



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

IMPULSIVIDAD, APOYO SOCIAL, COMUNICACIÓN FAMILIAR Y ADICCIÓN A
FACEBOOK E INSTAGRAM EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD

PÚBLICA DE LIMA, 2022

Línea de investigación:

Salud mental

Tesis para optar el Grado Académico de Maestra en Psicología Clínica y de la Salud

Autora:

Chávez Santamaria, Alexandra

Asesor:

Córdova Gonzales, Luis Alberto
(ORCID: 0000-0003-2454-3790)

Jurado:

Valdez Sena, Lucia Emperatriz
Aguirre Morales, Marivel Teresa
De La Cruz Valdiviano, Carlos Bacilio

Lima - Perú

2023

Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:	1A_CHAVEZ_SANTAMARIA_ALEXANDRA_MAESTRÍA_2023.docx
Fecha del Análisis:	6/01/2023
Analizado por:	Astete Llerena, Johnny Tomas
Correo del analista:	jastete@unfv.edu.pe
Porcentaje:	5 %
Título:	IMPULSIVIDAD, APOYO SOCIAL, COMUNICACIÓN FAMILIAR Y ADICCIÓN A FACEBOOK E INSTAGRAM EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA, 2022
Enlace:	https://secure.arkund.com/old/view/148010631-730379-223555#DclxDslwDEDRu2T+QnZsx3GvghhQBSgDXToi7g5679PeZ9uuQqcr3fhzbGCJTRwfeBGEEEp0wohBJDFJYTKFovRGO9frWM+134/90Ta5iFVWhWmmdHXP7w8=



DRA. MIRIAM LILIANA FLORES CORONADO
JEFA DE GRADOS Y GESTIÓN DEL EGRESADO



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

IMPULSIVIDAD, APOYO SOCIAL, COMUNICACIÓN
FAMILIAR Y ADICCIÓN A FACEBOOK E INSTAGRAM EN
ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA,
2022

Línea de Investigación:

Salud mental

Tesis para optar el Grado Académico de Magister
en Psicología Clínica y de la Salud

Autor(a)

Chávez Santamaria, Alexandra

Asesor(a)

Córdova Gonzales, Luis Alberto
(ORCID: 0000-0003-2454-3790)

Jurado

Valdez Sena, Lucia Emperatriz
Aguirre Morales, Marivel Teresa
De La Cruz Valdiviano, Carlos Bacilio

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, por bendecirme cada día y guiar mi camino.

A mi familia, en especial a mi madre Janet, mis abuelos Esperanza y Alfredo, a mis tías/os Karen, Patricia, Michell y Robert, a mis primos Yahir y Cinthya, por su apoyo y soporte durante mi vida y carrera profesional, por la unión, el cariño mostrado y la fortaleza para seguir adelante.

A mis queridas mascotas; Apolito y Larita por acompañarme incondicionalmente durante las noches de desvelo en la realización de esta tesis, a Colita y Estrellita, por el recuerdo hermoso que dejaron en mi vida.

A Yanit y Elena, por su valiosa amistad, consejos y sabiduría.

Agradecimientos

A mi querida casa de estudios Universidad Nacional Federico Villareal, dónde cursé la hermosa carrera de psicología y dónde también tuve la dicha de desarrollar mis estudios de maestría.

A mi querido maestro Dr. Luis Alberto Córdova Gonzáles, por su apoyo a lo largo de esta tesis y su valiosa asesoría, por su estima y el respaldo académico brindado durante toda mi carrera como psicóloga.

Un especial agradecimiento a la Dra. Luz Castañeda Perez por todo el apoyo brindado y a mis docentes de pregrado: Dr. José Livia Segovia por su apoyo incondicional y Dr. Miguel Ángel Vallejos Flores por motivarme a elegir el tema de esta tesis, gracias por siempre estar acompañándome en mi vida profesional.

A la Mg. Gladys Aldana Primo y Dra. Militza Alvarez Machuca por su especial apoyo durante el desarrollo de esta tesis y en mi formación profesional, así también, agradezco a todos los docentes con quienes tuve la dicha de seguir aprendiendo durante mis estudios de maestría en psicología clínica y de la salud.

Finalmente, un agradecimiento especial a todos los estudiantes que prestaron su valioso tiempo en participar de este trabajo, sin su ayuda no hubiese logrado culminar con este objetivo profesional.

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Descripción del problema	17
1.3. Formulación del problema	18
Problema general	18
Problemas específicos	18
1.4. Antecedentes	19
Antecedentes internacionales	19
Antecedentes nacionales	23
1.5. Justificación e importancia de la investigación	26
1.6. Limitaciones de la investigación	27
1.7. Objetivos	28
Objetivo general	28
Objetivos específicos	28
1.8. Hipótesis	29
Hipótesis general	29
Hipótesis específicas	30
II. MARCO TEÓRICO	32
2.1. Bases teóricas de la impulsividad	32
Definiciones	32
Teorías explicativas	33
Impulsividad en jóvenes universitarios	36
Impulsividad y adicción a Facebook e Instagram	37
2.2. Bases teóricas del apoyo social	39
Definiciones	39
Modelos y teorías explicativas	40
Clasificación	43

Apoyo social en jóvenes universitarios	43
Apoyo social y adicción a Facebook e Instagram	44
2.3. Bases teóricas de la comunicación familiar	45
Definiciones	45
Teorías explicativas	47
Comunicación familiar en jóvenes universitarios	50
Comunicación familiar y adicción a Facebook e Instagram	51
2.4. Bases teóricas de la adicción a Facebook e Instagram	52
Redes sociales	52
Facebook	54
Instagram	56
Modelos explicativos sobre adicciones comportamentales	58
Diferencias entre uso, abuso y adicción	62
Adicción a Facebook	64
Adicción a Instagram	65
III. MÉTODO	67
3.1. Tipo de investigación	67
3.2. Población y muestra	67
3.3. Operacionalización de variables	70
3.4. Instrumentos	72
3.5. Procedimiento	77
3.6. Análisis de datos	77
3.7. Consideraciones éticas	79
IV. RESULTADOS	81
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	86
VI. CONCLUSIONES	93
VII. RECOMENDACIONES	95
VIII. REFERENCIAS	97
IX. ANEXOS	122
Anexo A: Matriz de consistencia	123
Anexo B: Consentimiento informado	124
Anexo C: Ficha sociodemográfica	125
Anexo D: Autorización de uso de instrumentos de recolección de datos	126
Anexo E: Instrumentos de recolección de datos	129
Anexo F: Validez y confiabilidad de instrumentos	134
Anexo G: Baremos percentiles de los instrumentos	140

Índice de tablas

Número		Página
1	Características de los participantes de la investigación	68
2	Operacionalización de la variable impulsividad	69
3	Operacionalización de la variable apoyo social	69
4	Operacionalización de la variable comunicación familiar	70
5	Operacionalización de la variable adicción a Facebook	70
6	Operacionalización de la variable adicción a Instagram	70
7	Estadísticos descriptivos, consistencias internas y correlaciones para las variables de estudio	80
8	Niveles de impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima	82
9	Niveles de apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima	82
10	Niveles de comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima	83
11	Niveles de adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima	83
12	Niveles de adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima	84
13	Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BIS-11	130
14	Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala EMASP	131
15	Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala FCS	132
16	Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BFAS	133
17	Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BIAS	134
18	Puntajes percentiles en la escala BIS-11	135
19	Puntajes percentiles en la escala EMASP	136

20	Puntajes percentiles en la escala FCS	137
21	Puntajes percentiles en la escala BFAS	138
22	Puntajes percentiles en la escala BIAS	139

Índice de figuras

Número		Página
1	Modelo teórico	30
2	Resultados del modelo estructural explicativo de la adicción a Facebook y a Instagram.	81

Resumen

Esta investigación tuvo por objetivo determinar la validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima. En cuanto a la metodología fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel explicativo, y de diseño ex post facto de corte transversal. La muestra estuvo constituida por 305 estudiantes de pregrado, entre varones y mujeres pertenecientes a la facultad de psicología, con edades entre 18 a 25 años, quienes fueron seleccionados de forma no probabilística. Como instrumentos se emplearon cinco escalas: Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995) versión traducida al español de (Urrego et al., 2017), Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988) versión traducida al español de (Arechabala & Miranda, 2002), Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006) versión al español de (Copez et al. 2016), Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012) versión breve al español de (Vallejos-Flores et al. 2018) y Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chávez & Vallejos-Flores, 2021). Los resultados indicaron buen ajuste en el modelo, $\chi^2(7) = 20.1$, $p = .005$, CFI = .971, RMSEA = .078, SRMR = .030, en tanto, los datos obtenidos en el modelo permiten concluir que, índices elevados de impulsividad junto con un bajo apoyo social explican la adicción a Facebook, mientras que, la adicción a Instagram es explicada únicamente por la impulsividad.

Palabras clave: adicción a Facebook e Instagram, apoyo social, comunicación familiar, estudiantes universitarios, impulsividad

Abstract

This research aimed to determine the validity of a model that relates impulsivity, social support and family communication with addiction to Facebook and Instagram in students from a public university in Lima. Regarding the methodology, it was of a quantitative approach, of a basic type, explanatory level, and of an ex post facto cross-sectional design. The sample consisted of 305 undergraduate students, between men and women belonging to the faculty of psychology, aged between 18 and 25, who were selected non-probabilistically. Five scales were used as instruments: Barratt Impulsivity Scale (BIS-11; Patton et al., 1995) version translated into Spanish by (Urrego et al., 2017), Multidimensional Scale of Perceived Social Support (EMASP; Zimet et al., 1988) Spanish version of (Arechabala & Miranda, 2002), Family Communication Scale (FCS; Olson et al., 2006) Spanish version of (Copez et al., 2016), Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS; Andreassen et al., 2012) short Spanish version of (Vallejos-Flores et al. 2018) and Bergen Instagram Addiction Scale (BIAS; Chávez & Vallejos-Flores, 2021). The results indicated a good fit in the model, $\chi^2(7) = 20.1$, $p = .005$, CFI = .971, RMSEA = .078, SRMR = .030, while the data obtained in the model allow us to conclude that high rates of impulsivity together with low social support explain addiction to Facebook, while addiction to Instagram is explained solely by impulsivity.

Keywords: addiction to Facebook and Instagram, social support, family communication, university students, impulsivity

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad somos testigos de la revolución que han traído consigo las redes sociales virtuales, dentro de las principales encontramos a Facebook e Instagram, pues son las más populares a nivel mundial, cuyo acceso suele obtenerse comúnmente a través de teléfonos inteligentes y ello ha generado un incremento en el número de usuarios durante los últimos años (Valerio & Serna, 2018).

Si bien, las redes sociales virtuales, promueven un contacto comunicacional inmediato y otros beneficios que sin duda alguna han reforzado el boom tecnológico, no obstante, desconocemos y/o no consideramos las repercusiones negativas que un inadecuado uso hacia tales plataformas puede traer consigo, tal es el caso de la adicción (Ryan et al., 2014; Zamora, 2016).

En tanto, las adicciones conductuales representan un tema de interés, en específico la adicción hacia Facebook o Instagram, puesto que, se posiciona como un problema que afecta principalmente a adultos jóvenes, trayendo consigo consecuencias altamente negativas, que alteran sus diversas esferas de desarrollo (pareja, trabajo, familia, estudios, vida personal) es por ello que, existen algunas investigaciones que han puesto énfasis en la exploración de temas vinculados con ello, sin embargo, son escasos los estudios que se han centrado en explorar los factores moduladores o predictivos ante tal problema (Griffiths & Szabo, 2014).

En consecuencia y sumando a lo ya expuesto, este estudio se ha enfocado en conocer aquellos elementos que intervienen en la aparición de un uso adictivo a Facebook o Instagram, considerando factores del ámbito clínico, social y familiar, tal es el caso de la impulsividad, por la vulnerabilidad que existe ante la pérdida de control y la sensibilidad a la recompensa en individuos impulsivos. Así también, se sitúa el apoyo social, pues la carencia de una red física de apoyo, incrementaría la posibilidad de búsqueda de recursos de apoyo en

redes sociales alternas como las plataformas virtuales. Del mismo modo, la comunicación familiar, pues un déficit en la misma, facilitaría la búsqueda de otro tipo de interacciones como un acceso desmedido hacia Facebook e Instagram (Alonso & Romero, 2017; Echeburúa, 2012; Fernández, 2015).

Por tanto, en este trabajo se ha determinado la validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes universitarios, para tales fines se ha estructurado la presente tesis a través de nueve capítulos, en el primer capítulo se presentan; el planteamiento del problema, su respectiva descripción, formulación, la revisión de antecedentes, justificación, limitaciones, objetivos e hipótesis.

En cuanto al segundo capítulo, se exponen las bases teóricas de cada constructo, incluyendo definiciones, teorías, clasificaciones, diferencias.

El tercer capítulo, presenta los aspectos metodológicos del estudio, especificando el tipo de investigación, la población y muestra, operacionalización de variables, instrumentos, procedimiento, análisis y consideraciones éticas.

En el cuarto capítulo se muestran los resultados, en el quinto capítulo la discusión de los mismos, mientras que, en el sexto y séptimo capítulo; las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se dan a conocer las referencias y los anexos de la tesis.

1.1. Planteamiento del problema

La globalización y los avances tecnológicos, han generado un gran impacto en el modo de interacción del hombre, el cual, actualmente no solo se basa en una comunicación directa, sino que, emplea medios sociales virtuales para fines recreativos, laborales, académicos, amicales y de vínculos personales (Andreassen, 2015). El ser humano es sociable por naturaleza, requiriendo siempre del contacto con sus iguales, es por ello, que vivimos en comunidad.

Dicho esto, la tecnología ha dado pie a la creación de nuevas plataformas, que facilitan la interacción social de modo automático, surgiendo así nuevas herramientas que favorecen la gestión de una socialización digital, tal es el caso de plataformas como Facebook, Instagram y otras (Del Barrio & Ruiz, 2014; Hütt, 2012; Kuss & Griffiths, 2017).

En consecuencia, investigadores como Contreras (2017) consideran dichas herramientas de comunicación, como propiamente redes sociales, las cuales vienen facilitando la propagación de información comercial, lazos comunicacionales y/o de interacción, siendo ampliamente consumidos en el mercado actual, pues el estudio de Emarsys (2019) asevera que en el mundo existen al menos 3200 millones de usuarios de redes sociales, cifras que son equivalentes a un 40% de la población mundial.

Sobre el uso de las redes sociales, se indicaría que aproximadamente una persona invierte al día 2 horas con 22 minutos en dichos medios, masificándose con el auge también en el comercio de móviles inteligentes o smartphones, pues la mayoría de personas hacen uso tanto de Facebook e Instagram por dicho medio, obteniendo un acceso inmediato y sencillo, según informa Statista (2020a) existiendo un 9.2% más usuarios que en el año 2019, produciéndose dicho incremento desde el 2015.

Sobre lo expuesto, es importante mencionar que si bien existe un auge en la masificación de smartphones y con ello también el incremento de comportamientos adictivos, investigadores como Csibi et al. (2018) informan que, lo que representaría un problema para la salud, sería el inadecuado uso del contenido multimedia transmitido en dicho aparato móvil, siendo los contenidos más comunes; las redes sociales, pues tienen mayor probabilidad de evidenciar síntomas correspondientes a una conducta adictiva.

Como complemento, Jeong et al. (2016) refirieron que un uso excesivo de redes sociales suele asociarse directamente con manifestaciones clínicas, situación que es inconsistente en estudios sobre adicción al móvil, ya que, a veces su uso directo se vincula a fines académicos o laborales, es por ello, que investigadores como Billieux et al. (2015) concluyen que un frecuente uso del smartphone no necesariamente se vincula con la conducta adictiva, por lo que resultaría más significativo evaluar el comportamiento del individuo frente al contenido al cual se accede, tal es el caso de las redes sociales.

Conforme a lo descrito, se indaga principalmente la adicción a redes sociales como Facebook e Instagram, para ello, es preciso informar que Facebook es una de las redes de mayor utilidad en el mundo, desde su publicación, contando actualmente con 2910 millones de usuarios que se encuentran activos cada mes, siendo la población masculina de 25 a 34 años la que mantiene mayor acceso a dicha red con 15.7%, en ese sentido, los usuarios de Facebook suelen permanecer alrededor de 19.4 horas mensuales cuando acceden a dicha red social virtual (Statista, 2023).

Respecto a Instagram, representa la cuarta red social de mayor uso en el mundo, con un incremento notable en el número de usuarios a los servicios que ofrece, como las historias en Instagram, refiriendo un acceso de 150 millones de personas en el 2017, a lograr cerca de 500 millones de usuarios activos en el 2019, 1000 millones en el 2020 al mes y 1478 millones

de usuarios al 2022, esto indicaría un ascenso del 21% frente a otras redes sociales. Los datos estadísticos indican que en el mundo esta red social es más usada por mujeres con edades entre los 16 a 34 años con una participación del 40.7% y al igual que en Facebook el grupo de edad de mayor uso se encuentra entre los 16 a 34 años, pasando en promedio casi medio día al mes empleando dicha aplicación en sus dispositivos móviles, esto equivaldría al 2.5% del tiempo que las personas pasamos despiertos (Statista, 2019; Statista, 2020a; Statista, 2023).

De forma específica, en Latinoamérica, la situación se resume también a un mayor uso en las redes sociales como; Facebook con 90%, seguido por Instagram con un 80%, sumando aproximadamente 392.6 millones de usuarios en este sector del mundo, situación muy semejante a la de nuestro contexto, ya que Facebook en el Perú es empleada por al menos 23.5 millones de pobladores, seguido por Instagram con 7.1 millones de usuarios, en tanto, el Perú ocupa el sexto lugar en Latinoamérica en cuanto a países con mayor uso de redes sociales con un 83.8% (Calero, 2014; El Peruano, 2020; Statista, 2023).

Así también, en un estudio realizado por la empresa Ipsos (2020) dirigido a conocer el uso de plataformas virtuales en el Perú, con fines de socialización, comercio y entretenimiento, indicó que en primer lugar se hallaba Facebook con un 92%, seguido por Twitter con 23% e Instagram con 14%, siendo esta última red, la que tiene una mayor proyección, debido a indicadores de incremento en su uso respecto a años anteriores, caso contrario a lo que sucede con Twitter, pues con el pasar de los años, ha tenido un declive en el número de usuarios en nuestro país.

De esta manera, se evidencia notable interés y un acceso en incremento a dichas plataformas digitales, posibilitando el desarrollo de una conducta adictiva, comportamiento que trae consigo efectos negativos para la salud mental, como tolerancia, pensamientos

focalizados referentes a dichas plataformas, cambios en el estado anímico, conflictos debido a su uso inadecuado, síntomas de abstinencia, y recaídas (Griffiths & Szabo, 2014).

Siendo un grupo de mayor vulnerabilidad a nivel mundial el conformado por aquellos con edades entre 18 a 34 años y en el Perú aquellos con edades entre 15 a 35 años, según el informe de Vizcarra (2019) pues indicó que al menos en nuestro país un 39% de usuarios pasan en promedio al día de 1 a 3 horas en aplicaciones sociales como Facebook, e Instagram, mientras que, un 10.6% suele consumir más de 3 horas diarias en dichos medios.

En tanto, resulta importante ahondar en aquellos elementos que se posicionan como moduladores o factores que predisponen al desarrollo de una conducta adictiva a Facebook e Instagram, de este modo, Alonso y Romero (2017) indican que la manifestación de un elevado grado de impulsividad se vincula al abuso de redes sociales, de igual forma, Elhai et al. (2016) mencionaron que la impulsividad, trae consigo la constante sensación de querer mantener interacción con las demás personas, este hecho genera que a través de las redes digitales se precise mayor sensibilidad en la recompensa que estas manifiestan, como también en la búsqueda de sensaciones agradables, la cual resulta ser más significativa en individuos impulsivos. De igual manera, Herrera et al. (2010) explican que la impulsividad se manifiesta como uno de los síntomas presentes en aquellos individuos que suelen tener comportamientos adictivos al Facebook.

Por otra parte, es necesario informar que, al tratarse de explorar elementos que medían la adicción a plataformas digitales que buscan la socialización, ello pueda verse vinculado con aspectos del mismo ámbito, como es el caso del apoyo social, ante ello, Fernández (2015) afirma que una falta de apoyo social presencial, posibilita la búsqueda de dicha experiencia a través de redes sociales, a fin de reafirmar el sentimiento de aprobación del medio.

Asimismo, Bequir (2019) refuerza la idea de que el apoyo social a través de la convivencia humana directa, ejerce notables consecuencias en los patrones comportamentales, en ese sentido, un déficit en dicha variable logra centrarse como un factor de riesgo frente al desarrollo de adicciones a plataformas de socialización alterna, tales como; Facebook e Instagram. Para puntualizar Sosa y Zubieta (2015) indican que el apoyo social mantiene una notable relación con un adecuado estado de salud física, mental y emocional, estado que frenaría el desarrollo de un comportamiento adictivo.

Por último, otro elemento que resulta fundamental indagar, es la comunicación familiar, debido a la notable crisis que experimentan las familias en la actualidad, según el Instituto Internacional de Estudios sobre la Familia (TFW, 2017) al menos un 62.5% de familias consideran que la comunicación en dicho entorno ha presentado desmejoras, además, vinculan dicha situación al incremento de problemas en el control del uso de redes sociales.

Reforzando tal afirmación, Echeburúa (2012) sostiene que una comunicación familiar facilita un ambiente de confort en sus integrantes, sensación que provee de bienestar, mientras que, un déficit en la comunicación familiar facilita la búsqueda de otro tipo de interacciones siendo las más fáciles y accesibles, las que se encuentran en plataformas virtuales, como es el caso de Facebook e Instagram.

1.2. Descripción del problema

El presente estudio busca desde el ámbito psicológico, brindar un alcance explicativo, que consiste en indagar si elementos como un alto nivel de impulsividad, un bajo apoyo social y la deficiente comunicación familiar se presentan como factores que predisponen a la adicción a redes sociales como Facebook e Instagram, para ello, se accedió a una población conformada por estudiantes universitarios, pues representan un grupo vulnerable frente al desarrollo de comportamientos adictivos hacia las plataformas virtuales en mención.

Considerando que los grupos de edades de mayor índice de uso a dichos servicios pueden ser hallados con mayor facilidad en el sector universitario, además, son quienes en su mayoría poseen medios tecnológicos que les facilitan el goce de estas redes sociales, según refirió Ipsos (2020) universitarios con edades entre 18 a 35 años acceden por medio de su smartphone a redes virtuales como Facebook en un 99% y a Instagram en un 42%. En función a lo indicado, se formuló la siguiente pregunta de investigación:

1.3. Formulación del problema

Problema general

PG: ¿Existe validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

Problemas específicos

PE1: ¿Existe relación entre impulsividad con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE2: ¿Existe relación entre impulsividad con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE3: ¿Existe relación entre apoyo social con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE4: ¿Existe relación entre apoyo social con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE5: ¿Existe relación entre comunicación familiar con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE6: ¿Existe relación entre comunicación familiar con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE7: ¿Cuáles son los niveles de impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE8: ¿Cuáles son los niveles de apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE9: ¿Cuáles son los niveles de comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

PE10: ¿Cuáles son los niveles de adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

1.4. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Peñalba e Imaz (2019) en España, indagaron respecto a las variables que constituyen factores de riesgo frente a la adicción a redes sociales. Su investigación fue cuantitativa de tipo predictiva – transversal. El objetivo de dicha investigación fue identificar si las dificultades interpersonales y el síndrome FOMO eran factores de riesgo en la conducta adictiva a redes sociales. La muestra estuvo conformada por 240 adolescentes con edades entre 12 a 18 años. Aplicaron como instrumentos de medición; el Cuestionario de Evaluación de Dificultades Interpersonales (CEDIA; Cándido et al., 2000), la Escala de Riesgo de Adicción-adolescente a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI; Peris et al., 2020) y la escala (FOMO; Gil et al., 2015) o miedo a perderse algo. Los resultados señalaron que existe relación significativa ($p < 0.05$) entre la dimensión relaciones familiares con el riesgo en la adicción a redes sociales, por otro lado, hallaron que el miedo de perderse algo (FOMO) fue

un elemento predictivo en el riesgo de adicción a redes sociales. Concluyen que el perfil psicológico que pone en riesgo al adolescente frente a un comportamiento dependiente a redes sociales, involucra dificultades en las relaciones familiares y el miedo a perderse algo o síndrome FOMO.

Ortiz et al. (2019) en México, investigaron la relación entre el apoyo social en Facebook, el apoyo social familiar, de amigos y el consumo de alcohol. Se trató de un estudio descriptivo-correlacional, de diseño no experimental. Los participantes fueron 1235 estudiantes adolescentes de 11 a 15 años, quienes fueron seleccionados bajo un muestreo probabilístico de tipo estratificado. Los instrumentos que emplearon fueron; Escala de apoyo social percibido en Facebook (ESPEF; Gonzáles et al., 2013), la Escala de apoyo social familiar y de amigos (AFA-R; Gonzáles & Landero, 2014) y la Prueba de Identificación de Desordenes por Uso de Alcohol (AUDIT; Organización Mundial de la Salud [OMS], 2001). Los resultados reportaron que el consumo dependiente y perjudicial/dañino se relaciona significativamente ($p < 0.05$) con el apoyo social familiar ($r = -.118^{**}$; $-.132^{**}$). Asimismo, el consumo de alcohol general evidenció una correlación directa significativa ($p < 0.05$; $r = .125^{*}$) con el apoyo social a través de Facebook. Concluyeron que una falta de apoyo social en el ámbito familiar suele repercutir en conductas adictivas, mientras que el apoyo social recibido a través de la red social Facebook se vincula a un elevado consumo de alcohol en los participantes.

