

Adaptación psicométrica del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales en una muestra de adultos salvadoreños

Psychometric adaptation of the Social Media Addiction Scale in a sample of adult Salvadoreans



URI: <http://hdl.handle.net/11298/1259>
DOI: <https://doi.org/10.5377/entorno.v1i73.14418>

Marlon Elías Lobos-Rivera¹
marlon.lobos@mail.utec.edu.sv

ORCID: 0000-0002-7995-6122

Web of Science Researcher ID (Publons): AAS-2268-2021

José Modesto Ventura-Romero²

jose.ventura@utec.edu.sv

ORCID: 0000-0003-3641-0442

Angélica Nohemy Flores-Monterrosa³

ORCID: 0000-0003-1856-9089

Víctor Manuel Umazor-Gómez⁴

ORCID: 0000-0002-8927-4774

Recibido: 13 de marzo 2022

Aceptado: 23 de mayo 2022

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo comprobar si el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (CARS) posee adecuados índices de validez y confiabilidad en el contexto salvadoreño. El estudio es de tipo instrumental con diseños transversal y retrospectivo. Se evaluaron a 300 adultos salvadoreños mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencionado. La media de edad general fue de 29.15 años, con una desviación estándar de 7.77. En las mujeres, la media de edad fue de 28.75 años, y la media de edad en los hombres fue de 29.81 años. La técnica de recolección de datos fue la encuesta digital. Los resultados revelaron que el CARS posee

Abstract

This article aims to prove if the Social Media Addiction Scale (SMAS) has adequate validity and reliability indexes in the Salvadorean context. This is an instrumental study with a transversal and retrospective design. A total of 300 Salvadorean adults were evaluated via a non-probabilistic, non-intentional sampling. The median age was 29.15 years old, with a standard deviation of 7.77. In women, this was 28.75 years old, and in men, 29.81 years old.

A digital survey was used to collect data. The findings revealed that SMAS has adequate validity

1 Licenciado en Psicología, Master en Docencia Universitaria, estudiante de Doctorado en Educación.

2 Doctor en Investigación Educativa (PhD), Vicerrector Académico, Universidad Tecnológica de El Salvador.

3 Egresada de Licenciatura en Psicología, Universidad Tecnológica de El Salvador.

4 Licenciado en Psicología, Universidad Tecnológica de El Salvador.

adecuados índices de validez de constructo, de criterio y confiabilidad para ser utilizado en el contexto salvadoreño; además, el análisis inferencial permitió comprobar que existen diferencias estadísticas en función de la edad, la residencia, el número de horas que dedica a las redes sociales y la cantidad de redes sociales que utiliza.

Palabras clave

Psicometría, Trastornos obsesivo – compulsivos, Ansiedad – Aspectos psicológicos, Conducta (Psicología), Impulsividad, Edad adulta – El Salvador – Aspectos sociales, Redes sociales.

indexes in its structure, criteria and reliability to be used in the Salvadorean context; also, the inferential analysis proved that there are statistical differences in relation to age, place of residency, the number of hours dedicated to social media and the amount of social networks they use.

Keywords

Psychometry, Obsessive-compulsive disorders, Anxiety – Psychological aspects, Behavior (Psychology), Impulsiveness, Adulthood – El Salvador – Social aspects, Social media.

Introducción

En la actualidad el uso de las redes sociales se ha convertido en una rutina cotidiana para algunas personas; para otras, como un medio de comunicación indispensable (Flores-Lagla et al., 2017). Debido a que los usuarios de redes sociales disponen de una diversidad de alternativas para compartir contenido, esto les ofrece experiencias amigables y significativas; del mismo modo, en el área comercial son utilizadas para crear contenidos positivos y satisfactorios, los cuales son valiosos para atraer a los consumidores (Barrio-Carrasco, 2017; Sánchez-Jiménez et al., 2019). En este sentido, las redes sociales se han transformado en un recurso de publicidad empresarial (López et al., 2018). Sin embargo, el uso excesivo genera importante afectación en el comportamiento, existen diversidad de estudios donde se evidencia como un nuevo tipo de adicción y lo relacionan con otras afectaciones negativas dentro de los aspectos psicológicos o sociales del individuo, por ejemplo, la depresión (Padilla-Romero y Ortega-Blas, 2017), la procrastinación entendiéndose está como la evasión o la postergación de actividades (Matalinares-Calvet et al., 2017), la dependencia generada por el uso de estas (Peña-García et al., 2019). Por otro lado, existen estudios que demuestran la adicción a las

