienten frustración e impotencia frente al manejo de las TICs. Muchos tienden a bloquearse, generándoles la simple exposición a una computadora o el simple hecho de saber con anticipación el día y horario de una reunión por la plataforma *Zoom* o *Meet*, por

ejemplo, un nivel de ansiedad elevado previo que se traduce en un sinnúmero de síntomas físicos.

6.3. Futuras líneas de trabajo

A criterio de la tesista, sería de mucha utilidad tratar de lograr una sistematización lo más completa posible de los diferentes tipos de usuarios de Internet y de cada red social en particular en base al modelo de personalidad de la Triada Oscura (Paulhus & Williams, 2002), a fin de analizar con mayor profundidad la relación entre dichos rasgos antisociales con el uso problemático de Internet y redes sociales, diversas formas de agresión en línea y conductas disruptivas online (Lupano Perugini & Castro Solano, 2021). Se estima que los usuarios con determinados rasgos de personalidad podrían utilizar sus redes sociales de preferencia para llevar a cabo ciertas conductas de ciberagresión debido al anonimato o posibilidades que les provee el contexto virtual.

En esta línea, un tema novedoso y poco investigado es el relativo al perfil del usuario de redes sociales que vive con alguna discapacidad o afección crónica al cual se refieren Alhaboby, Barnes, Evans, y Short (2017). De acuerdo con dichos autores, la victimización de las personas con las características mencionadas constituye un fenómeno documentado que comprende desde meros incidentes de acoso hasta crímenes generados por el sentimiento de odio hacia la discapacidad misma, y acarrea múltiples consecuencias físicas, mentales, psicológicas y sociales. Lejos de erradicar este fenómeno, Internet le ha dado una nueva forma, agiornándolo a experiencias de *cibervictimización* aunque sin menor impacto en las víctimas. Dicha investigación realizada en Inglaterra, se centró en los desafíos y alcances acerca del uso de métodos en línea, explorando el impacto de dicho fenómeno en usuarios con las afecciones crónicas mencionadas. Se adoptó un método de diseño mixto a través de un cuestionario seguido de una entrevista profunda de las víctimas. Los participantes voluntarios fueron reclutados en línea a través de grupos de apoyo a víctimas, grupos de apoyo a pacientes y redes sociales.

En relación al estudio mencionado *ut supra*, en 51 (63.8%) de las 80 fundaciones y organizaciones de caridad contactadas, los tutores o cuidadores ayudaron a contactar a los participantes. El reclutamiento y la recolección de datos fueron regidos por cuatro grandes desafíos que consistieron en determinar la identidad social en los grupos de apoyo en línea, la función de los cuidadores, el papel contradictorio de las redes sociales, y la promoción de

la inclusión, desde la perspectiva de la teoría de la identidad social. Se halló que presentarse a sí mismo como una víctima o una persona discapacitada tuvo sus implicancias en la membresía de grupos virtuales, el uso de las redes sociales, las decisiones de los cuidadores y la participación ulterior. Además, se destacaron algunos aspectos de la identidad como puntos positivos para mejorar el compromiso con la investigación. En conclusión, Internet aumentó la vulnerabilidad de las personas con discapacidad, teniendo a la vez un enorme potencial para el estudio de temas sensibles con este grupo. Las futuras líneas de investigación en relación al ciberespacio deberían hacerse eco de los desafíos de las identidades en línea de las personas con discapacidad victimizadas, además de centrarse en los aspectos positivos de su identidad a fin de facilitar el proceso de investigación y promover la participación colaborativa desde las primeras etapas de la investigación (Alhaboby et al., 2017).

Asimismo, otra futura línea de trabajo que introduce la tesista consistiría en analizar la relación entre la invisibilidad de la *Dark Web* o *Deep Web* y los rasgos de la TO (Davis, 2001; Paulhus & Williams, 2002) para la perpetración de diferentes actos ilícitos y delitos tanto en línea- como el trolling y *cyberstalking* (Mayshak, King, Chandler & Hannah, 2020)- como fuera de la pantalla. Esta línea podría basarse en el estudio de la relación entre la utilización de las redes sociales con motivo de uso delictivo ligada a los videojuegos, es decir, como un medio para la comisión de delitos- siendo la motivación meramente utilitarista- y determinados rasgos de personalidad antisocial. Es sabido que los modernos post era *arcade* utilizan una plataforma que permite el juego grupal en línea y a su vez la conversación instantánea, siendo este mecanismo el más empleado por el terrorismo internacional para erigir puntos target de ataques efectivos y diseminar el terror.

Otro tema interesante desde el punto de vista de la tesista consistiría en estudiar las fortalezas del carácter como moderadores eventuales de las diferentes formas de agresión en línea o conducta troll (Buckels et al., 2014, 2018), teniendo en cuenta investigaciones actuales que otorgan a la identidad moral una función orientada a equilibrar la relación entre el sadismo y la ciberagresión (Shahnawaz et. al., 2019).

Revisando el lenguaje en sus diversas formas una característica distintiva y fundamental de la comunicación humana, futuros estudios podrían valerse de la actividad social en línea para analizar la relación entre el uso del lenguaje en redes sociales y la Triada

Oscura. Centrarse en el análisis de las palabras y expresiones idiomáticas utilizadas en las publicaciones en las RRSS, podría ser de utilidad para predecir rasgos de personalidad antisocial y necesidades individuales (Yuan, Hong & Wu, 2020), y estudiar en mayor profundidad, su vinculación con los diferentes motivos de uso, tales como la necesidad de poder y de reconocimiento.