De la Villa (2019) construyó un estudio científico en España, con el propósito de explorar si la impulsividad predice el uso problemático del internet, para ello participaron un total de 240 adolescentes y jóvenes, de ambos géneros, cuyas edades oscilaban entre los 15 a 22 años, pertenecientes a Asturias. Se trató de un estudio predictivo transversal, de diseño no experimental. Los instrumentos que aplicaron fueron; el Cuestionario de experiencias

relacionadas con internet (CERI; Beranuy et al., 2019), el Test de adicción a internet (TAI; Young, 1998) y la Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995). Los resultados dieron a conocer que la impulsividad cognitiva explica en un 11.4% de varianza ($F_{2,239}= 15.22 p<0.05$), y la impulsividad no planificada en un 12.1% de la varianza ($F_{2,239}=16.27 p<0.05$) frente al uso problemático del internet. El investigador concluye que la impulsividad cognitiva y no planificada predicen un uso problemático del internet en jóvenes.

En España, Malo et al. (2018) en un estudio de tipo predictivo- transversal y no experimental, plantearon por objetivo determinar si las variables; personalidad, autoconcepto, impulsividad y apoyo social se presentan como factores predictivos del uso excesivo de redes sociales. La muestra de su investigación estuvo conformada por 1102 adolescentes con edades entre 11 a 18 años, quienes fueron evaluados con el Cuestionario de tipología autoatribuida de consumo de redes sociales (CTACRS; Casas et al., 2013), el Five Factors Inventory (NEO; Costa & Mc-Rae, 1992) los ítems de impulsividad del Inventario de personalidad revisado (NEO PI-R; Costa & Mc-Rae, 2008), el cuestionario de Autoconcepto (AF5; García & Musitu, 2001) y la Escala de Apoyo social percibido (SS-A; Vaux, 1986). Los resultados indicaron una prevalencia de un uso excesivo de redes sociales en el 12.8% de participantes, sobre los cuales identificaron como factores de riesgo ($p<0.05$); neuroticismo, impulsividad y bajo autoconcepto familiar, académico y emocional. Concluyen que los adolescentes que hacen un uso excesivo de redes sociales manifiestan un perfil caracterizado por el neuroticismo, impulsividad y el bajo autoconcepto (familiar, académico y social).

Igualmente, Bernal (2017) en España, planteó como parte una investigación, determinar la relación entre el uso problemático del internet, el impacto negativo de Whatsapp y la impulsividad. La muestra de dicha investigación estuvo integrada por 630 estudiantes universitarios de Murcia, cuyas edades se encontraban entre los 18 a 62 años. Los

instrumentos que empleó fueron la Escala de Impacto Negativo de WhatsApp (EINEW; Bernal, 2017), Escala de Impulsividad Estado (EIE; Iribarren et al., 2011) y la Escala de Uso Problemático y Generalizado de Internet 2 (GPIUS 2; Caplan, 2010). Se trató de un trabajo no experimental de tipo descriptivo-correlacional. Los resultados mostraron que el impacto negativo de WhatsApp y el uso problemático del internet presentan una correlación directa y significativa ($p < 0.05$). De igual manera, tanto el impacto negativo de WhatsApp ($\rho = .58^{**}$) como el uso problemático de internet ($\rho = .47^{**}$) mostraron correlaciones directas y significativas con la impulsividad ($p < 0.05$). Por último, en función al sexo, fueron las mujeres quienes indicaron un mayor impacto negativo hacia el WhatsApp. El autor concluye que la impulsividad es un elemento vinculado directamente a un uso problemático en el internet y a un impacto negativo en el uso del WhatsApp.

En el País Vasco - España, Gonzáles y Estévez (2017) efectuaron una investigación con el propósito de conocer la relación entre el apoyo social frente a un uso problemático del internet. Su muestra estuvo conformada por 251 jóvenes con edades que oscilaban entre los 18 a 30 años. Aplicaron el Cuestionario de uso problemático de nuevas Tecnologías (UPNT; Labrador et al., 2013) y el Medical Outcomes Study- Social Support Survey (MOS; Sherbourne y Stewart, 1991). El diseño de la investigación fue correlacional transversal. Los resultados señalaron que el apoyo social guarda una relación significativa ($p < 0.05$) con el uso problemático de internet ($\rho = -.25^*$). Asimismo, reportaron un análisis de regresión el cual dio a conocer que el apoyo social posee un efecto modulador en el uso problemático del internet. Concluyen que cuanto menor es el apoyo social, mayor riesgo habrá de efectuar un uso problemático del internet.

Loro (2015) en España, realizó un trabajo con el propósito de conocer la relación entre comunicación familiar y la adicción a redes sociales. Se trató de un estudio

correlacional, de diseño no experimental, cuyos participantes fueron 200 estudiantes universitarios de Madrid, con edades entre 19 a 24 años. Los instrumentos de evaluación que emplearon fueron una adaptación del cuestionario MULTICAGE (CAD-4; Pedrero et al., 2007) y el cuestionario de Patrones de Comunicación Familiar (PCF-R; Koerner & Fitzpatrick, 2002). Los resultados señalaron que un 8% de los participantes manifestaron dependencia a redes sociales. Por otro lado, no reportaron resultados significativos ($p > 0.05$) de relación entre comunicación familiar y adicción a redes sociales. Concluye el investigador la necesidad de seguir indagando sobre elementos de riesgo frente a adicciones comportamentales.

Antecedentes nacionales

Cantuarias (2020) en Trujillo, desarrolló como parte de su investigación la relación entre adicción a redes sociales y comunicación familiar. La muestra de su investigación estuvo conformada por 205 estudiantes adolescentes. Fue un estudio cuantitativo, de tipo correlacional y de diseño no experimental. Los instrumentos que aplicó el investigador fueron; la escala de comunicación familiar (FCS; Olson & Barnes, 2010) y el cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS; Ecurra & Salas, 2014). Los resultados reportaron que existe relación estadísticamente significativa e inversa ($p < 0.05$) entre comunicación familiar y adicción a redes sociales, con sus respectivas dimensiones; obsesión por las redes ($\rho - .31$), falta de control personal ($\rho - .42$) y uso excesivo de redes sociales ($\rho - .38$). Concluye, el investigador que un nivel alto de comunicación familiar indicaría menor riesgo de adicción a redes sociales en los factores de; obsesión por las redes, falta de control personal y uso excesivo de redes sociales.

Soriano (2019) en Ica, estudió la relación entre impulsividad y adicción a redes sociales, para ello, participaron un total de 291 universitarios de ambos géneros. Emplearon

un diseño no experimental, el estudio fue correlacional. Los instrumentos que aplicaron fueron la Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995) y el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS; Ecurra & Salas, 2014). Los resultados indicaron que existe correlación significativa ($p < 0.05$) y directa entre la impulsividad y la adicción a redes sociales ($\rho .778$). De igual forma entre la impulsividad y dimensiones de adicción a redes sociales, siendo mayor el coeficiente obtenido con la obsesión a las redes sociales ($\rho .637$). Por otro lado, reportó el autor correlación significativa entre la adicción a redes sociales con las dimensiones de impulsividad, obteniendo un mayor coeficiente en la impulsividad motora ($\rho .738$). El investigador concluye que la adicción a redes sociales se vincula a niveles altos de impulsividad en universitarios.

Clemente et al. (2018) en Cusco, desarrollaron un trabajo cuyo objetivo fue conocer la relación entre la impulsividad y la adicción a redes sociales. La muestra estuvo conformada por 566 estudiantes universitarios, con edades entre 17 a 22 años, quienes fueron evaluados con la Escala de Conducta Impulsiva (UPPS-P; Whiteside & Lynam, 2001) y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS; Ecurra & Salas, 2014). Corresponde a un diseño no experimental de tipo correlacional. Los resultados demostraron que la adicción a redes sociales guarda relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con la impulsividad, a través de sus dimensiones; falta de premeditación ($\rho .190^{**}$) y urgencia negativa ($\rho -.141^{**}$). De igual forma, hallaron puntuaciones mayores de impulsividad y adicción a redes sociales en varones que en mujeres, así también, en el análisis correlacional según género, fue en el grupo de varones donde se hallaron datos con mayor significancia ($p < 0.05$) evidenciando una relación entre falta de premeditación y búsqueda de sensaciones con las dimensiones de impulsividad. Concluyen que la falta de premeditación indicaría la presencia de adicción a redes sociales, mientras que en el caso de la urgencia negativa al ser menor referiría la presencia de un comportamiento adictivo a redes sociales.

En Lima, Castro (2019) indagó a cerca de la relación entre adicción a redes sociales y comunicación familiar. Se trató de un estudio correlacional de diseño no experimental, el cual contó con una muestra de 234 adolescentes con edades entre 11 a 17 años. Los instrumentos que aplicaron en dicha investigación fueron; el cuestionario de riesgo de adicción a redes sociales (CARS; Vilca & Gonzáles; 2011) y la Escala de comunicación familiar (CA-M/CA-P; Barnes & Olson, 1982). Los resultados indicaron que existe relación significativa e inversa ($p < 0.01$) entre comunicación familiar con la madre y el padre y la adicción a redes sociales ($\rho = -.405^{**}$; $\rho = -.536^{**}$). El investigador concluye que cuanto menor es la comunicación en la familia, mayor es el riesgo de adicción a redes sociales.

Haro (2018) en Lima, realizó un trabajo cuyo objetivo fue establecer la relación entre adicción a redes sociales y funcionalidad familiar. Empleó una muestra conformada por 208 estudiantes universitarios de ambos géneros, quienes fueron evaluados con el Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS; Ecurra & Salas, 2014) y la Escala de Evaluación de Cohesión y Adaptabilidad Familiar (FACES III; Olson et al., 1985). Desarrolló un diseño no experimental, de tipo correlacional. Los resultados indicaron que existe correlación significativa entre; obsesión por redes sociales y adaptabilidad ($\rho = -.252^{**}$) y además, entre falta de control en el uso de las redes sociales con la cohesión familiar ($\rho = -.235^{**}$). Concluye el investigador que cuanto menor se presenten elementos familiares como la adaptabilidad y cohesión, mayor será la obsesión por las redes sociales y una falta de control en su uso.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

El desarrollo de este estudio, adquiere un importante aporte teórico, pues permite indagar si la impulsividad, junto con una percepción de bajo apoyo social y baja comunicación familiar se posicionan como elementos de riesgo, que se relacionan con el desarrollo de adicción a Facebook e Instagram, contribuyendo de esta forma en la literatura psicológica, generando un estudio novedoso que integra elementos del ámbito clínico, social y familiar. En ese sentido, se brindó también un antecedente para futuras investigaciones, incorporando un aporte científico que incluye elementos diversos en un marco explicativo, respondiendo a necesidades actuales.

De igual manera, el estudio posee relevancia práctica, debido a que, el proporcionar información del comportamiento de los elementos: impulsividad, apoyo social y comunicación familiar frente a las problemáticas de adicción a Facebook e Instagram, posibilitará el desarrollo de acciones aplicativas, por ejemplo en la elaboración de programas de prevención o de intervención, donde se aborden primordialmente los elementos antes señalados, con el propósito de generar un control en el desarrollo de adicciones comportamentales.

Asimismo, con este trabajo se logró conocer la situación actual de la adicción a Facebook e Instagram en el grupo evaluado, generando un importante aporte en la casa de estudios superiores participante de esta investigación, posibilitando que las autoridades encargadas tomen las medidas oportunas para ejercer un control sobre dicho problema, de acuerdo a lo identificado por cada uno de los evaluados.

En lo referido a la relevancia social, se genera un importante aporte, dado que, se ha tomado en cuenta una problemática actual de gran impacto en el ámbito clínico, tal es el caso de la adicción a Facebook e Instagram, más aún frente a los cambios que trajo consigo la

pandemia de COVID-19, pues en el marco del cumplimiento de las medidas administradas para el cuidado de la salud física, las personas cambiaron gran parte de sus rutinas de vida, si bien, la virtualidad ya tenía un rol protagónico en la vida de las personas, no obstante, durante los últimos años se ha prestado mayor apertura y acceso a espacios virtuales, en tanto, esto ha posibilitado un incremento en las interacciones bajo dichos medios, siendo las plataformas de acceso más común: Facebook e Instagram, de igual forma, se consideró a un grupo participante integrado por individuos universitarios, quienes suelen ser el sector que mayor acceso mantiene hacia redes sociales, recalcando que se ha priorizado a un grupo vulnerable frente a la problemática planteada, generando así un beneficio a nivel social al tratar dicho tema.

Finalmente, cabe precisar que la fundamentación principal de este trabajo ha sido contribuir con un modelo explicativo desde el ámbito psicológico para ahondar en elementos como las adicciones a Facebook e Instagram, en ese sentido, constituye un relevante aporte para la práctica clínica en psicología.

1.6. Limitaciones de la investigación

Las restricciones presentadas en el desarrollo de esta investigación se sitúan en primer lugar a nivel metodológico, en lo referente al tiempo de aplicación y la modalidad de evaluación de la muestra, pues, debido al contexto de pandemia por COVID-19, se llevó a cabo un formato de evaluación virtual, con la cual se generó una mayor inversión de tiempo en la convocatoria de los evaluados, propiciando una ampliación en el periodo considerado para la recolección de los datos, pese a ello, no se obstaculizó el cumplimiento del propósito del estudio, logrando alcanzar el número de participantes establecidos como parte de la muestra.

Por otro lado, si bien en la revisión de la literatura se evidenciaron estudios que guardaban similitud con los objetivos planteados, pese a ello, dichos hallazgos no integraban a la totalidad de variables propuestas, situación que no ha impedido el desarrollo pleno de la investigación, sin embargo, generó ciertos limitantes al momento de construir la discusión de resultados, empero, al tratarse de un estudio que brinda un modelo explicativo inicial, dicha situación es justificable y no generó una alteración en el trabajo.

1.7. Objetivos

Objetivo general

OG: Determinar la validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

Objetivos específicos

OE1: Determinar la relación entre impulsividad con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE2: Determinar la relación entre impulsividad con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE3: Determinar la relación entre apoyo social con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE4: Determinar la relación entre apoyo social con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE5: Determinar la relación entre comunicación familiar con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE6: Determinar la relación entre comunicación familiar con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE7: Identificar los niveles de impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE8: Identificar los niveles de apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

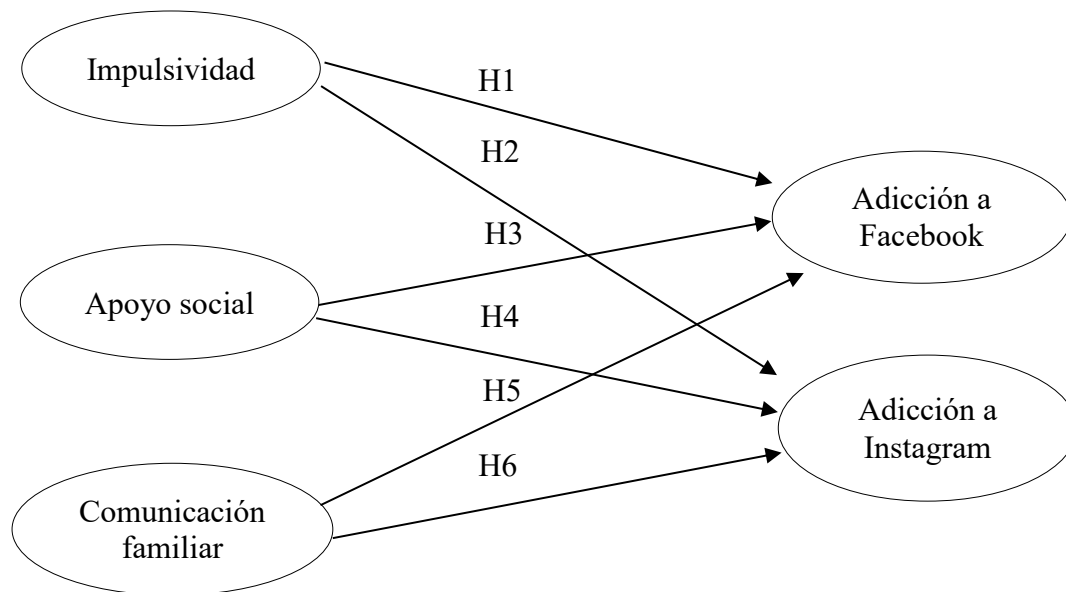
OE9: Identificar los niveles de comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

OE10: Identificar los niveles de adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

1.8. Hipótesis

Hipótesis general

HG: Existirá validez en un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

Figura 1*Modelo teórico****Hipótesis específicas***

HE1: Existirá relación entre impulsividad con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

HE2: Existirá relación entre impulsividad con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

HE3: Existirá relación entre apoyo social con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

HE4: Existirá relación entre apoyo social con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

HE5: Existirá relación entre comunicación familiar con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

HE6: Existirá relación entre comunicación familiar con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas de la impulsividad

Definiciones

La impulsividad es un constructo que ha sido revisado por diversos autores, generando importantes aportes a continuación se relatan las principales ideas conceptuales alrededor de dicho elemento. Eysenck (1987) sostiene que la impulsividad es un accionar rápido e involuntario, que se encuentra alerta a mecanismos de ganancias, no obstante, omite la manifestación de atención a efectos, tanto de mediano como largo plazo, además suele vincularse con el psicoticismo y neuroticismo.

Gray y McNaughton (2003) en cambio, señalan la impulsividad como la motivación direccionada por la sensibilidad frente a señales de alivio o recompensa, además, la explican como una tendencia en aquellas personas cuyo sistema de activación conductual es de mayor dinamismo, a aquellos comportamientos desencadenados frente a señales de discriminación por refuerzos negativos o positivos.

Cloninger (1987) comparte los aportes de Eysenck (1987) situando a la impulsividad como un actuar inmediato, con ausencia de premeditación e irreflexivo. Zuckerman et al. (1988) indican que la impulsividad es uno de los componentes de mayor relevancia de la personalidad, adquiriendo una labor predictiva en el comportamiento humano, vinculando también dicho concepto con la búsqueda de sensaciones, a través de la búsqueda de experiencia, susceptibilidad frente al aburrimiento y la desinhibición.

Del mismo modo, Dickman (1990) nos menciona el término impulsividad superior, conceptualizada como la tendencia de ciertos individuos a actuar rápidamente cuando son comparados frente a otros, cuyas habilidades se muestran similares.

Para concluir, Barratt et al. (1999) definen la impulsividad, tomando en cuenta una base biopsicosocial, refiriendo dicho elemento como la predisposición para efectuar comportamientos de manera rápida y carente de capacidad reflexiva, en respuesta a determinados estímulos externos e internos, pese a que, podrían tener efectos negativos en el individuo y su entorno.

Teorías explicativas

La impulsividad como un constructo multidimensional presenta diferentes propuestas teóricas que la explican, sin embargo, es preciso señalar que en este trabajo se consideró como principal fundamento teórico la concepción biopsicosocial sobre impulsividad que formulan Barratt et al. (1997) lo cual será detallado en líneas posteriores, junto con otros fundamentos teóricos relevantes sobre el constructo en mención (Squillace et al., 2011):

Concepción biopsicosocial de la impulsividad según Barratt y colaboradores.

Según los fundamentos de Barratt et al. (1997) la impulsividad se entiende como un elemento biopsicosocial, es decir, que puede ser analizado desde diferentes ámbitos: social, comportamental, como también desde una perspectiva psicobiológica. En ese sentido, un individuo impulsivo puede caracterizarse por manifestar una reducida sensibilidad frente a las consecuencias de sus propias acciones, del mismo modo, explican que esta conducta puede haber sido aprendida dentro de un contexto determinado como es la familia (Barratt et al., 1999).

Una primera estructura explicativa de la impulsividad rasgo, planteada por Barratt et al. (1997) indica la existencia de seis componentes inmersos en dicho constructo: atención, impulsividad motora, autocontrol, complejidad cognitiva, perseverancia e inestabilidad cognitiva. Sin embargo, estudios posteriores reportaron una clasificación factorial de segundo

orden que indicaba la manifestación de una impulsividad global, y la identificación de tres subtipos:

Impulsividad cognitiva, la cual ubica a la atención e inestabilidad cognitiva, en este subtipo de impulsividad, se identifica una baja capacidad para controlar pensamientos disruptivos, así como dificultades en la atención sostenida. Se encuentra también la impulsividad motora, factor que incluye la propia dimensión motora, junto con la perseverancia, este subtipo de impulsividad refiere una tendencia a ejecutar acciones bajo motivaciones producto de emociones momentáneas (Patton et al., 1995).

Finalmente, la impulsividad no planificada, también denominada como impulsividad por imprevisión, incluye a elementos como: el autocontrol y la complejidad cognitiva. Este subtipo de impulsividad indicaría una modalidad para procesar la información de manera apresurada, lo cual provoca una toma de decisiones sin previsión o planeamiento y orientada hacia la situación presente (Patton et al., 1995).

Impulsividad desde la teoría de la personalidad de Eysenck. Como aporte al constructo personalidad, Eysenck (1987) ubica un total de tres dimensiones: extroversión, neuroticismo y psicoticismo, entablando así el conocido modelo PEN, señalando que el temperamento de la persona surge en función a las interrelaciones entre las dimensiones señaladas. En consecuencia, ubica en primera instancia a la impulsividad dentro de la extroversión, ya que en dicho componente se daban a conocer dos rasgos: la propia impulsividad y la sociabilidad, sin embargo, posteriormente tras el hallazgo del componente dureza emocional o psicoticismo, indicaría la impulsividad como un rasgo manifiesto tanto en la extroversión como también en el psicoticismo, por último, tras revisiones psicométricas de dichos constructos Eysenck (1987) reporta que la impulsividad está mayormente vinculada

al psicoticismo, infiriendo que los individuos impulsivos suelen caracterizarse por una mayor búsqueda de novedad y tendencia a inmiscuirse en comportamientos temerarios.

Partiendo del análisis de Eysenck (1987) la impulsividad se entiende también como: toma de riesgos, ausencia de una actividad de planificación, vitalidad y un accionar irreflexivo. En síntesis, identifica dos manifestaciones diferentes alrededor de la impulsividad, la primera de ellas se vincula a la vitalidad y toma de riesgos, las cuales serían una tendencia a la búsqueda de sensaciones o de aventuras, identificando dicha característica como un elemento propio en individuos extrovertidos. Mientras que, la impulsividad como accionar irreflexivo junto con la improvisación serían elementos propios del psicoticismo. Por último, Eysenck (1987) en su etapa final de aportes teóricos, señala la manifestación de dos tipos de impulsividades, la primera sería la impulsividad en esencia y por otro lado, tendríamos la búsqueda de sensaciones.

Teoría de Zuckerman para la impulsividad. Investigadores como Zuckerman (1983) ubican a la impulsividad como un componente básico de la personalidad, que actúa en conjunto a la hostilidad, extraversión, neuroticismo y la actividad, de ahí que se conoce el Modelo de los cinco factores alternativos. El aporte de Zuckerman (1983) se basa en combinar la impulsividad con la búsqueda de la novedad, de ahí considera tres modalidades impulsivas: la desinhibición, la búsqueda de experiencias y la susceptibilidad frente al aburrimiento, no obstante, contempla una modalidad no impulsiva de búsqueda de la novedad, la cual sería: la búsqueda de aventuras y emociones.

Adicionalmente, para este aporte teórico, en impulsividad repercute una base genética, que determinaría predominantemente los hábitos, actitudes, comportamientos e intereses de las personas, pero que a su vez no necesariamente se explicaría como un

componente desadaptativo, por el contrario, la impulsividad pudiese actuar como una estrategia favorecedora de la estabilidad (Zuckerman, 2007).

Teoría de Dickman para definir la impulsividad. Los aportes de Dickman (1990) consideran que la impulsividad puede llevarse a cabo tanto de forma funcional como también disfuncional. Por un lado, la impulsividad funcional se entiende como una actividad de entusiasmo y toma de riesgo, con niveles elevados de actividad que permite lógicamente un procesamiento veloz y efectivo, mientras que, la impulsividad disfuncional representa específicamente conductas desadaptativas, con tendencia al desorden e inadecuada toma de decisiones, con manifestación de dejadez ante las consecuencias de los actos.

En ese sentido, dicho autor contempla ambas categorías dentro de la impulsividad superior, la cual se explica como una tendencia a ejecutar acciones rápidas frente a diferentes situaciones, Dickman (2000) considera que, para el caso de la impulsividad disfuncional, dicha conducta se guía de un accionar con ausencia de reflexión, característica muy común en personas con niveles elevados de psicoticismo. Sin embargo, por el lado de la impulsividad funcional, el autor suele vincular a individuos con niveles elevados de extroversión.

Impulsividad en jóvenes universitarios

El inicio de los estudios superiores contempla un proceso formativo de tipo permanente y continuo que exige al estudiante una preparación constante y estrategias de adaptación para poder adherirse eficazmente a dicha etapa, los estudiantes universitarios en su mayoría son adultos jóvenes, quienes deben abordar adecuados mecanismos de adaptación para poder ajustarse a las demandas del entorno universitario y no recaer en un estrés académico y/o frustración, lo cual dificultaría la consolidación de metas académicas e incluso podría influenciar en el abandono de la carrera (Chau & Saravia, 2014).

Existen múltiples acciones que el estudiante universitario debe incluir para consolidar sus metas académicas; una de ellas resulta ser una adecuada planificación y gestión del tiempo, elemento que suele verse afectado en individuos impulsivos (Chau & Saravia, 2014). En ese sentido, la impulsividad se sitúa como un constructo importante de indagar en el sector universitario.

Investigadores como Kacen y Lee (2002) estudiaron la impulsividad en adultos, identificando que dicho constructo suele manifestar mayor intensidad en individuos jóvenes o menores a 35 años, es decir, indicaron que los adultos jóvenes poseían un menor autocontrol y son las personas mayores quienes ejercen una mejor regulación emocional, siendo los adultos jóvenes quienes conforman en su mayoría los grupos sociales como el sector universitario. Por tanto, los investigadores revelan que la edad y la cultura son elementos inmersos en el desarrollo de un accionar impulsivo.

