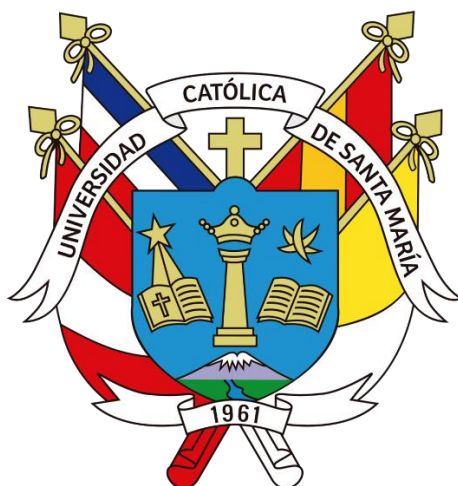


Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Psicología



ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y PHUBBING EN ADULTOS JÓVENES EN UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA

Tesis presentada por la Bachiller
Díaz Cornejo, Ximena Susana

Para optar el Título Profesional de:
Licenciada en Psicología

Asesora:
Mg. Vilches Velásquez, Flor Aleida

Arequipa-Perú
2023

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

PSICOLOGIA

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 22 de Agosto del 2023

Dictamen: 005764-C-EPSIC-2023

Visto el borrador del expediente 005764, presentado por:

2016802262 - DIAZ CORNEJO XIMENA SUSANA

Titulado:

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y PHUBBING EN ADULTOS JÓVENES EN UNA UNIVERSIDAD
PRIVADA DE AREQUIPA**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**29412302 - DELGADO PALO ROCIO SARA
DICTAMINADOR**



**29680041 - LARA QUILLA JAIME ERNESTO
DICTAMINADOR**



**10141900 - CHIRINOS CASTILLO JOL MILTON
DICTAMINADOR**



ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y PHUBBING EN ADULTOS JÓVENES EN UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

9%

PUBLICACIONES

19%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.umsa.bo	4%
	Fuente de Internet	
2	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego	3%
	Trabajo del estudiante	
3	repositorio.unfv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.autonoma.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.ucv.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
6	Submitted to Universidad Católica San Pablo	2%
	Trabajo del estudiante	
7	Submitted to Universidad Católica de Santa María	1%
	Trabajo del estudiante	
8	repositorio.unheval.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

9

repositorio.unsa.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

10

fddocuments.ec

Fuente de Internet

1 %

11

repositorio.comillas.edu

Fuente de Internet

1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1 %

Excluir bibliografía

Apagado

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, que siempre me han animado a cumplir mis metas y sobre todo a hacer lo que me hace feliz.



Agradecimientos

Quiero agradecer a todo el que ha contribuido al desarrollo de esta investigación, docentes, personal administrativo, estudiantes y sobre todo asesores, quien a lo largo de este proceso me han brindado aliento y motivación para poder realizar esta investigación.



Índice

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Resumen.....	viii
Abstract	ix
CAPÍTULO I. PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO.....	1
Introducción	1
Pregunta de Investigación	6
Definición operacional de las variables	6
Variable 1. Adicción a redes sociales	6
Variable 2. Phubbing	6
Objetivos	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Antecedentes teóricos-investigativos.....	7
Adultez emergente.....	7
Redes sociales.....	8
Adicción a Redes Sociales.....	9
Phubbing	14
Hipótesis	17
CAPÍTULO II. MÉTODO	18
Método.....	18
Instrumentos.....	18
Participantes	19
Procedimiento.....	21
Consideraciones Éticas	21
Análisis de datos	22
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	23
Resultados.....	23
Discusión.....	34
Conclusiones	37
Sugerencias	38

Limitaciones.....	40
Referencias.....	41
Anexos.....	45



Índice de tablas

Tabla 1	Sexo	20
Tabla 2	Edades de los jóvenes	20
Tabla 3	Distribución de estudiantes por carrera	20
Tabla 4	Niveles de adicción a redes sociales	23
Tabla 5	Niveles de la dimensión obsesión por redes sociales	23
Tabla 6	Niveles de la dimensión falta de control en el uso de redes sociales	24
Tabla 7	Niveles de la dimensión uso excesivo de redes sociales	24
Tabla 8	Niveles de phubbing	24
Tabla 9	Niveles de la dimensión dependencia	25
Tabla 10	Niveles de la dimensión relaciones interpersonales	25
Tabla 11	Niveles de la dimensión ansiedad-insomnio	26
Tabla 12	Descriptivos del cuestionario ARS	27
Tabla 13	Descriptivos de la escala de phubbing	29
Tabla 14	Pruebas de normalidad	30
Tabla 15	Correlación entre adicción a redes sociales y phubbing	31
Tabla 16	Comparación de adicción a redes sociales según sexo	32
Tabla 17	Comparación de phubbing según sexo	33

Resumen

El avance de la tecnología ha sido de gran ayuda en el ámbito personal, laboral y social, sin embargo, el uso excesivo de esta puede deteriorar la relación con los demás, uno de los indicadores de ese deterioro son las conductas del phubbing, la cual consiste en ignorar a la otra persona para así poder hacer uso del celular. Por lo tanto, esta investigación buscó determinar la relación entre la adicción a redes sociales y phubbing en adultos jóvenes en una universidad privada de Arequipa. Se propuso un diseño no experimental transversal y de tipo correlacional, se utilizó la técnica de la encuesta aplicando los siguientes instrumentos: el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), y la Escala de Phubbing, La muestra estuvo conformada por 323 estudiantes pertenecientes a las carreras de administración de empresas, odontología, obstetricia y psicología. Se encontró una relación significativa, positiva y alta entre adicción a redes sociales y phubbing.

Palabras clave: Phubbing, adicción a redes sociales, universitarios, adultez emergente.

Abstract

The advancement of technology has been of great help in the personal, work and social spheres, however, the excessive use of this can deteriorate the relationship with others, one of the indicators of this deterioration are phubbing behaviors, which It consists of ignoring the other person in order to use the cell phone. Therefore, this research sought to determine the relationship between addiction to social networks and phubbing in young adults at a private university in Arequipa. A non-experimental cross-sectional and correlational design was proposed, the survey technique was used. applying the following instruments: the Social Networks Addiction Questionnaire (ARS), and the Phubbing Scale, The sample consisted of 323 students belonging to business administration, dentistry, obstetrics and psychology careers. A significant, positive and high relationship was found between addiction to social networks and phubbing.

Keywords: *Phubbing, addiction to social networks, university students, emerging adulthood.*

CAPÍTULO I. PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

Introducción

Las redes sociales y la tecnología han evolucionado rápidamente en algo más que ser una herramienta que permite acceder a información, ya que ahora se han convertido en un servicio mucho más dinámico, el cual mantiene informados a los usuarios, les posibilita compartir experiencias y formar y reafirmar lazos (Rivas Rivas & Ikemiyashiro Higa, 2017).

El uso de la tecnología permite la creación de contenido desde un mensaje conciso y asertivo, hasta la elaboración de material relacionado con las diversas áreas de aprendizaje, la educación, prevención y promoción de la salud. Así mismo es un medio para la exploración y expresión de la identidad de la persona con los pares en el medio social.

En este medio, los usuarios que son los niños, adolescentes y jóvenes se ven estimulados por las diversas plataformas de internet. La adultez emergente es un período de transición entre la adolescencia y la adultez, la cual se puede manifestar a través de indicadores como la madurez psicológica, sociológica y sexual. Incluso se forma por hitos importantes como el inicio de la vida universitaria, empezar a trabajar, lograr la independencia o la formación de una familia (Schulenberg et al. 2005 citado en Papalia, 2012).

El contexto universitario le permite a la persona desarrollar nuevas ideas, valores, formación de opiniones y pensamiento flexible (Papalia, D., & Feldman, R., & Martorell, 2012). Ahora bien, el ámbito universitario no solo se centra en la educación sino también la oportunidad de conocer y formar lazos sociales con diversas personas. Las relaciones interpersonales en esta etapa se caracterizan por ser importantes y transitorias, ya que es el joven el que determina el inicio y fin de las relaciones sociales tomando en cuenta al otro como una fuente de apoyo, compañía y valoración con los demás (Barry et al., 2009). La calidad de estas asociaciones va a tener un impacto en el desenvolvimiento del individuo en

la vida adulta, como es en el caso de las relaciones románticas, en las que los jóvenes consideran necesario explorar las cualidades, virtudes y características de sus parejas románticas a lo largo de este período y así poder prepararse para comprometerse eventualmente (Jensen, 2014).