redes sociales con base en la modalidad del estudio de los individuos (Valencia-Ortiz, Cabero-Almenara, y Garay, 2020), su rendimiento académico (Mendoza-Lipa, 2018), el comportamiento emocional (García del Castillo, J. A., García del Castillo-López, Á, Dias, P. C. y García-Castillo, F., 2019), el *ciberbullying* (Chiza-Lozano, Vásquez-Mendoza, y Ramírez-Vega, 2021); igualmente, se identifica el uso demasiado prolongado como un nuevo tipo de adicción (Antezana-Vargas y Alfaro-Urquiola, 2019; Peris, Maganto, y Garaigordobil, 2018; Rosario-Nieves y Ruiz-Santana, 2018; Valencia-Ortiz, Cabero-Almenara, Garay-Ruiz, y Fernández-Robles, 2021).

Es preciso tener presente que, a pesar de las afectaciones cognitivas y conductuales que genera la adicción a las redes sociales (Valencia-Ortiz et al., 2021), este tipo de adicción no se encuentra clasificado entre los trastornos relacionados con sustancia y trastornos adictivos descritos en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-5); tampoco se encuentra en la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-10). Por otra parte, la Asociación Americana de Psiquiatría (APA, 2014) menciona que las personas, cuando no utilizan las redes sociales en un período de tiempo prolongado, presentan conductas relacionadas con los criterios

diagnósticos de los trastornos adictivos, mostrando cambios en el estado de ánimo, sentimientos de preocupación, ansiedad, entre otros. Retomando otros aspectos de los manuales, conviene especificar que otras patologías han sido anexadas a los trastornos de adicción pese a no ser una sustancia en su finalidad, sino una actividad que provoca adicción, como lo son los juegos de internet. Cabe resaltar que el trastorno producido por los juegos de internet ha generado una serie de problemáticas, tanto que ha sido necesario ser incluido como diagnóstico preliminar en el DSM-5 (APA, 2014).

De acuerdo con Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021), las conductas adictivas hacia los juegos de internet generan deterioro funcional o sentimiento de angustia, provocando trastorno en la persona. En el caso de las redes sociales, conllevan similares comportamientos con los juegos de internet debido a que en ambas el individuo interactúa dentro de una plataforma con el fin de entretenimiento, pero que su uso prolongado puede llegar a crear una adicción. Según la APA (2014) la adicción es una alteración que se genera dentro del cuerpo del individuo, cuyas raíces pueden estar en aspectos biológicos, psicológicos y sociales debido a su consumo o uso, generando cambios en el individuo, como en el estado de ánimo, o procesos psicológicos. En El Salvador el uso de las redes sociales no es la excepción, puesto que más de la mitad de los habitantes utilizan por lo menos una red social, en la cual interactúan con otros usuarios. Según el estudio realizado por iLifebelt (2021), 3.5 millones de salvadoreños son usuarios de las redes sociales, lo cual representa un porcentaje proporcional alto, pues la cantidad de habitantes es de 6.4 millones, aproximadamente. Hay que destacar que en El Salvador no existen estudios relacionados con la adicción a las redes sociales, pese a las consecuencias que esta puede generar debido a un uso inadecuado o prolongado.

De acuerdo con un estudio realizado por Salas-Blas y Ecurra-Mayaute (2014), en el cual estudiaron el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios, demostraron que un 39,42 % de la muestra usaban