Como complemento a lo señalado, Reyes y Carrasco (2014) comentan que en contexto peruano, gran parte de adultos jóvenes que se encuentran cursando una carrera universitaria, suelen manifestar dificultades para controlar sus impulsos, asimismo, una baja capacidad de tolerancia frente al estrés, indicadores que sitúan a dicho grupo social como uno de los más vulnerables frente a la pérdida de control, lo que resultaría altamente perjudicial en la esfera social, académica y hasta familiar del individuo.

Impulsividad y adicción a Facebook e Instagram

La impulsividad adquiere un rol trascendental al hablar de adicciones (Belin et al., 2008) cabe aclarar que, al situar a la impulsividad como un constructo predictivo frente a adicciones, se hace referencia a un tipo de impulsividad desadaptativa, evidenciando notable desinhibición conductual. Papachristou et al. (2012) explican que los individuos que poseen alta sensibilidad, con dificultad para aplazar los estímulos que actúan como refuerzos

positivos, resultan ser incapaces de inhibir una respuesta, produciendo problemas para controlarse e induciéndose al craving.

Cabe precisar que con el tiempo la dinámica anteriormente relatada, ha sido corroborada en el contexto de una adicción a sustancias como también frente a adicciones comportamentales. Asimismo, los aportes de Koob y Volkow (2010) indicaron que en individuos impulsivos suele manifestarse una urgencia positiva motivada, lo cual influye en que la persona espere una gratificación producto de un estado de ansiedad o estrés, esquematizando una acción de compulsión que puede dar lugar al inicio de una adicción.

En ese sentido, al situar elementos como las redes sociales, en dónde se incluye fácilmente a plataformas como Facebook e Instagram, la impulsividad juega también un rol importante, pues individuos con comportamientos problemáticos hacia los elementos mencionados, suelen caracterizarse por la mantención de comportamientos recurrentes sobre dichas redes sociales, así como una pérdida de control frente al tiempo de uso que ejercen sobre las mismas, situación ampliamente vinculada a un accionar impulsivo y con deficiencias en el autocontrol (Escurre & Salas, 2014).

Finalmente, investigadores como Clemente et al. (2018) reportaron que la impulsividad es un elemento que se relaciona de forma directa con adicciones hacia redes sociales, dónde la falta de premeditación o planificación suele ser el indicador de mayor involucramiento frente a la conducta adictiva, cabe precisar que dentro del conjunto de redes sociales que existen, en nuestro medio las de mayor predominancia de uso suelen ser Facebook e Instagram.

2.2. Bases teóricas del apoyo social

Definiciones

El apoyo social se conceptualiza como la evaluación que realiza la persona referente a su estructura de apoyo, en la cual logra definir la estima o valoración que tienen frente a su persona, para brindarle algún tipo de soporte, puede componerse por la familia, grupo de amigos, y otras personas con las que se comparte algún tipo de vínculo (Zimet et al., 1988). El apoyo social es definido también como un reforzador de la valía del individuo, sintiendo aceptación por su entorno cercano (Durá & Garcés, 1991).

Por su parte, House (1981) señala dicho constructo como una transacción concreta entre dos a más personas, que adquiere implicancias emocionales, apoyo y valoración en dicho contacto. Asimismo, Sánchez (1998) señala respecto al apoyo social, como un elemento que comprende la calidad del vínculo establecido a nivel social y emocional que es dado en un contexto interactivo y de apoyo frente a situaciones dificultosas.

Complementariamente Ramos y Salinas (2010) conceptualizan el apoyo social como una dinámica interactiva, en la cual se presta ayuda, ya sea emocional, financiera o instrumental en un entorno o red previamente constituida, ya sea por la esfera familiar, amical y/o social, permitiendo satisfacer necesidades de estima, pertenencia, seguridad y afecto. También, Shumaker y Brownell (1984) lo definen como un intercambio social, que tiene por objetivo incrementar el bienestar emocional del receptor de dicho intercambio, en el apoyo social se incluyen dos elementos: la interacción de ayuda y la conexión de tipo social.

A su vez, Lin et al. (1979) consideran al apoyo social como una herramienta de toda red social y de la comunidad que permite gestionar y brindar soporte a individuos frente a situaciones adversas. Por último, Llanos y Garrido (2016) ponen de manifiesto que, en una

red de apoyo social, se presta ayuda de acuerdo a la necesidad y/o solicitud del individuo afectado, pudiendo darse a nivel informativo, afectivo, etc.

Modelos y teorías explicativas

A continuación, se exponen diversos modelos y teorías explicativas que brindan fundamento al constructo apoyo social, no obstante, se precisa que, la base teórica elegida en este trabajo para el debido sustento del constructo apoyo social fue el modelo multidimensional de (Zimet et al., 1988) detallándose a continuación:

Teoría multidimensional de apoyo social percibido, propuesta por Zimet y colaboradores. Previo a los aportes de Zimet et al. (1988) es clave entender las nociones teóricas que exponen Feldman et al. (2008) al indicar que el apoyo social puede comprenderse bajo dos perspectivas, por un lado, el apoyo social recibido, entendido como la ayuda tangible y observable que se recepciona, mientras que también se encuentra el apoyo social percibido, que representaría una dimensión subjetiva del apoyo social, es decir a la forma de evaluar la ayuda percibida y el apoyo disponible por parte de las principales fuentes de apoyo, este tipo de apoyo también se le conoce como apoyo social funcional o cualitativo y en él se valoran cuatro tipo de recursos: los afectos, lo instrumental, lo informativo y la interacción social.

En ese sentido, Zimet et al. (1988) tras indagar en lo referente al constructo apoyo social percibido, identificaron que este recurso podía llevarse a cabo desde diferentes ámbitos, explicados a continuación:

En la familia, encontramos las diversas formas de apoyo proporcionadas por padres, hermanos, hijos y/o todo tipo de persona con la que se comparta vínculo familiar (Zimet et al., 1988). Asimismo, se halla el apoyo social proporcionado por los amigos, comprendido

por el sistema de pares o iguales, dónde se mantiene un vínculo amical (Zimet et al., 1988). Finalmente, encontramos el apoyo social proporcionado por otros especiales, que señalaría todo tipo de apoyo proporcionado por personas que forman parte de nuestro entorno académico, laboral y/o sentimental como es el caso de la pareja, etc. (Zimet et al., 1988).

Modelo ecológico. Desde la perspectiva teórica de Bronfenbrenner (1987) se plantea que el hombre y su dinámica relacional está sujeta al ambiente en dónde se desenvuelve, logrando adquirir vínculos sociales, que a su vez pueden prestarle apoyo en los diferentes sistemas de desarrollo. En tal sentido, la familia es fuente básica de apoyo social, y dicho entorno se sitúa en el microsistema, pues es dónde se producen las relaciones más cercanas.

Un siguiente sistema es el mesosistema, comprendido como la relación entre dos o más contextos en dónde la persona participe de forma activa, es decir, si bien la familia adquiere una importante fuente de apoyo social, no obstante, que el individuo cuente con otra red de apoyo como lo podría constituir su grupo de estudios, los amigos o el trabajo, ello creará una red de apoyo mejor establecida (Bronfenbrenner, 1979).

Asimismo, el modelo da a conocer el exosistema, constituido por las redes de apoyo en las cuales la persona no participa de forma activa, pero que ejercen un rol trascendental sobre el individuo, por ejemplo, los amigos de la pareja, amigos de la familia, etc. Finalmente se encuentra el macrosistema, que responde a las prácticas culturales del entorno del individuo, las cuales pueden variar de un contexto a otro y son importantes de reconocer al evaluar el apoyo social, pues pueden influenciar en la manera de llevar a cabo el soporte social (Bronfenbrenner, 1979).

En síntesis, considerando los aportes de Bronfenbrenner (1979) los sistemas propuestos, guardan relación unos con otros, y las conductas basadas en el apoyo social

responden a recursos y transacciones dinámicas entre los sistemas, en tanto el apoyo social se determinaría por factores tanto individuales, sociales y ecológicos (Vaux, 1990).

Modelo general y específico del apoyo social. Los estudios de Barrón (1996) han identificado que el constructo apoyo social puede ser explicado a través de fundamentos generales y específicos. En los modelos generales se analiza el apoyo social en función al efecto o influencia que ejerce dicho elemento en la salud y el bienestar del individuo, mientras que, desde una visión específica el apoyo social se entiende como los beneficios que este comportamiento adquiere en el individuo.

En ese sentido, a nivel general el apoyo social surge como elemento protector, y surte un efecto directo sobre constructos vinculados a la salud, logrando confrontar muchas veces situaciones de estrés, lo cual llevaría a concluir que niveles altos de apoyo social revelarían el goce adecuado de la salud y bienestar psicológico en el individuo, es así que el contar con redes de apoyo como: comunidad, amigos, etc, provocan un fortalecimiento en el sentido de pertenencia, lo que a su vez logra potenciar elementos como la autoestima, habilidades socioemocionales y producen mejoras en el desarrollo personal (Barrón, 1996).

Modelo convoy. Al hablar de convoy, Plath (1975) hacía referencia a una capa de protección que el individuo recibe de sus grupos sociales más significativos, tal es el caso de: familia y amigos. El autor señala que, con ayuda de esta capa de protección, la persona genera herramientas para lograr un afronte positiva ante situaciones críticas, tensas y/o cambios que la persona pueda vivenciar de forma abrupta. El convoy puede ser dinámico pero estable y comúnmente duradero, Kahn y Antonucci (1980) fueron quienes desarrollaron este modelo, brindándole un papel de relevancia en las personas y que cubre de forma apropiada en la prestación de apoyo.

Clasificación

De acuerdo con la propuesta de Álvarez (2013) el apoyo social es un elemento que permite efectuar el análisis entre los lazos establecidos de persona a persona, en ese sentido el apoyo social puede llevarse a cabo a nivel evaluativo de las siguientes maneras:

En primer lugar, se encuentra el apoyo social percibido, que se entiende como la valoración subjetiva que tiene el individuo respecto al sostenimiento social que adquiere por parte de su entorno significativo, está estrictamente vinculado a la experiencia emocional de la persona frente al apoyo social material que recibe (Osorio, 2018). En ese sentido, se tiene el apoyo social recibido, que se explica como el sostenimiento material, tangible y real que la persona recepciona por parte de sus sistemas sociales de apoyo, muchas veces el apoyo social recibido se vincula a la intensidad de la relación o el vínculo establecido con la persona (Osorio, 2018).

Apoyo social en jóvenes universitarios

Al situar el apoyo social como un grupo de provisiones o la asistencia prestada percibida o recibida por la persona, este elemento puede ser explorado desde un ámbito contextual (Barrón, 1996). En ese sentido, el curso vital del individuo determinará muchas veces las relaciones sociales que este entable y definirá las más significativas e importantes para ellos, por tanto, en la etapa universitaria al estar compuesta en su mayoría por personas adultas emergentes o jóvenes, suelen priorizar como grupo de apoyo los pares o iguales y la familia (Papalia et al., 2009; Zimet et al., 1988).

Un estudio planteado por Wang y Castañeda (2008) refirió que, en jóvenes universitarios con una mayor percepción de apoyo social de su entorno amical y familiar, se logran ejecutar mejores destrezas sociales y con ello también un menor nivel de estrés académico. Por tanto, la vida académico universitaria, se instaura muchas veces como un

periodo de cambios, en el cual no todas las personas cuentan con los recursos óptimos para lograr una adherencia efectiva, siendo trascendental el contar con recursos sociales, como el apoyo de los entornos más significativos para el estudiante, y con ello resguardar su bienestar físico y emocional (Feldman et al., 2008).

Esta información se respalda por San Martín y Barra (2013) quienes informan que el apoyo social de tipo percibido, constituye un factor de protección que genera resistencia en la persona frente a estresores procedentes de la vida académico universitario, como también, favorece el desempeño e influye positivamente en el éxito académico. Finalmente, estudios como el de Villafrade y Franco (2016) encuentran a la familia como una red de apoyo social básica, en la vida universitaria, pues además de ser un espacio de apoyo emocional si se manejan relaciones familiares adecuadas, provee también de recursos materiales, económicos e instrumentales que son ampliamente necesarios en etapas de formación profesional, denominándose a la familia como parte de un apoyo social integral.

Apoyo social y adicción a Facebook e Instagram

La activa conectividad hacia las redes sociales, se ha convertido en un hábito cotidiano para muchas personas, pues plataformas como Facebook e Instagram han alcanzado notable popularidad sobre todo en poblaciones jóvenes, estudios como el de Riva et al. (2016) han identificado que muchos de los jóvenes con un consumo activo hacia redes sociales suelen adherirse a dichos medios, con el afán de satisfacer necesidades de afiliación y autorrealización que no se han visto satisfechas en una interacción social directa. En ese sentido, las redes sociales virtuales proveen o se instauran como medio para la obtención de autoexpresión y apoyo social (Kuss & Griffiths, 2017; Riva et al., 2016).

De esta manera, lo que las redes sociales proporcionan desde sus funciones de entretenimiento, es un medio de reconocimiento basándose en el contacto amical y la

aceptación recibida del entorno, con opciones virtuales que permiten mecanismos de refuerzo en un entorno de intercambio social virtual (Rial et al., 2015). Asimismo, Caiza (2013) revela que el consumo problemático hacia redes sociales, responde a la falta de apoyo social, además, el autor señala específicamente que las personas consumidoras en exceso hacia las nuevas tecnologías, suelen tener déficits en sus habilidades sociales, situación que genera problemas para un contacto social directo.

Por tanto, la persona emplea un uso problemático en plataformas de socialización virtual, con el propósito de reforzar su sentido de pertenencia, el cual no ha logrado ser consolidado en una interacción directa en el mundo real, satisfaciendo en dicha medida su necesidad de apoyo, encontrando que elementos como el apoyo social pueden amortiguar el uso problemático a nuevas tecnologías entre las que se encuentran las redes sociales como: Facebook e Instagram, siendo los jóvenes y adolescentes, los grupos más vulnerables para llevar a cabo dicha dinámica (Jiménez & Pantoja, 2007).

2.3. Bases teóricas de la comunicación familiar

Definiciones

La comunicación familiar se entiende como un medio de regulación, para la adaptabilidad y la organización en el sistema familiar, además, facilita la proximidad emocional en cada ciclo de vida de la familia (Olson et al., 1989). Asimismo, Tustón (2016) indica que la comunicación familiar es un proceso de intercambio e interacción de la información que se construye entre los integrantes de la familia, logrando la socialización y el aprendizaje de determinadas costumbres basadas en las reglas de la propia familia, influenciando en el comportamiento de las personas alrededor de sus vidas.

Una definición similar, fue la que propuso Antolínez (1991) al indicar que la comunicación familiar representaba un procedimiento, en el que se dan a conocer creencias,

opiniones y valores, los cuales son intercambiados a lo largo de la dinámica familiar, así también recalca que los roles que ejercen emisor y receptor definirán si la comunicación familiar se lleve a cabo de forma funcional o de tipo disfuncional.

En concordancia con lo informado Olson et al. (2006) proponen una definición de comunicación familiar, indicando que es el grado en que la familia siente libertad y satisfacción, junto con el grado presentado en las dificultades de integración, estilos inadecuados de integración y la selectividad frente a lo que se presenta en el sistema familiar, en ese sentido, simboliza apertura y problemas suscitados en el sistema familiar.

Por otro lado, Cava (2003) indicó que la comunicación en las familias, se conceptualiza como una herramienta facilitadora de relaciones positivas entre hijos y sus figuras parentales, así también, es impulsora de adecuadas negociaciones en el hogar y la satisfacción familiar. En ese contexto, Álvarez (2011) indica que la comunicación familiar responde a un conjunto de elementos tanto de tipo verbal como no verbal, los cuales logran dinamizar entre sí, y generan implicancias en los vínculos humanos.

Otro criterio conceptual lo formula Navarro (2006) indicando que en la comunicación familiar adaptativa se implican características como un diálogo mutuo, escucha activa y apertura en el lenguaje comunicativo, mientras que, una ineficiente comunicación familiar, revela la presencia de indicadores como ausencia de contacto afectivo, clima de desconfianza, entre otros. López (2005) agrega que en el proceso comunicacional familiar el sistema de valores, junto con la participación activa y el diálogo adquieren un importante rol, pues facilitarán la cohesión entre sus integrantes.

Del mismo modo, Sobrino (2008) señala que el proceso de comunicación en la familia, representa un accionar motivante, tanto para quien es receptor, como también para el emisor, influenciando en el bienestar familiar y la adecuada expresión emocional de sus

integrantes, instaurándose como un agente protector para el desarrollo personal positivo. Adicionalmente, Flores y Flores (2012) señalan que la comunicación adecuada dentro del sistema familiar posibilita el compartir momentos significativos, producto de un conjunto de percepciones, sentimientos y pensamientos, generando también implicancias con el contexto externo, es decir, suscita un efecto positivo en contextos académicos, laborales y otros.

De igual forma, Olson y Gorral (2006) puntualizan que, por medio de la comunicación familiar, los sistemas familiares logran prepararse adecuadamente para transformar los niveles de adaptabilidad y cohesión, haciendo uso de elementos como: empatía, apoyo, mensajes claros, y una escucha reflexiva. Por último, se puede concluir que la comunicación familiar, es un agente necesario para la adaptación del sistema familiar y con ello lograr mediar conflictos, prevenirlos y fomentar un ambiente de confianza con relaciones saludables entre todos los integrantes del sistema, favoreciendo así la prevención de diversos problemas (Casadiego et al., 2015).

Teorías explicativas

En las próximas líneas se detallan los principales fundamentos teóricos sobre la comunicación en el ámbito familiar, asimismo, se precisa que dicho constructo se fundamenta en el Modelo Circumplejo de sistemas familiares y maritales desarrollado por Olson et al. (1989) el cual será descrito a continuación junto con otros fundamentos teóricos relevantes sobre el tema.

Modelo Circumplejo de sistemas familiares y maritales. El desarrollo de este modelo fue llevado a cabo por Olson et al. (1989) quienes postulan que el sistema familiar funciona en base a tres elementos: el primero de ellos la cohesión, entendida como la proximidad de tipo afectiva establecida entre las personas que componen la familia. El segundo elemento sería la adaptabilidad, comprendida como una capacidad para adherirse y

modificar la forma en la cual viene funcionando la familia, con el propósito de adaptarse a cambios, producto de los ciclos de vida familiares y las exigencias del medio. En cuanto al tercer elemento, identifican la comunicación familiar, quien representa un medio facilitador para poder generar cohesión y adaptabilidad en el sistema familiar.

Sobre lo expuesto, surgen algunas teorías específicas que toman en cuenta el desarrollo de la comunicación familiar, tal es el caso de lo expuesto por Barnes y Olson (1982) quienes al evidenciar el rol de la comunicación en la dinámica familiar, asumen la presencia de dos importantes elementos: el primer elemento constituye la apertura comunicacional, que representa un fluido intercambio en la información, tanto emocional como instrumental, viabilizando el diálogo y la capacidad para dar a conocer la expresión de pensamientos y sentimientos (Barnes & Olson, 1982). Un segundo elemento, son los problemas en la comunicación, que se entienden como transacciones negativas, donde predominan las resistencias, estilos hostiles, con selectividad al compartir la información, obstaculizando un clima satisfactorio en la familia (Barnes & Olson, 1982).

Finalmente, una siguiente propuesta teórica procedente del Modelo Circumplejo, fue lo reportado por Estévez et al. (2007) identificando estilos en la comunicación familiar, entre los que se encuentra la comunicación abierta, que se situaría como un estilo comunicacional adaptativo y productivo. Asimismo, se encuentra el estilo ofensivo, que se caracteriza por efectuar una comunicación agresiva, donde predomina el sometimiento. Por último, se encuentra el estilo evitativo, caracterizado por una constante evasión o ausencia de comunicación verbal.

Teoría unifactorial de comunicación familiar de Copez y colaboradores.

Investigadores como Copez et al. (2016) exploraron la comunicación familiar partiendo del instrumento Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006) el cual contaba con

diversas fundamentaciones teóricas de dicho constructo, sin embargo, al analizar el instrumento en contexto peruano, coligieron que la comunicación familiar era un constructo explicado bajo un único factor, recalando nuevamente que dicha variable funciona a través de una única dimensión, logrando establecerse como reguladora de otras variables que interceden en la dinámica suscitada en la familia, respaldando así la postura inicial propuesta por el Modelo Circumplejo de sistemas familiares y Maritales de (Olson et al., 1989) y excluyendo las propuestas teóricas de: dos dimensiones planteada por (Barnes & Olson, 1982) y la de tres factores señalada por (Estévez et al., 2007).

Teoría de la comunicación pragmática. Watzlawick et al. (1983) plantean a través de esta teoría que la comunicación humana es un proceso que facilita la transmisión de información, generando impacto en otras personas, es decir, se logra comunicar en distintos escenarios, y desde diversas modalidades logrando influenciar en el entorno. Dicho aporte teórico trajo consigo el planteamiento de principios, entre los que se encuentran “es imposible no comunicar, existen niveles de contenido y relaciones en la comunicación, se puntúa la secuencia de hechos, la comunicación puede ser analógica y digital y las interacciones son simétricas y complementarias” (Watzlawick et al., 1983, pp. 49-68).

La teoría en mención, se encarga de explicar cada uno de los principios señalados, sin embargo, para este trabajo se dará lugar tan solo a la explicación del primer axioma de la comunicación, donde se puede afirmar que toda interacción incluye comunicación, sin embargo, dicho contacto en ocasiones puede manifestar anomalías que explicarían las patologías desarrolladas alrededor de la comunicación, encontrándose las siguientes: “rechazo comunicacional, aceptación de la comunicación, descalificación de la comunicación y el síntoma como comunicación” (Watzlawick et al., 1983, pp. 76-78).

Comunicación familiar desde la perspectiva de Virginia Satir. Satir (como se citó en Naranjo, 2005) a través de su teoría postula que la comunicación familiar puede situarse de forma funcional, como también disfuncional, hecho que da lugar a cuatro formas o estilos de comunicación, que hacen uso de mensajes de doble nivel, estos estilos son: a) aplacador, b) acusador c) super-razonable y d) irrelevante (Naranjo, 2005). Finalmente, el autor Satir (como se citó en Naranjo, 2005) agrega un quinto modelo o estilo denominado comunicación fluida o abierta, en dicho modelo no se presentan mensajes contradictorios y/o de doble nivel, por el contrario, se caracteriza por una dinámica satisfactoria y libre.

Comunicación familiar en jóvenes universitarios

Para la consolidación del éxito en la vida universitaria, existen muchos factores que ejercen una influencia notable, Bueno (2007) indicó que la familia y con ella la comunicación dada en dicho entorno, surte un rol importante al hablar de estudios universitarios, pues un estudiante afectado por problemas en el hogar, junto con una deficiencia en la comunicación familiar, provee una serie de eventos que afecta incluso su desempeño académico, pues surge muchas veces una falta de motivación, problemas de atención y concentración debido a la distraibilidad por los acontecimientos familiares negativos, y más.

En ese sentido, la comunicación familiar es un factor sumamente importante para forjar una sana relación familiar y vínculos afectivos, con claridad en los roles y funciones, no obstante, estudios reportados por Cudris et al. (2020) señalan que jóvenes universitarios suelen percibir estilos comunicativos violentos, que poseen el autoritarismo como característica fundamental y se originan ante la manifestación de conflictos familiares, situación que provoca que jóvenes universitarios respondan con un estilo comunicacional de tipo evitativo, con el propósito de lidiar constantemente con situaciones dificultosas, como: críticas y hasta violencia.

Otros estudios también reflejaron que una comunicación familiar abierta se vincula al autoconcepto positivo del estudiante universitario, por tanto, se posiciona como un elemento de protección en el desarrollo humano, independiente de la etapa de vida en la que se encuentra la persona, no obstante, ya en la etapa universitaria se da a conocer un distanciamiento entre el entorno familiar y el contexto académico, a diferencia de etapas escolares, donde las instituciones educativas posibilitaban un mayor involucramiento de la familia en el desempeño escolar, comunicando activamente el proceso educativo como una prioridad, hecho que hace falta considerar en las instituciones universitarias pues ante la ausencia de acciones que regulen la inmersión del sector familiar en proyectos del universitario, esto podría generar una mayor vulnerabilidad (Guzmán & Pacheco, 2014).

Por ende, la comunicación familiar, es considerada como elemento esencial para una relación fortalecida entre los integrantes de la familia, sin importar la etapa de desarrollo en la que se encuentren, ya que, facilita una sensación de confort si es llevada a cabo de manera óptima y saludable (Cudris et al., 2020).

Comunicación familiar y adicción a Facebook e Instagram

La comunicación resulta un elemento importante al contextualizar las relaciones familiares, pues facilita vínculos armoniosos, que se posicionan con un espacio de protección para la persona, y su primer entorno para la interacción social directa. En ese sentido, Grossetti (2009) señala que tópicos como la comunicación en la familia son importantes de considerar ante el advenimiento de redes sociales virtuales como Facebook e Instagram.

Echeburúa y De Corral (2010) sostienen que el tiempo de acceso a redes sociales suele ser correlativo al nivel de comunicación y afectividad familiar que perciba la persona, por lo que la presencia de deficiencias en la comunicación familiar incrementará las probabilidades de desarrollar un uso problemático frente a redes sociales. Como bien se

explicó en los puntos anteriores, la comunicación es un elemento que facilita la adaptabilidad y la cohesión, aspectos importantes en el desarrollo familiar y en la prevención de problemáticas como la adicción (Olson et al., 1989).

Ante la presencia de un comportamiento adictivo hacia redes sociales como Facebook o Instagram existe una atención priorizada frente a dichas plataformas, la cual muchas veces es generada producto de una deficiente o ausente interacción con el entorno familiar, es por ello, que muchas veces el individuo busca satisfacer necesidades de aprobación ausentes en la dinámica comunicacional de la familia, generando así un comportamiento dependiente a las redes sociales virtuales, pues en ellas aparecen mecanismos de refuerzo y gratificación, tal es el caso de las notificaciones surgidas como medio de aprobación virtual ante una determinada acción del usuario (García, 2009).