Actualmente el contexto universitario ha cambiado debido a que se ha optado por la modalidad de educación a distancia, esta se ha vuelto la única opción para tener acceso a una educación superior, lo cual también ha llevado a experimentar nuevas maneras de comunicación virtual no solo con familiares y amigos, sino también con los compañeros de universidad y trabajo. Sin embargo, desde hace varios años atrás, en medio de esta facilidad para comunicarse por diversas plataformas, se ha dejado de lado el interés de desarrollar las prácticas sociales y se ha preferido utilizar las redes sociales para una mejor comunicación.

Tenzer et al. (2009), definen las redes sociales como espacios de encuentro entre individuos, grupos y organizaciones, donde pueden intercambiar contenidos, desarrollar aplicaciones y buscar respuesta a sus inquietudes y necesidades. Las redes sociales buscan integrar a un mayor número de usuarios de todo el mundo, por medio de las múltiples herramientas que están a su disposición y que permitan que sigan haciendo uso constante de las redes sociales. Entre estas herramientas son la mensajería instantánea, búsqueda de contactos, la posibilidad de compartir fotos, videos e incluso compartir sentimientos y emociones a través de comentarios y publicaciones (Bao et al., 2009).

Las redes sociales nos permiten publicar información personal relevante, la cual nos permitirá encontrar a quienes tienen aficiones y rasgos similares a los nuestros. A su vez ofrecen diversas formas de interacción recíproca como aceptar solicitudes, darle “me gusta” a las publicaciones, comentar; acciones que son de gran importancia al momento de crear vínculos (Butler & Matook, 2015). Es evidente como las redes sociales superan los límites de

la interacción directa, son capaces de reemplazarla y por último permiten formar nuevos vínculos *online* y a su vez reforzar las relaciones *offline* (Ellison et al., 2011).

Si bien es cierto, varios autores definen a las redes sociales como una herramienta, el documental *El dilema de las redes sociales*, explica que las redes sociales actualmente no pueden ser consideradas como herramientas, ya que no se espera que el usuario las use cuando quiera, sino que tiene como objetivo central lograr un gran nivel de *engagement*, ofreciendo contenido preciso, persuasivo y personalizado para cada uno de ellos. Estas herramientas están desgastando el tejido social de la sociedad trayendo graves consecuencias.

Algunas consecuencias del uso desprevenido de la tecnología en las redes sociales son el *grooming*, el *cyberbullying*, el *sexting*, la conducta adictiva al internet, *phubbing*, etc., ya que son problemáticas que tienen repercusiones en los usuarios a corto y largo plazo.

El término *phubbing* proviene de las palabras *phone* (teléfono) y *snubbing* (desairar), describe el acto de ignorar a una persona en un escenario social por prestar atención a su teléfono en lugar de hablar directamente con ella (Haigh, 2012).

Las consecuencias negativas en la calidad de las relaciones y el bienestar personal afectan al *phubber*, quien se define como la persona que ignora a alguien en una situación social por prestar atención a su celular. Por otro lado, también afectan al *phubbee* se define como la persona ignorada por su compañía en situaciones sociales debido a que su el otro prefiere revisar o usar su *smartphone* (Roberts & David, 2016).

Estudios sobre los efectos del *phubbing* sugieren que podrían crear reacciones negativas por ejemplo, que la persona perciba una manera pobre de interactuar y por lo tanto una menor satisfacción en la conversación con el otro. Esto genera cierto grado de desconfianza en la persona con la que se está interactuando, además que no se sienta en sintonía con el otro, si es que este tiene un *smartphone* a la mano o incluso experimentar celos y desánimo (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). El ser ignorado por la otra persona

es percibido como una falta de respeto, pero también lleva a la persona a realizar la misma acción para evitar sentir el rechazo (Aagaard, 2020).

La interacción solo a través de redes sociales hace que la persona interrumpa la dinámica social, genera malestar físico y un estado de despersonalización en el que la persona prefiere navegar en el ciber espacio en lugar de interactuar con quienes lo rodean en diferentes contextos sociales. Asimismo, hace que la persona no sea consciente de sus actos, hoy en día no es raro ver a alguien manejando o caminando mientras hacen uso de su *smartphone* para interactuar con las distintas aplicaciones que nos ofrece la tecnología. (Aguilar, 2013).

Por lo anteriormente mencionado, la presente investigación pretende hallar la relación que existe entre la adicción a redes sociales y *phubbing* en adultos jóvenes.

También se busca aportar a la literatura con un nuevo antecedente, el cual pueda ser utilizado para futuras investigaciones, además de ofrecer mayor información de como los adultos jóvenes se desenvuelven diariamente con la ayuda de las redes sociales, herramienta que se ha vuelto imprescindible en todos los ámbitos de nuestra vida diaria, teniendo un impacto importante en el ámbito familiar, laboral, social y personal. Además, nos permitirá evaluar si el uso de dichas herramientas podría a su vez perjudicar a los usuarios en los ámbitos anteriormente mencionados.

Una de nuestras principales características como seres humanos es que somos seres sociales, dicho rasgo se manifiesta en las destrezas sociales y emocionales que nos permiten comunicarnos de manera efectiva. Estas se manifiestan en las relaciones que construimos a lo largo de nuestras vidas, las cuales se caracterizan por la solución de conflictos y la expresión auténtica de nosotros mismos, además de transmitir nuestras experiencias, permite de alguna manera conectarnos con los demás.

Actualmente la tecnología se encuentra presente en varios aspectos de la vida, por lo tanto, también han tenido un impacto en la manera en cómo se relaciona la persona. Si bien las tecnologías agilizan la interacción social a través de un intercambio dinámico de contenidos, también debilita la interacción entre aquellos que nos importan y nos rodean. Es apremiante que la mayoría de personas prefieren pasar horas haciendo *scrolling*, viendo contenido sin importar si este es interesante o irrelevante, en lugar de compartir con la familia o disfrutar de una conversación con otra persona.

Pasar un buen rato con los demás ha pasado a segundo plano, ahora lo importante es tomarle foto a todo lo que se pueda con el fin de “inmortalizar el momento” en el ciber espacio. Lo que debía ser un momento ameno, pasó a ser una reunión de publicaciones, comentarios y por supuesto los infaltables *likes*. Cada vez nos resulta más fácil e interesante el tema de la comunicación de manera virtual que establecer un diálogo “cara a cara”, es ahí cuando uno se da cuenta de cómo repercute en la calidad duración y comprensión de las relaciones.

Debido a los numerosos cambios que hemos experimentado en los últimos dos años, las redes sociales pasaron de ser una herramienta de entretenimiento ocasional a una herramienta obligatoria para sobrellevar el día a día, sin embargo, el límite entre utilizarla cuando es necesaria y mantenerse conectado sin ningún propósito se ha vuelto borroso llegando a afectar todo aquello que se encuentra fuera de la pantalla.

Esta investigación busca contribuir como antecedente a nivel local, aportando información relacionada a las redes sociales, el phubbing y como ambos elementos repercuten en los escenarios sociales que se presentan día a día. Busca identificar el nivel de adicción a redes sociales, el nivel de phubbing, identificar si existe diferencias significativas en el nivel de adicción a redes sociales entre ambos sexos, también busca Identificar si existe diferencias significativas en el nivel de phubbing entre ambos sexos y finalmente hallar que

dimensión de adicción a redes sociales se correlaciona mejor con las dimensiones de phubbing en la muestra seleccionada.

Pregunta de Investigación

¿Existe relación significativa entre la adicción a redes sociales y phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa?

Definición operacional de las variables

Variable 1. Adicción a redes sociales

La adicción se caracteriza por no poder controlar el impulso de llevar a cabo una conducta, la cual si se realiza de forma repetitiva puede ocasionar problemas personales y adaptativos. Se operacionaliza su medición con el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) que identifica tres dimensiones: obsesión por las redes sociales, falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales (Escurre y Salas, 2014).

Variable 2. Phubbing

El phubbing se refiere al uso excesivo del celular con efectos negativos sobre el bienestar físico social y mental del individuo. Se operacionaliza con la medición de la Escala de Phubbing, que identifica tres dimensiones: dependencia, relaciones interpersonales y ansiedad- insomnio (Soto, 2015, como se citó en Cumpa, 2017)

Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación entre la adicción a redes sociales y phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa.

Objetivos Específicos

Identificar el nivel de adicción a redes sociales en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa.

Identificar el nivel de phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa.