Dentro del segmento de adultos mayores y con miras al presente trabajo, resulta de interés para quien suscribe señalar el impacto de la tecnología en la vida diaria de las personas (Hunsaker & Hargittai, 2018). En este sentido, existen individuos a quienes la tecnología les alivia el sufrimiento diario que les genera el hecho de no poder comunicarse verbalmente debido a diferentes enfermedades, como ocurre por ejemplo, con pacientes con *Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA)* o enfermedad de *Lou Gehrig (ALS)*. La ELA consiste en una enfermedad del sistema nervioso sin causa conocida y aún sin cura que debilita los músculos a nivel periférico y afecta la funcionalidad física, a través de la descomposición de las células nerviosas. A pesar de tener sus funciones cognitivas intactas, dichos pacientes presentan el cuerpo parcial o totalmente inmovilizado, registrándose en los casos de inicio temprano, únicamente movimiento del globo ocular en ambos ojos. En algunos casos particulares, en los cuales los individuos no presentan deterioro cognitivo, el software *Tobii* les permite comunicarse a través del movimiento ocular, que es captado por un haz de luz invisible a través de la pantalla, mediante la selección de letras o palabras por el usuario. El software se encarga de traducir o convertir el movimiento en palabras y frases para expresar lo que la persona quiere decir. El procedimiento consiste en ir eligiendo una a una las letras y/o palabras a fin de que el software capte los movimientos oculares y proceda a su transcripción o traducción mediante la escritura automática de palabras en la pantalla o monitor. Entonces, en este caso el motivo de uso principal de esta TIC sería la comunicación, pudiendo emplearse incluso como un instrumento eficaz para permitir y/o facilitar un tratamiento psicoterapéutico con un profesional adecuado y debidamente formado. Además, dicho sistema cuenta con una funcionalidad extra que permite reproducir verbalmente y cuantas veces elija el usuario, el mensaje captado en el idioma seleccionado, a gusto del *prosumidor* (Azuela Flores et. al, 2015), a fin de conseguir una comunicación más fluida e interactiva. En este caso, si bien no se trata de una red social propiamente dicha, esta tecnología tendría por finalidad-además de la comunicación que es indispensable para el bienestar psicológico-

constituirse en el vehículo o herramienta fundamental para implementar un tratamiento psicológico a fin de reducir la ansiedad o angustia que podría generar la situación de estar postrado o de no poder hablar, aumentar la autoestima y disminuir los síntomas psicopatológicos (Castro Solano & Lupano Perugini, 2019), a la vez que favorecer el funcionamiento de las funciones cognitivas (Llorente Barroso, Viñarás Abad, & Sánchez Valle, 2015).

6.4. Aporte personal

Conectarse en la época actual a redes sociales constituye una conducta normal debido a que aún sin contacto físico, los seres humanos satisfacen su necesidad de comunicación, sociabilizando en tiempo real y salvando las distancias geográficas (Andreassen, 2015). Sin embargo, las investigaciones abordadas en el presente trabajo, han puesto de manifiesto que el uso intensivo o irrestricto de Internet (Castro Solano & Lupano Perugini, 2019; Malo-Cerrato et al., 2018), actúa como predictor de la adicción cibernauta (Balhara, 2018), pudiendo derivar en múltiples consecuencias negativas en detrimento de la satisfacción con la vida. Consecuentemente, ahondar en el estudio de los rasgos patológicos de la personalidad (Lupano Perugini & Castro Solano, 2021) constituye un asunto fundamental a considerar *ab initio* y previo al desarrollo de cualquier investigación.

Diariamente aparecen estudios que hacen referencia a los riesgos que implica para distintos grupos poblacionales el uso de Internet y especialmente de las redes sociales, mediante las cuales se exponen -de manera pública, privada o semiprivada- las actividades diarias, imágenes personales y los datos personales de sus usuarios. Debido a estos sucesos de la vida cotidiana, resulta inminente revisar las políticas públicas en materia educativa para que contemplen la inclusión en la currícula escolar de los niveles primario y secundario, la educación obligatoria en materia de computación acerca del uso, manejo de contenidos y control de privacidad en Internet y exposición en redes sociales.

Asimismo, y a fin de salvaguardar la integridad no solo psíquica sino también física de las personas, es necesario educar tanto a niños, niñas, adolescentes (NNA), al igual que a padres, docentes y directivos, acerca de los peligros que conlleva el uso indiscriminado y sin supervisión de redes sociales y videojuegos en Internet o consolas con conexión a Internet- en las que incluso tomando las medidas de control parental para restringir el acceso a ciertos contenidos- la seguridad continúa siendo muy vulnerable.

A modo de cierre, y teniendo en cuenta la legislación vigente en Argentina que en su Carta Magna (artículo 19) estatuye el *principio de reserva*- según el cual, las acciones privadas de los hombres que de ningún modo ofendan al orden ni a la moral pública, ni perjudiquen a un tercero, están solo reservadas a Dios y exentas de la autoridad de los magistrados-, la tesista propone destacar y fomentar aquellos motivos de uso de las TICs que promuevan el bienestar general de los individuos y que conlleven a una disminución de los síntomas psicopatológicos (Balhara, 2018; Castro Solano & Lupano Perugini, 2019), poniendo el foco en el desarrollo de las virtudes y fortalezas positivas inherentes a cada ser humano, en pos del bien común, dentro del marco de legalidad mencionado.

7. Referencias bibliográficas

- Aboujaoude, E. (2017). The Internet's effect on personality traits: An important casualty of the "Internet addiction" paradigm. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(1), 1-4. doi: 10.1556/2006.6.2017.009
- Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., Ahmad, N., & Zakaria, N. H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 37, 72-112. doi: 10.1016/j.tele.2018.01.015
- Alhaboby, Z. A., Barnes, J., Evans, H., & Short, E. (2017). Challenges facing online research: Experiences from research concerning cyber-victimisation of people with disabilities. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(1). doi: 10.5817/CP2017-1-8
- Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 19, 71-80.
- Anderson, M., & Perrin, A. (2017). Tech Adoption Climbs Among Older Adults. *Pew Research Center*. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/17/tech-adoption-climbs-among-older-adults/>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175-184. doi: 10.1007/s40429-015-0056-9
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and