Asimismo, Mead (2015) indica que las transacciones producidas a través de la comunicación familiar contribuyen a la definición de la dinámica relacional de la persona, y con ello la adherencia a normas y la percepción adecuada de los roles familiares, es decir, una adecuada comunicación familiar posibilita que en la familia sea más factible el cumplimiento de las pautas y reglas instauradas por los personajes de autoridad de dicho sistema, de modo que, ante una norma frente al uso adecuado y organizado de redes sociales, será más fácil que los integrantes del sistema familiar puedan acatar dichas indicaciones generando una reciprocidad en la instrucción y con ello lograr la prevención de una conducta adictiva frente a este tipo de plataformas de socialización virtual.

2.4. Bases teóricas de la adicción a Facebook e Instagram

Redes sociales

En la actualidad las redes sociales se han implantado como herramientas que forman parte de la vida diaria, y medios indispensables para la interacción entre estudiantes

universitarios. Estas herramientas atraviesan barreras geográficas, que muchas veces se presentan, entablándose como recursos primordiales para la expresión social, adquiriendo funciones de entretenimiento, marketing y hasta facilitadoras de medios para el logro de objetivos académicos (Valerio & Serna, 2018).

Los servicios brindados por las redes sociales permiten una frecuente interacción, en ese sentido, Marchant (2014) indica que existe un acceso a redes sociales, de al menos cinco días a la semana, ya que representan una renovada manera para mantener comunicación y establecer comunidades. Complementando lo mencionado, Espinar y Gonzáles (2009) mencionan que las redes sociales, se desarrollan a través de dos grandes líneas, tenemos por un lado las redes de contenido profesional centradas en el ámbito laboral, mientras que, una segunda línea agrupa a las redes generalistas, dentro de ellas se encuentran Facebook e Instagram, destinadas principalmente al uso personal y a fortalecer la dinámica social, además, suelen ser más empleadas a través de dispositivos móviles.

En ese sentido, Oliva (2012) define este constructo como una comunidad virtual, que permite mantener relaciones amicales, de trabajo, así como compartir ideas y valores. Es decir, permite forjar ideas en común bajo medios virtuales que fortalecen todo tipo de relaciones, siendo accesibles en muchos espacios, estando al alcance de diferentes comunidades y propiciando el acceso a mensajes de forma ágil e inmediata.

De igual forma, Zamora (2016) señala que son servicios online facilitadores de comunicación con personas conocidas y desconocidas, que potencian el contacto comunicacional referente a temas de interés común, estableciéndose como un sistema abierto. Finalmente, los alcances de Echeburúa (2012) señalan de los posibles riesgos al navegar en redes sociales a través de un uso inadecuado, tal es el caso de: ciberacoso, robos online, nomofobia, acceso a contenido no apto para la edad del usuario, contacto con personas

desconocidas, sexting, miedo a perderse de algo o conocido por sus siglas como FOMO, alteraciones de la realidad que afectan la personalidad, y más (Torres, 2019).

Facebook

Es una de las redes sociales más populares en el mundo, ocupando un importante lugar en la vida de muchas personas, en especial de los jóvenes, el acceso a dicha herramienta se ha instaurado como un requisito relevante para la consolidación de relaciones sociales y por tanto para el desarrollo colectivo de las personas (Herrera et al., 2010). Lucking (2015) sostiene que esta plataforma virtual genera una nueva modalidad comunicativa, que permite la manifestación de emociones y afectos, siendo usada por millones de personas, abarcando al 18.4% de la población mundial, donde los jóvenes universitarios suelen acceder con una frecuencia de seis veces al día aproximadamente.

De igual forma la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2015) informa que el tiempo invertido por las personas en Facebook ha ido incrementándose, debido a las diversas alternativas que ofrece dicha aplicación, siendo un medio de elevada preferencia para la interacción amical, asimismo, la encuestadora Ipsos (2012) señala que entre los principales factores que propician el uso de Facebook se encuentra: entablar conversaciones, búsqueda de información y mantener comunicación con personas previamente conocidas.

A su vez, la plataforma Facebook ha sido considerada en algunos estudios como un medio de regulación de estrés, según informa Lee y Cheung (2014) una persona con baja autoestima y dificultades en su interacción tradicional, acude a medios como Facebook, para alcanzar respuestas de agrado frente a situaciones que perciba como dificultosas, sin embargo, dicha dinámica puede conducir a un uso compulsivo y obsesivo frente a dicho medio.

En ese sentido, Facebook se define por Bernal (2017) como una red virtual de acceso libre con fines sociales, traducida a diferentes idiomas, y de mayor envergadura mundial. Datos recientes, colocan a la mencionada red social como la de mayor popularidad, contando con aproximadamente 2500 millones de usuarios mensuales, quienes en promedio se mantienen activos por al menos 11 minutos en cada ingreso (Statista, 2020b).

En el Perú, lo expuesto por el diario El Peruano (2020) señala que existe un total de 23.5 millones de usuarios de dicha plataforma, otras fuentes como Ipsos (2020) mencionaron que los usuarios de Facebook en nuestro país representan el 92% de la población, evidencias que indicarían el acceso notable a dicha red social en nuestro medio.

Complementariamente, Restrepo (2016) señala que Facebook es una de las redes sociales más empleadas en el contexto universitario, es decir, elementos como el entretenimiento y la curiosidad suelen impactar, produciendo que los jóvenes universitarios sean los principales usuarios, asimismo, las necesidades de entablar contactos inmediatos muchas veces con fines académicos hacen forzosa la creación de un perfil en dicha red social.

Finalmente, Colás et al. (2013) mencionan que las mujeres suelen emplear Facebook y otras redes con el objetivo de preservar vínculos y brindar información sobre sí mismas, a diferencia de los varones quienes mantienen otro tipo de comportamiento frente al uso de dicha plataforma, sin embargo, dichas diferencias han obtenido variaciones de acuerdo al contexto y cultura, pues en otros sectores no necesariamente se da dicha condición, por lo que resulta importante evaluar el comportamiento de los jóvenes en las redes sociales considerando su contexto.

Instagram

Es una red social relativamente nueva, que ha manifestado un notable crecimiento durante los últimos años, siendo específicamente utilizada en dispositivos móviles (Kemp, 2018). Se caracteriza por permitir que los usuarios compartan contenido multimedia como fotos y videos de manera inmediata, con mecanismos de edición, localización, etiquetas, hashtag y música, cuya visibilidad se encuentra disponible para quienes formen parte de la red de seguidores del usuario, asimismo, permite acceder al contenido de las personas que son seguidas, posicionándose como una importante herramienta de marketing online (Lee et al., 2015).

En tal sentido, Sheldon y Bryant (2016) comentan que el principal refuerzo otorgado en Instagram, resulta ser la socialización con los seguidores que usualmente son personas con intereses en común, permitiendo entablar conversaciones en dicha red social y dinamizar a través de las historias y publicaciones proporcionadas. Seguidamente Lee et al. (2015) reportaron cinco motivos que llevan a las personas a hacer uso de Instagram, el primero de ellos es la mantención de relaciones sociales con personas cuyos intereses resultan similares al del usuario, otro motivante es que permite la recopilación de recuerdos y el registro de eventos diarios archivados en dicha aplicación.

Permite también la expresión de la identidad, y el dar a conocer el estilo de vida de las personas, posicionándose como un medio de auto presentación, más aún en jóvenes, en algunos casos el acceso a Instagram es empleado como mecanismo de evasión de la realidad, ya que, por medio de la visualización de historias en dicha red social, las personas suelen disipar la atención de algún evento estresante. A su vez, conlleva a la exploración de la vida social y personal, de individuos con un rol de vida influenciable, tal es el caso de celebridades y/o personajes populares (Lee et al., 2015).

Otras motivaciones las explican Sheldon y Bryant (2016) destacando que, al usar esta red social, se ingresa y explora la vida ajena ejerciendo un mecanismo de vigilancia y control, también indican que esta red permite dar a conocer la creatividad, es decir, el arte a través de la fotografía y videos, invitando a la popularidad y reforzando los vínculos sociales online. Es así que, Statista (2020a) señala a Instagram como la quinta red social más empleada a nivel mundial, conservando a 1000 millones de usuarios activos mensualmente, es decir, un 50.9% de la población mundial aproximadamente, manteniéndose activos en promedio 6 minutos por cada acceso, en el Perú dicha situación es similar, siendo Instagram la segunda red social más usada en nuestro contexto con 7.1 millones de usuarios, representando a un 14% de la población (Calero, 2014; El Peruano, 2020).

Sin embargo, Lup et al. (2015) reconocen que el uso de Instagram, no siempre enmarca consecuencias positivas en sus usuarios, sino que, trae consigo una serie de acciones inadecuadas basadas en un uso problemático de dicha red social, así también Prades y Carbonell (2016) identifican similitud en la dinámica que establecen los jóvenes frente a Facebook al igual que Instagram, ya que la finalidad de ambas redes sociales suelen ser similares, por lo que los riesgos adquiridos frente a un uso inadecuado de Facebook suelen ser aplicables al hablar de redes sociales como Instagram.

Finalmente, Elliot (2015) señala que Instagram es una plataforma virtual que representa la narrativa visual de la vida diaria de las personas, generando un alto impacto publicitario, con posibilidad de intercambiar mensajes, mantener relaciones amicales e interactuar frente al contenido audiovisual presentado, teniendo como función principal la socialización y comunicación.

Modelos explicativos sobre adicciones comportamentales

Se exponen los principales modelos teóricos que brindan explicación a las adicciones comportamentales, tales como la adicción a Facebook e Instagram, en ese sentido, se destaca que; el Modelo biopsicosocial de Griffiths (2005) es el que sustenta este trabajo, detallando su explicación en las próximas líneas:

Modelo biopsicosocial. Griffiths (2005) considera que, en las adicciones conductuales basadas en elementos tecnológicos, suele desarrollarse una dinámica similar a la que se produce frente a adicciones hacia sustancias, es decir, los criterios clínicos o indicadores que presenta la persona afectada ante un comportamiento problemático frente a redes sociales suelen ser semejantes a los de un adicto a alguna sustancia psicoactiva.

Dentro de sus postulados, Griffiths y Larkin (2004) señalan que, en el desarrollo de una adicción, debe involucrarse la exploración de elementos culturales, familiares y hasta comunitarios, asimismo, la naturaleza variante de las adicciones puede trasmutar de cultura en cultura, en tanto, es importante considerar los aspectos en común que presentan los diferentes tipos de adicciones, por último, la experiencia humana se instaure como una significativa consideración. En ese sentido, se desprenden seis criterios en común al plantear el desarrollo de una adicción comportamental, al igual que al explicar una adicción a sustancias, los cuales son sustentados a continuación:

El primer criterio responde a la saliencia, entendida como la presencia constante y prioritaria de una actividad en particular dentro de la vida cotidiana, es decir, los pensamientos e ideas constantes que rondan a la persona respecto a la conducta adictiva, convirtiéndose en un aspecto de alta importancia para el individuo, ejerciendo dominancia frente a las ideas y comportamientos (Griffiths, 2005).

Un segundo criterio, son los cambios de humor, comprendido como una respuesta subjetiva en la persona, basada en su propia experiencia, o como un medio de escape al verse implicado en una actividad específica relacionada al comportamiento adictivo, es decir, participar de la adicción propiamente para hacer frente a experiencias de la vida diaria que le producen algún tipo de estrés al sujeto (Griffiths, 2005).

La tolerancia representa un tercer criterio, el cual hace referencia al incremento estricto de la frecuencia y/o intensidad del accionar adictivo, es decir, las dosis o los accesos concedidos hacia el mecanismo de adicción, necesitan incrementarse constantemente para satisfacer al usuario (Griffiths, 2005). Por otro lado, se encuentra el síndrome de abstinencia, entendido como un conjunto de respuestas físicas, emocionales y/o cognitivas, etc., presentadas tras la reducción o ausencia del accionar adictivo, es decir, se produce cuando el sujeto no ejecuta la acción que le produce adicción, trayendo como consecuencia una serie de respuestas de desagrado (Griffiths, 2005).

Los conflictos representan un siguiente criterio, pues se entienden como mecanismos de pérdida de control que pueden efectuarse de forma interna y externa, produciendo una alteración en los vínculos sociales o en las diferentes esferas de desarrollo de la persona, es decir, ante la presencia de una adicción conductual, se efectúa un quebrantamiento en la dinámica laboral o académica del afectado (Griffiths, 2005).

Por último, se encuentran las recaídas, explicadas como la tendencia a retornar a las acciones iniciales alrededor de la adicción, posterior al desarrollo del periodo de abstinencia (Griffiths, 2005). En ese sentido, las adicciones se instauran como parte de una integración biopsicosocial que es similar a la etiología de la adicción a sustancias químicas, efectuando con ello la posibilidad de realizar aplicaciones prácticas sobre problemáticas que engloban a las adicciones conductuales, tal es el caso de adicciones frente a plataformas de socialización

virtual, como: Facebook e Instagram, viéndose implicados elementos culturales, sociales, biológicos y psicológicos (Fernández, 2013).

Modelo cognitivo conductual. A través del modelo cognitivo conductual, las adicciones comportamentales suelen entenderse como un grupo de acciones aprendidas, por medio de mecanismos de refuerzos y castigos, junto con pensamientos previamente instaurados entorno al comportamiento adictivo, de modo que, cuando una persona comienza a hacer uso de redes sociales y dicho accionar se empieza a rodear de elementos compensatorios, tal es el caso de likes, comentarios, o tan solo la aceptación por medio de visualizaciones ante las publicaciones de historias, esto provoca inmediatamente un incremento en el uso de dichos medios (Pereira & Alonzo, 2016).

Por ende, el emplear medios de socialización virtual como Facebook e Instagram como facilitadores o modalidades de escape frente a carencias en el ambiente cercano, tal es el caso de dificultades en el entorno más significativo para el sujeto, posibilita un entorno favorecedor y de aceptación para la persona, generando satisfacción en dicho contexto, lo que provocará un incremento en la frecuencia de tal conducta (Frasca, 2001).

En ese sentido, son diversas las vertientes del modelo cognitivo conductual, que explican la adicción comportamental, tal es el caso del condicionamiento clásico, operante, las cogniciones, el procesamiento de información y el aprendizaje vicario, proponiendo una postura conductista ambientalista, es decir, tanto las emociones, pensamientos y conductas como también la notable influencia del ambiente, provoca un efecto directo en el mantenimiento, incremento o en el deterioro de dicho comportamiento, dónde los estímulos cumplen el rol de facilitadores del aprendizaje de la conducta o de mecanismos de refuerzos y castigos, que a su vez se ven marcados por el sistema de creencias o ideas que favorecen a la conducta adictiva (Leiva & Urzúa, 2018).

Asimismo, Hutt (2012) explica que un individuo al pasar tiempo navegando por redes sociales, puede presentar una serie de emociones de agrado y placer establecidos por los propios mecanismos de refuerzos que se manifiestan producto de la dinámica presentada en dichas plataformas de socialización, que a su vez se ven potenciados por entornos de riesgo o de desagrado, que visibilizan las plataformas virtuales como un ambiente reductor de estrés, provocando inicialmente una pérdida de control en el tiempo de acceso a dichos medios, para luego desembocar en el desarrollo de indicadores que señalen una importante afectación, la aparición del síndrome de abstinencia, y hasta el descuido del individuo en su vida diaria.

Finalmente y para complementar lo detallado, Holden (2001) afirma que la dinámica producida en una persona adicta a sustancias es similar a una persona adicta a redes sociales, interviniendo el circuito de refuerzo dopaminérgico, desde una postura biomédica académica, es decir, da lugar a una base explicativa a nivel neurobiológico, logrando afirmar que en adicciones conductuales también se desarrolla la neuroadaptación de los circuitos que logran mantener la conducta, provocando diversos cambios neurológicos, que incluyen la aparición del síndrome de abstinencia, el cual para adicciones comportamentales, necesita de un mayor tiempo de exposición ante la conducta adictiva para lograr desaparecer.

De igual forma, los estudios de Han et al. (2010) señalan que alrededor del acceso a plataformas como redes sociales o el propio internet, suele producirse una mayor actividad en áreas dopaminérgicas del cerebro, lo que conllevaría a que el individuo busque una mayor gratificación alrededor de dicha conducta, propiciando la necesidad de incrementar cada vez el tiempo de acceso a tales plataformas, a fin de saciar niveles bajos de dopamina (Liu & Lou, 2015).

No obstante, cabe recalcar que tanto los postulados de Holden (2001) como los de Han et al. (2010); Liu y Lou (2015) y otros, aún se encuentran en revisión, ya que, no en

todos los casos de adicciones conductuales se establecido como un patrón dicha respuesta neurobiológica, por tales motivos los estudios de neuroadaptación en este tipo de adicciones aún se siguen revisando, siendo fundamental el respaldo de la temática en análisis a través de la postura psicológica conductual ambientalista.

Diferencias entre uso, abuso y adicción

El uso, abuso y adicción son términos claramente diferenciados, en ese sentido, en el marco de las adicciones conductuales, el uso se explicaría como el acceso que se tiene ante una conducta determinada, tal es el caso de las redes sociales como Facebook e Instagram, sin que dicho uso perjudique o afecte el desarrollo de las actividades diarias del usuario, en tanto, el uso normal implicaría que la persona no vea afectado por ejemplo su esfera laboral, académica, como también su vida familiar y/o de pareja (Echeburúa & De Corral, 2010).

En ese sentido, el uso normal de un determinado medio social virtual como Facebook e Instagram, no compromete al individuo al desarrollo de consecuencias negativas, ya sea a nivel de frecuencia e intensidad, sin embargo, ante la presencia de un acceso a redes sociales que involucra riesgos y/o altera la dinámica relacional del individuo, damos a conocer un diferente término, entendido como abuso (García, 2013).

El abuso, por su parte se entiende como una conducta desproporcionada de lo habitualmente permitido para el desarrollo natural de determinadas actividades, es decir, constituye un comportamiento que afecta la dinámica social, laboral, académica y hasta puede llevar al aislamiento familiar (García, 2013). Cuando se habla de abuso, se entiende un accionar que, debido a su frecuencia en el acceso a redes sociales, por ejemplo, provocará malestares y dificultades en la persona frente a sus diversas interacciones, el abuso muchas veces se vincula a la pérdida de control, e induce a la ansiedad, logrando afectar la autoestima (Estévez et al., 2009).

En lo que respecta a la adicción conductual, se entiende como un patrón comportamental de carácter patológico, en el cual se experimenta principalmente el síndrome de abstinencia, junto con el desarrollo de patrones cognitivos, comportamentales y sociales como: dominancia y/o saliencia, que implica una focalización de elevada importancia en la actividad adictiva, modificaciones en el estado de ánimo, ya que la actividad adictiva adquiere funciones de reducción del estrés y/u otros estados emocionales desagradables (Griffiths & Szabo, 2014).

Se evidencia también la tolerancia, implicando cada vez un incremento en la frecuencia de uso hacia redes como Facebook e Instagram, a su vez se presentan conflictos, que explican eventos dificultosos a nivel interpersonal en el individuo producto de un uso problemático entorno a una determinada acción, por último, las recaídas, que se entienden como la tendencia de incidir nuevamente en el comportamiento adictivo cuando se ha logrado por pequeños periodos, el control sobre dicha conducta (Griffiths & Szabo, 2014).

Por último, cabe recalcar que diferentes autores asumen posturas vinculando el término adicción y dependencia, a su vez reconocen que la dependencia física, es equivalente a la adicción y para que esta se presente hace falta dar a conocer la manifestación del síndrome de abstinencia (Araujo, 2015; Khanziant & Albanese, 2008). En síntesis, los términos presentados poseen diversos significados, logrando encontrar por un lado a personas que acceden a medios como redes sociales, dentro de un esquema de adaptabilidad o uso adecuado, mientras que, en otros casos se encuentran individuos que sobreponen el acceso a dichos medios como prioridad, sin evaluar las consecuencias o el daño que esto le conlleva, exponiendo así una conducta de abuso (Becoña, 2006).

Finalmente, y en mayor gravedad, encontramos personas que poseen un patrón comportamental de dependencia frente a una determinada actividad, entendido como

adicción, que es un accionar patológico sustentado en procesos neurobiológicos, desencadenando malestares que afectan las diferentes áreas de desarrollo de la persona (Han et al., 2010).

Adicción a Facebook

Este constructo se entiende como un comportamiento problemático entorno al uso Facebook, que trae consigo efectos negativos para la salud mental, evidenciando indicadores como: tolerancia, pensamientos focalizados referentes al Facebook, cambios en el estado anímico, conflictos debido a su uso inadecuado, síntomas de abstinencia, y recaídas (Griffiths & Szabo, 2014). Espinar y Gonzáles (2009) afirman que los principales motivantes para iniciar el uso de aplicativos como Facebook y otras redes sociales similares, suele ser el mantenimiento de las relaciones sociales que ya existen, así como la búsqueda de entretenimiento y compañía, convirtiéndose muchas veces en un regulador de respuestas emocionales negativas (Sheldon, 2008).

En ese sentido, dichos motivantes, tendrían un importante rol tanto en la frecuencia como en el tiempo empleado para navegar en Facebook, vinculando ello con el abuso y la adicción frente a dicha red social, no obstante, cabe precisar que un exceso en determinada conducta no necesariamente hace referencia a una adicción, sino que, sería importante señalar otro tipo de respuestas adicionales al uso compulsivo de dicha plataforma (Ryan et al., 2014).

A su vez, Echeburúa y De Corral (2010) indican la presencia de factores que vulneran a las personas a efectuar una conducta adictiva frente a plataformas como Facebook, entre ellas destacan: la impulsividad, intolerancia, tensión, irritabilidad, sentimientos de culpa, entre otros. Cía (2013) señala también que en muchos casos los usuarios de Facebook suelen manifestar dificultades en sus habilidades sociales y por ende en sus relaciones interpersonales habituales.

Por otro lado, es importante señalar que Facebook ha sido reconocida como la red social de mayor importancia alrededor de 115 naciones, cuyo crecimiento tanto en nuestro país, como en el exterior, ha sido exponencial (Villegas, 2011) hecho por el cual diversos investigadores, reportan la manifestación de un desorden de adicción frente a dicha red social, que es similar o fácilmente puede explicarse en el contexto de otras adicciones comportamentales y hasta en adicciones a sustancias (Echeburúa y De Corral, 2010; Griffiths & Szabo, 2014).

Finalmente, Verano (2013) indica que el sector universitario es uno de los principales consumidores de Facebook, pues dicha plataforma ofrece un panorama cautivante. Desde esa perspectiva, sostiene que, en muchos casos, los jóvenes universitarios optan por mantenerse conectados a dicha red, en lugar de asistir a reuniones sociales presenciales, o del mismo modo, si asisten suelen estar conectados a Facebook en ese momento, evidenciando ausentismo en la interacción presencial, deteriorando muchas veces su dinámica social y otras áreas de su desarrollo, tal es el caso del ámbito académico, laboral y familiar (Verano, 2013).

Adicción a Instagram

Se comprende como un comportamiento en el que se emplea de forma problemática la red social Instagram, produciendo el desarrollo de indicadores como; saliencia, síntomas de abstinencia, recaídas, variabilidad en el estado anímico, tolerancia y finalmente, los conflictos acontecidos a causa del uso inadecuado a dicha red social (Andreassen, 2015).

Instagram representa también una de las redes más empleadas por los jóvenes, y a pesar de que existen estudios sobre la adicción a redes sociales, son muy pocos los que se han centralizado en explorar plataformas virtuales relativamente nuevas como Instagram, a pesar de las características similares que dicha red social mantiene frente a otras con gran popularidad como Facebook (Kircaburun & Griffiths, 2018). Complementariamente,

Alhabash y Ma (2017) indican que, en ambas redes sociales, el sistema de gratificación es similar, como también los hábitos de uso y las principales motivaciones.

En ese sentido, surgen aportes teóricos basados en herramientas de medición que corroboran la similar estructura factorial y teórica de instrumentos orientados a la evaluación de la adicción a Facebook como la Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012) versión breve al español de (Vallejos-Flores et al., 2018) y de instrumentos como la Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chávez & Vallejos-Flores, 2021) corroborando en ambos casos la presencia de los indicadores de adicciones comportamentales propuestos por (Griffiths, 2005) en ese sentido, la postura explicativa de adicción a Facebook, funciona de igual manera frente a plataformas virtuales similares como Instagram, pues poseen como funciones principales el entretenimiento y realce social.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue de enfoque cuantitativo, pues se trataron datos cuantificables, con ayuda de la estadística y la comprobación de las hipótesis formuladas (Hernández et al., 2014). En cuanto al tipo de investigación, fue básica, según Sánchez y Reyes (2015) puesto que, el estudio no posee un fin tecnológico/práctico inmediato, sino que, pretende indagar en conocimientos teóricos nuevos sobre las variables estudiadas. Respecto al nivel de la investigación, según Sánchez et al. (2018) fue explicativo pues se centró en explorar la relación funcional entre distintos elementos, buscando comprobar si las variables; impulsividad, apoyo social y comunicación familiar, se relacionan con la adicción a Facebook e Instagram.

De igual forma, tomando en cuenta la propuesta de Montero y León (2007) se trató de un diseño de tipo ex post facto, dado que, las variables no fueron manipuladas, es decir, no existió ningún tipo de interferencia en las variables. Finalmente, con base en lo indicado por Kerlinger y Lee (2002) la toma de datos se efectuó de forma transversal, es decir, se recopiló la información en un único momento.