Comparar los niveles de adicción a redes sociales según sexo en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa.

Comparar los niveles de phubbing según sexo en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa.

Determinar la relación entre las dimensiones de la adicción a redes sociales y las dimensiones de phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa

Antecedentes Teóricos-Investigativos

Adultez Emergente

Schulenberg et al. en 2005, define la adultez emergente como un período de transición entre la adolescencia y la adultez, la cual se puede manifestar a través de indicadores como la madurez psicológica, sociológica y sexual. Incluso se forma por hitos importantes como el inicio de la vida universitaria, empezar a trabajar, lograr la independencia o la formación de una familia (citado en Papalia, 2012).

El contexto universitario le permite a la persona desarrollar nuevas ideas, valores, formación de opiniones y pensamiento flexible (Papalia et al., 2012). Ahora bien, el ámbito universitario no solo se centra en la educación sino también la oportunidad de conocer y formar lazos sociales con diversas personas. Las relaciones interpersonales en esta etapa se caracterizan por ser importantes y transitorias, ya que es el joven el que determina el inicio y fin de las relaciones sociales tomando en cuenta al otro como una fuente de apoyo, compañía y valoración con los demás (Barry et al., 2009). La calidad de estas asociaciones va a tener un impacto en el desenvolvimiento del individuo en la vida adulta, como es en el caso de las relaciones románticas, en las que los jóvenes consideran necesario explorar las cualidades, virtudes y características de sus parejas románticas a lo largo de este período y así poder

prepararse para comprometerse eventualmente (Jensen, 2014).

Actualmente el contexto universitario ha cambiado debido a que se ha optado por la modalidad de educación a distancia, esta se ha vuelto la única opción para tener acceso a una educación superior, lo cual también ha llevado a experimentar nuevas maneras de comunicación virtual no solo con familiares y amigos, sino también con los compañeros de universidad y trabajo. Sin embargo, desde hace varios años atrás, en medio de esta facilidad para comunicarse por diversas plataformas, se ha dejado de lado el interés de desarrollar las practicas sociales y se ha preferido utilizar las redes sociales para una mejor comunicación.

Redes Sociales

Según Morán, et al. (2009), mencionan que las redes sociales son servicios que permiten elaborar un perfil dentro de un sistema que está lleno de base de datos, esto puede tener diferentes fines, como conectarte con amigos, conocidos, compañeros de trabajos entre otros; al momento de elaborar un perfil, la persona decide qué información publicar sobre ella, la cual puede ser verídica o no, teniendo en cuenta que todos los que revisen su perfil, podrán observar dicha información brindada. Los autores mencionan que, aparte de brindar información de una persona, las redes sociales también permiten al usuario a conectarse con diferentes personas de que están en otras partes del mundo y a cualquiera hora, de igual manera permite compartir documentos, archivos, entre otros.

La definición de redes sociales y su clasificación no son un concepto único, esta clasificación las divide en dos grandes grupos acorde con el público al que está dirigido y a su contenido (Espinar & González, 2009).

Redes Generalistas o de Ocio

Plataformas de Intercambio de Contenidos e Información. Facilitan herramientas que permiten el intercambio de contenido digital: videos fotos textos, etc. La interacción

consiste únicamente en puntuar, comentar y visualizar contenido. Ejemplos: Youtube, Dalealplay.com, Google Vídeo, etc.

Redes Sociales Basadas en Perfiles. Son las más representativas de las redes sociales de ocio. Ejemplos: Facebook, Tuenti, Wamba, Orkut, etc.

Redes de Microblogging o Nanoblogging. Consisten en la continua actualización de la información y las actividades de los usuarios. Ejemplos: Twitter, Yammer, etc.

Redes de Contenido Profesional. Su principal propósito es conectar a los demás y ayudara mantener una relación con quienes comparten los intereses del usuario.

Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales. Las redes sociales son utilizadas como herramientas de comunicación, estudio y de entretenimiento

Algunas ventajas son que facilitan el diálogo, permite la interacción, la comunicación colaboración con los demás. Proveen recursos, contenido e información de temas específicos. Están disponibles a cualquier hora.

Como desventajas está la dependencia a las redes sociales, generan distracciones, falta de límites, mal manejo del tiempo personal, cambio en las prioridades, uso excesivo, sobrecarga de información, reducción de contacto físico con los demás (Limas & Vargas, 2020).

Adicciones Conductuales. La adicción conductual consiste en priorizar el hábito (trabajo, compras, redes sociales) de manera frecuente y compulsiva, dejando de lado otras actividades importantes. En este caso el uso excesivo del internet puede afectar el aspecto personal familiar y profesional (Lemon 2002; García del Castillo 2013, como se citó en Alarcón 2021).

Adicción a Redes Sociales

Para Echeburúa, la adicción se caracteriza por no poder controlar el impulso de llevar a cabo una conducta, la cual si se realiza de forma repetitiva puede ocasionar problemas

personales y adaptativos. La frecuencia con la que se realizan conductas gratificantes como el juego y el uso de herramientas tecnológicas pueden tener como resultado el abuso y dependencia de la misma actividad (citado en Chóliz & Villanueva 2011).

Escurra y Salas (2014) mencionan que:

“Inicialmente, el presente estudio estuvo encaminado a realizar una descripción de la adicción a redes sociales entre jóvenes universitarios limeños, pero, en la exploración de la literatura pertinente, además de constatar que la mayor parte de la información se refería al uso de nuevas tecnologías, Internet, el juego patológico, video juegos, entre otros, nos encontramos con dificultades para encontrar un instrumento con las características que deseábamos: Alineado con los criterios del DSM-IV para el caso del diagnóstico de la adicción a sustancias; que esté adaptado para jóvenes universitarios limeños, y, que tenga confiabilidad y validez psicométrica”(p.74)

La investigación *Adicción a redes sociales y habilidades interpersonales en estudiantes universitario* (Capacoila & Fuentes, 2019), la cual fue desarrollada en la Universidad Católica de Santa María en Arequipa, tuvo como propósito determinar si existe relación entre la adicción a redes sociales y las habilidades interpersonales. La investigación fue de tipo correlacional. La muestra estuvo compuesta por 414 estudiantes de las carreras de Odontología, Arquitectura, Derecho y Psicología entre 18 y 23 años. Los resultados mostraron relación entre ambas variables asociada al sexo y escuela profesional, siendo la carrera de Odontología la que presenta mayor adicción a las redes sociales mientras que la carrera de Psicología muestra mayores niveles de habilidades interpersonales. Con respecto al sexo, los hombres presentan adicción a las redes sociales en nivel grave, y las mujeres muestran adicción a las redes sociales en nivel leve y moderado.

Modelo De Adicción Biopsicosocial De Griffiths. Griffiths (2005), con el fin de poder comparar las adicciones a sustancias con las adicciones conductuales propone los siguientes criterios.

Saliencia o Prominencia. Se refiere a una actividad específica que se vuelve de suma importancia en su rutina la cual deteriora su entorno social y toma poder del afecto y la cognición provocando preocupaciones y distorsiones.

Cambios de Humor. La experiencia que produce la actividad en el individuo. Dicha experiencia se manifiesta en sentimientos tranquilizadores o disforia.

Tolerancia. Se refiere a como el individuo necesita mayor cantidad de la actividad para sentir las mismas sensaciones que al principio.

Síndrome de Abstinencia. El malestar psicológico físico y social que se produce debido a que el individuo reduce la actividad de manera parcial o total.

Conflicto. El individuo es consciente del problema y de como este escapa de su control, es decir el individuo busca calmar el malestar a corto plazo sin considerar las consecuencias que tiene a largo plazo afectándolo a nivel personal emocional y social.

Recaída. El individuo vuelve a presentar patrones previos de actividad después de una etapa de abstinencia.

Cerdán (2017) desarrolló un estudio acerca de la *Adicción a las redes sociales en estudiantes del primer ciclo de Psicología de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. Lima. La presente investigación fue de tipo descriptivo con diseño no experimental. La cual tuvo como objetivo identificar el nivel de adicción a las redes sociales, la muestra estuvo conformada por 112 estudiantes, para obtener la información se hizo uso del Cuestionario de Adicción a las redes sociales (ARS), los resultados mostraron que el mayor porcentaje de la muestra pertenecía al 61% con riesgo leve, 27% con riesgo moderado, 11% sin riesgo y 1% con riesgo alto.