- video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. doi: 10.1037/adb0000160
- Azuela Flores, J. I., Baltazar Romero, I., Jiménez Almaguer, K. P., Ochoa Hernández, M. L., & Jiménez Torres, N. H. (2015). Tipología de usuarios de redes sociales en México: ¿creadores o espectadores? *Investigación y Ciencia*, 23(65), 59-65. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/674/67443217008.pdf>
- Balhara, Y.P.S. (2018). Behavioural addictions: Need to correct misnomers. *Asian Journal of Psychiatry*, 36, 118-118. doi: 10.1016/j.ajp.2018.07.014
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 248-287. doi: 10.1016/0749-5978(91)90022-L
- Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635-657. doi:10.1111/jcom.12106
- Beldad, A. D., & Hegner, S. M. (2017). More photos from me to thee: Factors influencing the intention to continue sharing personal photos on an online social networking (OSN) site among young adults in the Netherlands. *International Journal of Human Computer Interaction*, 33(5), 410-422. doi: 10.1080/10447318.2016.1254890
- Bernete García, F., & Cadilla Baz, M. (2019). Usos del ciberespacio para entretenimientos en los ratos libres. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 579-598. doi: 10.5209/hics.66301
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). I don't want to miss a thing: Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016 / j.chb.2016.05.083
- Benamar, L., Balagué, C., & Ghassany, M. (2017). The Identification and Influence of Social Roles in a Social Media Product Community. *Journal of Computer Mediated Communication*, 22(6), 337-362. doi: 10.1111/jcc4.12195

- Błachnio, A., Przepiórka, A., & Pantic, I. (2015). Internet use, Facebook intrusion, and depression: Results of a cross-sectional study. *European Psychiatry, 30*(6), 681-684. doi: 10.1016/j.eurpsy.2015.04.002
- Bouna-Pyrrou, P., Aufleger, B., Braun, S., Gattnar, M., Kallmayer, S., Wagner, H., ... Lenz, B. (2018). Cross-sectional and longitudinal evaluation of the social network use disorder and Internet gaming disorder criteria. *Frontiers in Psychiatry, 9*, 1-9. doi:10.3389/fpsy.2018.00692
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H-W., Margraf, J., & Köllner, V. (2019). Relationships between addictive Facebook use, depressiveness, insomnia, and positive mental health in an inpatient sample: A German longitudinal study. *Journal of Behavioral Addictions, 1*-11. doi: 10.1556/2006.8.2019.63
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences, 67*, 97-102. doi: 10.1016/j.paid.2014.01.016
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., Andjelovic, T., & Paulhus, D. L. (2018). Internet trolling and everyday sadism: Parallel effects on pain perception and moral judgment. *Journal of Personality, 1*-13. doi: 10.1111/jopy.12393
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior, 18*(5), 553-575. doi: 10.1016/S0747-5632(02)00004-3
- Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction. A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research, 30*, 625-648. doi: 10.1177/0093650203257842
- Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic Internet use. *Journal of Communication, 55*, 721-736. doi: 10.1111/j.1460-2466.2005.tb03019.x
- Caplan, S. E. (2007). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic internet use. *Cyberpsychology & Behavior, 10*(2), 234-242. doi: 10.1089/cpb.2006.9963

- Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, *26*, 1089-1097. doi:10.1016/j.chb.2010.03.012
- Caplan, S. E., & High, A. (2010). Online social interaction, psychosocial well-being, and problematic internet use. En Young, K., & Nabuco de Abrue (Eds.). *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment* (pp. 35-53). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Carton, H., & Egan, V. (2017). The dark triad and intimate partner violence. *Personality and Individual Differences*, *105*, 84-88. doi:10.1016/j.paid.2016.09.040
- Castells, M. (2014). El impacto de Internet en la sociedad: una perspectiva global. Cambio: 19 Ensayos acerca de cómo internet está cambiando nuestras vidas. Madrid: Editorial Turner/BBVA.
- Castro Gerónimo, A., & Moral Jiménez, M. de la V. (2017). Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: Análisis bibliográfico. *Health and Addictions*, *17*(1), 73-85. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/839/83949782008.pdf>
- Castro Solano, A. (2015). Concepciones teóricas de la personalidad. Modelos teóricos y definiciones. En Fernández Liporace, M. & Castro Solano, A. (comps.). *Evaluación de la personalidad normal y sus trastornos. Teoría e instrumentos* (pp. 15-32). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Castro Solano, A. & Lupano Perugini, M. L. (2019). Perfiles Diferenciales de Usuarios de Internet, Factores de Personalidad, Rasgos Positivos, Síntomas Psicopatológicos y Satisfacción con la Vida. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica. RIDEP*, *53*(4), 79-90. doi: 10.21865/RIDEP53.4.06
- Casullo, M. M., & Castro Solano, A. (2003). Factores y estilos de personalidad Estudio comparativo. *Avaliação Psicológica*, *2*(1), 35-43
- Classen, B., Wood, J. K., & Davies, P. (2020). Social network sites, fear of missing out, and psychosocial correlates. *Cyberpsychology. Journal of psychosocial research on cyberspace*, *14*(3), Article 4. doi : 10.5817/CP2020-3-4
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). *The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. Body Image*, *23*, 183–187. doi:10.1016/j.bodyim.2017.10.002

- Connolly, I., Palmer, M., Barton, H., & Kirwan, G. (2016). *An introduction to Cyberpsychology*. New York: Routledge, 2016.
- Correa, T. (2016). Digital skills and social media use: how Internet skills are related to different types of Facebook use among digital natives. *Information, Communication & Society*, 19(8), 1095-1107. doi: 10.1080/1369118X.2015.1084023
- Costa, P. T., Terracciano, A., & McCrae, R. R. (2001). Gender differences in personality traits across cultures: robust and surprising findings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 322–331. doi:10.1037/0022-3514.81.2.32
- Craker, N., & March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences*, 102, 79-84. doi:10.1016/j.paid.2016.06.043
- Dans Álvarez De Sotomayor, I., & Muñoz Carril, P. C. (2016). Las redes sociales como motivación para el aprendizaje: opinión de los adolescentes. *Innoeduca International Journal of Technology and Educational Innovation*, 2(1), 20-28. doi: 10.20548/innoeduca.2016.v2i1.1041
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195. doi: 10.1016/S0747-5632(00)00041-8
- Davis, R. A., Flett, G.L., & Besser, A. (2002). Validation of a new measure of problematic Internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychology & Behavior*, 5,331-346.
- De Bérail, P., Guillon, M., & Bungener, C. (2019). The relations between YouTube addiction, social anxiety and parasocial relationships with YouTubers: A moderated-mediation model based on a cognitive-behavioral framework. *Computers in Human Behavior*, 99, 190-204. doi:10.1016/j.chb.2019.05.007
- de la Iglesia, G., & Freiberg Hoffmann, A. (2015). La aproximación analítico-factorial: el modelo de los cinco factores. En Fernández Liporace, M., & Castro Solano, A. (comps.). *Evaluación de la personalidad normal y sus trastornos. Teoría e instrumentos* (pp. 33-47). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Delfino, G., Sosa, F., & Zubieta, E. (2017). Internet usage in Argentina: Gender and age as variables associated to the digital divide. *Investigación y Desarrollo*, 25(2), 100-123. doi: 10.14482/indes.25.2.10961

- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendebblad, M., Andén, L., & Davidsson, E. (2012). Sweden's largest Facebook study. GRI-rapport, 3, University of Gothenburg. Gothenburg, Sweden: Gothenburg Research Institute
- De Raad, B. (2000). The lexical hypothesis: designation and trait population. En B. De Raad (Ed.). *The big five personality factors: the psycholexical approach to personality* (pp.15-24). Göttingen: Hogrefe & Huber Publishers
- De Raad, B., & Mlačić, B. (2020). The Big Five Personality Trait Factors. Subject: Cognition, Emotion, and Learning Online. doi: 10.1093/acrefore/9780190264093.013.894.
- Digital In 2020. Recuperado de <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Diomidous, M., Chardalias, K., Magita, A., Koutonias, P., Panagiotopoulou, P. & Mantas, J. (2016). Social and Psychological effects of the internet. *Acta Inform Med.* 24(1), 66-68. doi: 10.5455/aim.2016.24.68
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior*, 63, 549-555. doi:10.1016/j.chb.2016.05.053
- Dhir, A., & Tsai, C. C. (2017). Understanding the relationship between intensity and gratifications of Facebook use among adolescents and young adults. *Telematics and Informatics*, 34(4), 350-364. doi:10.1016/j.tele.2016.08.017
- Donnelly E., & Kuss, D. J. (2016). Depression among users of social networking sites (SNSs): The role of SNS addiction and increased usage. *Journal Addiction and Preventive Medicine*, 1(2): 107, 1-6. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/311312257_Journal_of_Addiction_and_Preventive_Medicine_J_Add_Pre_Med_Depression_among_Users_of_Social_Networking_Sites_SNSs_The_Role_of_SNS_Addiction_and_Increased_Usage
- Eraslan-Capan, B. (2015). Interpersonal Sensitivity and Problematic Facebook Use in Turkish University Students. *The Anthropologist*, 21(3), 395-403. doi:10.1080/09720073.2015.11891829

- Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*, *20*, 31-39. doi:10.1016/j.bodyim.2016.11.002
- Fioravanti, G., Primi, C., & Casale, S. (2013). Psychometric evaluation of the generalized problematic Internet use scale 2 in an Italian sample. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *16*(10), 761-766. doi:10.1089/cyber.2012.0429
- Fondevila-Gascón, J. F., Marqués-Pascual, J., Mir-Bernal, P., & Polo-López, M. (2019). Usos del WhatsApp en el estudiante universitario español. Pros y contras. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 308-324. doi: 10.4185/RLCS-2019-1332
- García-Ruiz, R., Ramírez-García, A., & Rodríguez-Rosell, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, *43*, 15-23. doi: 10.3916/C43-2014-01
- García-Ruiz, R., Tirado Morueta, R., & Hernando Gómez, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, *47*(3), 291-298. doi: 10.17811/rifie.47.3.2018.291-298
- García-Umaña, A., & Tirado-Morueta, R. (2018). Digital media behavior of school students: Abusive use of the Internet. *NAER Journal of New Approaches in Educational Research*, *7*(2), 140-147. doi: 10.7821/naer.2018.7.284
- Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. En Wheeler, L. (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology*, vol. 2 (pp. 141-165). Beverly Hills, CA: Sage.
- Griffiths, M. (2000). Internet Addiction- Time to be Taken Seriously? *Addiction Research*, *8*(5), 413-418. doi: 10.3109/16066350009005587
- Hamburger, Y. A., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, *16*(4), 441-449. doi: 10.1016/s0747- 5632(00)00017-0
- Hargittai, E. & Hinnat, A. (2008). Digital Inequality: Differences in Young Adults. Use of the Internet. *Communication Research*, *35*, 602-621.
- Haynes, N. (2016). *Social Media in Northern Chile. Posting the Extraordinarily Ordinary*. London: UCL Press. doi: 10.14324/111. 9781910634592

- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior, 74*, 92-100. doi:10.1016/j.chb.2017.04.027
- Heo, J., Chun, S., Lee, S., Lee, K. H., & Kim, J. (2015). Internet use and well-being in older adults. *Cyberpsychology, behavior, and social networking, 18*(5), 268-272. doi: 10.1089/cyber.2014.0549
- Herrero-Diz, P., Ramos-Serrano, M., & Nó, J. (2016). Los menores como usuarios creadores en la era digital: del prosumer al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016 *Revista Latina de Comunicación Social, 71*, 1301-1322. doi: 10.4185/RLCS-2016-1146
- Hootsuite (2019). We are Social. Global Digital Report 2019. Recuperado de: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Horzum, M. B. (2016). Examining the relationship to gender and personality on the purpose of Facebook usage of Turkish university students. *Computers in Human Behavior, 64*, 319-328. doi: 10.1016/j.chb.2016.06.010
- Howard, C. J., Wilding, R., & Guest, D. (2017). Light Video Game Play is Associated with Enhanced Visual Processing of Rapid Serial Visual Presentation Targets. *Perception, 46*(2), 161-177. doi: 10.1177/0301006616672579
- Huang, C. (2010). Internet use and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw., 13*(3), 241-249. doi: 10.1089/cyber.2009.0217
- Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media and Society, 20*(10), 3937-3954. doi: 10.1177/1461444818787348
- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2019). The associations between problematic social networking site use and sleep quality, Attention-Deficit hyperactivity disorder, depression, anxiety and stress. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi: 10.1007/s11469-019-00175-1. Recuperado de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11469-019-00175-1.pdf>
- Hussain, Z., & Starcevic, V. (2020). Problematic Social Networking Site Use: A brief review of recent research methods and the way forward. *Current Opinion in Psychology, 36*, 89-95. doi: 10.1016/j.copsyc.2020.05.007