3.2. Población y muestra

La población accesible de este trabajo estuvo conformada por 1480 estudiantes de pregrado de la facultad de psicología de una universidad pública de Lima (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2022). En lo referente a la muestra, estuvo constituida por 305 estudiantes de pregrado, entre varones y mujeres pertenecientes a la facultad de psicología de una universidad pública de Lima, con edades entre 18 a 25 años. El tamaño de la muestra fue calculado, con una fórmula para poblaciones finitas, tomando en cuenta un

nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. A continuación, se detalla la fórmula (Morales, 2012):

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 305$$

Dónde:

N: Tamaño de la población = 1480

α_c : Nivel de confianza = 95%

e: Margen de error = 5%

El muestreo que se utilizó para la recopilación de los datos, fue el no probabilístico, es decir, no se empleó el azar al seleccionar a los sujetos participantes, sino que, su selección se dio en función a la accesibilidad de quienes cumplían con las características de la muestra, por ende, fue también de tipo intencional, siendo fundamental el cumplimiento de los criterios establecidos para esta investigación (Pimienta, 2000):

Criterios de inclusión

- Estudiantes universitarios que deseen participar voluntariamente.
- Que se encuentren debidamente matriculados en el periodo 2022 en la entidad de estudios superiores participante de esta investigación.
- Que posean un dispositivo smartphone.
- Que sean usuarios activos de Facebook e Instagram, durante los últimos tres meses.

Criterios de exclusión

- Estudiantes universitarios que vivan solos.
- Mayores de 25 años.
- Menores de edad

- Que no tengan al menos una cuenta activa en Facebook o Instagram.

En la tabla 1, se puede apreciar en datos porcentuales y frecuencias; las características los estudiantes que participaron de la investigación, destacando que un 73.4% son mujeres, el 21.6% tienen 21 años, un 52.5% refiere que el uso de redes sociales ha afectado sus estudios, el 21% cree que ha afectado sus relaciones amicales y el 30.5% considera que el uso de redes sociales ha afectado sus relaciones familiares.

Tabla 1

Características de los participantes de la investigación

Variables		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Hombre	81	26.6%
	Mujer	224	73.4%
Edad	18	14	4.6%
	19	31	10.2%
	20	48	15.7%
	21	66	21.6%
	22	48	15.7%
	23	35	11.5%
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus estudios?	24	17	5.6%
	25	46	15.1%
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus estudios?	Si	160	52.5%
	No	145	47.5%
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus relaciones amicales?	Si	64	21%
	No	241	79%
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus relaciones familiares?	Si	93	30.5%
	No	212	69.5%
Total		305	100%

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de la variable impulsividad

Variable	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Impulsividad	Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995). Versión adaptada	Impulsividad cognitiva	4, 16 y 27.	Ordinal
		Impulsividad motora	2, 9, 12, 15, 18, 21, 26 y 29.	
		Impulsividad no planificada	14, 20 y 25.	

Tabla 3

Operacionalización de la variable apoyo social

Variable	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Apoyo social	Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988). Versión adaptada.	Familia	3, 4, 8 y 11	Intervalo
		Amigos	6, 7, 9 y 12	

Tabla 4*Operacionalización de la variable comunicación familiar*

Variable	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comunicación familiar	Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006)	Unidimensional	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10	Ordinal

Tabla 5*Operacionalización de la variable adicción a Facebook*

Variable	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Adicción a Facebook	Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012)	Unidimensional	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Ordinal

Tabla 6*Operacionalización de la variable adicción a Instagram*

Variable	Instrumento	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Adicción a Instagram	Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chavez y Vallejos-Flores, 2021).	Unidimensional	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Ordinal

3.4. Instrumentos

Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995) versión traducida al español de (Urrego et al., 2017)

Escala diseñada originalmente por Patton et al. (1995) en Estados Unidos, tiene por objetivo medir el nivel de impulsividad general, y en sus subtipos cognitiva, motora y no planificada. La versión completa y original presenta 30 ítems que responden a tres dimensiones: impulsividad cognitiva (8 ítems), impulsividad motora (10 ítems) e impulsividad no planificada (12 ítems). La prueba cuenta con ítems inversos (1, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 17, 19, 22, 24 y 30), es aplicable para personas de 16 a más años de edad, a su vez permite un puntaje global y por dimensiones, entre sus opciones de respuesta presenta las siguientes alternativas: 1= *raramente o nunca*, 2= *ocasionalmente*, 3= *a menudo* y 4= *siempre o casi siempre*.

La versión original del instrumento presenta evidencias de validez factorial bajo el análisis factorial confirmatorio, el cual señalaba la existencia de tres factores que explicaban más de un 40% de la varianza global, dicho análisis fue efectuado por Patton et al. (1995) en tres muestras, la primera de ellas constituida por 412 universitarios, una segunda muestra conformada por un total de 248 personas con diagnóstico psiquiátrico y el último grupo constituido por 164 personas encarceladas, revelando evidencias de validez de criterio, dado que, existieron diferencias significativas en los grupos ($p < .05$), de igual forma reportaron adecuados indicadores de consistencia interna en el instrumento al ser analizada la confiabilidad en cada grupo muestral: estudiante universitarios ($\alpha = .82$), pacientes con diagnóstico psiquiátrico ($\alpha = .83$) e internos de un penal ($\alpha = .80$).

La traducción al español en el instrumento fue realizada por Urrego et al. (2017) en una muestra similar al estudio original, contando con la participación de: universitarios

($n=126$), personas con algún diagnóstico vinculado a la impulsividad ($n=86$) e internos de un penal ($n=98$) en Bogotá- Colombia, los resultados de la confiabilidad en dicho análisis fueron adecuados ($\alpha=.79$) señalando consistencia interna en la prueba, además, el criterio de expertos señaló que era un instrumento adecuado para ser aplicado con fines de investigación.

Para fines de este trabajo fueron revisadas las evidencias psicométricas del BIS-11 en una muestra piloto conformada por 250 participantes, estos resultados debidamente detallados se encuentran en el Anexo F de este trabajo, no obstante, se precisa que, el ajuste no fue adecuado para la estructura original, $\chi^2(402) = 1220.5, p < .001$, CFI = .663, RMSEA = .082, SRMR = .124. Es así que se planteó la reespecificación removiendo los ítems inversos además de los ítems 3, 23 y 28 por tener cargas factoriales por debajo de .20. Obteniendo un modelo reducido y con buen ajuste, $\chi^2(74) = 181.7, p < .001$, CFI = .911, RMSEA = .069, SRMR = .070.

Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988) versión traducida al español de (Arechabala & Miranda, 2002)

Escala desarrollada por Zimet et al. (1988) para la evaluación percibida referente al apoyo social. En su forma completa se encuentra constituida por 12 ítems que evalúan la percepción de apoyo social y comprende tres dimensiones: familia (4 ítems), amigos (4 ítems) y otros especiales (4 ítems). La escala no posee ítems inversos, es aplicable para adolescentes y adultos, a su vez permite un puntaje global y por dimensiones, entre sus opciones de respuesta presenta las siguientes alternativas: 1= *muy fuertemente en desacuerdo*, 2= *fuertemente en desacuerdo*, 3= *ligero desacuerdo*, 4= *ni de acuerdo ni en desacuerdo*, 5= *ligeramente de acuerdo*, 6= *fuertemente de acuerdo* y 7= *muy fuertemente de acuerdo*.

Para estimar las evidencias de validez de la escala original, Zimet et al. (1988) realizó un análisis factorial exploratorio, donde la solución factorial por componentes principales

indicó existencia de tres factores con valores propios mayores a 1, de otro lado, la consistencia interna de la escala total obtenida con coeficiente Alfa fue de ($\alpha=.85$), indicando alta confiabilidad. La traducción al español del instrumento reveló según Arechabala y Miranda (2002) en una muestra de 76 adultos mayores de Chile, una confiabilidad adecuada de ($\alpha=.81$) bajo el método de consistencia interna y, además, reportaron valores oscilantes entre ($\alpha=.72$ a $.84$) para la confiabilidad por dimensiones.

Igualmente, en este trabajo se planteó la revisión psicométrica del instrumento, tomando en cuenta la exploración teórica de las dimensiones presentadas en su versión original, sin embargo, la dimensión otros, teóricamente resulta similar en sus reactivos a la dimensión amigos, en ese sentido, se optó por proponer una estructura de dos factores correlacionados, la cual incluiría únicamente a las dimensiones: familia y amigos, en tanto, tras el análisis factorial del modelo propuesto se obtuvo un buen ajuste, $\chi^2(19) = 53.7$, $p < .001$, CFI = .966, RMSEA= .077, SRMR = .040, así también, las consistencias internas encontradas con los coeficientes omega resultaron entre los valores .90 y .93 siendo óptimas, los detalles sobre el análisis en mención se detallan en el Anexo F de este trabajo.

Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006) versión al español de (Copez et al. 2016)

Escala diseñada en contexto estadounidense por Olson et al. (2006) permite valorar la comunicación en el entorno familiar, se encuentra conformada por 10 ítems, y es de estructura unidimensional, permitiendo una puntuación global, además, no presenta ítems inversos, y es aplicable para jóvenes y adultos. Posee cinco opciones de respuesta: 1= *extremadamente insatisfecho*, 2= *generalmente insatisfecho*, 3= *indeciso*, 4= *generalmente satisfecho* y 5= *extremadamente satisfecho*.

En los datos de la versión original Olson et al. (2006) reporta una confiabilidad de ($\alpha=.90$), señalando adecuada consistencia interna en el instrumento, al ser aplicado a 2465 adultos. A su vez, en el estudio de Copez et al. (2016) en 491 universitarios de Lima con edades entre 16 a 28 años, señalaron presencia de una estructura unidimensional, tanto a nivel exploratorio (GFI =.99, RMCR =.06), como también en el análisis factorial confirmatorio ($\chi^2=80.31$; $\chi^2/gl=2.36$; CFI =1.00; GFI =.995; AGFI =.992; RMSEA =.000; RMR =.050), en lo que respecta a la confiabilidad indicaron un valor de ($\alpha=.88$) para el coeficiente Alfa.

Para fines de esta investigación se revisaron las evidencias psicométricas del instrumento, cuyos detalles se aprecian en el Anexo F de este trabajo, indicando que al efectuar el análisis confirmatorio del modelo original se obtuvo un ajuste no adecuado, $\chi^2(35) = 169.2$, $p < .001$, CFI = .972, RMSEA = .112, SRMR = .040. Es así que se procedió con una reespecificación permitiendo la covarianza de los ítems 3 y 4 ($r = .30$), 5 y 9 ($r = .23$), y 2 y 7 ($r = -.36$) obteniéndose un ajuste adecuado, $\chi^2(32) = 111.3$, $p < .001$, CFI = .983, RMSEA = .090, SRMR = .031. Igualmente, el coeficiente de consistencia interna con corrección por errores correlacionados fue de $\omega = .91$.

Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012) versión breve al español de (Vallejos-Flores et al. 2018)

Instrumento cuya versión breve (BFAS-6) fue revisada por primera vez en contexto peruano, se encuentra constituida por 6 ítems de la escala original, que tienen por objetivo valorar la adicción a Facebook, los ítems cuentan con las siguientes opciones de respuesta tipo Likert: 1= *muy raramente*, 2= *raramente*, 3= *a veces*, 4= *a menudo* y 5= *muy a menudo*, no presenta reactivos inversos, y se encuentra dirigido para adultos.

En lo que refiere a las evidencias de validez de la prueba, Vallejos-Flores et al. (2018) evaluaron dicha propiedad en una muestra de estudiantes universitarios peruanos ($n=510$)

encontrando en el análisis factorial confirmatorio que la prueba se ajustaba a una estructura unidimensional (CFI =.994, TLI =.990, SRMR =.032, RMSEA=.061), a su vez presentó una confiabilidad adecuada ($\alpha=.84$). Esta información se confirma, tras efectuar un estudio piloto en este trabajo, hallando a través de un análisis factorial confirmatorio un ajuste adecuado, $\chi^2(9) = 25.0$, $p < .001$, CFI = .994, RMSEA= .076, SRMR= .027. En cuanto a la confiabilidad por consistencia interna resultante fue de $\omega = .91$. Los resultados descriptivos y las cargas factoriales de los ítems se pueden observar en detalle en el Anexo F de este trabajo.

Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chávez & Vallejos-Flores, 2021) versión original

Es una versión modificada del Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS; Andreassen et al., 2012) en su versión breve en español (BFAS-6) revisada por Vallejos-Flores et al. (2018) en Perú. La prueba cuenta con 6 ítems y es de estructura unidimensional. Además, presenta las siguientes alternativas de respuesta: 1= *muy raramente*, 2= *raramente*, 3= *a veces*, 4= *a menudo* y 5= *muy a menudo*. Permite obtener un puntaje total del constructo adicción a Instagram, es aplicable para adultos. Las evidencias de validez y confiabilidad de la prueba fueron evaluadas en estudiantes universitarios peruanos ($n=200$), obteniendo como resultado que se ajusta a una estructura unidimensional (RMSEA =.075; CFI =.998) y además posee buena confiabilidad: Alfa ($\alpha=.925$) y Omega ($\omega=.931$).

Finalmente, en este trabajo se abordó un estudio piloto que permitió la revisión del instrumento BIAS, cuyos resultados constataron a estructura original de la prueba, en tanto, se obtuvo un ajuste adecuado, $\chi^2(9) = 20.3$, $p < .001$, CFI = .998, RMSEA = .064, SRMR = .018. La confiabilidad por consistencia interna fue de $\omega = .95$. Para mayor detalle de los aportes psicométricos, estos pueden visualizarse en el Anexo F de este trabajo.

3.5. Procedimiento

Para el proceso de recolección de datos, se recabó la información de forma virtual, consignando el consentimiento informado, datos sociodemográficos y los instrumentos de medición, para ello, se creó un formulario virtual de encuesta en la plataforma Google, permitiendo socializar dicha encuesta a través de un link. Al ingresar al link, cada participante podía decidir si continuar o no con la investigación, dando su conformidad de participación voluntaria (consentimiento informado), seguidamente encontraban algunas preguntas vinculadas a datos sociodemográficos, una vez, culminados dichos aspectos el evaluado procedía a brindar sus respuestas en las escalas en formato virtual bajo el siguiente orden: impulsividad, apoyo social, comunicación familiar, adicción a Facebook e Instagram.

Se calculó que el proceso de evaluación culminaría en aproximadamente 30 minutos. El link de evaluación fue socializado a los participantes en coordinación con los docentes a cargo de las aulas pertenecientes a la casa de estudios participante de esta investigación, se sugirió que las evaluaciones sean realizadas en horas del día para menguar el efecto fatiga. No se consideraron aquellas encuestas que presentaban campos incompletos al ser recibidas.

Culminado el proceso de recolección de la información, se llevó a cabo el análisis estadístico y fueron elaboradas las tablas correspondientes a cada objetivo formulado, asimismo, se realizó la discusión de los hallazgos, junto con conclusiones y recomendaciones para lograr efectuar la publicación de la presente tesis.

3.6. Análisis de datos

El desarrollo de esta investigación contempló dos fases estadísticas, detalladas a continuación (Sánchez, 2019; Trujillo et al., 2015):

Un primer análisis se llevó a cabo a modo de estudio piloto ($n= 250$) en el cual de forma inicial se realizó el análisis descriptivo de las variables de estudio calculándose la media (M) como medida de tendencia central y la desviación estándar (DE) como medida de variabilidad, esto en consideración de los valores asimetría ($g1$) que sea menores de 3 y curtosis ($g2$) menores a 10, ambos en valor absoluto (Kline, 2016) y que indican la pertinencia del cálculo de las anteriores medidas. Se realizó el análisis factorial confirmatorio de cada una de las escalas a fin de evaluar las evidencias de validez basadas en la estructura interna de cada una de estas. El estimador usado para las escalas de Impulsividad, Comunicación familiar, Adicción al Facebook y Adicción al Instagram fue el WLSMV (mínimos cuadrados ponderados con media y varianza ajustadas), por ser un estimador con robustez para el tratamiento con escalas de indicadores de tipo ordinal (Kline, 2016; Lei & Wu, 2012), mientras que se usó el estimador MLR para la escala de Apoyo social, el que es un estimador robusto para variables continuas y con correcciones de normalidad multivariada implicadas en los resultados inferenciales como el error estándar de estimación (Kline, 2016; Muthen & Muthen, 2017). La evaluación del ajuste se obtuvo con el índice de ajuste comparativo (CFI), el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y la raíz media cuadrática residual estandarizada. Se usaron los valores $\geq .90$ en CFI como evidencia favorable de ajuste al modelo (Bentler, 1990), así como de $\leq .100$ en RMSEA (MacCallum, et al., 1996) y $SRMR < .080$ (Browne & Cudeck, 1992). Para el análisis de confiabilidad se usó el análisis de consistencia interna con el coeficiente omega (McDonald, 1999). También se consideró la fórmula de corrección del coeficiente omega cuando en caso se tenga errores correlacionados (Raykov, 2004).

Consecutivamente, se efectuó el desarrollo central de la investigación con la muestra final ($n= 305$), para la evaluación del modelo explicativo con modelamiento de ecuaciones estructurales se usó el estimador MLR, con los mismos valores de para los índices de ajuste

mencionados líneas anteriores. Finalmente, se describieron los niveles en las variables con ayuda de porcentajes y frecuencias, asimismo, se efectuó el cálculo de estadísticos descriptivos de tendencia central y variabilidad para cada una de las variables de estudio.

Se precisa que, para los análisis de descriptivos iniciales y administración de la base de datos se usó el software IBM SPSS Statistics en su versión 26. El software empleado en los procedimientos de modelamiento de ecuaciones estructurales es el paquete lavaan en su versión 0.6-12 en R de versión 4.2.1.

3.7. Consideraciones éticas

En la presente investigación se tomaron en cuenta los principios de la bioética, con la finalidad de que se regule y vele por el cuidado de todas las personas involucradas en el desarrollo de este trabajo, en ese sentido, considerando los aportes de Olivero et al. (2008) fue necesario el cumplimiento de cuatro principios, el primero de ellos es el de autonomía, que abarcaría el derecho a la privacidad y confidencialidad de los datos aportados por los participantes de la investigación, asimismo, la voluntad de dichos participantes para continuar o retirarse de la investigación en el momento que así lo decidan, este principio se rige bajo la consigna de que toda participación con propósitos investigativos debe ser voluntaria.

Un segundo principio de la bioética es el de justicia, que implicó un trato igualitario, digno, y con respeto a cada una de las personas involucradas en la investigación, seguidamente, se encuentra el principio de beneficencia que indicaría propiamente las ventajas y aportes que trajo consigo el formar parte de una investigación, asimismo, tenemos el principio de no maleficencia señalando que el ser partícipes de este trabajo no causaría algún tipo de daño, en tanto, lo expuesto se sustenta en la Declaración de Helsinki, dónde también se indica el uso del consentimiento informado como documento prioritario en toda investigación (Asociación Médica Mundial [AMM], 2013; Olivero et al., 2008).

Finalmente, los aspectos mencionados se avalaron también por lo reportado en el Colegio de Psicólogos del Perú (CPP, 2017) en su código de ética y deontología capítulo III, dónde el Artículo 24° refiere también del uso correcto del consentimiento informado, en el Artículo 25° se solicita como prioridad preservar la salud psicológica de los participantes de toda investigación, mientras que, a través del Artículo 26° se indica la presentación de trabajos haciendo uso correcto de citas y referencias, excluyendo todo tipo de plagio, respetando así las normas de redacción propuestas por la (American Psychological Association [APA], 2020a).

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis del modelo estructural

Inicialmente, las puntuaciones de las variables de estudio se escalaron entre los valores entre 0 y 30 a fin de facilitar su lectura. En la Tabla 7 se tiene la matriz de correlaciones y los resultados descriptivos de *M* y *DE*, además de la asimetría (*A*). Los resultados de correlación se encuentran entre -.04 y .63 en valor absoluto. Con respecto a Apoyo social, esta se calculó como promedio de las dimensiones de Familia y Amigos, no considerándose la dimensión otros al tener en su redacción contenido similar a la segunda de la última de las dimensiones mencionadas, respaldando este procedimiento en la previa revisión psicométrica, efectuada a dicho instrumento a través del análisis a su estructura interna, información que se detalla en la Tabla 14.

Tabla 7

Estadísticos descriptivos, consistencias internas y correlaciones para las variables de estudio

Variables	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>A</i>	1	2	3	4	5	6	7
1. Impulsividad cognitiva	12.8	6.2	0.4	–						
2. Impulsividad motora	9.3	4.8	0.7	.55***	–					
3. Impulsividad no planificada	3.7	5.1	1.7	.27***	.44***	–				
4. Apoyo social	21.2	5.5	-1.0	-.06	-.20***	-.14	–			
5. Comunicación familiar	17.9	5.6	-0.7	-.14	-.16**	-.04	.63***	–		
6. Adicción a Facebook	8.0	6.8	0.8	.35***	.44***	.42***	-.16**	-.09	–	
7. Adicción a Instagram	7.1	7.1	0.9	.35***	.33***	.34***	-.12*	-.08	.54***	–

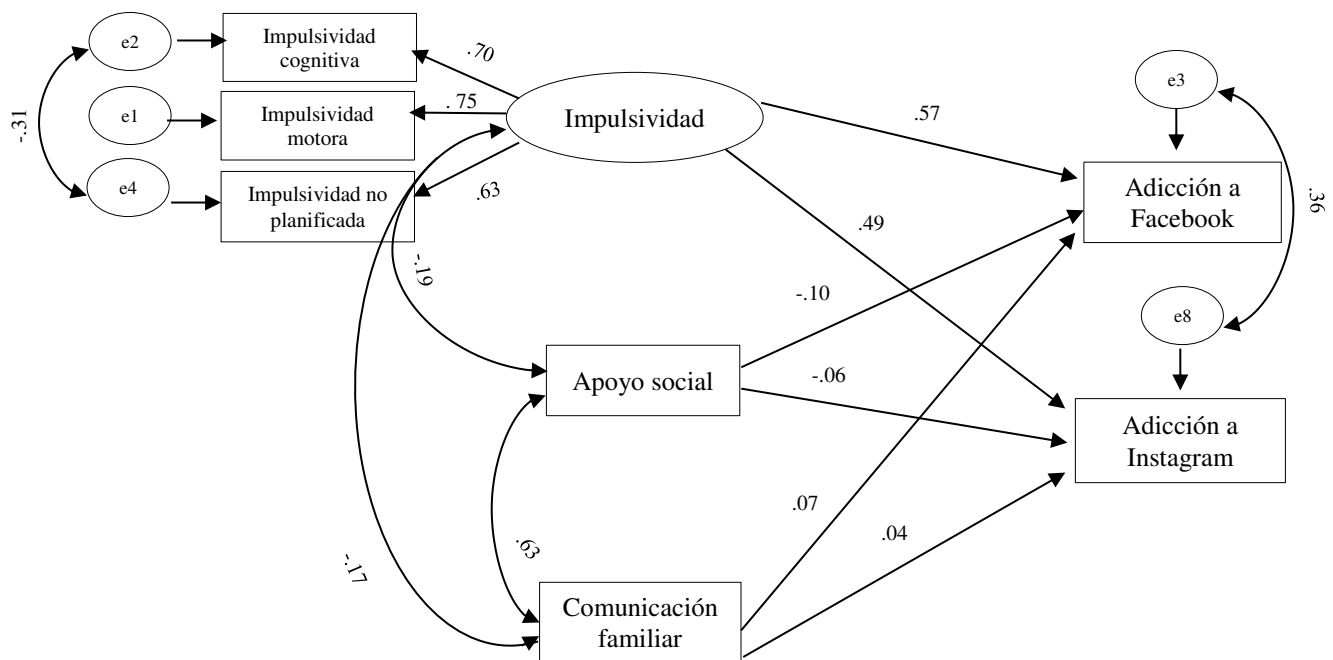
Nota. *** $p < .001$. ** $p < .010$. * $p < .050$.

En el análisis de modelo teórico inicial se obtuvo un ajuste no adecuado, $\chi^2(8) = 31.4$, $p < .001$, CFI = .949, RMSEA = .098, SRMR = .038. Sin embargo, mediante la lectura de los índices de modificación se estableció la covarianza entre los errores de Impulsividad

cognitiva e Impulsividad no planificada, $r = -.31$, obteniéndose de esta forma un buen ajuste, $\chi^2(7) = 20.1$, $p = .005$, CFI = .971, RMSEA = .078, SRMR = .030, confirmándose de esta forma la hipótesis general de investigación. Sobre las hipótesis HE1 y HE2, se confirmó el efecto de Impulsividad en Adicción a Facebook, $\beta = .57$, $p < .001$, y la Adicción a Instagram, $\beta = .49$, $p < .001$. De la misma forma, también se confirmó H3 sobre la relación entre Apoyo social y Adicción a Facebook, $\beta = -.10$, $p = .200$. Finalmente, no se confirmó el efecto de Apoyo social en Adicción a Instagram, así como de Comunicación familiar en Adicción a Facebook e Instagram. Además, se obtuvo que la variabilidad explicada en Adicción a Facebook y Adicción a Instagram fueron de 34% y 24%, respectivamente. Estos resultados pueden visualizarse en la Figura 2.

Figura 2

Resultados del modelo estructural explicativo de la adicción a Facebook y a Instagram



Nota. Se muestran los coeficientes de regresión estandarizados

4.2. Resultados descriptivos

En función a la Tabla 8, se aprecia que los evaluados presentan en su mayoría un nivel medio de impulsividad con 44,6%, seguido por una alta impulsividad la cual se presenta en el 30.8% de participantes, así también un 24.6% de los estudiantes presentan niveles bajos de impulsividad.

Tabla 8

Niveles de impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima

Niveles	Impulsividad	
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	75	24.6%
Medio	136	44.6%
Alto	94	30.8%
Total	305	100%

Lo observado en la Tabla 9, permite indicar que el 46.6% de los participantes presenta un nivel medio de apoyo social, mientras que, el 29.2% percibe un bajo apoyo social, por otro lado, el 24.3% de participantes indicaron un alto nivel de apoyo social.