Factores de Riesgo Asociado a la Adicción de Redes Sociales. Echeburúa (2012)

Menciona que los adolescentes son los que en su mayoría constituyen un grupo de riesgo, la familiaridad con los smartphones, la facilidad de acceso a las nuevas tecnologías los hace más vulnerables. El autor menciona que existen tres factores de riesgo:

Factores Personales. factores como rasgos específicos de la personalidad como la intolerancia a estímulos displacenteros, impulsividad y la desmedida búsqueda de sensaciones o trastornos como el TDAH o fobia social vuelven a la persona más vulnerable y susceptible a la adicción.

Factores Familiares. Los entornos familiares que no promueven conductas sanas, no brindan apoyo emocional, carecen de normas o en el otro extremo representan un ambiente muy estructurado y autoritario perjudican el desarrollo de los hijos, quienes son egocéntricos, rebeldes e irresponsables.

Factores Sociales. la influencia del entorno, el intento de recompensar carencias del mundo real en un ambiente virtual, el ambiente familiar disfuncional, pocas relaciones interpersonales significativas y situaciones estresantes son indicadores de que una persona no solo es más propensa a ser adicta a las nuevas tecnologías, sino también a desarrollar una adicción en general.

Medidas de Prevención ante la Adicción a Redes Sociales. Domínguez et al. (2016) mencionan que, en la actualidad, las nuevas tecnologías están tomando gran protagonismo, y su impacto también cada vez más va creciendo, Los autores llegan a la conclusión que debido a esto es que ha surgido la adicción de alguna manera entre los usuarios.

Las medidas para prevenir la adicción a redes sociales, según Numata (2021) son las siguientes:

Limitar las Notificaciones del Celular. Generalmente, las redes sociales tienen como fin captar la atención de usuarios, por lo que busca captar la atención mediante notificaciones. Limitar dichas notificaciones ayudaría a disminuir el uso de estas.

Fijar Horario para Revisar las Redes. Las redes son atractivas, por lo que cuando uno está revisando, se distrae tanto que pierde la noción del tiempo. Fijar un horario ayudaría a controlar el uso.

Incluir Nuevas Actividades en la Rutina del día. Aumentar actividades al día hará que la persona se mantenga ocupada quedándole menos tiempo para estar en las redes sociales

Dimensiones de adicción a redes sociales. Según Padilla et al. (2012), mencionan que las dimensiones de adicción a las redes sociales están comprendidas por tres dimensiones, estas dimensiones son:

Obsesión. Son las personas que tienen sueños o ideas de una persona en redes sociales, y eso hace que entren en ansiedad cuando no llegan a acceder.

Falta de Control Personal. Se pierde la responsabilidad profesional o académica, ya que se tiene una adicción incontrolada por parte del usuario.

Uso Excesivo de las Redes Sociales. Ineptitud de los usuarios al disminuir la adicción sin saber controlarse el uso de las redes sociales.

El autor menciona que estas tres dimensiones, están categorizadas en cuatro niveles, las cuales corresponden a la potencia de la adicción, estas son bajo, moderado, alto y muy alto.

Araujo (2016) realizó un estudio acerca de los *Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima*. La investigación tuvo como objetivo examinar los niveles de tres dimensiones de adicción a las redes sociales: obsesión por las redes sociales; falta de control personal en el uso de las redes sociales y uso excesivo de las redes sociales. El

método fue cuantitativo descriptivo con un muestreo no probabilístico por conveniencia, la muestra estuvo conformada por 200 estudiantes de una universidad privada de Lima, con edades comprendidas entre 18 y 22 años pertenecientes a las carreras de psicología, administración y negocios internacionales, odontología y obstetricia. Los resultados mostraron diferencias relacionadas al sexo y a las carreras seleccionadas. Los varones sacaron un puntaje mayor al de las mujeres sólo en los indicadores de obsesión por las redes sociales. Con respecto a las diferencias entre carreras, los estudiantes de las dos carreras vinculadas con la prestación de servicios de salud de la muestra evidencian las puntuaciones más bajas en los indicadores de la adicción a redes sociales.

Phubbing

Según Medina (2021), define como “phubbing” al hecho de ignorar a las personas que se encuentren alrededor, el autor indica que esto se debe a una alta distracción por los aparatos móviles; esta distracción puede deberse a diferentes motivos, por ejemplo, ya sea porque la persona se encuentre revisando redes sociales tales como Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp, jugando videojuegos, entre otros. Medina también indica que este trastorno puede traer graves consecuencias, como el de tener una dependencia del celular, el hecho de depender de la aceptación que recibe el contenido que la persona sube a sus redes sociales, que esto se puede observar en la cantidad de “likes” y la persona vive al pendiente de ello; este hábito fue más desarrollado en pandemia de la COVID – 19, debido a que la gente encontró un refugio en el celular, y eso provocó el uso excesivo de este mismo.

Chotpitayasunondh y Douglas (2017) en su investigación *How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone*, desarrollada en la Universidad de Kent en el Reino Unido, buscó examinar como la adicción al internet, el miedo a perderse experiencias (Fomo), el auto control, la adicción al smartphone, las consecuencias del comportamiento phubbing y la frecuencia de dicho comportamiento junto

a sus características pueden contribuir a que el phubbing sea percibido como una normativa. La muestra estuvo conformada por 276 participantes de 18 a 66 años. El comportamiento phubbing y ser ignorado (phubbee) contribuye a la percepción del phubbing como una norma social. A su vez, existe una diferencia significativa entre hombres y mujeres, siendo las mujeres las que muestran este comportamiento phubbing más que los hombres, pero a su vez son las que más reciben este tipo de conductas en comparación a los hombres. El estudio concluyó que el phubbing se ha convertido una norma generalizada en la comunicación moderna debido a la importancia que tienen los smartphones en la vida cotidiana y como puede tener un impacto en la calidad de la vida social de los individuos.

Las personas perciben el phubbing como algo negativo y perjudicial cuando están bajo el supuesto de que son ellos los ignorados (phubbee), esta percepción se debe a que el phubbing afecta aspectos fundamentales como la pertenencia, la autoestima, la existencia significativa y el control. Cuando alguien es ignorado se siente rechazado, excluido y poco importante/irrelevante, sentimientos que afectan la salud mental.

Sánchez (2017) realizó un estudio acerca de *El phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de secundaria de la institución educativa “San Alberto Magno” de Monquirá, Colombia* la cual buscó establecer la relación entre el phubbing y las relaciones interpersonales. La muestra estuvo conformada por 72 estudiantes de secundaria de 11 a 17 años. La investigación señaló que el 68,10% de la muestra presenta con alto nivel de phubbing tiene un bajo nivel de relaciones interpersonales. Además de señala la correlación negativa que existe entre phubbing y relaciones interpersonales también menciona como la digitalidad afecta los diferentes elementos necesarios para la comunicación.

En otra investigación sobre *El phubbing y su relación con las habilidades sociales en universitarios de la Amazonía peruana* en Lima (Vásquez, 2020), analizó la relación del

phubbing con las habilidades sociales de los jóvenes peruanos de la amazonía peruana. La investigación fue de tipo cualitativo no experimental y estuvo dirigida a estudiantes universitarios de la amazonía peruana de entre 18 a 25 años. Se concluyó que debido al contexto de la pandemia, los estudiantes han disminuido el uso de habilidades sociales debido al phubbing.

Cuando hablamos de phubbing también hay que saber quienes son los phubbers, el diccionario de Cambridge define *phubber* como alguien que ignora a la persona con la que está para poder prestarle atención a su celular.

Las señales de que uno podría ser o no un phubber están en la frecuencia con la que están atentos a su smartphone y a cualquier notificación que pueda llegar. Algunas características del phubber son: tener dos conversaciones a la vez, una en persona y otra en el celular. Otra característica es que el celular es indispensable en los escenarios sociales que uno pueda tener, además les resulta difícil sobrellevar una comida sin revisar su celular, esto se relaciona con el *fear of missing out* (FOMO) el cual es una señal importante de que la persona es un phubber (Legg, 2018).

Es necesario recordar que el phubber no siempre tiene la intención de hacer que el phubbee se sienta incómodo, el phubbing también puede ser una respuesta del phubber al escenario social en el que se encuentra y probablemente lo que busca al igual que el phubbee es sentirse incluido (Ducharme, 2018).

Con respecto a la evaluación y medición del phubbing, Cumpa (2017) en su estudio sobre el *Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte*, construyó la escala de phubbing que demostró propiedades psicométricas adecuadas para estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte. Dicho instrumento se ha mostrado fiable para ser utilizado en el contexto de Lima Norte. Para medir la fiabilidad se utilizó el método de consistencia interna, utilizando el coeficiente de Alpha de Cronbach.

