

ESCALA DE COMPORTAMIENTO CONTRAPRODUCENTE ONLINE

(Lupano Perugini & Castro Solano, 2023)

CÓMO CITAR ESTA TÉCNICA:

Lupano Perugini, M.L. & Castro Solano, A. (2023). Comportamiento Contraproducente Online. Rasgos Normales, Positivos, Negativos y Patológicos de Personalidad como Predictores de dichas Conductas. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 41(3), 1-18.

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.11415>

FICHA TÉCNICA

Autores: María Laura Lupano Perugini y Alejandro Castro Solano

Año: 2023

Finalidad: Explora conductas constructivas y destructivas que se pueden evidenciar al hacer uso de redes sociales y otros sitios de Internet.

Cantidad de ítems: 18. No tiene ítems inversos. Escala Likert en 5 posiciones (Muy en Desacuerdo a Muy de Acuerdo)

Subescalas: Uso destructivo. Evalúa comportamientos hostiles, críticos y agresivos hacia otros usuarios de Internet. Uso constructivo. Se relaciona con un uso positivo de Internet que implica presentar conductas de ayuda y cooperación para con otros usuarios.

Aplicación: Individual o grupal

Edad de aplicación: 18 años en adelante.

Tipificación local: Baremos generales para sujetos de 18 años en adelante. Población Argentina. Baremos actualizados al: 2024

Ámbitos de aplicación: Población general no consultante.

Materiales: Se puede administrar de forma online o presencial.

BREVE FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA ESCALA

El crecimiento exponencial que ha tenido Internet y, en especial las redes sociales, trajo aparejado la aparición de conductas de abuso, acoso y otros comportamientos maliciosos como el ciberbullying (Howard et al., 2019). Sin embargo, más allá de estos comportamientos en los que las víctimas suelen estar identificadas y la intención de perjuicio es clara (Caplan, 2018; Nicol, 2012), existen otro tipo de conductas, comúnmente denominada en la literatura científica como trolling, que se caracterizan por no tener una intencionalidad bien determinada más que generar un efecto disruptivo en la comunicación. Los usuarios que presentan este tipo de comportamientos suelen realizar comentarios o subir fotos o videos provocativos que no persiguen otro fin más que molestar u obtener placer o diversión (Phillips, 2015).

Para el desarrollo del instrumento que aquí se presenta se siguió la línea de razonamiento de algunos autores que sostienen que el comportamiento contraproducente online, incluye no solo comportamientos antisociales como provocaciones o insultos, sino también expresiones pasivas y prosociales en diferentes contextos. El hecho de que el comportamiento se califique como constructivo o destructivo dependerá de los efectos y de quienes son alcanzados por dichas conductas (Bishop, 2014; Grothe et al., 2016). Quienes perpetran este tipo de comportamientos pueden fortalecer su sentimiento de cohesión y pertenencia grupal porque refuerzan las alianzas ya existentes y, también, permiten el desarrollo de otras nuevas (Hopkinson, 2013).

Para el diseño del instrumento, nos basamos en el propuesto por Grothe et al. (2016) que contempla conductas destructivas y constructivas en virtud de una serie de categorías específicas como: creatividad, burla, crítica, provocación, molestia, hostilidad, territorialidad, venganza, engaño, explotación, defensa, denuncia, confianza, apoyo, atención.

EVIDENCIAS PSICOMÉTRICAS

La escala cuenta con altos indicadores de confiabilidad para cada una de las dimensiones y resultó válida para el análisis de conductas destructivas y constructivas on-line.

Estudio en donde se realizaron los análisis psicométricos:

Lupano Perugini, M.L. & Castro Solano, A. (2023). Comportamiento Contraproducente Online. Rasgos Normales, Positivos, Negativos y Patológicos de Personalidad como Predictores de dichas Conductas. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 41(3), 1-18.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.11415>

EVALUACIÓN

Se obtiene la media de cada una de las dimensiones y se transforma la puntuación bruta con el baremo.

Uso Destructivo. Ítems: 1, 3, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 17

Uso Constructivo. Ítems: 2, 4, 5, 10, 11, 15, 16, 18

INTERPRETACIÓN

Una puntuación alta en *Uso destructivo* indica que la persona suele realizar posteos en redes sociales y otros sitios que pueden resultar ofensivos hacia otros usuarios como, por ejemplo, burlas, críticas, agresiones. En general, se realizan con la finalidad de molestar y provocar a otros por diversión.