las redes sociales para comunicarse con amigos y familiares, en donde un 17,15 % sostenía que lo hacían porque la comunicación es rápida y fácil. Por otra parte, encontraron que en ocasiones los estudiantes permanecían más tiempo conectados en las redes sociales del que habían determinado, afirmando que tenían necesidad de permanecer conectados, expresando que al momento de entrar en las redes sociales perdían el sentido del tiempo, por lo tanto, los investigadores determinaron que estas afirmaciones pertenecen a los indicadores que se pueden presentar en los síntomas de adicción. En otro estudio realizado por Varchetta et al. (2020) a 306 estudiantes universitarios, se comprobó que 70,9 % de los individuos utilizan las redes sociales. Entre las aplicaciones más usadas destacan: WhatsApp (96,4 %), utilizado por más de 3 horas al día; Instagram (95,1 %), visitado más de 3 horas al día, y Facebook (69,9 %), usado menos de 1 hora al día. Debido a los aspectos antes mencionados, se plantean los siguientes interrogantes: ¿tendrá adecuados coeficientes de confiabilidad el CARS en una muestra salvadoreña?, ¿poseerá adecuados índices de validez de constructo y de criterio el CARS en el contexto salvadoreño? El objetivo de este estudio se centra en comprobar si el CARS posee adecuados índices psicométricos de validez y confiabilidad en el contexto salvadoreño, con el cual se pretenderá identificar si los adultos salvadoreños poseen características que estén relacionadas con los aspectos de la adicción a las redes sociales. En El Salvador validar un cuestionario sobre la adicción a las redes sociales es beneficioso, ya que no se cuenta con este tipo de instrumentos adaptados al contexto salvadoreño.

Método

Participantes

El estudio es de tipo instrumental. Se aplicaron los diseños retrospectivo y transversal (Ato, López y Benavente, 2013). Se utilizó un muestreo no probabilístico de tipo intencionado. La muestra fue de 300 salvadoreños. La técnica de recolección de datos fue la encuesta aplicada en la plataforma Google Forms.

La media de edad general fue de 29.15 años, con una desviación estándar (*SD*) de 7.77. En las mujeres, la media de edad fue de 28.75 años, con una *SD* de 7.66, y la media de edad en los hombres fue de 29.81 años, con una *SD* de 7.95. Las variables sociodemográficas se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Características sociodemográficas de la muestra

Características sociodemográficas	Frecuencia (%)
Edad	
De 18 a 23 años	78 (26,0)
De 24 a 28 años	83 (27,7)
De 29 a 33 años	64 (21,3)
De 34 a 63 años	75 (25,0)
Género	
Mujer	188 (62,7)
Hombre	112 (37,3)
Estado familiar	
Soltero/a	209 (69,7)
Casado/a	51 (17,0)
Acompañado/a	32 (10,7)
Separado/a	8 (2,6)
Residencia	
Urbana	248 (82,7)
Rural	52 (17,3)
Situación laboral	
Empleado/a	164 (54,7)
Desempleado/a	136 (45,3)
Horas dedicadas a las redes sociales	
De 1 a 3 horas	111 (37,4)
De 4 a 5 horas	114 (38,4)
De 6 a 8 horas	72 (24,2)
Tipo de conexión a internet que utiliza	
Wifi hogar	189 (63,0)
Wifi trabajo	21 (7,0)
Datos móviles	90 (30,0)
Cuántas redes sociales utiliza	
1 a 2 redes sociales	88 (29,4)
3 redes sociales	100 (33,3)
4 o más redes sociales	112 (37,3)

Instrumentos de medición

Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (Escurrea-Mayaute y Salas-Blas, 2014). Es un instrumento que mide adicción a las redes sociales, cuenta con 24 ítems, dividido en tres dimensiones. La escala de respuesta es de tipo Likert de cinco opciones, que van desde *nunca* hasta *siempre*. Los factores o dimensiones del cuestionario son los siguientes: *uso excesivo de las redes sociales*, conformado por los ítems 1, 4, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21; *obsesión por las redes sociales*, compuesto por los ítems 2, 3, 5, 6, 7, 13, 15, 19, 22, 23, y *falta de control personal en el uso de las redes sociales*, estructurado por los ítems 11, 12, 14, 20, 24. El instrumento cuenta con adecuada validez de constructo. La estructura de las tres dimensiones explica el 57,49 % de la varianza total. Además, el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) indica que el modelo de tres factores relacionados cuenta con adecuados índices de ajuste ($\chi^2(238) = 35.23$; $p < .05$; $\chi^2/gl = 1.48$; GFI = .92; RMR = .06; RMSEA = .04; AIC = 477.28). También cuenta con adecuada consistencia interna (uso excesivo de las redes sociales, $\alpha = .92$; obsesión por las redes sociales, $\alpha = .91$, y falta de control personal en el uso de las redes sociales, $\alpha = .89$).