Se obtuvo en la dimensión 1 un puntaje de .712; en la dimensión 2 se obtuvo un puntaje de .833; en la dimensión 3 se obtuvo un puntaje de ,800; y por último el total de la prueba obtuvo un puntaje de ,81. El instrumento fue sometido a validez de contenido a través del método de Criterio de Jueces.

Diferencia con otras adicciones a la tecnología

Adicción al Internet. La adicción al internet es percibida como una adicción en sí misma, pero a la vez como un canal para desarrollar otras adicciones conductuales como adicción al trabajo, a las compras o a las redes sociales. La vulnerabilidad psicológica de algunos usuarios junto con la falta de relaciones interpersonales, déficit cognitivo y antecedentes psicopatológicos los hace más propensos a desarrollar una adicción (García del Castillo, 2013).

FOMO. Elhai et al. (2021) menciona que FOMO (*fear of missing out*) hace referencia a tener miedo a perderse experiencias, esto puede entenderse como el miedo a perderse algo importante y se viene utilizando desde ya hace algunos años; por otra parte, el autor menciona que el FOMO también es la sensación de que otros tienen una vida mejor y más plena, y su vez, este término está asociado a la necesidad de estar constantemente en contacto digital con otros para saber lo que están haciendo.

Nomofobia. La nomofobia se define como el miedo irracional de no tener el teléfono móvil o smarthphone. Esta adicción se manifiesta a nivel fisiológico y psicológico y afecta a jóvenes como a adultos. Para ellos es fundamental sentirse seguros y comunicados con su entorno en todo momento (Spear et al., 2014 citado en Luy-Montejo et al., 2020).

Hipótesis

Existe una correlación significativa entre la adicción a redes sociales y phubbing.

CAPÍTULO II. MÉTODO

Método

Tipo y diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental transversal, porque no se manipuló las variables del estudio y se recolectó la información en un momento determinado del tiempo. Además, es correlacional porque se buscó hallar la relación entre las variables. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

Instrumentos

Para la presente investigación se usaron los siguientes instrumentos: ficha sociodemográfica, el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) y la escala de phubbing.

Ficha Sociodemográfica

Se usó una ficha sociodemográfica que nos ayudó a recolectar los datos de control como sexo, edad, escuela profesional.

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

Para medir adicción a redes sociales se utilizará Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), creado por Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blas en el 2014.

El cuestionario fue aplicado a 380 participantes las edades oscilaron entre los 16 y 42 años y la media total fue 20.73 años. Esta prueba está conformada por 24 ítems, compuesto por las dimensiones: obsesión por las redes sociales (2,3,5,6,7,13,15,19,22,23), falta de control personal en el uso de las redes sociales (4, 11, 12, 14, 20, 24) y uso excesivo de las redes sociales (1, 8, 9, 10, 16, 17, 18, 21). Se hizo el análisis factorial y se obtuvo un Alfa de Cronbach del .91 y un índice de KMO obtuvo un valor de .95, el cual puede ser considerado muy alto (Ecurra y Salas, 2014). Se analizó la confiabilidad por consistencia interna en cada una de las escalas, para medir la correlación ítem-test se utilizó el coeficiente de alfa de

Cronbach, obtuvieron valores de .88, .91, .92 y .95 los cuales pueden ser considerados como adecuados.

Escala de Phubbing

Para medir la variable de phubbing, se utilizó la Escala de Phubbing creada por Cumpa Prada, Luis Roberto en el año 2017, tiene como objetivo identificar problemas con el uso excesivo del celular. Posee 23 ítems y esa compuesta por tres dimensiones: Dependencia (2, 4, 12, 13, 15, 19 y 22), Relaciones interpersonales (3, 5, 7, 9, 11) y Ansiedad- insomnio (1, 6 ,8, 10, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 23). Esta prueba puede ser aplicada a jóvenes de 18 a 24 años de ambos sexos, con un nivel cultural promedio para comprender las instrucciones y enunciados del test, el tiempo promedio de evaluación es de 10 a 15 minutos. El puntaje se obtiene con una escala Likert de alto, medio y bajo. La prueba original contó con 43 ítems en el cual el valor debe ser mayor a .7, quedando así 38 ítems, debido a que 5 ítems están por debajo de dicho nivel. La confiabilidad se obtuvo a través del método de Consistencia Interna, utilizando para ello, el coeficiente de Alfa de Cronbach, para establecer la relación entre cada ítem, se obtuvo un alfa de .81.

Participantes

Población y Muestra

La población son los jóvenes universitarios de una universidad privada de Arequipa, teniendo en cuenta que estos sean mayores de 18 años y menores de 24 años, de diversas carreras de la universidad.

Para recolectar la muestra se hará un muestreo no probabilístico por conveniencia. Por lo tanto, constará aproximadamente 300 alumnos que pertenezcan a las carreras de administración de empresas, odontología, psicología y obstetricia.

Tabla 1
Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	105	32.5
Femenino	218	67.5
Total	323	100.0

Como se observa en la tabla 1, el 67.5% de los encuestados son del sexo femenino y el 32.5% del sexo masculino.

Tabla 2
Edades de los jóvenes universitarios

	Frecuencia	Porcentaje
18 años	3	.9
19 años	34	10.5
20 años	69	21.4
21 años	53	16.4
22 años	81	25.1
23 años	51	15.8
24 años	32	9.9
Total	323	100.0

Se puede apreciar en la tabla 2, la muestra estuvo en su mayoría conformada por adultos jóvenes de 20(21.4%), 21 (16.4%) y 23 años (15.8%).

Tabla 3
Distribución de estudiantes por carrera

	Frecuencia	Porcentaje
Psicología	147	45.5
Administración	110	34.1
Odontología	27	8.4
Obstetricia	39	12.1
Total	323	100.0

Como muestra la tabla 3, en esta investigación el 45.5% de los participantes fueron estudiantes de la carrera de Psicología, el 34.1% de Administración, el 12.1 de Obstetricia y el 8.4 de la carrera de Odontología.

Criterios de Inclusión

- Alumnos que utilicen redes sociales.
- Alumnos entre los 18 y 24 años.
- Alumnos que pertenecen a las carreras de administración de empresas, odontología, psicología y obstetricia.

Criterios de Exclusión

- Alumnos que no utilicen redes sociales.
- Alumnos que no se encuentran entre los 18 y 24 años.
- Alumnos que no pertenecen a las carreras de administración de empresas, odontología, psicología y obstetricia.

Procedimiento

Se contactó a las autoridades correspondientes a través de correo electrónico con el fin de solicitar un trámite formal, el cual fue un facilitador para proporcionar las pruebas a los estudiantes. Luego los instrumentos fueron adaptados a un Formulario de *Google Forms*, el cual fue enviado a los correos electrónicos de los estudiantes para así poder recolectar la información. Seguidamente se les presentó el formulario que contenía el consentimiento informado que debía ser aceptado por los participantes para después poder completar la información relacionada a los instrumentos. Se procedió a vaciar la información a una base de datos de Excel y luego se hizo el análisis estadístico con el SPSS versión 25.

Consideraciones Éticas

El presente estudio mantuvo la confidencialidad respectiva. Asimismo se aplicó el consentimiento informado con el fin de proteger la información recolectada la cual fue usada

con fines netamente académicos puesto a que se realizaron las evaluaciones y no se hizo ninguna manipulación irresponsable que los resultados obtenidos.

Análisis de datos

El análisis estadístico se realizó con el programa SPSS 2.5 al igual que los análisis descriptivos de frecuencias, medias, desviación estándar, pruebas de normalidad y correlación.



CAPÍTULO III. RESULTADOS

Resultados

Tabla 4

Niveles de adicción a redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	57	17.6
Medio	177	54.8
Alto	89	27.6
Total	323	100.0

Como se observa en la tabla 4, el 54.8% de los encuestados se encuentran en un nivel medio de adicción a redes sociales, más del 50% está presentando conductas obsesivas con respecto a la adicción a redes sociales, lo que significa que más de la mitad de la muestra ha presentado alguna de las tres dimensiones de manera regular.

Tabla 5

Niveles de la dimensión obsesión por las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	89	27.6
Medio	184	57.0
Alto	50	15.5
Total	323	100.0

Como se puede apreciar en la tabla 5, el 57% de los encuestados en la dimensión obsesión por redes sociales se encuentran en un nivel medio, lo que significa que más de la mitad de la muestra manifiesta un gran interés por el entorno virtual.