- Igartúa, J. J., & Rodríguez de Dios, I. (2016). Correlatos motivacionales del uso y la satisfacción con Facebook en jóvenes españoles. *Cuadernos.info*, 38, 107-119. doi: 10.7764/cdi.38.848
- Iniesta-Alemán, I., & Segura-Anaya, A. (2019). Benchmarking mediante herramientas TIC aplicado a las agencias de publicidad locales. *Communication Methods*, 1(2), 160-180. doi: 10.35951/v1i2.37
- Jakubowicz, A. (2017). Alt_Right White Lite: trolling, hate speech and cyberracism on social media. *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, 9(3), 41-60. doi: 10.5130/ccs.v9i3.5655
- Jain, P., Zaher, Z., & Roy, E. (2017). Magazines and Social Media Platforms: Strategies for Enhancing User Engagement and Implications for Publisher. *Journal of Magazine & New Media Research*, 17(2).
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big Five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives*. En L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. Second Edition (pp. 102-138). New York: Guilford Press. Recuperado de http://jenni.uchicago.edu/econ-psych-traits/John_Srivastava_1995_big5.pdf
- Johnson, L. K., Plouffe, R. A., & Saklofske, D. H. (2019). Subclinical sadism and the dark triad: Should there be a dark tetrad? *Journal of Individual Differences*, 40(3), 127-133. doi: 10.1027/1614-0001/a000284
- Jonason, P. K., Zeigler-Hill, V., & Okan, C. (2017). Good v. evil: Predicting sinning with dark personality traits and moral foundations. *Personality and Individual Differences*, 104, 180-185. doi: 10.1016/j.paid.2016.08.002
- Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2013). Introducing the Short Dark Triad (SD3). *Assessment*, 21(1), 28-41. doi: 10.1177/1073191113514105
- Junco, R. (2013). Inequalities in Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29, 2328-2336. doi: 10.1016/j.chb.2013.05.005
- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 11-17. doi: 10.1089/cpb.1998.1.11

- Karapanos, E., Teixeira, P., & Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55, 888-897. doi:10.1016/j.chb.2015.10.015
- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior* 31, 351-354. Recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0747563213004093?token=D47316349870A8AFC1B9FB4DCED69381B7BD70A7FC83501C4D025D768772D9214D7BF62ED8B7A87969EFD4219B658027&originRegion=us-east-1&originCreation=20210602205709>
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236-247. doi: 10.1016/j.chb.2016.09.024
- Kim, H.-K., & Davis, K. E. (2009). Toward a comprehensive theory of problematic Internet use: Evaluating the role of self-esteem, anxiety, flow, and the self-rated importance of Internet activities. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 490-500. doi:10.1016/j.chb.2008.11.001
- Kim, J., LaRose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic Internet use: The relationship between Internet use and psychological well-being. *CyberPsychology and Behavior*, 12(4), 451-455. doi:10.1089/cpb.2008.0327
- Kircaburun, K., Demetrovics, Z., & Tosuntaş, Ş. B. (2018). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*. doi: 10.1007/s11469-018-9900-1
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, S. B., & Griffiths, M. D. (2018). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the big five of personality, social media platforms and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-23. doi: 10.1007/s11469-018-9940-6
- Kircaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., & Çolak, T. S. (2019). Problematic Online Behaviors among Adolescents and Emerging Adults:

- Associations between Cyberbullying Perpetration, Problematic Social Media Use, and Psychosocial Factors. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 891-908. doi: 10.1007/s11469-018-9894-8
- König, R., Seifert, A. & Doh, M. (2018). Internet use among older Europeans: an analysis based on share data. *Universal Access in the Information Society*, 17(3), 621-633. doi: 10.1007/s10209-018-0609-5
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 261-284. doi:10.1016/j.jsis.2017.01.004
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031. doi: 10.1037/0003-066X.53.9.1017
- Kubey, R. W., Lavin, M. J., & Barrows, J. R. (2001). Internet use and collegiate academic performance decrements: Early findings. *Journal of communication*, 51(2), 366-382.
- Kuss, D. (2017). Mobile Technology and Social Media: The Extensions of Man in the 21st Century. *Human Development*, 60,141-143. doi: 10.1159/000479842. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311-327. doi: 10.3390/ijerph14030311
- LaRose, R., Lin, C. A., & Eastin, M. S. (2003). Unregulated Internet usage: Addiction, habit, or deficient self-regulation? *Media Psychology*, 5, 225-253.
- Lataclick (2020). Recuperado de <https://www.lataclick.com/estadisticas-de-las-redes-sociales-en-paraguay-2020/>
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2005). Psychopathy, machiavellianism, and narcissism in the five-factor model and the HEXACO model of personality structure. *Personality and Individual Differences*, 38(7), 1571-1582. doi:10.1016/j.paid.2004.09.016
- Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview 2015. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project. Recuperado de <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>