Escala de Adicción a las Redes Sociales (Cabero-Almenara, Pérez-Díez de los Ríos y Valencia-Ortiz, 2020). Esta escala mide adicción a las redes sociales, cuenta con 28 ítems, divididos en cuatro dimensiones. La escala de respuesta es de tipo Likert de cinco opciones, que van desde *muy en desacuerdo* hasta *muy de acuerdo*. Los factores o dimensiones de la escala son los siguientes: *satisfacción*, cuyos ítems son el 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 13; *problemas* con los ítems 15, 16, 17, 19, 21, 22 y 23; *obsesión de estar informado*, conformado por los ítems 20, 24, 25, 26, 27, 28, y *necesidad/obsesión de estar conectado*, estructurado por los ítems 1, 2, 3, 12, 14 y 18. La prueba cuenta con adecuados índices de validez (índices de Análisis Factorial Exploratorio [AFE]: KMO = .94; $X^2 = 6416.77$; $p = .001$; 50,19 % de varianza total explicada; índices de AFC: GFI = .914; AGFI = .897 NFI = .876 SRMR = .048 RMSEA = .048) y confiabilidad, cuyos índices son mayores a .70 en las cuatro dimensiones. Para el

presente estudio, se realizaron análisis de consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo los siguientes índices: satisfacción, $\alpha = .87$; problemas, $\alpha = .87$; obsesión de estar informado, $\alpha = .82$, y necesidad/obsesión de estar conectado, $\alpha = .85$.

Análisis de datos

El instrumento por validar será el CARS, al cual se le aplicarán los siguientes análisis: para la validez de constructo, primero se aplicará el AFE para verificar que los ítems se ajustan al modelo original de tres dimensiones. En un segundo momento, se realizará un AFC mediante el estimador de máxima verosimilitud, el cual determinará si los índices de ajuste se adecuan al modelo de tres dimensiones. En un tercer momento se aplicará la validez de criterio de tipo convergente, comparando las dimensiones del CARS con las dimensiones de la Escala de Adicción a las Redes Sociales, con el objetivo de encontrar correlaciones significativas. Los coeficientes de correlación se interpretan como un indicador de validez de criterio, estos deben ser iguales o mayores a .40 (Gutiérrez-Quintanilla y Lobos-Rivera, 2019). En un cuarto momento, se obtendrán los índices de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach y el Omega de McDonald. Por último, se aplicará un análisis inferencial mediante pruebas no paramétricas, en función de las variables sociodemográficas de la muestra, utilizando la técnica U de Mann-Whitney para contrastar dos grupos exactos (ejemplo: hombres y mujeres) y la técnica H de Kruskal-Wallis para comparar tres o más grupos. Ambas técnicas irán acompañadas con su respectivo tamaño del efecto.

Resultados

Validez de constructo

Para la validez de constructo, se aplicó el AFE mediante el método de componentes principales. Tanto el análisis Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = .92) como la prueba de esfericidad de Bartlett ($X^2(419) = 2468.36$; $p = .001$) indicaron la adecuación de los datos para este tipo de análisis. Siguiendo el procedimiento

de factores con rotación Varimax, dio como resultado una solución de tres factores que explican el 54,0 % de la varianza total, presentando casi todos los ítems valores de saturación superiores a .30. Los ítems 1, 13, 15, 20, 22 y 23 fueron excluidos debido a que su

carga factorial fue inferior a .30, y en otros casos no cargaron en ningún factor. En la tabla 2, se presenta la solución factorial obtenida y el porcentaje de la varianza explicada por cada factor.

Tabla 2. *Análisis factorial exploratorio del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales*

Ítems	F1 Uso excesivo de las redes sociales	F2 Obsesión por las redes sociales	F3 Falta de control personal en el uso de las redes sociales
2(1)		.643	
3(2)		.619	
4(3)	.513		
5(4)		.634	
6(5)		.660	
7(6)		.671	
8(7)	.380		
9(8)	.621		
10(9)	.646		
11(10)			.415
12(11)			.683
14(12)			.681
16(13)	.558		
17(14)	.537		
18(15)	.434		
19(16)		.313	
21(17)	.777		
24(18)			.639
% VTE	42,0	6,7	5,3

Nota explicativa: Los números correlativos en paréntesis corresponden a la versión final de la prueba adjunta en el apéndice.