Tabla 6
Niveles de la dimensión falta de control en el uso de redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	69	21.4
Medio	147	45.5
Alto	107	33.1
Total	323	100.0

En la tabla 6, se puede notar que el 45.5% de los encuestados en la dimensión falta de control por uso de redes sociales se encuentran en un nivel medio, lo cual significa que se le da mayor importancia al uso de redes sociales en comparación a las responsabilidades que cada uno tiene.

Tabla 7
Niveles de la dimensión uso excesivo de redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	45	13.9
Medio	156	48.3
Alto	122	37.8
Total	323	100.0

Como se puede apreciar en la tabla 7, el 48.3% de los encuestados en la dimensión de uso excesivo de redes sociales se encuentran en un nivel medio, sin embargo, esta cifra no se encuentra muy alejada del nivel alto.

Tabla 8
Niveles de phubbing

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	141	43.7
Medio	173	53.6
Alto	9	2.8
Total	323	100.0

Se puede notar en la tabla 8, como el 53.6% de los encuestados en la dimensión de phubbing se encuentran en un nivel de conducta media, lo cual significa que la mayoría de los participantes presentan conductas de Phubbing lo cual significa que más del 50% ignora a una persona en un escenario social por prestar atención a su teléfono en lugar de hablar directamente con ella.

Tabla 9

Niveles de la dimensión dependencia

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	93	28.8
Medio	204	63.2
Alto	26	8.0
Total	323	100.0

Como se observa en la tabla 9, el 63.2% de los encuestados en la dimensión de dependencia se encuentran en un nivel medio, cifra preocupante ya que esto implica priorizar el uso de las redes sociales por encima de otras actividades.

Tabla 10

Niveles de la dimensión relaciones interpersonales

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	207	64.1
Medio	110	34.1
Alto	6	1.9
Total	323	100.0

Se puede apreciar en la tabla 10, como el 64.1% de los encuestados en la dimensión de relaciones interpersonales se encuentran en un nivel de conducta baja, eso quiere decir, que gran parte de la muestra a dañado su interacción con los demás, pero no de una manera significativa.

Tabla 11*Niveles de la dimensión ansiedad-insomnio*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	172	53.3
Medio	143	44.3
Alto	8	2.5
Total	323	100.0

Como se puede notar en la tabla 11, el 53.3% de los encuestados en la dimensión de ansiedad-insomnio se encuentran en un nivel de conducta baja, sin embargo, el 44.3% de los participantes también presentan un nivel de conducta media, lo cual indica que dichas conductas han sido experimentadas por la mayor parte de la muestra.

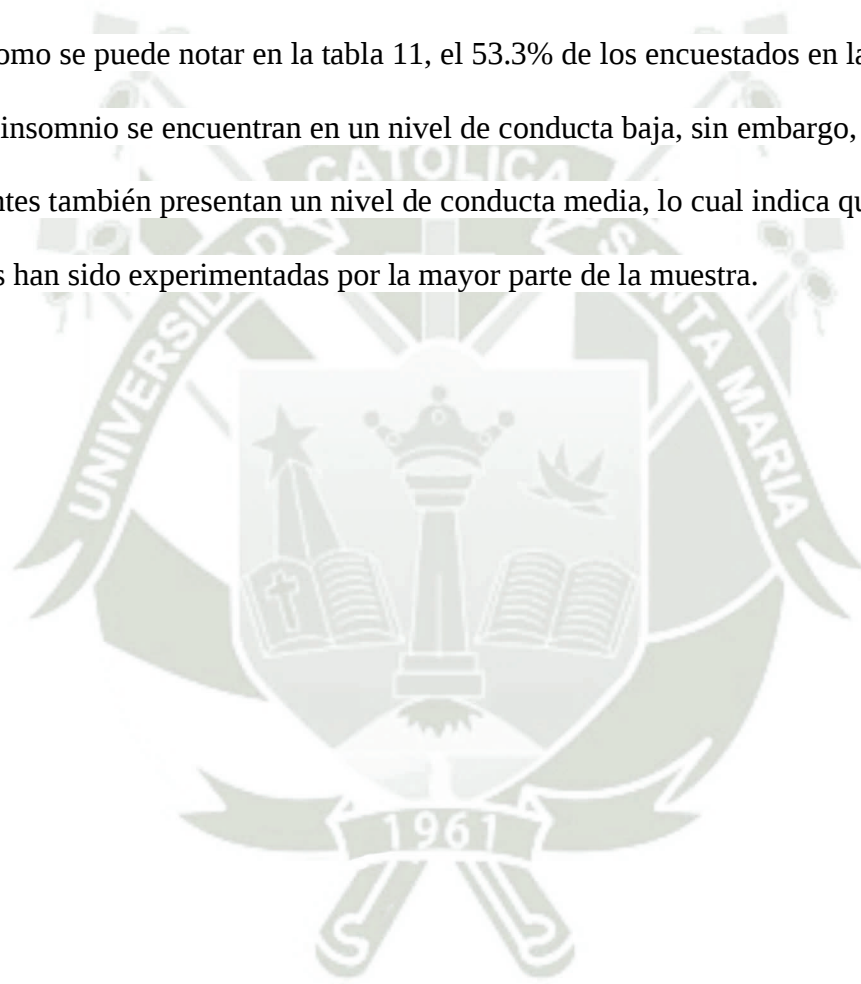


Tabla 12
Descriptivos del cuestionario ARS

Preguntas	Nunca		Rara vez		Algunas veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.	15	4.64	57	17.6	139	43.034	74	22.91	38	11.8
Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.	27	8.36	111	34.4	122	37.771	41	12.693	22	6.81
El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.	73	22.6	141	43.7	78	24.149	21	6.5015	10	3.1
Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.	14	4.33	52	16.1	101	31.269	99	30.65	57	17.6
No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.	71	22	96	29.7	108	33.437	38	11.765	10	3.1
Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.	131	40.6	108	33.4	53	16.409	24	7.4303	7	2.17
Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.	93	28.8	103	31.9	82	25.387	30	9.2879	15	4.64
Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.	32	9.91	78	24.1	135	41.796	54	16.718	24	7.43
Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.	27	8.36	64	19.8	123	38.08	74	22.91	35	10.8
Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.	20	6.19	69	21.4	117	36.223	76	23.529	41	12.7
Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.	64	19.8	92	28.5	111	34.365	38	11.765	18	5.57
Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.	34	10.5	64	19.8	111	34.365	67	20.743	47	14.6
Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.	44	13.6	70	21.7	94	29.102	73	22.601	42	13
Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.	49	15.2	91	28.2	119	36.842	46	14.241	18	5.57
Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.	83	25.7	126	39.0	81	25.1	27	8.4	6	1.9
Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.	15	4.6	98	30.3	116	35.9	72	22.3	22	6.8
Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.	18	5.6	70	21.7	131	40.6	82	25.4	22	6.8
Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.	108	33.4	75	23.2	104	32.2	76	23.5	26	8.0
Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.	108	33.4	108	33.4	78	24.1	21	6.5	8	2.5
Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.	89	27.6	107	33.1	90	27.9	28	8.7	9	2.8

Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.	31	9.6	104	32.2	113	35.0	56	17.3	19	5.9
Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.	115	35.6	110	34.1	62	19.2	25	7.7	11	3.4
Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).	63	19.5	111	34.4	97	30.0	36	11.1	16	5.0
Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.	73	22.6	94	29.1	91	28.2	41	12.7	24	7.4

Como se puede observar en la tabla 12, el 8.36% de los encuestados nunca necesitan cada vez más tiempo para atender asuntos relacionados con las redes sociales, a su vez el 9.91% nunca usan las redes sociales para sentirse aliviados y relajados. Además, el 21.7% de los encuestados rara vez pueden desconectarse de las redes sociales por varios días y permanecer mucho tiempo conectados a las redes sociales, por otro lado el 43.03% de los encuestados algunas veces sienten gran necesidad de permanecer conectados las redes sociales, a su vez el 38.08% algunas veces pierden el sentido del tiempo cuando entran a las redes sociales. Asimismo, el 22.6% de los encuestados casi siempre pueden desconectarse de las redes sociales por varios días, a su vez el 23.52% casi siempre permanecen más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente habían destinado. Por último, se puede ver en la tabla 12 como el 30.65% de los encuestados siempre apenas despiertan ya están conectándose a las redes sociales, a su vez el 14.6% siempre piensan en que deben controlar su actividad de conectarse a las redes sociales.