- Ling, R. (2012). *Taken for grantedness: The embedding of mobile communication into society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Liu, C., & Ma, J. (2018). Development and validation of the Chinese social media addiction scale. *Personality and Individual Differences, 134*, 55-59. doi:10.1016/j.paid.2018.05.046
- Liu, D., Wright, K. B., & Hu, B. (2018). A meta-analysis of social network site use and social support. *Computers and Education, 127*, 201-213. doi: 10.1016/j.compedu.2018.08.024
- Llorente-Barroso, C., Viñarás-Abad, M., & Sánchez-Valle, M. (2015). Mayores e Internet: La red como fuente de oportunidades para un envejecimiento activo. *Comunicar, 45*(23), 29-36. doi: 10.3916/C45-2015-03
- Lo, J. (2018) Exploring the buffer effect of receiving social support on lonely and emotionally unstable social networking users. *Computers in Human Behavior, 90*, 103-116. doi: 10.1016/j.chb.2018.08.052
- López, M. J., Contiente, X., Sánchez, E., & Bartroli, M. (2017). Intervenciones que incluyen webs y redes sociales: herramientas e indicadores para su evaluación. *Gaceta Sanitaria, 31*(4), 346-348. doi: 10.1016/j.gaceta.2016.12.006
- López Fernández, F. J., Ortet Walker, J., Gallego Moya, S., & Ortet Fabregat, G. (2019). Estudio psicométrico preliminar de la escala de motivos de uso de videojuegos e-MUV. *Agora de salut. 6*, 181-188. doi: 10.6035/agorasalut.2019.6.19
- Lowe, M. L., & Haws, K. L. (2019). Confession and self-control: A prelude to repentance or relapse? *Journal of Personality and Social Psychology, 116*(4), 563-581. doi: 10.1037/pspi0000152
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2019). Características psicológicas diferenciales entre usuarios de redes sociales de alta exposición vs. no usuarios. *Fundación Acta Fondo para la Salud Mental. Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina, 65*(1), 5-16.
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2020). Normal and maladaptive personality Traits as predictors of motives for social media use and its effects on well-being. *Psychological Reports*. doi: 10.1177/0033294120922495

- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2021). Rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online. *Interdisciplinaria*, 38(2), 7-23. doi: 10.16888/interd.2021.38.2.1.
- Malesza, M., & Ostaszewski, P. (2016). Dark side of impulsivity-Associations between the Dark Triad, self-report and behavioral measures of impulsivity. *Personality and Individual Differences*, 88, 197-201. doi: 10.1016/j.paid.2015.09.016
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M. de las M., & Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Comunicar*, 56(26), 101-110. doi: 10.3916/c56-2018-10
- Mann, K., Kiefer, F., Schellekens, A., & Dom, G. (2017). Behavioural addictions: Classification and consequences. *European Psychiatry*, 44, 187-188. doi: 10.1016/j.eurpsy.2017.04.008
- Marín-Díaz, V., Vega-Gea, E., & Passey, D. (2019). *Determination of problematic use of social networks by university students. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 1-13. doi: 10.5944/ried.22.2.23289
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 226, 274-281, doi: 10.1016/j.jad.2017.10.007
- Mayshak, R., King, R. M., Chandler, B., & Hannah, M. (2020). To swipe or not to swipe: The Dark Tetrad and risks associated with mobile dating app use. *Personality and Individual Differences*, 163, 1-6. doi:10.1016/j.paid.2020.110099
- McCrae, R. R., & Costa Jr., P. T. (1999). A five-factor theory of personality. En Pervin, L. A., & John, O. P. (Eds.). *Handbook of personality: Theory and Research (2nd ed.)* (pp. 139-153). New York: Guilford
- Montag, C., Błazzkiewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B., ... Markowitz, A. (2015). *Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp? BMC Research Notes*, 8(1), 1-6. doi: 10.1186/s13104-015-1280-z
- Moore, K., & Craciun, G. (2020). Fear of Missing Out and Personality as Predictors of Social Networking Sites Usage: The Instagram Case. doi: 10.1177/0033294120936184

- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior, 19*, 659-671. doi: 10.1016/S0747-5632(03)00040-2
- Moral, M. de la V., & Suárez, C. (2016). Factores de riesgo en el uso problemático de Internet y del teléfono móvil en adolescentes españoles. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud, 7*(2), 69-78. doi:10.1016/j.rips.2016.03.001
- Muscanell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior, 28*(1), 107-112. doi:10.1016/j.chb.2011.08.016
- Myhre, J. W., Mehl, M. R., & Glisky, E. L. (2016). Cognitive Benefits of Online Social Networking for Healthy Older Adults Janelle *Journals of Gerontology: Psychological Sciences, 00*(00), 1-9. doi:10.1093/geronb/gbw025
- Nema, R. & Pandey, A. (2016) A Review on Online Social Network: Issues & Challenges. *Social Networking, 5*, 57-61. doi: 10.4236/sn.2016.52006
- Nemer, D. (2015). Online Favela: The use of social media by the marginalized in Brazil. *Information Technology for Development, 22*(3), 364-379. doi:10.1080/02681102.2015.1011598
- NeoAttack (2020). Las 24 redes sociales más utilizadas en 2020. Recuperado de https://neoattack.com/redes-sociales/#Red_social_Facebook
- Nevin, A. (2015). Culturally Responsive Inclusion-a Possible Imperative? En Berryman, M., SooHoo, S., & Ford, T. (Eds.). *Relational and Responsive: Inclusion: Contexts for Becoming and Belonging*. New York, NY: Peter Lang Publishing. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/281148857_Nevin_A_2015_Culturally_Responsive_Inclusion-a_Possible_Imperative_In_Berryman_M_SooHoo_S_Ford_T_Eds_Relational_and_Responsive_Inclusion_Contexts_for_Becoming_and_Belonging_pp_47-67_New_York_NY_Peter_
- Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 66*(6), 574-583. doi: 10.1037/h0040291

- Olivares Granados, S.A., & González Reyes, J. A. (2016). La generación Z y los retos del docente. En I. Velasco, I. & M. Páez (Eds.). *Los retos de la docencia ante las nuevas características de los estudiantes universitarios* (pp. 114-124). México, Nayarit: Proceedings.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, *99*, 319-327. doi: 10.1016/j.childyouth.2019.02.011
- Padilla-Romero, C., & Ortega-Blas, J. (2017). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. *CASUS*, *2*(1), 47-53. Recuperado de http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/252/Padilla_Ortega_articulo_CASUS_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Park, G., Yaden, D. B., Schwartz, H. A., Kern, M. L., Eichstaedt, J. C., Kosinski, M. ... Seligman, M. E. P. (2016). Women are Warmer but No Less Assertive than Men: Gender and Language on Facebook. *Plos One*, *11*(5), 1-26. doi:10.1371/journal.pone.0155885
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). *The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy*. *Journal of Research in Personality*, *36*(6), 556-563. doi: 10.1016/s0092-6566(02)00505-6
- Paulhus, D. L., Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Jones, D. N. (2020, July 27). Screening for Dark Personalities: The Short Dark Tetrad (SD4). *European Journal of Psychological Assessment*. Advance online publication. doi: 10.1027/1015-5759/a000602
- Peral Peral, B., Villarejo Ramos, A. F., & Arenas Gaitán, J. (2015). Motivaciones hedónicas vs utilitaristas en internet: segmentación latente de mayores. En *25 Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica* (pp. 1-13). Orense, España. Departamento de Administración de Empresas y Marketing. Universidad de Sevilla.
- Pérez-Escoda, A., Castro-Zubizarreta, A., & Fandos-Igado, M. (2016). La competencia digital de la Generación Z: claves para su introducción curricular en la Educación Primaria. *Comunicar*, *49*(24), 71-80. doi: 10.3916/C49-2016-07