Complementando el AFE, se aplicó el AFC mediante el estimador de máxima verosimilitud, aplicando el procedimiento dos veces: el primero, aplicando el AFC con un modelo unidimensional, y el segundo,

replicándolo con el modelo tridimensional obtenido en el AFE. La tabla 3 evidencia que el modelo de tres factores presenta índices de ajuste más adecuados en comparación con el modelo unidimensional.

Tabla 3. Análisis factorial confirmatorio del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales

Modelo	X ²	g.l.	CFI	GFI	AGFI	SRMR	RMSEA
Modelo unidimensional	606.55	153	.82	.81	.75	.07	.11
Modelo tridimensional	454.42	132	.88	.85	.81	.06	.09

Validez de criterio

Al aplicar la validez de criterio de tipo convergente, se compararon las dimensiones del CARS de Ecurra-Mayaute y Salas-Blas (2014) con las dimensiones de la Escala de Adicción a las Redes Sociales de Cabero-Almenara et al. (2020) por medio del análisis de correlación de Pearson (r), encontrando correlaciones positivas que varían entre medianas ($r < .500$) y altas ($r > .500$), las cuales son las siguientes: una correlación mediana entre *uso excesivo de las redes sociales* (1) con *satisfacción* (4) [$r(n = 300) = .498$; $p < .010$]; y correlaciones altas entre *uso excesivo de las redes sociales* (1) con *problemas* (5) [$r(n = 300) = .527$; $p < .010$], con *obsesión de estar informado* (6) [$r(n = 300) = .555$; $p < .010$] y con *necesidad/obsesión de estar conectado* (7) [$r(n = 300) = .749$; $p < .010$].

Se encontraron correlaciones medianas entre *obsesión por las redes sociales* (2) con *satisfacción* (4) [$r(n = 300) = .495$; $p < .010$], con *problemas* (5) [$r(n = 300) = .486$; $p < .010$], con *obsesión de estar informado* (6) [$r(n = 300) = .425$; $p < .010$] y una correlación altas con *necesidad/obsesión de estar conectado* (7) [$r(n = 300) = .650$; $p < .010$]. Por último, se obtuvo evidencia de correlaciones medianas entre falta de control personal en el uso de las redes sociales (3) con *satisfacción* (4) [$r(n = 300) = .466$; $p < .010$], con *obsesión de estar informado* (6) [$r(n = 300) = .355$; $p < .010$], y correlaciones altas con *problemas* (5) [$r(n = 300) = .535$; $p < .010$], y con *necesidad/obsesión de estar conectado* (7) [$r(n = 300) = .548$; $p < .010$]. Para verificar lo anterior, ver la tabla 4.

Tabla 4. Validez de criterio convergente entre las dimensiones del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (Ecurra-Mayaute y Salas-Blas, 2014) con las dimensiones de la Escala de Adicción a las Redes Sociales (Cabero-Almenara et al., 2020)

Dimensiones	1	2	3	4	5	6	7
1	1						
2	.727**	1					
3	.659**	.577**	1				
4	.498**	.495**	.466**	1			
5	.527**	.486**	.535**	.748**	1		
6	.555**	.425**	.355**	.541**	.465**	1	
7	.749**	.650**	.548**	.681**	.645**	.670**	1

Nota explicativa: 1 = Uso excesivo de las redes sociales; 2 = Obsesión por las redes sociales, 3 = Falta de control personal en el uso de las redes sociales; 4 = Satisfacción; 5 = Problemas; 6 = Obsesión de estar informado; 7 = Necesidad/obsesión de estar conectado. ** = $p < .010$.

Análisis de confiabilidad

Para los análisis de confiabilidad, se utilizaron los coeficientes Alfa de Cronbach (Cronbach, 1951) y Omega de McDonald (McDonald, 1999). Ambos

coeficientes en las tres dimensiones son aceptables, siendo estos mayores a .70. Para comprobar lo anterior, ver la tabla 5.