Una puntuación alta en *Uso Constructivo* se relaciona con mostrar conductas proactivas y positivas al hacer uso de redes sociales y otros sitios como apoyar, respetar y defender a otros usuarios que estuvieran siendo atacados. Implica un uso que tienda a fomentar la cooperación entre usuarios.

BAREMO

Características de la muestra utilizada: N= 574; mayores de 18 años (media edad: 34,4); hombres y mujeres; población general argentina, 2024

PERCENTILES	USO DESTRUCTIVO	USO CONSTRUCTIVO
5	1,00	2,13
10	1,00	2,50
25	1,00	3,13
50	1,30	3,50
75	1,70	3,88
90	2,10	4,25
99	3,30	4,75

ESCALA DE COMPORTAMIENTO CONTRAPRODUENTE ONLINE

(Lupano Perugini & Castro Solano, 2023)

Consigna: Indica el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre formas de comportarse al hacer uso de redes sociales y otros sitios de Internet (foros, blogs, sitios webs de noticias, etc)

	MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO/ NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
1. Si quiero burlarme de alguien, invento algo (p. ej., meme) y lo publico en la internet					
2. Los usuarios de redes sociales deberían postear comentarios que permitan apoyarse y contenerse mutuamente					
3. No hay nada mejor que criticar las opiniones de otros usuarios					
4. Me gusta que la gente mire y se interese en lo que publico en internet					
5. Defiendo a otros usuarios de internet cuando son atacados					
6. Suelo insultar a otros usuarios de internet solo por diversión					
7. Si algún usuario/a de internet me insulta, seguramente me vengaré de él/ ella					
8. Me gusta adoptar diferentes identidades/perfiles en internet					
9. Es válido aprovecharse de otros usuarios de internet					
10. Suelo denunciar a los administradores cuando detecto contenido inapropiado en internet					
11. Comparto mi experiencia de vida con otros usuarios					
12. Soy muy creativo/a cuando quiero burlarme de otros en internet					
13. Suelo postear comentarios provocando a otros usuarios					
14. No me molesta agredir a otros usuarios si considero que debo hacerlo					
15. Hay ciertas redes y sitios de internet en los que me siento más a gusto					
16. Debe haber respeto entre los usuarios de una misma red social					
17. Si fuera necesario, hay que sacar ventaja de otros usuarios					
18. Me parece importante censurar publicaciones que puedan ser agresivas para terceros					

REFERENCIAS

- Bishop, J. (2014). Representations of 'trolls' in mass media communication: A review of media-texts and moral panics relating to internet trolling. *International Journal of Web Based Communities*, 10(10), 7-24. <https://doi.org/10.1504/ijwbc.2014.058384>
- Grothe, M., Staar, H., & Janneck, M. (2016, june). How to treat the troll? An empirical analysis of counterproductive online behavior, personality traits and organizational behavior. In Workshop Gemeinschaften in Neuen Medien (GeNeMe) TUDpress. <https://dl.gi.de/handle/20.500.12116/34999>
- Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6(2), 215-242. <http://dx.doi.org/10.1515/JPLR.2010.011>
- Hopkinson, C. (2013). Trolling in Online Discussions: From Provocation to Community-building. *Brno Studies in English*, 39(1), 5-25. <https://doi.org/10.5817/bse2013-1-1>
- Howard, K., Haskard Zolnierok, K., Critz, K., Dailey, S., & Ceballos, N. (2019). An examination of psychosocial factors associated with malicious online trolling behaviors. *Personality and Individual Differences*, 149, 309-314. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.06.020>
- Lin, X., Su, W., & Potenza, M. N. (2018). Development of an Online and Offline Integration Hypothesis for Healthy Internet Use: Theory and Preliminary Evidence. *Frontiers in Psychology*, 9:492. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00492>
- Phillips, W. (2011). LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online. *First Monday*, 16(12), 1-14. <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v16i12.3168>
- Sanfilippo, M. R., Fichman, P., & Yang, S. (2018). Multidimensionality of online trolling behaviors. *The Information Society*, 34(1), 27-39. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391911>