- Pew Research Centre (2018). Recuperado de <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Pocknell, V., & King, A. R. (2020). Fantasías sexuales sadomasoquistas y desajuste psicológico en el público en general. *Psychiatr Ann.*, *50*(10), 457-468. doi: 10.3928/00485713-20200901-01
- Pontes, H. M., Caplan, S. E., & Griffiths, M. D. (2016). Psychometric validation of the generalized problematic Internet use scale 2 in a Portuguese sample. *Computers in Human Behaviour*, *63*, 823-833. doi: 10.1016/j.chb.2016.06.015
- Prades Oropesa, M., & Carbonell Sánchez, X. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication Papers, Media Literacy and Gender Studies*, *5*(9), 27-36.
- RAE (2019). Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. Recuperado de: <https://dle.rae.es/internet>
- Ramírez-Correa, P., Painén-Aravena, G., Alfaro-Peréz, J., Melo Mariano, A., & Machorro-Ramos, F. (2019). Motivaciones hedónicas para el uso de sitios de redes sociales por adultos mayores: un estudio exploratorio en Chile. *RISTI Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação* *17*, 563-570. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/330844509_Motivaciones_hedonicas_para_el_uso_de_sitios_de_redes_sociales_por_adultos_mayores_un_estudio_exploratorio_en_Chile
- Ratan, R. A., Fordham, J. A., Leith, A. P., & Williams, D. (2019). Women keep it real: avatar gender choice in League of Legends. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *22*, 254-257. doi:10.1089/cyber.2018.0302
- Rebelo, C. (2015). The use of the Internet and Facebook by the elders in Portugal: an exploratory study. *Observatorio Journal*, *9*(3), 129-153. doi: 10.15847/obsOBS932015773
- Rodríguez Torres, A., Prats, M.À., Oberst, U., & Carbonell, X. (2018). Diseño y aplicación de talleres educativos para el uso saludable de internet y redes sociales en la adolescencia: descripción de un estudio piloto. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, *52*, 111-124. doi: 10.12795/pixelbit.2018.i52.08

- Roig, R., Mengual, S., & Rodríguez, C. (2013). Internet como medio de información, comunicación y aprendizaje. En J. Barroso & J. Cabero (Coords.). *Nuevos escenarios digitales* (pp. 209-233). Madrid: Pirámide.
- Roy, A., & Ferguson, C. J. (2016). Competitively versus cooperatively? An analysis of the effect of game play on levels of stress. *Computers in Human Behavior*, *56*, 14-20. doi:10.1016/j.chb.2015.11.020
- Russmann, U., & Svensson, J. (2017). Introduction to Visual Communication in the Age of Social Media: Conceptual, Theoretical and Methodological Challenges. *Media and Communication*, *5*(4), 1-5. doi: 10.17645/mac.v5i4.1263
- Senín-Calderón, C., Perona-Garcelán, S. & Rodríguez-Testal, J. F. (2020). The dark side of Instagram: Predictor model of dysmorphic concerns. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, *194*, 1-9. doi: 10.1016/j.ijchp.2020.06.005
- Shahnawaz, M. G., Nasir, S., & Rehman, U. (2019). Sadism and cyber aggression: Moral identity as a possible moderator. *Journal of aggression, maltreatment and trauma*, 1-15. doi: 10.1080/10926771.2019.1575302
- Shalvi, S., Gino, F., Barkan, R., & Ayal, S. (2015). Self-serving justifications: Doing wrong and feeling moral. *Current Directions in Psychological Science*, *24*(2), 125-130. doi: 10.1177/0963721414553264
- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., & Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and anxiety*, *17*(4), 207-216. doi: 10.1002/da.10094
- Sheldon, K. M., Abad, N., & Hinsch, C. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Psychology of Popular Media Culture*, *1*(S), 2-15. doi:10.1037/2160-4134.1.s.2
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, *58*, 89-97. doi:10.1016/j.chb.2015.12.059
- Schmitt, H. S., Sindermann, C., Li, M., Ma, Y., Kendrick, K. M., Becker, B., & Montag, C. (2020). The Dark Side of Emotion Recognition- Evidence From Cross-Cultural Research in Germany and China. *Frontiers in Psychology*, *11*(1132). doi: 10.3389/fpsyg.2020.01132

- Seabrook, E. M., Kern, M. L., & Rickard, N. S. (2016). Social networking sites, depression, and anxiety: A systematic review. *JMIR ment health*, 3(4), e50.
doi: 10.2196/mental.5842
- Srikantaiah, K. C., Saikumar, K., Shivaprasad, K. G., Moger, R. S., & Manukumar, R. (2019). Identify important users in online social network. *International Research Journal of Computer Science*, 6(6), 212-217. Special Issue- 5th International Conference- ACCE-2019. Recuperado de
<http://www.irjcs.com/volumes/Vol6/iss06/30.SI.JNCS10109.pdf>
- Stanković, M., Nešić, M., Čičević, S., & Shi, Z. (2021). Association of smartphone use with depression, anxiety, stress, sleep quality, and internet addiction. Empirical evidence from a smartphone application. *Personality and Individual Differences*, 168: 110342. doi:10.1016/j.paid.2020.110342
- Stockdale, L. A., & Coyne, S. M. (2020). Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *Journal of Adolescence*, 79, 173-183. doi:10.1016/j.adolescence.2020.01.010
- Tang, W. Y., Reer, F., & Thorsten, Q. (2020). The interplay of gaming disorder, gaming motivations, and the dark triad. *Journal of behavioral addictions*, 9(2), 491-496.
doi: 10.1556/2006.2020.00013
- The 2021 Social Media Demographics Guide*. Recuperado de
<https://khoros.com/resources/social-media-demographics-guide>
- Tifferet, S. (2019). Gender differences in privacy tendencies on social network sites: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 93, 1-12.
doi:10.1016/j.chb.2018.11.046
- Tifferet, S., & Vilnai-Yavetz, I. (2014). Gender differences in Facebook self-presentation: An international randomized study. *Computers in Human Behavior*, 35, 388-399.
doi:10.1016/j.chb.2014.03.016
- Tifferet, S., & Vilnai-Yavetz, I. (2018). Self-presentation in LinkedIn portraits: Common features, gender, and occupational differences. *Computers in Human Behavior*, 80, 33-48. doi:10.1016/j.chb.2017.10.013