Tabla 5. Análisis de confiabilidad de las dimensiones del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales

Dimensiones	Alfa de Cronbach [IC 95 %]	Omega de McDonald [IC 95 %]
Uso excesivo de las redes sociales	.90 [.87, .91]	.90 [.87, .91]
Obsesión por las redes sociales	.84 [.79, .85]	.83 [.79, .87]
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	.72 [.64, .75]	.74 [.66, .79]

Análisis inferencial

El análisis inferencial comprobó que no existen diferencias estadísticas en función del género en las dimensiones de uso excesivo de las redes sociales ($Z = -1.12$; $p = .261$; $r = .07$), obsesión por las redes sociales ($Z = -0.06$; $p = .952$; $r = .00$) y falta de control personal en el uso de las redes sociales ($Z = -0.46$; $p = .640$; $r = .03$). No obstante, sí se encontraron diferencias estadísticas en función de la edad en las dimensiones uso excesivo de las redes sociales ($H = 26.88$; $p = .001$; $\xi^2 = .090$) y falta de control personal en el uso de las redes sociales ($H = 12.86$; $p = .005$; $\xi^2 = .043$), siendo las personas más jóvenes (18 a 23 años) las más afectadas, con efectos mediano y pequeño, respectivamente. Se encontraron diferencias estadísticas en función de la residencia en uso excesivo de las redes sociales ($Z = -3.45$; $p = .001$; $r = .20$) y obsesión por las redes sociales ($Z = -1.99$; $p = .047$; $r = .12$), siendo las personas que residen en la zona urbana las más afectadas, con un efecto pequeño. Referente a las horas dedicadas a las redes sociales, se encontraron diferencias estadísticas en las tres dimensiones (uso excesivo de las redes sociales [$H = 33.60$; $p = .001$; $\xi^2 = .112$], obsesión por las redes sociales [$H = 11.74$; $p = .003$; $\xi^2 = .039$] y falta de control personal en el uso de las redes sociales [$H = 6.66$; $p = .036$; $\xi^2 = .022$]), siendo las personas que pasan conectadas a las redes sociales entre 6 a 18 horas las más afectadas, con efectos entre pequeño y

grande. Por último, también se encontraron diferencias estadísticas en función de la cantidad de redes sociales que utiliza en las dimensiones uso excesivo de las redes sociales ($H = 51.91$; $p = .001$; $\xi^2 = .174$) y obsesión por las redes sociales ($H = 19.75$; $p = .001$; $\xi^2 = .066$), siendo las personas que se conectan a cuatro o más redes sociales las más afectadas, con efecto grande y medio, respectivamente.

Discusión

El abuso de las redes sociales es una afectación que no pasa desapercibida en distintos contextos, puesto que el uso prolongado y desmedido de estas puede ocasionar no solo afectaciones cognitivas, sino también conflictos en las áreas familiar, social, educativa y laboral. Por ello, el principal aporte del presente estudio es adaptar un instrumento que mida la adicción a las redes sociales, un tema que se ha abordado a escala internacional (Antezana-Vargas y Alfaro-Urquiola, 2019; Peña-García et al., 2019; Peris et al., 2018; Rosario-Nieves y Ruiz-Santana, 2018; Salas-Blas y Ecurra-Mayaute, 2014; Valencia-Ortiz et al., 2021; Varchetta et al., 2020) y que en el contexto salvadoreño esta situación debería ser estudiada a través de un instrumento que cumpla con criterios psicométricos idóneos.

Los hallazgos de este estudio permitieron comprobar que el CARS cuenta con adecuadas propiedades

psicométricas de validez de constructo, tanto el AFE como el AFC indicaron que el instrumento cuenta con tres dimensiones. No obstante, el instrumento original de Ecurra-Mayaute y Salas-Blas (2014) cuenta con 24 ítems, y en este estudio, a través del AFE, se excluyeron seis ítems, por lo que para la versión salvadoreña el cuestionario estaría compuesto por 18 ítems en total, conservando las tres dimensiones que proponen los autores originales. También, el instrumento cuenta con adecuada validez de criterio convergente, ya que casi todas las correlaciones obtuvieron coeficientes superiores a .40 (Gutiérrez-Quintanilla y Lobos-Rivera, 2019). La consistencia interna de las dimensiones del cuestionario son adecuadas, estas fueron mayores a .70, y siendo similares con los coeficientes obtenidos por los autores del cuestionario (Ecurra-Mayaute y Salas-Blas, 2014).