Tabla 9

Niveles de apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima

Niveles	Apoyo social	
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	89	29.2%
Medio	142	46.6%
Alto	74	24.3%
Total	305	100%

En función a los datos de la Tabla 10, se reporta que, el 50.8% de los estudiantes participantes perciben en un nivel medio la comunicación familiar, seguidamente, se encuentra que, el 27.9% percibe un bajo nivel de comunicación familiar. Así también, se encontró que, el 21.3% percibe en un nivel alto la comunicación en su contexto familiar.

Tabla 10

Niveles de comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima

Niveles	Comunicación familiar	
	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	85	27.9%
Medio	155	50.8%
Alto	65	21.3%
Total	305	100%

De acuerdo con lo observado en la Tabla 11, se halló presencia de un uso adictivo a Facebook en el 26.9% de participantes, mientras que, el 21% manifiesta abuso hacia dicha red social. Por otro lado, se halló que, el 52.1% mantiene un uso normal hacia Facebook.

Tabla 11

Niveles de adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima

Niveles	Adicción a Facebook	
	Frecuencia	Porcentaje
Uso normal	159	52.1%
Abuso	64	21%
Uso adictivo	82	26.9%
Total	305	100%

Los datos expuestos en la Tabla 12, permiten indicar que el 28.9% de participantes presenta un uso adictivo a Instagram, así también, se halló presencia de abuso en el acceso a Instagram para el 22.3% de estudiantes. Finalmente, se halló que, el 48.9% mantiene un uso normal hacia Instagram.

Tabla 12

Niveles de adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima

Niveles	Adicción a Instagram	
	Frecuencia	Porcentaje
Uso normal	149	48.9%
Abuso	68	22.3%
Uso adictivo	88	28.9%
Total	305	100%

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como se señaló anteriormente el objetivo del estudio fue determinar la validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima. Para la realización de dicho análisis del cual parte la propia hipótesis general como también las hipótesis específicas, se planteó la evaluación del modelo explicativo, a través de un modelamiento de ecuaciones estructurales y al ser una técnica estadística multivariada permite valorar la evidencia empírica del modelo por medio de relaciones explicativas entre determinadas variables que previamente han sido detalladas.

En tanto, la hipótesis general de este trabajo logra confirmarse, pues el modelo obtuvo un buen ajuste; $\chi^2(7) = 20.1$, $p = .005$, CFI = .971, RMSEA = .078, SRMR = .030, no obstante, este fue hallado tras determinar la covarianza entre los errores de Impulsividad cognitiva e Impulsividad no planificada, $r = -.31$. Así también corresponde indicar que, a partir de la evaluación del ajuste al modelo planteado se desprenden los hallazgos en las hipótesis específicas, aceptándose únicamente las hipótesis HE1 y HE2, en las que se confirmó el efecto de Impulsividad en Adicción a Facebook, $\beta = .57$, y la Adicción a Instagram, $\beta = .49$. Al igual que, la HE3, la cual también confirmó la relación entre Apoyo social y Adicción a Facebook, $\beta = -.10$. Con referencia a las hipótesis: HE4, HE5 e HE 6, estas no logran aceptarse, por el contrario, se rechazan, indicando que, el Apoyo social no se relaciona con la Adicción a Instagram, así como la Comunicación familiar no presenta relación alguna con la Adicción a Facebook e Instagram.

Esto indicaría que, a partir del modelo obtenido, índices elevados de impulsividad junto con un bajo apoyo social explican la adicción a Facebook, mientras que, la adicción a Instagram sería explicada únicamente por la impulsividad. Esta información se respaldaría en evidencias previas que se obtuvieron a partir de los estudios de Papachristou et al. (2012)

quienes explican que los individuos que poseen alta sensibilidad, con dificultad para aplazar los estímulos que actúan como refuerzos positivos, resultan ser incapaces de inhibir una respuesta, teniendo dificultades para controlarse e induciéndose al craving entendiéndose también como un deseo o necesidad psicológica de continuar en este caso con el acceso a la conducta adictiva.

Información similar es la que aportan Koob y Volkow (2010) al señalar que, las personas impulsivas suelen manifestar urgencia positiva motivada, esto indicaría que, la persona espera recibir una gratificación al percibir sensaciones de ansiedad o estrés, las cuales pueden generarse en contexto de socialización virtual a través de redes como Facebook e Instagram, pues muchas veces los usuarios se sitúan a la espera de algún mecanismo de refuerzo social (notificaciones, likes o mensajes privados).

Este aporte resulta semejante a lo que planteó a nivel nacional Soriano (2019) en Ica, indicando que la impulsividad estaba altamente relacionada con la adicción a redes sociales en universitarios, igualmente, en España, con los aportes de Malo et al. (2018) al concluir que una alta impulsividad se presenta como un factor de riesgo frente al uso adictivo de redes sociales virtuales en estudiantes adolescentes, lo clave de dicho estudio antecedente es que adicionalmente los autores, hallaron elementos del ámbito familiar, los cuales también se posicionaban como elementos predictivos de la adicción a redes sociales, lo cual no ocurrió en la presente investigación, ya que, la variable comunicación familiar no se logra relacionar con la adicción a Facebook e Instagram.

No obstante, dicha diferencia se puede justificar al conocer características disímiles en la muestra de ambos estudios, pues el trabajo de Malo et al. (2018) tiene como participantes a adolescentes de 11 a 18 años, mientras que, en este trabajo, la muestra estuvo conformada por jóvenes de 18 a 25 años, siendo un factor importante la etapa de desarrollo, pues por teoría es preciso indicar que en periodos como la adolescencia, la familia es percibida con mayor

relevancia, esto no quiere decir que para los adultos jóvenes el ámbito familiar no sea importante, pero al evaluar la implicancia que este contexto tiene frente al acceso de plataformas de socialización virtual, la situación ha tenido un resultado variante, siendo recomendable explorar otros elementos del ámbito familiar, como es el caso de la satisfacción familiar, funcionamiento familiar, pues se trató de participantes que se encuentran conviviendo en su esfera familiar aún, por lo que convendría ahondar más en dicho tema, otro punto de aporte respecto a ello sería considerar variables específicas del contexto de pareja, pues durante la juventud dicho tema adquiere mucha relevancia.

Este último sustento es compatible con los aportes de Loro (2015) en España, quien al explorar la relación entre comunicación familiar y la adicción a redes sociales en universitarios 19 a 24 años, indicó ausencia de resultados significativos, sugiriendo seguir indagando respecto a otros elementos del ámbito familiar que pueden adquirir relevancia frente a adicciones a redes sociales virtuales.

Por otra parte, en cuanto a los aportes del apoyo social como variable explicativa en la adicción a Facebook, existen estudios precedentes como el de Riva et al. (2016) que señala que, en actualidad muchos de los jóvenes con un consumo activo hacia redes sociales suelen adherirse a dichos medios, con el afán de satisfacer necesidades de afiliación y autorrealización que no se han visto satisfechas en una interacción social directa. Según, Kuss y Griffiths (2017) las redes sociales virtuales proveen o se instauran como medio para la obtención de autoexpresión y apoyo social. Asimismo, Caiza (2013) reveló que el consumo problemático hacia redes sociales, responde a la falta de apoyo social, además, el autor señala específicamente que las personas que acceden en exceso a las nuevas tecnologías, suelen tener déficits en sus habilidades sociales, situación que genera problemas para un contacto social directo.

En concordancia con lo indicado, Gonzáles y Estévez (2017) en España, efectuaron una investigación, que, si bien no es semejante en su integridad, no obstante, aborda variables semejantes, en dicho estudio exploran la relación entre el apoyo social frente a un uso problemático del internet, en adultos de 18 a 30 años, en ese sentido, el análisis de regresión que efectuaron los autores dio a conocer que el apoyo social posee un efecto modulador en el uso problemático del internet, refiriendo que, cuanto menor es el apoyo social, mayor riesgo habrá de efectuar un uso problemático del internet. Si bien las redes sociales, son servicios que se ofrecen dentro del acceso a la internet, este aporte sustenta el vínculo evidenciado entre apoyo social y adicción a Facebook, a pesar de ello, resulta importante indicar que dicha condición no se cumplió con la red social Instagram, por lo que sería conveniente seguir ahondando en esta variable (apoyo social), pues posiblemente existan elementos moduladores que no se han considerado en este estudio y podrían favorecer a la relación con la adicción a la red social Instagram, así también es conveniente indicar que, la relación que se halló con la adicción a Facebook, fue aceptable de acuerdo con el valor estadístico hallado $\beta = -.10$, no obstante, sería recomendable continuar indagando en función a dicho aporte, de modo que, a futuro se presenten hallazgos con mayor precisión.

Ahora si bien, las razones que explican la causa de que el apoyo social se relacione con la adicción a Facebook y no a Instagram, pueden fundamentarse también, en la preferencia de uso, siendo importante considerar a futuro dicha variable (preferencia de uso), ya que, los jóvenes en la actualidad, pueden optar en algunos casos por invertir mayor tiempo en una que otra red social, recordemos también que Instagram en comparación a Facebook es una red social de menor tiempo en el mercado y por ende menor número de usuarios, en tanto, se presume que, una preferencia de acceso a la red social Facebook, incitaría que ante la ausencia de apoyo social, los jóvenes opten por permanecer más tiempo en dicha red social, en concordancia con ello, Verano (2013) indica que, el sector universitario es uno de

los principales consumidores de Facebook. Sobre Instagram, los aportes revelan también que es una red virtual muy empleada por jóvenes, pero el hablar de un uso adictivo hacia la misma, se posiciona como un constructo relativamente nuevo, no obstante, en ambos casos es conveniente seguir indagando en los aportes que el apoyo social tiene como elemento modulador frente a dicha conducta adictiva.

Aunado a lo informado, en este trabajo se plantearon objetivos complementarios que permitieron visibilizar la situación actual de cada elemento estudiado, encontrando que, un 30.8% de participantes presentaban altos niveles de impulsividad, un 29.2% bajos niveles de apoyo social, el 27.9% percibieron niveles bajos de comunicación familiar, asimismo, se reportó un uso adictivo a Facebook en el 26.9% de estudiantes participantes y un uso adictivo a Instagram en el 28.9%.

Esta información revelaría que; un poco más de la cuarta parte de evaluados, presentan indicadores de riesgo respecto a elementos que tienen implicancia en su funcionamiento psicosocial, tal es el caso de un actuar inmediato, con ausencia de premeditación e irreflexivo (Cloninger, 1987). Así también, una percepción empobrecida respecto a sus estructuras de apoyo, lo cual afecta a su estima o valoración propia (Zimet et al., 1988). Ello también, revelaría que dichos estudiantes perciben en déficit la expresión de ideas, opiniones e intercambios que se dan en el ámbito familiar (Antolínez, 1991). Asimismo, se indicaría que un considerable grupo de estudiantes participantes presenta un comportamiento problemático en cuanto al acceso que adquieren a plataformas de socialización virtual como Facebook e Instagram (Griffiths, 2005).

Frente a lo expuesto, es conveniente a modo de sugerencia considerar la aplicación de acciones preventivas y/o de intervención que aporten en la salud emocional de los participantes y así su funcionamiento psicosocial se vea resguardado, tomando en cuenta los datos significativos que se han generado a partir de este estudio.

De otro lado, se describen las limitaciones presentadas en esta investigación, en primera instancia los procedimientos de reespecificación en los instrumentos de recolección de datos, pues evidentemente extendieron la fase de desarrollo del estudio, sin embargo, fue un proceso necesario de considerar, con el propósito de asegurar hallazgos válidos.

Así también, en cuanto a aspectos procedimentales en la recopilación de los datos, es preciso señalar que, se tomó más tiempo de lo estimado, pues la convocatoria de evaluación se llevó a cabo de forma virtual, dadas las condiciones que trajo consigo la pandemia por Covid-19, cabe indicar que, aun cuando dicho aspecto tomó mayor espacio de tiempo, igualmente, logró efectuarse con éxito.

Por otra parte, se consideró como limitación la ausencia de estudios previos que guardasen con exactitud información similar, pese a ello, se cumplió con el propósito de discusión de los hallazgos, considerando otros elementos de respaldo frente a dicho proceso, como es el caso de información teórica importante y/o estudios antecedentes que compartían características semejantes, sobre ello, cabe precisar que, al tratarse de un estudio que brinda un modelo explicativo inicial, dicha situación es justificable.

Es preciso señalar que, los resultados obtenidos a través de la presente investigación se circunscriben en específico al grupo participante de la misma, debido a las consideraciones metodológicas aportadas en el proceso de muestreo y recolección de datos, además, más allá de las limitaciones presentadas, las cuales se lograron afrontar con alternativas sustentables, este trabajo, muestra significativas contribuciones respecto a elementos (impulsividad y apoyo social) que adquieren un rol explicativo frente al uso adictivo a Facebook e Instagram, según se detalló en líneas anteriores, y ello a su vez, genera aportes específicos a considerarse en la práctica clínica desde la psicología clínica y de la salud, sumando también a líneas de investigación como: adicciones, salud mental, entre otras.

Por último, el presente estudio arroja una implicancia teórica y práctica. Es teórica pues contribuye en la literatura psicológica con un modelo que da a conocer qué; índices elevados de impulsividad junto con un bajo apoyo social explican la adicción a Facebook, mientras que, la adicción a Instagram sería explicada únicamente por la impulsividad, en tanto dicha información da lugar a un importante antecedente para futuras investigaciones, sumando contenidos relevantes para el conocimiento psicológico en diversas líneas de investigación. En la implicancia práctica sugiere la creación de programas de prevención y/o intervención partiendo de la información detallada en este trabajo, que tome en consideración los elementos que poseen un vínculo explicativo con la adicción a Facebook e Instagram, abordándolos como factores de riesgo o protección, de manera que, esta visión aporte de forma específica a la resolución y/o soporte de la problemática detectada.

VI. CONCLUSIONES

1. El modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022, obtuvo un buen ajuste; $\chi^2(7) = 20.1$, $p = .005$, CFI = .971, RMSEA = .078, SRMR = .030. Esto indicaría que, índices elevados de impulsividad junto con un bajo apoyo social explican la adicción a Facebook, mientras que, la adicción a Instagram sería explicada únicamente por la impulsividad.
2. La impulsividad se relaciona positivamente con la adicción a Facebook ($\beta = .57$) en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022. Esto significa que, niveles elevados de impulsividad explican la presencia de una conducta adictiva a Facebook en los participantes.
3. La impulsividad se relaciona positivamente con la adicción a Instagram ($\beta = .49$) en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022. Esto significa que, niveles elevados de impulsividad explican la presencia de una conducta adictiva a Instagram en los participantes.
4. El apoyo social se relaciona negativamente con la adicción a Facebook ($\beta = -.10$) en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022. Esto significa que, un bajo apoyo social explica la presencia de una conducta adictiva a Facebook en los participantes.
5. El apoyo social no se relaciona con la adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.
6. La comunicación familiar no se relaciona con la adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.
7. La comunicación familiar no se relaciona con la adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.

8. La impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022, predomina en un nivel medio con 44.6%, seguido por una alta impulsividad la cual se presenta en el 30.8% de participantes, así también un 24.6% de los estudiantes presentan niveles bajos de impulsividad.
9. El apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022, predomina en un nivel medio para el 46.6%, seguido por un bajo apoyo social el cual se presenta en el 29.2% de evaluados, por otro lado, el 24.3% de participantes indicaron un alto nivel de apoyo social.
10. La comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022, predomina en un nivel medio para el 50.8% de participantes, seguidamente, se encuentra que, el 27.9% percibe un bajo nivel de comunicación familiar. Así también, se encontró que, el 21.3% percibe en un nivel alto la comunicación en su contexto familiar.
11. En estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022, la adicción a Facebook e Instagram se halló en el 26.9% y 28.9% respectivamente.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere considerar la postulación de un modelo similar, en el cual se propongan variables del ámbito familiar, diferentes a la comunicación familiar, tal es el caso de: satisfacción familiar, funcionamiento familiar, entre otras, que permitan acercar al modelo con elementos que procedan del contexto familiar, ya que, en este estudio no se logró evidenciar la variable de dicha área como un elemento explicativo de la adicción a Facebook e Instagram.
2. Es necesario tomar en cuenta el desarrollo de este estudio en otros grupos poblacionales que permitan un acceso equitativo a la muestra en función al género, de modo que, el modelo pueda ser evaluado considerando dicho elemento sociodemográfico, pues en el presente trabajo el grupo conformado por varones era reducido en comparación al grupo de mujeres, y esto correspondía a un aspecto propio de la población estudiada. En ese sentido, no se pudo verificar si el sexo, adquiere un efecto moderador en las relaciones que plantea este modelo, sugiriendo dicha propuesta a futuros investigadores.
3. A partir de estos hallazgos considerar estudios psicométricos que de forma específica aborden versiones actualizadas de las pruebas encargadas de medir la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar, pues dado el análisis previo que se efectuó a los instrumentos: BIS-11, EMASP y FCS, se hallaron observaciones, las cuales si bien fueron re-especificadas en este estudio, sería conveniente considerar un análisis exhaustivo a nivel instrumental, que permita abordar los cambios en la estructura interna de dichas herramientas y estas sean publicadas como aporte a la evaluación psicológica.
4. En función a estas evidencias, se recomienda considerar la creación de programas que permitan la prevención de la Adicción a Facebook e Instagram, partiendo de las

nociones teóricas alcanzadas en este trabajo, contemplando la impulsividad como factor principal de riesgo y un bajo apoyo social en el caso de la Adicción a Facebook.

5. Por último, es necesario considerar como propuesta alterna, el desarrollo de investigaciones con objetivos similares pero que sean planteados desde metodologías diferenciadas, tal es el caso de estudios cuasiexperimentales, de corte longitudinal, que permitan adquirir un alcance complementario a lo hallado en este trabajo y/o nuevos aportes.

VIII. REFERENCIAS

- Alhabash, S. y Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?. *Social Media + Society*, 3(1), 1–13. doi:10.1177/2056305117691544
- Alonso, C. y Romero, E. (2017). El uso problemático de nuevas tecnologías en una muestra clínica de niños y adolescentes. Personalidad y problemas de conducta asociados. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 45(2), 62-70. <https://www.actaspsiquiatria.es/repositorio/19/106/ESP/19-106-ESP-62-70-502038.pdf>
- Álvarez, S. (2013). *Apoyo social percibido como factor protector de los trastornos de la conducta alimentaria* [Tesis de licenciatura; Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio institucional de la Universidad Abierta Interamericana: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC112793.pdf>.
- Álvarez, S. (2011). *Estrategias de comunicación para padres con hijos adolescentes* [Tesis de maestría; Universidad Abierta Interamericana]. Repositorio institucional de la Universidad Abierta Interamericana: <https://estrategias-de-comunicacion-para-padres-con-hijos-adolescentes>
- American Psychological Association. (2020a). *Manual of publications of the American Psychological Association* (7th. ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Andreassen, C. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>

- Andreassen, C., Torsheim, T., Brunborg, G., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*(2), 501-517. doi: 10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517
- Antolínez, B. (1991). Comunicación familiar. *Avances en enfermería, 9*(2), 37-48. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/16768>
- Araujo, E. (2015). De la adicción a la adicción a internet. *Revista psicológica Herediana, 10* (1-2), 47-56. <https://revistas.upch.edu.pe/index.php/RPH/article/view/3023/2921>
- Arechabala, C. y Miranda, C. (2002). Validación de una escala de apoyo social percibido en un grupo de adultos mayores adscritos a un programa de hipertensión de la región Metropolitana. *Ciencia y enfermería, 8*(1), 49-55. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95532002000100007>
- Asociación Médica Mundial. (2013). *Declaración de Helsinki de la AMM - Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos*. <http://www.isciii.es/ISCIII/es/contenidos/fd-investigacion/fd-evaluacion/fd-evaluacion-etica-investigacion/Declaracion-Helsinki-2013-Esp.pdf>
- Asociación Mexicana de Internet. (2015). *Décimo primer estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015*. Sitio web: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/11-Estudio-sobrelos-habitos-de-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-2015/lang,es-es/?Itemid=>
- Ato, M., López, J. y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038-1059. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>

- Barnes, H. y Olson, D. (1982). Parent-adolescent communication scale. En D. Olson, H. McCubbin, H. Barnes, A. Larsen, M. Muxen, y W. Wilson (Eds.), *Family inventories: Inventories used in a national survey of families across the family life cycle* (pp. 33-48). University of Minnesota Press.
- Barratt, E, Stanford, M., Kent, T., & Felthous, A. (1997). Neuropsychological and cognitive psychophysiological substrates of impulsive aggression. *Biological Psychiatry*, 4, 1045-1061. doi: 10.1016/s0006-3223(96)00175-8
- Barratt, E, Stanford, M., Dowdy, L, Liebman, M., & Kent, T. (1999). Impulsive and premeditated aggression: a factor analysis of self-reported acts. *Psychiatry Research*, 86, 163-173. doi: 10.1016/s0165-1781(99)00024-4
- Barrón, A. (1996). *Apoyo social. Aspectos Teóricos y aplicaciones*. Siglo XXI.
- Becoña, E. (2006). *Adicción a nuevas tecnologías*. Nova Galicia Edicións.
- Belin, D., Mar, A., Dalley, J. Robbins, T., & Everitt, B. (2008). High Impulsivity Predicts the Switch to Compulsive Cocaine-Taking. *Science*. (320). doi: 1352-1354. 10.1126/science.1158136.
- Bentler, P. (1990). Comparative fit indices in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238–246.
- Bequir, S. (26 de Noviembre de 2019). Factores que influyen en las adicciones. *Instituto Castelao*. <https://www.institutocastelao.com/factores-que-influyen-en-las-adicciones/>
- Bernal, C. (2017). *Uso problemático de internet e impacto Negativo de WhatsApp en población Universitaria* [Tesis doctoral; Universidad de Murcia]. Repositorio institucional de la Universidad de Murcia:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405636/TCBR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D., & Griffiths, M. (2015). Can disordered mobile phone use be considered a behavioral addiction? An update on current evidence and a comprehensive model for future research. *Current Addiction Reports*, 2(2), 156-162. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>

Bronfenbrenner, U. (1987). *La Ecología del desarrollo humano*. Paidós.

Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of Human Development*. Harvard University Press.

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230–258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>

Brown, T. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2da Ed). Guilford

Bueno, G. (2007). El estudiante universitario y su entorno familiar. *Revista Griot*, 1(1), 29-35. <https://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/view/1922>

Caiza, T. (2013). *Adicción a internet y sus consecuencias en adolescentes de la ciudad de Quito* [Tesis de licenciatura; Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Repositorio institucional de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5936>

Calero, M. (2014). El discurso de WhatsApp: Entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17, 85-114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4860683>

Cantuarias, G. (2020). *Comunicación familiar y adicción a las redes sociales en estudiantes de nivel secundaria de Trujillo, 2019* [Tesis de licenciatura; Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Los
Ángeles de Chimbote:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16281/>

Casadiego, J., Martínez, C., Riatiga, A. y Vergara, E. (2015). *Habilidades de comunicación asertiva como estrategia en la resolución de conflictos familiares que permite contribuir al desarrollo humano integral en la familia* [Tesis de licenciatura; Universidad Nacional Abierta y a distancia]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Abierta y a distancia:
<https://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/3785/7/39048907%20.pdf>

Castro, C. (2019). *Riesgo de adicción a las redes sociales y comunicación familiar en adolescentes de una Institución Educativa* [Tesis de maestría; Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional de la Universidad Peruana Unión:
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2913/Carlos_Tesis_Maestro_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Cava, M. (2003). Comunicación familiar y bienestar psicosocial en adolescentes. *Encuentros en Psicología Social, 1*, 23-27. <https://www.uv.es/lisis/mjesus/9cava.pdf>

Chavez, A. y Vallejos-Flores, M. (2021). Diseño y validez de la Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS) en adultos peruanos. *Propósitos y Representaciones, 9*(1), e973. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9n1.973>

Chau, C. y Saravia, J. (2014). Adaptación Universitaria y Su Relación con la Salud Percibida en una muestra de jóvenes de Perú. *Revista Colombiana de Psicología, 23*(2), 269-284. <https://www.redalyc.org/pdf/804/80434236003.pdf>

- Cía, A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): Un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(4), 210-217. <https://www.redalyc.org/pdf/3720/372036946004.pdf>
- Clemente, L., Salas, E. y Guzmán, I. (2018). Adicción a redes sociales e impulsividad en universitarios de Cusco. *Revista de psicología de la Universidad Católica de San Pablo*, 8(1), 15-37. <http://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/119>
- Cloninger, C. (1987). A systematic method for clinical descriptions and classification of personality variants. *Archives of General Psychiatry*, 44, 573-588.
- Colás P., González, T. y De Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales. Motivaciones y usos preferentes. *Revista Comunicar*, 40(20), 15-23. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-03>
- Colegio de psicólogos del Perú. (2017). *Código de ética y Deontología*. https://www.cpsp.pe/documentos/marco_legal/codigo_de_etica_y_deontologia.pdf
- Contreras, L. (2017). Las redes sociales digitales como factor de proximidad entre la sociedad y los gobiernos subnacionales en México. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(12). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=503954320009>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlkbaum.