- Tifferet, S. (2020). Gender Differences in Social Support on Social Network Sites: A Meta-Analysis. *Cyberpsychology, behaviour and social networking*, 00(00). doi: 10.1089/cyber.2019.0516
- Tirado-Morueta, R., García-Ruiz, R., Hernando-Gómez, A., Paloma Contreras-Pulido, P., & José Ignacio Aguaded-Gómez (2020). From Internet access to problematic use: multigroup analysis of push and pull factors. *Behaviour & Information Technology*. doi: 10.1080/0144929X.2020.1751289
- Todd, P. R., & Melancon, J. (2019). Gender differences in perceptions of trolling in livestream video broadcasting. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 22(7), 472-476. doi: 10.1089/cyber.2018.0560
- Tran, U. S., Bertl, B., Kossmeier, M., Pietschnig, J., Stieger, S., & Voracek, M. (2018). I'll teach you differences: taxometric analysis of the dark triad, trait sadism, and the dark core of personality. *Personality and Individual Differences*, 126, 19-24. doi:10.1016/j.paid.2018.01.015
- Tsitsika, A. K., Tzavela, E. C., Janikian, M., Olafsson, K., Iordache, A., Schoenmakers, T. M., Tzavara, C., & Richardson, C. (2014). Online social networking in adolescence: Patterns of Use in Six European Countries and Links with Psychosocial Functioning. *Journal of Adolescent Health*, 55(1), 141-147. doi: 10.1016/j.jadohealth.2013.11.010
- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other?* New York: Basic Books.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, 2019). Recuperado en <https://www.itu.int/en/ITUUD/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>
- Ünal-Aydın, P., Balıkçı, K., Sönmez, İ., & Aydın, O. (2019). Associations between emotion recognition and social networking site addiction. *Psychiatry Research*, 284, 1-21. doi:10.1016/j.psychres.2019.112673
- Valencia-Arias, A., Benjumea Arias, M. L., Morales Zapata, D., Silva Cortés, A., Betancur Zuluaga, P. (2018). Actitudes de docentes universitarios frente al uso de dispositivos móviles con fines académicos. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 23(78), 761-790

- Valerio Ureño, G., & Valenzuela González, R. (2011). Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable. *El profesional de la información*, 20(6), 667-670. doi: 10.3145/epi.2011.nov.10
- van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- van Geel, M., Goemans, A., Toprak, F., & Vedder, P. (2017). Which personality traits are related to traditional bullying and cyberbullying? A study with the Big Five, Dark Triad and sadism. *Personality and Individual Differences*, 106, 231-235. doi: 10.1016/j.paid.2016.10.063
- Velásquez Benavides, A. V., Duque-Rengel, V. K., & Paladines Galarza, F. Y. (2020). Uso de los medios sociales por las empresas líderes en telecomunicaciones de Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 11(2), 48-64. doi: 10.31207/rch.v11i2.241
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302. doi:10.1111/sipr.12033
- Waheed, A., & Shafi, J. (2018). Study of User Behaviors in OSNs. *2018 1st International Conference on Computer Applications & Information Security (ICCAIS)*. doi: 10.1109/CAIS.2018.8441976
- Walker, B. R., & Jackson, C. J. (2016). Moral emotions and corporate psychopathy: A review. *Journal of Business Ethics*, 141(4), 797-810. doi: 10.1007/s10551-016-3038-5
- Wegmann, E., Müller, S. M., Turel, O. & Brand, M. (2020). Interactions of impulsivity, general executive functions, and specific inhibitory control explain symptoms of social-networks-use disorder: An experimental study. *Scientific Reports*. 10:3866. doi: 10.1038/s41598-020-60819-4
- Young, N. L., Kuss, D. J., Griffiths, M. D., & Howard, C. J. (2017). Passive Facebook use, Facebook addiction, and associations with escapism: An experimental vignette study. *Computers in Human Behavior*, 71, 24-31. doi: 10.1016/j.chb.2017.01.039
- Yuan, C., Hong, Y., & Wu, J. (2020). Does Facebook activity reveal your dark side? Using online language features to understand an individual's dark triad and needs. *Behaviour & Information Technology*, 1-15. doi:10.1080/0144929x.2020.1805513

- Zhang, R. (2017). The stress-buffering effect of self-disclosure on Facebook: an examination of stressful life events, social support, and mental health among college students. *Computers in Human Behavior*, 75, 527-537. doi: 10.1016/j.chb.2017.05.043
- Zeigler-Hill, V., & Vonk, J. (2015). Dark personality features and emotion dysregulation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 34(8), 692-704. doi:10.1521/jscp.2015.34.8.692
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 1-34. doi:10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x

8. Agradecimientos

A Dios, por permitirme nacer y decidir en varias oportunidades que no era momento de partir

A Mary y Hugo, por darme la vida y enseñarme a ser buena gente

A Esteban, por acompañarme en la vida

A María Manuela, María Joaquina y Simón Jesús, por enseñarme el verdadero sentido de la existencia y borrarle la desilusión a puro abrazo y sonrisas

A mi tutor, por su paciencia infinita para conocer mis tiempos, entender mis necesidades, sostenerme y dejarme volar

A mis hermanos y amigos, a los de acá y a los del Ω