Tabla 13
Descriptivos de la escala de phubbing

Preguntas	Nunca		Casi nunca		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Se me va el sueño cuando estoy utilizando mi celular	44	13.6	152	47.1	110	34.1	17	5.3
Con frecuencia reviso mi celular, para mirar aplicaciones, redes sociales	5	1.5	76	23.5	199	61.6	43	13.3
Mis amigos comentan que uso bastante tiempo el equipo celular	137	42.4	137	42.4	44	13.6	5	1.5
Con frecuencia uso el celular en las actividades diarias	10	3.1	83	25.7	183	56.7	47	14.6
Con frecuencia uso el celular estando en una reunión	50	15.5	181	56.0	81	25.1	11	3.4
Cuanto no tengo mi celular, me siento preocupado	58	18.0	140	43.3	100	31.0	25	7.7
He ignorado a la persona que estaba hablando por estar usando el equipo celular	83	25.7	177	54.8	58	18.0	5	1.5
Con frecuencia me pongo triste cuando no recibo llamadas y no uso el celular	139	43.0	130	40.2	50	15.5	4	1.2
Prefiero estar usando el celular para cualquier fin, y no estar con los amigos	141	43.7	133	41.2	42	13.0	7	2.2
Prefiero desvelarme usando el celular	111	34.4	147	45.5	54	16.7	10	3.1
Me causa preocupación cuando no tengo el celular	86	26.6	140	43.3	82	25.4	15	4.6
Con frecuencia pienso que mi celular ha sonado y reviso si es así.	74	22.9	132	40.9	109	33.7	8	2.5
Me siento incómodo cuando no tengo el celular ala mano	89	27.6	139	43.0	81	25.1	14	4.3
Prefiero desvelarme usando el celular hasta altas horas de la noche	97	30.0	149	46.1	64	19.8	13	4.0
Con frecuencia uso el celular estando en lugares públicos, restauran, cine	33	10.2	123	38.1	143	44.3	23	7.1
Uso el celular cada vez más tiempo para cualquier fin (aplicaciones, redes sociales)	29	9.0	126	39.0	148	45.8	20	6.2
Me asusta la idea de que se acabe la batería de mi celular	60	18.6	130	40.2	105	32.5	28	8.7
Prefiero conversar a traves del celular, redes sociales, que estar frente de la persona	129	39.9	140	43.3	46	14.2	8	2.5
Cuando estoy en una reunión con mis amigos uso el equipo celular	70	21.7	169	52.3	75	23.2	9	2.8
Prefiero dormir pocas horas por estar utilizando el celular	157	48.6	126	39.0	35	10.8	5	1.5
Estoy siempre pendiente de los nuevos equipos celulares para comprar uno	147	45.5	107	33.1	55	17.0	14	4.3
Con frecuencia estoy preocupado por el celular	84	26.0	157	48.6	70	21.7	12	3.7
No presto atención a clases o a las actividades por estar usando el celular	85	26.3	178	55.1	54	16.7	6	1.9

Como se puede apreciar en la tabla 13, el 1.5% de los encuestados nunca revisan su celular para mirar aplicaciones y redes sociales a su vez el 9% nunca usan el celular cada vez

más tiempo para cualquier fin. Se puede observar como el 25.7% de los encuestados casi nunca usan el celular con frecuencia en las actividades diarias, a su vez el 33.1% casi nunca están pendientes de los nuevos equipos celulares para comprar uno. Asimismo, 61.6% de los encuestados casi siempre revisan con frecuencia su celular, para mirar aplicaciones y redes sociales, a su vez el 56.7% casi siempre usan el celular con frecuencia en sus actividades diarias. Finalmente podemos notar que el 5.3% de los encuestados siempre se les va el sueño cuando están utilizando su celular, a su vez el 7.7% siempre se sienten preocupados cuando no tienen su celular.

Tabla 14
Pruebas de normalidad

	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		
	Estadístico	gl	Sig.
Obsesion por redes sociales	.091	323	.000
Uso de redes sociales	.067	323	.001
Uso excesivo de redes sociales	.059	323	.008
Adiccion a redes sociales	.047	323	.087
Dependencia	.074	323	.000
Relaciones interpersonales	.092	323	.000
Ansiedad-insonmio	.061	323	.006
Phubbing	.044	323	.200*

En la tabla 14, podemos notar que se emplea la prueba de *Kolmogorov* para el análisis de normalidad, puesto que la muestra tiene más de 35 datos, en tal sentido, se analiza los grados de significancia en ambas variables, este no excede el .05 del valor esperado en su mayoría, por lo que la muestra no tiene una distribución normal, por ello se procede al análisis inferencial con estadísticos no paramétricos.

Tabla 15
Correlación entre adicción a redes sociales y phubbing

			Phubbing	Dependencia	Relaciones interpersonales	Ansiedad- insomnio
Rho de Spearman	Adicción a redes sociales	Coeficiente de correlación	.685**	.620**	.594**	.629**
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	Obsesión por redes sociales	Coeficiente de correlación	.649**	.556**	.587**	.604**
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	Falta de control personal en el uso de redes sociales	Coeficiente de correlación	.608**	.547**	.529**	.562**
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	Uso excesivo de redes sociales	Coeficiente de correlación	.642**	.624**	.535**	.580**
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000

Como se puede observar en la tabla 15, se encontró una relación significativa, positiva y alta entre adicción a redes sociales y phubbing ($\rho=.685$; p valor $<.05$) es decir que a mayor adicción a redes sociales habrá una mayor presencia de conductas de phubbing. esto quiere decir que de acuerdo al uso que se le da a las redes sociales, las conductas de phubbing se presentaran con mayor o menor frecuencia. Además se pudo identificar una relación significativa, positiva y alta entre obsesión por redes sociales y ansiedad-insomnio ($\rho=.604$; p valor $<.05$). Esto quiere decir que a mayor obsesión y preocupación por lo que pasa en las redes sociales, mayores manifestaciones de ansiedad e insomnio. A su vez se encontró una relación moderada, entre falta de control personal en el uso de redes sociales y dependencia ($\rho=.547$; p valor $<.05$). Esto quiere decir que la dependencia a permanecer conectado a las redes sociales por largos períodos de tiempo genera mayor pérdida de compromiso tanto profesional como académico. Por último, se encontró una relación moderada, entre el uso

excesivo uso de redes sociales y relaciones interpersonales ($\rho=.535$; p valor $<.05$) resultado que es alarmante ya que a mayor uso excesivo de las redes sociales, mayor el deterioro de la comunicación asertiva entre individuos ya que prefieren que esta interacción sea virtual.

Tabla 16

Comparación de adicción a redes sociales según sexo

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Adicción a redes sociales	Bajo	16.2%	18.3%	17.6%
	Medio	61.9%	51.4%	54.8%
	Alto	21.9%	30.3%	27.6%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
		Adicción a redes sociales		
U de Mann-Whitney		10599.000		
Sig. asintótica(bilateral)		.282		

En la tabla 16 se observa que en ambos casos tanto hombres como mujeres muestran idénticos resultados en la adicción a redes sociales, el sexo masculino con una adicción media del 61.9% y el femenino con 51.4%; adicionalmente se utilizó la prueba de U de Mann Whitney para dos muestras independientes el p valor excede el .05 por lo que se dice que no hay diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 17
Comparación de phubbing según sexo

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Phubbing	Conducta baja	50.5%	52.3%	51.7%
	Conducta media	47.6%	46.3%	46.7%
	Conducta alta	1.9%	1.4%	1.5%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%

Phubbing	
U de Mann-Whitney	11101.000
Sig. asintótica(bilateral)	.662

La tabla 17 muestra como el 50.5% de los varones tienen conductas bajas de phubbing y el 52.3% de las mujeres, igual; adicionalmente se utilizó la prueba de U de Mann Whitney para dos muestras independientes el p valor excede el .05 por lo que se dice que no hay diferencias estadísticamente significativas.

Discusión

Esta investigación buscó determinar la relación entre la adicción a redes sociales y phubbing en adultos jóvenes en una universidad privada de Arequipa. Se encontró una relación significativa, positiva y alta entre adicción a redes sociales y phubbing, lo cual significa que la hipótesis ha sido comprobada.