El análisis inferencial permitió comprobar que no existen diferencias estadísticas en función del género, lo cual puede interpretarse con que la afectación es similar en ambos grupos. Sin embargo, sí se encontraron diferencias estadísticas en función de la edad, la residencia, el número de horas dedicadas a las redes sociales y la cantidad de redes sociales utilizadas, indicando que los grupos más afectados son quienes tienen edades entre 18 y 23 años, que residen en la zona urbana, que pasan conectados desde 6 hasta 18 horas a las redes sociales, y quienes utilizan cuatro o más redes sociales. Estos hallazgos son relevantes debido a que permiten comprobar con evidencia empírica la existencia de afectaciones relacionadas con la adicción a las redes sociales, por lo que en futuros estudios otros autores, en El Salvador y en otros países, podrían someter a comprobación estos resultados y verificar si coinciden o difieren; también, pueden servir como un indicador para los profesionales de la Psicología en su ejercicio profesional clínico.

Conclusión

El CARS cuenta con adecuados índices de validez de constructo, de criterio y confiabilidad para ser utilizado en El Salvador. Se recomienda que en futuros estudios el instrumento se valide en muestras de adolescentes,

estudiantes de educación media y superior/universitaria, población general, y muestra clínica, para que el cuestionario se convierta en un instrumento de uso profesional e investigativo por el gremio de psicólogos salvadoreños. Por último, se recomienda ampliar el tamaño de la muestra para la construcción de baremos salvadoreños según las características de la muestra, con la finalidad de utilizar el cuestionario con fines clínicos que permitan ser una guía para realizar psicodiagnósticos pertinentes.

Referencias

- Antezana Vargas, C. R. y Alfaro Urquiola, A. L. (septiembre, 2019). Adicción a las redes sociales y satisfacción marital: Un estudio correlacional en parejas paceñas. *Fides Et Ratio*, 18, 91-110. Recuperado de <https://bit.ly/375rQnG>
- Asociación Americana de Psiquiatría. (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales: DSM-5*. Madrid, España: Editorial Médica Panamericana.
- Ato, M., López, J. J. y Benavente, A. (octubre, 2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/167/16728244043.pdf>
- Barrio Carrasco, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España* (Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42339/1/T38702.pdf>
- Cabero-Almenara, J., Pérez-Díez de los Ríos, J. L. y Valencia-Ortiz, R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1-29. Recuperado de <https://bit.ly/3ybR6Eq>
- Chiza-Lozano, D., Vásquez-Mendoza, D. y Ramírez-Vega, C. (enero-junio, 2021). Adicción a redes sociales y cyberbullying en los adolescentes. *Muro de la Investigación*, (1), 34-44. Recuperado de <https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r-Muro-investigaion/article/view/1437/1819>