- Copez, A., Villarreal, D. y Paz, A. (2016). Propiedades psicométricas de la Escala de Comunicación Familiar en estudiantes universitarios. *Revista Costarricense de Psicología*, 35(1) 31-46. <http://dx.doi.org/10.22544/rcps.v35i01.03>
- Csibi, S., Griffiths, M., Cook, B., Demetrovics, Z., & Szabo, A. (2018). The psychometric properties of the Smartphone: Applications-Based Addiction Scale (SABAS). *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16, 393-403. doi: 10.1007/s11469-017-9787-2
- Cudris, L., Gutiérrez, R., Barrios, A., Manjarres, M. y Pérez, E. (2020). Comunicación familiar en universitarios colombianos. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 39(3), 246-250. https://www.revistaavft.com/images/revistas/2020/avft_3_2020/1_comunicacion.pdf
- De la Villa, M. (2019). Uso problemático de internet en adolescentes españoles y su relación con autoestima e impulsividad. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 37(1), 103-119. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.5029>
- Del Barrio, A. y Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571-576. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851785056>
- Del Valle, J. y Guerra, W. (2012). Multicolinealidad en modelos de Regresión Lineal Múltiple. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 21(4), 80-83. <http://scielo.sld.cu/pdf/rcta/v21n4/rcta13412.pdf>
- Dickman, S. (1990). Functional and dysfunctional impulsivity: personality and cognitive correlates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1), 95-102.

- Dickman, S. (2000). Impulsivity, arousal and attention. *Personality and individual differences* 28, 563-581. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(99\)00120-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(99)00120-8)
- Durá, E. y Garcés, J. (1991). La teoría del apoyo social y sus implicaciones para el ajuste psicosocial de los enfermos oncológicos. *Revista de psicología social*, 6(2), 257-271. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=111762>
- Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 37, 435-447. https://www.aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2), 91-96. <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- El Peruano. (16 de Marzo de 2020). Facebook es la red social más popular en el Perú. *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia-facebook-es-red-social-mas-popular-el-peru-93094.aspx>
- Elhai, J., Levine, J., Dvorak, R., & Hall, B. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.079
- Elliot, N. (2015). Instagram Is the King of Social Engagement. *Forrester*. http://blogs.forrester.com/nate_elliott/14-04-29Instagram_is_the_king_of_social_engagement

- Emarsys. (2019). *Top 5 Social Media Predictions for 2019*.
<https://emarsys.com/learn/blog/top-5-social-media-predictions-2019/>
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V. y Martínez, G. (2015). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia y trabajo*, 18(55), 16-22. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cyt/v18n55/art04.pdf>
- Escurra, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación inicial del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1).
<http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Espinar, E. y González, M. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Revista Feminismos*, (14), 87-106.
http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/13302/1/Feminismos_14_06.pdf
- Estévez, E., Murgui, S., Moreno, D. y Musitu, U. (2007). Estilos de comunicación familiar, actitud hacia la autoridad institucional y conducta violenta del adolescente en la escuela. *Psicothema*, 19(1), 108-113. <http://www.redalyc.org/pdf/727/72719116.pdf>
- Estévez, L., Bayón, C., De la Cruz, J. y Fernández-Líria, A. (2009). *Uso y abuso de Internet en adolescentes*. En E. Echeburúa, F. Labrador y E. Becoña (eds.). *Adicción a las nuevas tecnologías* (101-130). Pirámide
- Eysenck, H. (1987). *Personalidad y diferencias Individuales*. Ediciones Pirámide, S. A.
- Feldman, L., Goncalves, L., Chacón, G., Zaragoza, J., Bagés, N. y De Pablo, J. (2008). Relaciones entre estrés académico, apoyo social, salud mental y rendimiento académico en estudiantes universitarios venezolanos. *Universitas Psychologica*, 3 (7), 739-751. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/406>

- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527. <http://www.redalyc.org/html/582/58229682010/>
- Fernández, P. (2015). Nuevos patrones de integración social. El uso del Facebook y el Twitter en adolescentes y el impacto en su autoestima. *Revista de investigación en psicología social*, 1(2), 51-67. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/psicologiasocial/article/view/783>
- Flores, V. y Flores, K. (2012). *Análisis de la comunicación entre padres e hijos en el suburbio de Guayaquil con la propuesta de la creación de un programa educativo de treinta minutos en Ecuador tv* [Tesis de Licenciatura; Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2358>
- Frasca, G. (2001). *Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate*. Institute of Technology.
- García, J. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Salud y drogas*, 13(1), 5-13. <https://www.redalyc.org/pdf/839/83928046001.pdf>
- García, L. (2009). *Redes sociales y adolescencia*. CEAPA.
- George, D. y Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. (4. Ed.). Allyn & Bacon.
- Gil, J. y Castañeda, J. (2005). Una mirada al valor de p en investigación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(3), 414-424. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634308>

- González, N. y Estévez, A. (2017). El apoyo social percibido moderador entre el uso problemático de internet y la sintomatología depresiva en jóvenes adultos. *Health and Addictions*, 17(1), 53-62. <https://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/280>
- Gray, J., & McNaughton N. (2003). *The neuropsychology of anxiety: an enquiry into the functions of the septo-hippocampal system. Second Edition*. Oxford University Press.
- Griffiths, M. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M., & Larkin, M. (2004). Conceptualizing addiction: The case for a complex systems account. *Addiction Research and Theory*, 12, 99 – 102. <https://doi.org/10.1080/1606635042000193211>
- Griffiths, M., & Szabo, A. (2014). Is excessive online usage a function of medium or activity? An empirical pilot study. *Journal of Behavioral Addictions*, 3, 74-77. doi: 10.1556/JBA.2.2013.016
- Grossetti, M. (2009). ¿Qué es una relación social? Un conjunto de mediaciones diádicas. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 6 (2), 44-62. <https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v16-n1-grossetti>
- Guzmán, R. y Pacheco, M. (2014). Comunicación familiar y desempeño académico en estudiantes universitarios. *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*, 20(1), 79-91. <http://www.scielo.org.co/pdf/zop/n20/n20a08.pdf>

- Han, D., Kim, Y., Lee, Y., Min, K., & Renshaw, P. (2010). Changes in cue-induced, prefrontal cortex activity with videogame play. *Cyber psychology, Behavior and Social Networking*, 13(6), 655-661. doi: 10.1089/cyber.2009.0327
- Haro, E. (2018). *Adicción a redes sociales y funcionalidad familiar en estudiantes universitarios y egresados de Lima metropolitana* [Tesis de Licenciatura; Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3684/3/2018_Haro-Arrarte.pdf.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Ed.). McGraw Hill.
- Herrera, H., Pacheco, M., Palomar, L. y Zavala, A. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18, 6-18. <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>
- Holden, C. (2001). Behavioral addictions: do they exist?. *Science*, 294, 980-982. doi: 10.1126/science.294.5544.980
- House, H. (1981). *Work. Stress and social support*. Addison Wesley
- Hutt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Instituto Internacional de Estudios sobre la Familia. (2017). VI Barómetro de la Familia. *The family watch*. <https://www.thefamilywatch.org/wp-content/uploads/presentacion-barometro-tfw-vi-2017.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). *Número de alumnos/as matriculados en universidades públicas, 2010-2020*. <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indicetematico/university-tuition/>
- Ipsos. (12 de diciembre 2012). *Perfil del usuario de redes sociales*. https://www.ipsos.com/espe/search?search=Perfil%20del%20usuario%20de%20redes%20sociales%20&sort_by=created&sort_order=DESC&page=1
- Ipsos. (18 de Marzo de 2020). *Redes sociales en el Perú Urbano*. <https://www.ipsos.com/espe/redes-sociales-en-el-peru-urbano>
- Jiménez, L. y Pantoja, A. (2007). Autoestima y relaciones Interpersonales en sujetos adictos a Internet. *Psicología Segunda Época*, 26(1), 78- 89. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repsi/v26n1/v26n1a06.pdf>
- Jeong, S., Kim, H., Yum, J., & Hwang, Y. (2016). What type of content are smartphone users addicted to?: SNS vs. games. *Computers in Human Behavior*, 54, 10-17. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.035>
- Kacen, J., & Lee, J. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12,163-176. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08
- Kahn, R., & Antonucci, T. (1980). *Convoys over the life course: Attachment, roles, and social support*. Academic Press.
- Khantzian, E., & Albanese, M. (2008). *Understanding addiction as self medication. Finding hope behind the pain*. Rowman & Littlefield.

- Keith, T. Z. (2019). Multiple Regression and Beyond. In *Multiple Regression and Beyond: An Introduction to Multiple Regression and Structural Equation Modeling*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315162348>
- Kemp, S. (2018). Digital in 2018. *We are social*.
<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digitalreport-2018>
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de Investigación en las ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158-170.
doi: 10.1556/2006.7.2018.15
- Kline, R. (2016). *Principles and practice of structural equation modelling* (4th ed.). The Guilford Press.
- Koob, G., & Volkow, N. (2010). Neurocircuitry of Addiction. *Neuropsychopharmacology Reviews*, 35, 217-238. <https://doi.org/10.1038/npp.2009.110>
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311-328. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lee, E., Lee, J., Moon, J., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556. doi: 10.1089/cyber.2015.015

- Lee, Z., & Cheung, C. (2014). Problematic use of social networking sites: The role of self-esteem. *International Journal of Business and Information*, 9(2), 143-159. doi: 10.6702/IJBI.2014.9.2.1
- Lei, P. W., & Wu, Q. (2012). Estimation in structural equation modeling. In *Handbook of structural equation modeling* (pp. 164–180). The Guilford Press.
- Leiva, J. y Urzúa, A. (2018). Craving en adicciones conductuales: propuesta de un modelo teórico explicativo en la adicción a Facebook y mensajería instantánea. *Terapia psicológica*, 36(1), 1-8. <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-48082017000300001>
- Lin, N., Simeone, S., Ensel, W., & Kuo, W. (1979). Social ad empirical test. *Journal of Health and Social Behavior*, 20(2), 108-119. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/479524/>
- Liu, M., & Lou, J. (2015). Relationships between peripheral blood dopamine level and internet addiction disorder in adolescents: a pilot study. *International Journal of Clinical and Experimental Medicine*, 8(6), 9943-9948. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26309680>
- Llanos, M. y Garrido, A. (2016). *Atención y Apoyo Psicosocial*. Síntesis.
- López, H. (2005). Estrategias de transmisión del valor de responsabilidad en el ámbito familiar. *Revista de ciencias y orientación familiar*, 31, 73-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1227295>
- Loro, A. (2015). *La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familiar* [Tesis doctoral; Universidad de Comillas]. Repositorio institucional de la Universidad de Comillas:

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/1089/TFM000133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Lucking, T. (2015). *Technogenic flourishing: a mixed methods inquiry into the impact of variable rewards on Facebook users' well-being* [Tesis doctoral; California Institute of Integral Studies]. Repositorio institucional de California Institute of Integral Studies <https://pqdtopen.proquest.com/doc/1707689820.html?FMT=ABS>
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram. Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252. doi: 10.1089/cyber.2014.0560
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and determination of sample size for covariance structure modeling of fit involving a particular measure of model. *Psychological Methods*, 13(2), 130–149.
- Malo, S., Martín, M. y Viñas, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Comunicar*, 56(26), 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Marchant, I. (1 de agosto de 2014). El estado de social media en México. *Comscore*. <https://www.comscore.com/lat/Insights/Blog/The-State-of-Social-Media-in-Mexico>
- McDonald, R. (1999). *Test theory: a unified treatment*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Mead, G. (2015). *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós.

- Montero, I., & León, O. G. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3), 847–862.
<https://www.redalyc.org/pdf/337/33770318.pdf>
- Morales, P. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales - Tamaño necesario de la muestra*. Data evalúa sitio web:
<http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/gral/taller2015/S0202EAC.pdf>
- Muthen, L., & Muthen, B. (2017). *MPlus user' guide* (8th ed.).
- Naranjo, M. (2005). Perspectivas sobre la comunicación. *Actualidades Investigativas en Educación*, 5(2), 1-32. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44750218>
- Navarro, N. (2016). La familia: un ambiente de conflicto y agresión. *Alternativas en psicología*, 36, 121-137.
<https://www.alternativas.me/attachments/article/139/La%20familia%20-%20un%20ambiente%20de%20conflicto%20y%20agresi%C3%B3n.pdf>
- Oliva, C. (2012). Redes sociales virtuales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *Aposta*, 1(54), 1-16. <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>
- Olivero, R., Domínguez, A. y Malpica, C. (2008). Principios bioéticos aplicados a la investigación epidemiológica. *Acta bioethica*, 14(1), 90-96.
<http://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2008000100012>
- Olson, D., & Gorall, D. (2006). *FACES IV & the Circumplex Model*. Life Innovations.
- Olson, D., Gorall, D., & Tiesel, J. (2006). *FACES IV Package. Administration Manual*. Life Innovations.

- Olson, D., Russell, C., & Sprenkle, D. (1989). *Cirumplex model: Systemic Assessment and Treatment of Families*. Haworth Press.
- Ortiz, M., Navarro, E., Guzmán, F., Rodríguez, L., López, K. y Rodríguez, L. (2019). Apoyo social percibido a través de Facebook, apoyo social familiar y el consumo de alcohol en adolescentes. *Health and Addictions*, 19(2), 103-110. <https://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/448/pdf>
- Osorio, E. (2018). *Relaciones intrafamiliares y apoyo social percibido en estudiantes universitarios* [Tesis de posgrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Federico Villarreal: <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3116>
- Papachristou, H., Nederkoorn, C., Havermans, R., Van Der Horst, M., & Hansen, A. (2012). Can't stop the craving: The effect of impulsivity on cue-elicited craving for alcohol in heavy and light social drinkers. *Psychopharmacology*. (219). 511-518. doi: 10.1007/s00213-011-2240-5
- Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. (2009). *Desarrollo humano* (11va Ed.). McGraw- Hill.
- Patton J., Stanford M., & Barratt, E. (1995). Factor structure of the Barratt Impulsiveness Scale. *Journal Clinic Psychological*, 51,768-774. https://www.researchgate.net/publication/14424955_
- Pedrosa, I., Juarros, J., Robles, A., Basteiro, J. y García, E. (2015). Pruebas de bondad de ajuste en distribuciones simétricas, ¿qué estadístico utilizar?. *Universitas Psychologica*, 14(1), 15-24. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64739086029>

- Peñalba, A. e Imaz, C. (2019). Dificultades en las relaciones interpersonales y Fear of Missing Out: ¿predictores del riesgo de adicción a las redes sociales? (Spanish). *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 36(3), 6-20. doi: 10.31766/repsij.v36n3a2
- Pereira, F. y Alonzo, T. (2016). Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos. *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 15(30), 51-64. doi: 10.22395/angr.v15n30a2
- Pimienta, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura*, 13, 263-276. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>
- Plath, D. (1975). Aging and social support. A presentation to the Committee on Work and Personality in the Middle Years. *Social Science Research Council*.
- Prades, M. y Carbonell, X. (2016). Motivaciones psicológicas y sociales para usar Instagram. *Communication Papers*, 5(9), 27-36. <https://www.recercat.cat/handle/2072/267447>
- Ramos, E. y Salinas, G. (2010). Vejez y apoyo social. *Revista de Educación y Desarrollo*, 69-76. http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/15/015_Ramos.pdf
- Raykov, T. (2004). Point and Interval Estimation of Reliability for Multiple-Component Measuring Instruments via Linear Constraint Covariance Structure Modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 11(3), 342-356. https://doi.org/10.1207/s15328007sem1103_3
- Restrepo, S. (2016). El uso y abuso de Facebook en estudiantes universitarios de Medellín. *Revista del hospital psiquiátrico de La Habana*, 13(1), 1-12. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revhospsihab/hph-2016/hphs161e.pdf>

- Reyes, C. y Carrasco, I. (2014). Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Nacional del Centro del Perú, 2013. *Apuntes en Ciencias Sociales*, 4(1), 87-100.
Dialnet-InteligenciaEmocionalEnEstudiantesDeLaUniversidadN-5124755.pdf
- Rial, A., Golpe, S., Gómez, P. y Barreiro, C. (2015). Variables asociadas al uso problemático de Internet entre adolescentes. *Salud y Drogas*, 15(1), 25-38.
<https://www.redalyc.org/pdf/839/83938758003.pdf>
- Riva G., Wiederhold B., & Cipresso P. (2016). *Psychology of social media: From technology to identity*. Managing Editor
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148.
<http://dx.doi.org/10.1556/JBA.3.2014.016>
- Sánchez, A. (2019). Uso de programas estadísticos libres para el análisis de datos: Jamovi, Jasp y R. *Revista perspectiva*, 20(1), 112-114.
<https://doi.org/10.33198/rp.v20i1.00026>
- Sánchez, E. (1998). Integración social y salud mental. *Revista de psicología social*, 13(3), 537-544. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=111905>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Editorial Bussines Suport
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Editorial Bussines Suport

- San Martín, J. y Barra, E. (2013). Autoestima, apoyo social y satisfacción vital en adolescentes. *Terapia psicológica*, 31 (3), 287-291. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082013000300003>
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students Facebook use. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 20, 67–75. <http://dx.doi.org/10.1027/1864-1105.20.2.67>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and context age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. doi: 10.1016/j.chb.2015.12.059
- Shumaker, S., & Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: closing conceptual gaps. *Journal of social issues*, 40(4), 11-36. <https://koutsifiles.wordpress.com/2012/08/shumaker-1984.pdf>
- Sobrino, L. (2008). Niveles de satisfacción familiar y de comunicación entre padres e hijos. Perú. *Av. Psicológica*, 16(1), 109-137. <http://www.unife.edu.pe/pub/revpsicologia/sastisfaccionfamiliar.pdf>
- Soriano, J. (2019). *Impulsividad y adicción a las redes sociales en estudiantes de una Universidad Nacional de Ica, 2019* [Tesis de Licenciatura; Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/36796>
- Sosa, F. y Zubieta, E. (2015). La experiencia de migración y adaptación sociocultural: identidad, contacto y apoyo social en estudiantes universitarios migrantes. *Psicogente*, 18(33), 36-51. <http://dx.doi.org/10.17081/psico.18.33.54>.

- Squillace, M., Picón, J. y Schmidt, V. (2011). El concepto de impulsividad y su ubicación en las teorías psicobiológicas de la personalidad. *Revista Neuropsicología Latinoamericana*, 3(1), 8-18. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rnl/v3n1/v3n1a02.pdf>
- Statista. (2019). *Number of daily active Instagram Stories users from October 2016 to January 2019 (in millions)*. <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/>
- Statista. (2020a). *Ranking de las principales redes sociales a nivel mundial según el número de usuarios mensuales activos en enero de 2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Statista. (2020b). *Las redes sociales preferidas en 2020*. <https://es.statista.com/grafico/13646/numero-de-usuarios-activos-mensuales-en-redes-sociales-y-servicios-de-mensajeria/>
- Statista. (2023). *Tasa de penetración de las redes sociales a nivel mundial en enero de 2023, por región*. <https://es.statista.com/estadisticas/512953/redes-sociales-penetracion-global-por-region/>
- Torres, M. (2019). *Fear of Missing Out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre Narcisismo y Autoestima* [Tesis doctoral; Universidad Ramon LLull]. Repositorio institucional de la Universidad Ramon LLull: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7572414>
- Trujillo, R., Hernández, A., Bueno, A. y Palacio, R. (2015). Consideraciones sobre el uso de los paquetes estadísticos en la enseñanza de la asignatura de Estadística en la carrera

de Medicina. *Revista Información Científica*, 92(4), 864-873.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551757244014>

Tustón, M. (2016). *La comunicación familiar y la asertividad de los adolescentes de noveno y décimo año de educación básica del Instituto Tecnológico Agropecuario Benjamín Araujo del Cantón Patate* [Tesis de licenciatura; Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional de la Universidad Técnica de Ambato:
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/20698>

Urrego, S., Valencia, O. y Villalba, J. (2017). Validación de la escala Barratt de impulsividad (BIS-11) en población bogotana. *Perspectiva psicológica*, 13(2), 143-157.

Valerio, G. y Serna, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(3), 19-28.
<https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>

Vallejos-Flores, M., Copez, A. y Capa, W. (2018). ¿Hay alguien en línea?: Validez y fiabilidad de la versión en español de la Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) en universitarios. *Health and Addictions*, 18(2), 175-184.
<https://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/394>

Vaux, A. (1990). An ecological approach to understanding and facilitating social support. *Journal of social and Personal Relationships*, 7, 507-518.
<https://doi.org/10.1177/0265407590074007>

Verano, P. (8 de abril de 2013). Facebook: ¿En qué momento se convierte en adicción? *PUCP.edu*.
<http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/facebook-en-que-momento-se-convierte-en-una-adiccion>

- Viladrich, C., Angulo, A. y Doval, E. (2017). A journey around alpha and omega to estimate internal consistency reliability. *Anales de Psicología*, 33(3), 755-782.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16752019034>
- Villafrade, L. y Franco, C. (2016). La familia como red de apoyo social en estudiantes universitarios que ingresan a primer semestre. *Espiral, Revista de Docencia e Investigación*, 6(2), 79-90.
<http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/ESPIRAL/article/view/1651>
- Villegas, A. (7 de enero de 2011). Estadísticas de redes sociales online en América Latina 2011. *Fastrack Media*. <http://spanish.fastrackmedia.com/blog/post/estadisticas-de-redes-sociales-online-en-america-latina-2011/>
- Vizcarra, E. (22 de junio de 2019). ¿Cuánto tiempo pasamos en redes sociales?. *La República*. <https://larepublica.pe/tecnologia/2019/06/22/cuanto-tiempo-pasamos-en-redes-sociales/>
- Wang, C., & Castañeda, C. (2008). The Role of Generational Status, Self-Esteem, Academic SelfEfficacy, and Perceived Social Support in College Students' Psychological Well-Being. *Journal of college counseling*, 11. <http://dx.doi.org/10.1002/j.2161-1882.2008.tb00028.x>
- Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1983). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.
- We are social & Hootsuite. (2020). *Digital 2020 Global Digital Overview*. Juanmejia sitio web: <https://www.juanmejia.com/wp-content/uploads/2020/02/Digital-2020-WeAreSocial-y-HootSuite.pdf>

- Zamora, M. (2016). Redes Sociales. *Blogspot*.
<http://evoredessociales.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.htm>
- Zimet, G., Dahlem, N., Zimet, S., & Farley, G. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30-41.
https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2
- Zuckerman, M. (1983). Sensation seeking and sports. *Personality and individual differences*, 4, 285-293. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(83\)90150-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(83)90150-2)
- Zuckerman, M. (2007). The sensation seeking scale V (SSS-V): Still reliable and valid. *Personality and individual differences*, 43, 1303-1305.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.03.021>
- Zuckerman, M., Kuhlman, D., & Camac, C. (1988). What lies beyond E and N Factor analyses of scales believed to measure basic dimensions of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 96- 107. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.1.96>

IX. ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables e indicadores	Método
	Hipótesis general	Objetivo general	Variable 1: Impulsividad	Tipo y diseño
	HG: Existirá validez en un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OG: Determinar la validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Instrumento: Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995). Dimensiones e ítems: Impulsividad cognitiva (4, 16 y 27). Impulsividad motora (2, 9, 12, 15, 18, 21, 26 y 29). Impulsividad no planificada (14, 20 y 25).	Tipo: investigación empírica de Enfoque: Cuantitativo (Hernández et al., 2014). Tipo: Básica (Sánchez & Reyes, 2015). Nivel: Explicativa (Sánchez et al., 2018). Diseño: Ex post facto, de corte transversal (Montero & León, 2007; Kerlinger & Lee, 2002).
	Hipótesis específicas	Objetivos específicos	Variable 2: Apoyo social	Población- muestra
		OE1: Determinar la relación entre impulsividad con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Instrumento: Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988). Dimensiones e ítems: Familia (3, 4, 8 y 11). Amigos (6, 7, 9 y 12).	N=1480 n=305 Estudiantes de pregrado de la facultad de psicología de una universidad pública de Lima.
		OE2: Determinar la relación entre impulsividad con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.		
		OE3: Determinar la relación entre apoyo social con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Variable 3: Comunicación familiar	Análisis de datos
	HE1: Existirá relación entre impulsividad con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE4: Determinar la relación entre apoyo social con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Instrumento: Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006) Dimensiones e ítems: Unidimensional (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10).	
	HE2: Existirá relación entre impulsividad con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE5: Determinar la relación entre comunicación familiar con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Variable 4: Adicción a Facebook	
	HE3: Existirá relación entre apoyo social con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE6: Determinar la relación entre comunicación familiar con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Instrumento: Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012) Dimensiones e ítems: Unidimensional (1, 2, 3, 4, 5 y 6).	Estudio piloto: Omega (confiabilidad), junto con el análisis factorial confirmatorio (AFC) para estimar las evidencias de validez de la estructura interna. Desarrollo de tesis: Porcentajes y frecuencias Evaluación del modelo explicativo con modelamiento de ecuaciones estructurales se usó el estimador MLR.
	HE4: Existirá relación entre apoyo social con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE7: Identificar los niveles de impulsividad en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Variable 5: Adicción a Instagram	
	HE5: Existirá relación entre comunicación familiar con adicción a Facebook en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE8: Identificar los niveles de apoyo social en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	Instrumento: Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chávez y Vallejos-Flores, 2021). Dimensiones e ítems: Unidimensional (1, 2, 3, 4, 5 y 6).	
	HE6: Existirá relación entre comunicación familiar con adicción a Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.	OE9: Identificar los niveles de comunicación familiar en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.		
		OE10: Identificar los niveles de adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022.		

¿Existe validez de un modelo que relaciona la impulsividad, el apoyo social y la comunicación familiar con la adicción a Facebook e Instagram en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2022?

Anexo B: Consentimiento informado

Estimado participante:

Luego de haber sido informado (a) de los objetivos y procedimientos de la investigación titulada: IMPULSIVIDAD, APOYO SOCIAL, COMUNICACIÓN FAMILIAR Y ADICCIÓN A FACEBOOK E INSTAGRAM EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE LIMA, 2022. Mediante este documento podrá indicar su aceptación en cuanto a su participación voluntaria en este trabajo, el cual se encuentra a cargo de Alexandra Chavez Santamaria, psicóloga y egresada de la Maestría en Psicología Clínica y de la Salud de la Universidad Nacional Federico Villarreal, con código de estudiante 2019310857.

De aceptar participar en la investigación, debe marcar "SI" en la casilla de abajo. En caso tenga alguna duda en relación a la investigación, solo debe comunicarse al siguiente correo: 2019310857@unfv.edu.pe (correo institucional de Alexandra Chavez Santamaria).