- Cronbach, L. L. (septiembre, 1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(1), 297-334. doi: <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Escurrea Mayaute, M. y Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(1), 73-91. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/686/68631260007.pdf>
- Flores Lagla, G. A., Chancusig Chisag, J. C., Cadena Moreano, J. A., Guaypatín Pico, O. A. y Montaluiza Pulloquina, R. H. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Revista Boletín Redipe*, 6(4), 56-65. Recuperado de <https://bit.ly/3oKz6go>
- García del Castillo, J. A., García del Castillo-López, Á., Dias, P. C. y García-Castillo, F. (2019). Conceptualización del comportamiento emocional y la adicción a las redes sociales. *Health and Addictions*, 19(2), 173-181. Recuperado de <https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=525>
- Gutiérrez Quintanilla, J. R. y Lobos Rivera, M. E. (2019). *Evaluación de la calidad de atención de los servicios del sistema salvadoreño de salud, desde la percepción del usuario* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de <https://www.utec.edu.sv/vips/uploads/investigaciones/investigacion89.pdf>
- iLifebelt. (2022). ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas en El Salvador en 2021?. Recuperado de <https://ilifebelt.com/cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-el-salvador-en-2021/2020/12>
- López, O., Beltrán, C., Morales, R. y Cavero, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las pymes del Ecuador. *CienciaAmérica*, 7(2), 39-56. Recuperado de <https://bit.ly/2SmlcVG>
- Matalinares Calvet, M. L., Díaz Acosta, A. G., Rivas Díaz, L. H., Dioses Chocano, A. S., Arenas Iparraguirre, C. A., Raymundo Villalba, O.,... Yaringaño Limache, J. (2017). Procrastinación y adicción a redes sociales en estudiantes universitarios de pre y post grado de Lima. *Horizonte de la Ciencia*, 7(13), 63-81. Recuperado de <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/horizontedelaciencia/article/view/313/329>
- McDonald, R. P. (1999). *Test theory: A unified treatment*. New Jersey, United States: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Mendoza Lipa, J. R. (septiembre, 2018). Uso excesivo de redes sociales de internet y rendimiento académico en estudiantes de cuarto año de la carrera de psicología UMSA. *Revista de Educación Superior*, 5(2), 58-69. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/pdf/escepies/v5n2/v5n2_a08.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (2022). *Comportamientos adictivos*. Recuperado de https://www.who.int/health-topics/addictive-behaviours#tab=tab_1
- Padilla Romero, C, Ortega Blas, J. (2017). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. *Revista de Investigación y Casos en Salud* 2(1), 47-53. doi: <https://doi.org/10.35626/casus.1.2017.31>
- Peña García, G. L., Ley Peña, S. V., Castro Balsi, J. J., Madrid González, P. P., Apodaca Castro, F. J. y Aceves Márquez, E. S. (enero-junio, 2019). Predominio de las TIC y adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios del área de salud. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 7(13), 83-91. Recuperado de <https://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/article/view/157>
- Peris, M., Maganto, C. y Garaigordobil, M. (mayo, 2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: Fiabilidad y validez (ERA-RSI). *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5(2), 30-36. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6399729>
- Rosario Nieves, I. C. y Ruíz Santana, E. (agosto-diciembre, 2018). La adicción a las redes sociales en una muestra de empleados de varias organizaciones del sureste de Puerto Rico. *Avances en Psicología*, 26(2), 201-210. Recuperado de <http://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/1191/1135>

- Salas Blas, E. y Escurra Mayaute, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista de Peruviana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/272681790_Uso_de_redes_sociales_entre_estudiantes_universitarios_limenos
- Sánchez-Jiménez, M. Á., Fernández-Alles, M. T. y Mier-Terán-Franco, M. T. (2019). Estudio de los beneficios percibidos por los usuarios a través de su experiencia en las redes sociales hoteleras. *Información Tecnológica* 30(1), 97-108. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000100097>
- Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J. y Garay, U. (junio, 2020). Modalidad de estudio, presencial o en línea, y la adicción a las redes sociales virtuales. *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (72), 1-19. <https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/1649/747>
- Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U. y Fernández Robles, B. (enero-abril, 2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, (18), 99-125. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/104915>
- Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E. y Giannini, A. M. (enero-junio, 2020). Adicción a redes sociales, miedo a perderse experiencias (FOMO) y vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1). doi: <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

Apéndice 1. Cuestionario de adicción a las redes sociales adaptado en El Salvador

n.º	Ítems	Nunca	Rara vez	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales	1	2	3	4	5
2	El tiempo que antes destinaba para estar conectado/a a las redes sociales ya no me satisface; necesito más	1	2	3	4	5
3	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales	1	2	3	4	5
4	No sé qué hacer cuando quedo desconectado/a de las redes sociales	1	2	3	4	5
5	Me pongo de mal humor si no puedo conectarme a las redes sociales	1	2	3	4	5
6	Me siento ansioso/a cuando no puedo conectarme a las redes sociales	1	2	3	4	5
7	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio; me relaja	1	2	3	4	5
8	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo	1	2	3	4	5
9	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales del que inicialmente había destinado	1	2	3	4	5

10	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales	1	2	3	4	5
11	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales	1	2	3	4	5
12	Me propongo, sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales	1	2	3	4	5
13	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales	1	2	3	4	5
14	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales	1	2	3	4	5
15	Estoy atento/a a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora	1	2	3	4	5
16	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado/a a las redes sociales	1	2	3	4	5
17	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido/a	1	2	3	4	5
18	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social	1	2	3	4	5

Dimensiones	Ítems
Uso excesivo de las redes sociales	3, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 17
Obsesión por las redes sociales	1, 2, 4, 5, 6, 16
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	10, 11, 12, 18