Yo: (indicar nombres y apellidos completos).

Documento de identidad:

Acepto participar de forma voluntaria en esta investigación:

Si

No

Gracias por su gentil colaboración

Anexo C: Ficha sociodemográfica

Estimado participante:

Completar la siguiente información:


Documento Nacional de Identidad		
Sexo	Hombre	Mujer
Indique su edad		
¿Eres usuario de Facebook y tu cuenta estuvo activa durante los últimos 3 meses?	Si	No
¿Eres usuario de Instagram y tu cuenta estuvo activa durante los últimos 3 meses?	Si	No
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus estudios?	Si	No
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus relaciones amicales?	Si	No
¿Crees que el uso de redes sociales ha afectado tus relaciones familiares?	Si	No


Gracias por su gentil colaboración

Anexo D: Autorización de uso de instrumentos de recolección de datos

Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11)

REQUEST AUTHORIZATION Recibidos x ↕ 🖨

 **Alexandra Chávez Santa María** <mstanford@hopeandhealingcenter.org> mar, 6 oct 2020, 19:07 ☆
 Good morning, My name is Alexandra Chavez Santamaria, Peruvian psychologist and master's student at the Federico Villarreal National University, I am preparing

 **Matt Stanford** <mstanford@hopeandhealingcenter.org> mié, 7 oct 2020, 07:39 ☆ ↶ ⋮
 para mí ▾


🌐 inglés ▾ > español ▾ [Traducir mensaje](#) Desactivar para: inglés x

Alexandra,

You certainly have my permission to use the BIS-11 in your research. I have attached several documents that should be helpful to you.

Best Regards,

Matthew S. Stanford, Ph.D.
 Chief Executive Officer



717 Sage Road • Houston, TX 77056
 Phone (713) 871-1004
www.honeandhealingcenter.org

Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP)


SOLICITO AUTORIZACIÓN Recibidos x ✕ 🖨

 **Alexandra Chávez Santa María** <investigacionespsicologiaperu@gmail.com> mar, 6 oct 2020, 18:26 ★ ↶ ⋮
 para marechab, claudia.miranda, alechs94 ▾

Estimada,

Mi nombre es Alexandra Chavez Santamaria, psicóloga y estudiante de maestría de la Universidad Nacional Federico Villarreal, me encuentro elaborando mi tesis de maestría, para tales fines solicito su amable colaboración mediante el permiso de uso de la prueba "Escala Multidimensional de Apoyo Social de Zimet", cuya disponibilidad original es gratuita, no obstante, me gustaría contar con su gentil aprobación, dado que usted publicó la versión al español en contexto peruano, tal y como figura en su artículo: VALIDACIÓN DE UNA ESCALA DE APOYO SOCIAL PERCIBIDO EN UN GRUPO DE ADULTOS MAYORES ADSCRITOS A UN PROGRAMA DE HIPERTENSIÓN DE LA REGIÓN METROPOLITANA. Los fines de mi solicitud son estrictamente académicos.

Agradezco su amable atención, esperando una inmediata respuesta.
 Saludos cordiales.
 Alexandra

 **Maria Cecilia Arechabala** <marechab@uc.cl> mié, 7 oct 2020, 08:38 ★ ↶ ⋮
 para mí, claudia.miranda@uv.cl, alechs94@gmail.com ▾

Estimada Alexandra: no hay problema que utilice el instrumento haciendo la referencia correspondiente
 Saludos Cordiales
 Cecilia

↶ Responder ↶ Responder a todos ↷ Reenviar

Escala de Comunicación Familiar (FCS)

SOLICITO AUTORIZACIÓN Recibidos x



Alexandra Chávez Santa María

mar, 6 oct 2020, 18:31 ☆

Estimado, Mi nombre es Alexandra Chavez Santamaria, psicóloga y estudiante de maestría de la Universidad Nacional Federico Villarreal, me encuentro elaborando m



anthony copez <anthonycopez22@gmail.com>

vie, 9 oct 2020, 12:10 ☆ ↶ ⋮

para mí ▾

Estimada Alexandra Chavez,

Es grato saludarla y a su vez agradecemos el interés en nuestro trabajo, puede usar nuestra versión de la escala de comunicación familiar (FCS) teniendo en cuenta el reconocimiento del Dr. David Olson como autor de la versión original. Por favor mantengame al tanto de sus futuros avances de la investigación.

Favor acuse de recibo este mensaje.

Saludos,

--

Ps. Anthony Copez-Lonzoy

Universidad San Ignacio de Loyola

Asociación Peruana de Profesionales de las Adicciones (APPADIC)

Instituto Peruano de Orientación Psicológica IPOPS

↶ Responder

↷ Reenviar

Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS)

SOLICITO AUTORIZACIÓN-BFAS Recibidos x



Alexandra Chavez Santamaria

sáb, 27 may, 13:20

Estimado, Mi nombre es Alexandra Chavez Santamaria, psicóloga y egresada de la maestría de la Universidad Nacional Federico Villarreal, me encuentro elaborando



miguel angel vallejos flores

11:33 (hace 3 horas)

para mí ▾

Estimada Alexandra

Un gusto para nosotros que hayas emprendido tu investigación en un área importante como las adicciones comportamentales, de nuestra parte como equipo de investigación el apoyo para el uso del instrumento para hacer realidad el estudio.

Exitos

Atte

--

Miguel Angel Vallejos Flores

Universidad Nacional Federico Villarreal - UNFV

Asociación Peruana de Profesionales de las Adicciones - APPADIC

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6380-3412>

SCOPUS-ID: 57203969765 <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57203969765>

Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Miguel_Vallejos-Flores

Scholar Google: <https://scholar.google.com.pe/citations?user=Wtba9jwAAAAJ&hl=es>

Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS)

SOLICITO AUTORIZACIÓN_BIAS Recibidos x



Alexandra Chavez Santamaria

sáb, 27 may, 13:21

Estimado, Mi nombre es Alexandra Chavez Santamaria, psicóloga y egresada de la maestría de la Universidad Nacional Federico Villarreal, me encuentro elaborando



miguel angel vallejos flores

11:33 (hace 3 horas)

para mí ▾

Estimada Alexandra

Un gusto para nosotros que hayas emprendido tu investigación en un área importante como las adicciones comportamentales, de nuestra parte como equipo de investigación el apoyo para el uso del instrumento para hacer realidad el estudio.

Exitos

Atte

--

Miguel Angel Vallejos Flores

Universidad Nacional Federico Villarreal - UNFV

Asociación Peruana de Profesionales de las Adicciones - APPADIC

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6380-3412>

SCOPUS-ID: [57203969765](https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57203969765) <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57203969765>

Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Miguel_Vallejos-Flores

Scholar Google: <https://scholar.google.com.pe/citations?user=Wtba9jwAAAAJ&hl=es>

Anexo E: Instrumentos de recolección de datos

Escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995)

Versión traducida al español: Urrego et al. (2017)

Versión adaptada: Chavez (2022)

No se detenga demasiado tiempo en ninguna de las oraciones. Responda rápida y honestamente marcando con un aspa (X) en función a las siguientes alternativas: 1= *raramente o nunca*, 2= *ocasionalmente*, 3= *a menudo* y 4= *siempre o casi siempre*.

Nº	ITEM	Raramente o nunca	Ocasionalmente	A menudo	Siempre o casi siempre
2	Hago las cosas sin pensarlas				
4	Mis pensamientos pueden tener gran velocidad (tengo pensamientos que van muy rápido en mi mente)				
9	Se me hace difícil estar quieto/a durante largos periodos de tiempo				
12	Digo las cosas sin pensarlas				
14	Cambio de trabajo frecuentemente (no me quedo en el mismo trabajo durante largos periodos de tiempo)				
15	Actúo impulsivamente				
16	Me aburro con facilidad tratando de resolver problemas en mi mente (me aburre pensar en algo por demasiado tiempo)				
18	Hago las cosas en el momento en que se me ocurren				
20	Cambio de vivienda a menudo (me mudo con frecuencia o no me gusta vivir en el mismo sitio por mucho tiempo)				
21	Compro cosas impulsivamente				
25	Gasto en efectivo o a crédito más de lo que gano (gasto más de lo que gano)				
26	Hablo rápido				
27	Tengo pensamientos extraños cuando estoy pensando (a veces tengo pensamientos irrelevantes cuando pienso)				
29	Me siento inquieto/a en clases o charlas (me siento inquieto/a si tengo que oír a alguien hablar durante un largo periodo de tiempo)				

Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988)

Versión traducida al español: Arechabala y Miranda (2002)

Versión adaptada: Chavez (2022)

Por favor, contesta las siguientes frases, marcando con una “X” la respuesta que consideres más apropiada según los siguientes valores: 1= *muy fuertemente en desacuerdo*, 2= *fuertemente en desacuerdo*, 3= *ligero desacuerdo*, 4= *ni de acuerdo ni en desacuerdo*, 5= *ligeramente de acuerdo*, 6= *fuertemente de acuerdo* y 7= *muy fuertemente de acuerdo*.

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7
3	Mi familia realmente me trata de ayudar							
4	Yo recibo el apoyo y ayuda emocional que necesito de mi familia.							
6	Mis amigos realmente tratan de ayudarme							
7	Puedo contar con mis amigos cuando las cosas van mal							
8	Puedo hablar de mis problemas con mi familia.							
9	Tengo amigos con quienes puedo compartir mis alegrías y dolores.							
11	Mi familia está dispuesta a ayudarme a tomar decisiones.							
12	Puedo hablar de mis problemas con mis amigos.							

Escala de Comunicación Familiar (FCS; Olson et al., 2006)

Versión al español: Copez et al. (2016)

Por favor, conteste a las siguientes afirmaciones entorno a la dinámica que se presenta en tu familia, selecciona la respuesta que consideres más apropiada, en función a las siguientes alternativas: 1= *extremadamente insatisfecho*, 2= *generalmente insatisfecho*, 3= *indeciso*, 4= *generalmente satisfecho* y 5= *extremadamente satisfecho*.

Nº	ITEM	1	2	3	4	5
1	Los miembros de la familia están satisfechos con la forma en que nos comunicamos					
2	Los miembros de la familia son muy buenos escuchando					
3	Los miembros de la familia se expresan afecto unos a otros					
4	Los miembros de la familia son capaces de preguntarse entre ellos lo que quieren					
5	Los miembros de la familia pueden discutir calmadamente sus problemas					
6	Los miembros de la familia discuten sus ideas y creencias entre ellos					
7	Cuando los miembros de la familia se preguntan algo, reciben respuestas honestas					
8	Los miembros de la familia tratan de entender los sentimientos de los otros miembros					
9	Cuando se enojan, los miembros de la familia rara vez se dicen cosas negativas unos a otros					
10	Los miembros de la familia expresan sus verdaderos sentimientos entre sí					

Escala de Adicción a Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012)

Versión breve al español: Vallejos et al. (2018)

A continuación, encontrará algunas preguntas sobre su relación y uso de Facebook. Elija la alternativa de respuesta para cada pregunta que mejor lo describa. No olvide responder (X) todas las preguntas teniendo las siguientes alternativas: 1= *muy raramente*, 2= *raramente*, 3= *a veces*, 4= *a menudo* y 5= *muy a menudo*.

	¿Con qué frecuencia durante el último año usted ha. . .	1	2	3	4	5
S1	...¿pasado buen tiempo pensando en Facebook o planeando su uso?					
W2	...¿sentido inquieto o preocupado cuando se le prohibió el uso de Facebook?					
M3	...¿usado Facebook con el fin de olvidar problemas personales?					
C4	...¿utilizado Facebook tanto que tuvo un impacto negativo en su trabajo o estudios?					
R5	...¿tratado de reducir el uso de Facebook sin éxito?					
T6	...¿sentido el impulso de usar Facebook cada vez más?					

Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS; Chávez y Vallejos-Flores, 2021)

A continuación, encontrará algunas preguntas sobre su relación y uso de Instagram. Elija la alternativa de respuesta para cada pregunta que mejor lo describa. No olvide responder (X) todas las preguntas teniendo las siguientes alternativas: 1= *muy raramente*, 2= *raramente*, 3= *a veces*, 4= *a menudo* y 5= *muy a menudo*.

	¿Con qué frecuencia durante el último año usted ha. . .	1	2	3	4	5
S1	...¿pasado buen tiempo pensando en Instagram o planeando su uso?					
W2	...¿sentido inquieto o preocupado cuando se le prohibió el uso de Instagram?					
M3	...¿usado Instagram con el fin de olvidar problemas personales?					
C4	...¿utilizado Instagram tanto que tuvo un impacto negativo en su trabajo o estudios?					
R5	...¿tratado de reducir el uso de Instagram sin éxito?					
T6	...¿sentido el impulso de usar Instagram cada vez más?					

Anexo F: Validez y confiabilidad de instrumentos

Para el proceso de validación de los instrumentos consignados en este estudio se contó con la participación de 250 estudiantes universitarios de 18 a 25 años, que cumplieran características similares a la muestra final de la investigación, encontrando lo siguiente:

Propiedades psicométricas de la escala de Impulsividad de Barratt (BIS-11; Patton et al., 1995) versión traducida al español de (Urrego et al., 2017)

Se realizó el análisis factorial confirmatorio de la estructura original de tres dimensiones correlacionadas obteniéndose un ajuste no adecuado, $\chi^2(402) = 1220.5$, $p < .001$, CFI = .663, RMSEA = .082, SRMR = .124. Es así que se plantea la reespecificación removiendo los ítems inversos además de los ítems 3, 23 y 28 por tener cargas factoriales por debajo de .20. Finalmente, se obtuvo un modelo con buen ajuste, $\chi^2(74) = 181.7$, $p < .001$, CFI = .911, RMSEA = .069, SRMR = .070. En la Tabla 13 se observa los resultados descriptivos y las cargas factoriales. También se tiene que las consistencias internas con valores entre .56 y .81.

Tabla 13

Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BIS-11

Ítem	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	F1	F2	F3
04. Mis pensamientos pueden tener gran velocidad (tengo pensamientos que van muy rápido en mi mente)	2.7	0.9	0.0	-0.7	.41		
16. Me aburro con facilidad tratando de resolver problemas en mi mente (me aburre pensar en algo por demasiado tiempo)	1.9	0.9	0.6	-0.4	.53		
27. Tengo pensamientos extraños cuando estoy pensando (a veces tengo pensamientos irrelevantes cuando pienso)	2.2	0.9	0.3	-0.8	.69		
02. Hago las cosas sin pensarlas	1.7	0.7	0.6	-0.6		.62	
09. Se me hace difícil estar quieto/a durante largos periodos de tiempo	2.2	0.9	0.4	-0.7		.52	
12. Digo las cosas sin pensarlas	1.7	0.7	1.0	0.7		.76	
15. Actúo impulsivamente	1.6	0.8	1.1	0.8		.75	
18. Hago las cosas en el momento en que se me ocurren	2.2	0.7	0.3	0.0		.37	
21. Compró cosas impulsivamente	1.6	0.8	1.1	0.3		.63	
26. Hablo rápido	2.3	0.8	0.3	-0.5		.47	
29. Me siento inquieto/a en clases o charlas (me siento inquieto/a si tengo que oír a alguien hablar durante un largo periodo de tiempo)	2.1	0.9	0.4	-0.7		.60	
14. Cambio de trabajo frecuentemente (no me quedo en el mismo trabajo durante largos periodos de tiempo)	1.4	0.7	1.6	2.0			.58
20. Cambio de vivienda a menudo (me mudo con frecuencia o no me gusta vivir en el mismo sitio por mucho tiempo)	1.3	0.6	2.4	5.3			.65
25. Gasto en efectivo o a crédito más de lo que gano (gasto más de lo que gano)	1.4	0.8	1.8	2.6			.73
Correlaciones entre factores					F1	F2	F3
F1. Impulsividad cognitiva					(.56)		
F2. Impulsividad motora					.85	(.81)	
F3. Impulsividad no planificada					.48	.67	(.70)

Nota. Entre paréntesis se muestra los coeficientes Omega de cada dimensión

Propiedades psicométricas de la Escala multidimensional de apoyo social percibido (EMASP; Zimet et al., 1988) versión traducida al español de (Arechabala & Miranda, 2002)

En el análisis factorial confirmatorio de la escala de Apoyo social para la estructura propuesta de dos factores correlacionados se obtuvo un buen ajuste, $\chi^2 (19) = 53.7$, $p < .001$, CFI = .966, RMSEA = .077, SRMR = .040. Los resultados descriptivos de los ítems y las cargas factoriales se pueden visualizar en la Tabla 14. Las consistencias internas con los coeficientes omega resultaron entre los valores .90 y .93.

Tabla 14

Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala EMASP

Ítem	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	F1	F2
03. Mi familia realmente me trata de ayudar	5.5	1.4	-1.3	1.1	.85	
04. Yo recibo el apoyo y ayuda emocional que necesito de mi familia.	5.3	1.5	-1.1	0.8	.91	
08. Puedo hablar de mis problemas con mi familia.	4.7	1.6	-0.7	-0.2	.73	
11. Mi familia está dispuesta a ayudarme a tomar decisiones.	5.3	1.4	-1.1	1.1	.82	
06. Mis amigos realmente tratan de ayudarme	5.3	1.3	-1.0	1.0		.83
07. Puedo contar con mis amigos cuando las cosas van mal.	5.3	1.4	-0.9	0.5		.91
09. Tengo amigos con quienes puedo compartir mis alegrías y dolores.	5.4	1.3	-1.2	1.5		.88
12. Puedo hablar de mis problemas con mis amigos.	5.2	1.4	-1.0	0.8		.86
Correlaciones entre factores					F1	F2
F1. Familia					(.90)	
F2. Amigos					.59	(.93)

Nota. Entre paréntesis se muestra los coeficientes Omega de cada dimensión

Propiedades psicométricas de la escala de Comunicación familiar (FCS; Olson et al., 2006) versión al español de (Copez et al. 2016)

En el análisis factorial confirmatorio del modelo original se obtuvo un ajuste no adecuado, $\chi^2(35) = 169.2$, $p < .001$, CFI = .972, RMSEA = .112, SRMR = .040. Es así que se procedió con una reespecificación permitiendo la covarianza de los ítems 3 y 4 ($r = .30$), 5 y 9 ($r = .23$), y 2 y 7 ($r = -.36$) obteniéndose un ajuste adecuado, $\chi^2(32) = 111.3$, $p < .001$, CFI = .983, RMSEA = .090, SRMR = .031. Los resultados descriptivos y las cargas factoriales de los ítems se pueden observar en detalle en la Tabla 15. El coeficiente de consistencia interna con corrección por errores correlacionados fue de $\omega = .91$.

Tabla 15

Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala FCS

Ítem	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	λ
01. Los miembros de la familia están satisfechos con la forma en que nos comunicamos	3.54	0.8	-0.8	0.5	.76
02. Los miembros de la familia son muy buenos escuchando	3.33	1.0	-0.7	-0.1	.85
03. Los miembros de la familia se expresan afecto unos a otros	3.46	1.0	-0.8	0.1	.79
04. Los miembros de la familia son capaces de preguntarse entre ellos lo que quieren	3.50	1.0	-0.7	0.0	.77
05. Los miembros de la familia pueden discutir calmadamente sus problemas	3.13	1.1	-0.5	-0.6	.79
06. Los miembros de la familia discuten sus ideas y creencias entre ellos	3.50	1.0	-0.8	0.2	.60
07. Cuando los miembros de la familia se preguntan algo, reciben respuestas honestas	3.65	0.9	-1.0	1.1	.81
08. Los miembros de la familia tratan de entender los sentimientos de los otros miembros	3.49	1.0	-0.8	0.1	.86
09. Cuando se enojan, los miembros de la familia rara vez se dicen cosas negativas unos a otros	2.89	1.2	-0.1	-1.0	.63
10. Los miembros de la familia expresan sus verdaderos sentimientos entre sí	3.43	1.0	-0.7	0.1	.80

Propiedades psicométricas de la escala de Adicción al Facebook de Bergen (BFAS; Andreassen et al., 2012) versión breve al español de (Vallejos-Flores et al. 2018)

En el análisis factorial confirmatorio del modelo original se obtuvo un ajuste adecuado, $\chi^2(9) = 25.0$, $p < .001$, CFI = .994, RMSEA = .076, SRMR = .027. Los resultados descriptivos y las cargas factoriales de los ítems se pueden observar en detalle en la Tabla 16. La confiabilidad por consistencia interna resultante fue de $\omega = .91$.

Tabla 16

Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BFAS

Ítem	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	λ
01. ...¿pasado buen tiempo pensando en Facebook o planeando su uso?	2.52	1.3	0.4	-0.9	.68
02. ...¿sentido inquieto o preocupado cuando se le prohibió el uso de Facebook?	1.74	1.0	1.5	1.6	.84
03. ...¿usado Facebook con el fin de olvidar problemas personales?	2.30	1.3	0.5	-0.8	.79
04. ...¿utilizado Facebook tanto que tuvo un impacto negativo en su trabajo o estudios?	1.84	1.1	1.2	0.7	.86
05. ...¿tratado de reducir el uso de Facebook sin éxito?	2.08	1.2	0.9	-0.2	.75
06. ...¿sentido el impulso de usar Facebook cada vez más?	1.90	1.1	1.1	0.4	.88

Propiedades psicométricas de la escala de Adicción al Instagram de Bergen (BIAS; Chávez & Vallejos-Flores, 2021)

En el análisis factorial confirmatorio del modelo original se obtuvo un ajuste adecuado, $\chi^2(9) = 20.3$, $p < .001$, CFI = .998, RMSEA = .064, SRMR = .018. Los resultados descriptivos y las cargas factoriales de los ítems se pueden observar en detalle en la Tabla 17. La confiabilidad por consistencia interna fue de $\omega = .95$.

Tabla 17

Cargas factoriales de la solución estandarizada del análisis factorial confirmatorio para la escala BIAS

Ítem	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>g1</i>	<i>g2</i>	λ
01. ...¿pasado buen tiempo pensando en Instagram o planeando su uso?	2.23	1.2	0.6	-0.8	.84
02. ...¿sentido inquieto o preocupado cuando se le prohibió el uso de Instagram?	1.69	1.0	1.3	0.7	.89
03. ...¿usado Instagram con el fin de olvidar problemas personales?	2.19	1.3	0.6	-0.8	.83
04. ...¿utilizado Instagram tanto que tuvo un impacto negativo en su trabajo o estudios?	1.75	1.1	1.3	0.9	.88
05. ...¿tratado de reducir el uso de Instagram sin éxito?	1.91	1.1	1.1	0.5	.87
06. ...¿sentido el impulso de usar Instagram cada vez más?	1.88	1.1	1.1	0.4	.91

Anexo G: Baremos percentiles de los instrumentos

Con el propósito de caracterizar las variables de estudio en función a niveles y/o categorías, los datos obtenidos en el estudio piloto ($n= 250$) facilitaron la obtención de puntajes percentiles, los cuales han permitido establecer baremos tentativos para cada instrumento de estudio.

En la Tabla 18 se observan los puntajes en percentiles para la escala BIS-11, así también, las categorías y/o niveles correspondientes.

Tabla 18

Puntajes percentiles en la escala BIS-11

Niveles	Pc	BIS-11
Bajo	5	18
	10	20
	15	21
	20	22
	25	22
Medio	30	23
	35	23.85
	40	24
	45	25
	50	25
	55	26
	60	27
	65	28
Alto	70	28
	75	30
	80	31
	85	33
	90	35
	95	37
Media		26.32
Desviación estándar		5.89
Mínimo		14
Máximo		56

En la Tabla 19 se observan los puntajes en percentiles para la escala EMASP, así también, las categorías y/o niveles correspondientes.

Tabla 19

Puntajes percentiles en la escala EMASP

Niveles	Pc	EMASP
Bajo	5	24
	10	31
	15	34
	20	37
	25	38.75
Medio	30	40
	35	41
	40	42
	45	43
	50	44
	55	45
	60	46
Alto	65	46
	70	47
	75	48
	80	49
	85	50
	90	51
	95	53
Media		42.42
Desviación estándar		8.56
Mínimo		8
Máximo		56

En la Tabla 20 se observan los puntajes en percentiles para la escala FCS, así también, las categorías y/o niveles correspondientes a dichos puntajes.

Tabla 20

Puntajes percentiles en la escala FCS

Niveles	Pc	FCS
Bajo	5	20
	10	24
	15	26
	20	28
	25	30
Medio	30	31
	35	32
	40	33
	45	34
	50	35
	55	36
	60	37
	65	38
Alto	70	39
	75	39
	80	40
	85	40
	90	41.9
	95	44
Media		34.11
Desviación estándar		7.21
Mínimo		10
Máximo		50

En la Tabla 21 se observan los puntajes en percentiles para la escala BFAS, así también, las categorías y/o niveles correspondientes a dichos puntajes.

Tabla 21

Puntajes percentiles en la escala BFAS

Niveles	Pc	BFAS
Uso normal	5	6
	10	6
	15	6
	20	7
	25	8
	30	8
	35	9
	40	10
	45	10
	50	11
Abuso	55	12
	60	13
	65	14
	70	15
Uso adictivo	75	16
	80	17
	85	18
	90	20
	95	24
Media		12.44
Desviación estándar		5.64
Mínimo		6
Máximo		30

En la Tabla 22 se observan los puntajes en percentiles para la escala BIAS, así también, las categorías y/o niveles correspondientes a dichos puntajes.

Tabla 22

Puntajes percentiles en la escala BIAS

Niveles	Pc	BIAS
Uso normal	5	6
	10	6
	15	6
	20	6
	25	6
	30	6
	35	7
	40	8
	45	9
	50	10
Abuso	55	11
	60	12
	65	13
	70	14
Uso adictivo	75	16
	80	17
	85	18
	90	21
	95	23.45
Media		11.55
Desviación estándar		5.91
Mínimo		6
Máximo		30