Estos resultados se contrastan a lo encontrado en la investigación de Fuentes y Capacoila en el 2019, donde establecieron una relación significativa e inversa entre adicción a redes sociales y relaciones interpersonales, variable relacionada con una de las dimensiones del instrumento de phubbing. Las autoras mencionan que, ante una mayor presencia de uso o adicción a redes sociales, las habilidades interpersonales se pueden ver afectadas, lo cual demuestra en ambas investigaciones como el uso de las redes sociales puede afectar la manera en la que nos relacionamos o comunicamos con los demás. A su vez Sánchez (2017) en su investigación sobre el phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de la institución educativa, concluyó que existe una relación significativa indirecta entre el phubbing y las relaciones interpersonales, por lo que ella menciona que existe un gran impacto en las relaciones sociales debido al uso de dispositivos digitales, esta situación puede llegar a generar dificultades en la comunicación, el contacto físico entre los estudiantes, las conversaciones frente a frente; y a la vez se transgreden elementos esenciales para la comunicación.

Por otro lado, se obtuvieron niveles medios en la variable de adicción a redes sociales. Esto se diferencia a lo encontrado en Cerdán en el 2017, ya que tuvo como resultado que el 61% de la muestra presentaba un riesgo leve con respecto a la adicción a las redes sociales, la autora concluyó que el promedio de los participantes muestra tendencia a la adicción a redes sociales. En esta misma línea Araujo en el 2016 tuvo como objetivo evaluar la intensidad de tres dimensiones de adicción a las redes sociales, el encontró que puntaje máximo es 40 y que

el 99% de los participantes tiene una puntuación de 20 o menos, por lo tanto no es considerado problemático el uso que le da la muestra a las redes sociales debido a que la mayoría de los participantes puntuó menos que la mitad del puntaje máximo de cada una de las tres dimensiones.

En la investigación se encontraron niveles medios de phubbing, estos resultados se contrastan con Sánchez ya que mostró que el 77.8% de la muestra presenta niveles elevados de Phubbing, lo cual demuestra lo importante que es el entorno virtual para la mayoría de los estudiantes. Los resultados permitieron obtener tres dimensiones y tres categorías para los niveles de conducta como alto, medio y bajo.

También se encontró que los niveles de adicción a redes sociales son iguales para ambos sexos, lo cual indica que estas conductas se ejecutan de forma equitativa y no existe una diferencia significativa. A diferencia de otras investigaciones como la realizada por Capacoila en 2019 sobre adicción a redes sociales y habilidades interpersonales, se obtuvo que los hombres presentaban mayor adicción a redes sociales (nivel grave). En esta misma línea, Araujo en el 2016 demuestra que los hombres muestran mayor puntaje en la dimensión de obsesión a redes sociales, la ansiedad, preocupación, descuido y cambios de humor que esta produce podría estar relacionada con el síndrome de abstinencia.

Así mismo se encontró que los niveles de phubbing son iguales para ambos sexos, estos resultados son similares a los Cumpa en el 2017, ya que obtuvo como resultado una igualdad por sexo con respecto a las conductas de phubbing, razón por la cual no hay baremos por sexo en esta escala. Sin embargo, Chotpitayasunondh y Douglas cuyo objetivo fue examinar como la adicción al internet, el miedo a perderse experiencias (fomo), el auto control, la adicción al smartphone, las consecuencias del comportamiento phubbing y la frecuencia de dicho comportamiento junto a sus características pueden contribuir a que el phubbing sea percibido como una normativa. En este trabajo podemos notar que con respecto

al phubbing son las mujeres las que manifiestan este comportamiento más que los hombres, pero a la vez son ellas las que más lo reciben por parte de los demás, es decir, la mujer es tanto phubber como phubbee.

Por otro lado, se encontró que la dimensión de obsesión a redes sociales se relaciona con las todas las dimensiones de phubbing. Se muestra que existe una relación significativa moderada con la dimensión de ansiedad-insomnio, estos resultados son iguales a los encontrados en Portillo (2021) que trabajó adicción a redes sociales autoestima y ansiedad en la cual se utilizaron el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), la escala de ansiedad manifiesta en adultos (AMAS-A) y la escala de autoestima de Rosenberg encontró una relación significativa entre la dimensión de preocupaciones sociales (AMAS-A) con la dimensión de obsesión por las redes sociales(ARS), también concluyo que las personas con mayor nivel de ansiedad son quienes mostraron mayor adicción total.

Munayco en 2021 halló una relación directa entre la ansiedad y la obsesión por las redes sociales en su investigación referida a la relación entre ansiedad y adicción a redes sociales. La autora menciona como lo que puede empezar como la introducción de estas nuevas tecnologías, si bien pueden empezar como un estímulo inofensivo puede llegar a convertirse en un trastorno que perjudique distintos ámbitos de la vida de una persona, condición que podría empeorar debido a la poca importancia y a la falta de acceso a la salud mental

Así mismo la obsesión por redes sociales se relaciona directa y moderadamente con dependencia a redes sociales, Miraval en 2019 investigo sobre el phubbing y valores interpersonales en jóvenes universitarios, se utilizo la escala de phubbing en donde el 49.69% de la muestra presentó nivel medio de dependencia, es decir, la muestra las usa de manera que no afecta su vida diaria o su salud mental, sin embargo, eso no significa que no pueda considerarse un problema a futuro.

Conclusiones

Primera. Existe una relación significativa positiva entre adicción a redes sociales y phubbing, esto quiere decir que de acuerdo con el uso que se les dé a las redes sociales, las conductas de phubbing se presentaran con mayor o menor frecuencia.

Segunda. Con respecto a la adicción a redes sociales, más de la mitad de los participantes ha presentado alguna de las tres dimensiones de manera regular, la manifestación de dichas conductas como la falta de control, el uso excesivo de redes sociales y la ansiedad-insomnio son regulares.

Tercera. La mayoría de los participantes presentan conductas de phubbing en niveles medios, lo cual significa que ignorar a una persona en un escenario social por prestar atención a su teléfono en lugar de hablar directamente con ella es una conducta tan presente que incluso puede ser considerada como natural al momento de interactuar con los demás.

Cuarta. Los niveles de adicción a redes sociales y phubbing son iguales para ambos sexos, lo cual indica que estas conductas se ejecutan de forma equitativa y no existe una diferencia significativa.

Quinta. La dimensión que mejor se relaciona con las conductas y las dimensiones del phubbing es la obsesión a redes sociales. Se concluye que la obsesión por las redes sociales tiene consecuencias a nivel social, personal, mental y fisiológico.

Sugerencias

Primera. Los resultados muestran que los adultos jóvenes usan de manera regular las redes sociales para múltiples fines, por lo que es necesario informar a los estudiantes universitarios con ayuda del departamento de bienestar académico, psicólogos encargados y docentes con el fin de prevenir que este uso se convierta excesivo y perjudicial para su desarrollo social. Ya que la mayoría de los participantes han experimentado algunos efectos de este uso de las redes sociales, es importante proporcionar estrategias que les permitan afrontar estos efectos de manera eficaz.

Segunda. El phubbing es un fenómeno que está abarcando cada vez más en la vida de las personas y se está manifestando incluso en edades más tempranas, por lo que sería recomendable poder replicar esta investigación en otro grupo etario como adolescentes, para así poder analizar el impacto del comportamiento phubbing en otras condiciones o situaciones culturales.

Tercera. Esta investigación muestra como todos los estudiantes utilizan las redes sociales y a su vez participan en la dinámica del comportamiento phubbing de una manera equitativa tanto hombres como mujeres, es decir, todos están expuestos de igual manera a distintos factores de riesgo es porque es necesario informar a los estudiantes universitarios con la ayuda del departamento de bienestar académico, sobre el buen uso de las redes sociales a través de talleres informativos que les permitan potenciar sus habilidades comunicativas, para así poder interactuar de una manera más real y asertiva.

Cuarta. Teniendo en cuenta como la obsesión por las redes sociales puede afectar la salud mental ya sea perjudicando las relaciones interpersonales o de una manera fisiológica a través de la ansiedad-insomnio, es conveniente aprovechar la visibilidad que está teniendo la salud mental actualmente y así promover la importancia de esta con el apoyo del área de

bienestar académico y del psicólogo encargado, para así poder identificar y trabajar las conductas que podrían afectar la vida cotidiana a largo plazo.

Quinta. Con el fin de recolectar más información sobre este tema, sería aconsejable desarrollar investigaciones relacionadas a la rama clínica-educativa con el fin de encontrar la problemática y así poder realizar con la ayuda de las autoridades universitarias competentes, campañas de prevención para así proteger la salud mental de los jóvenes.

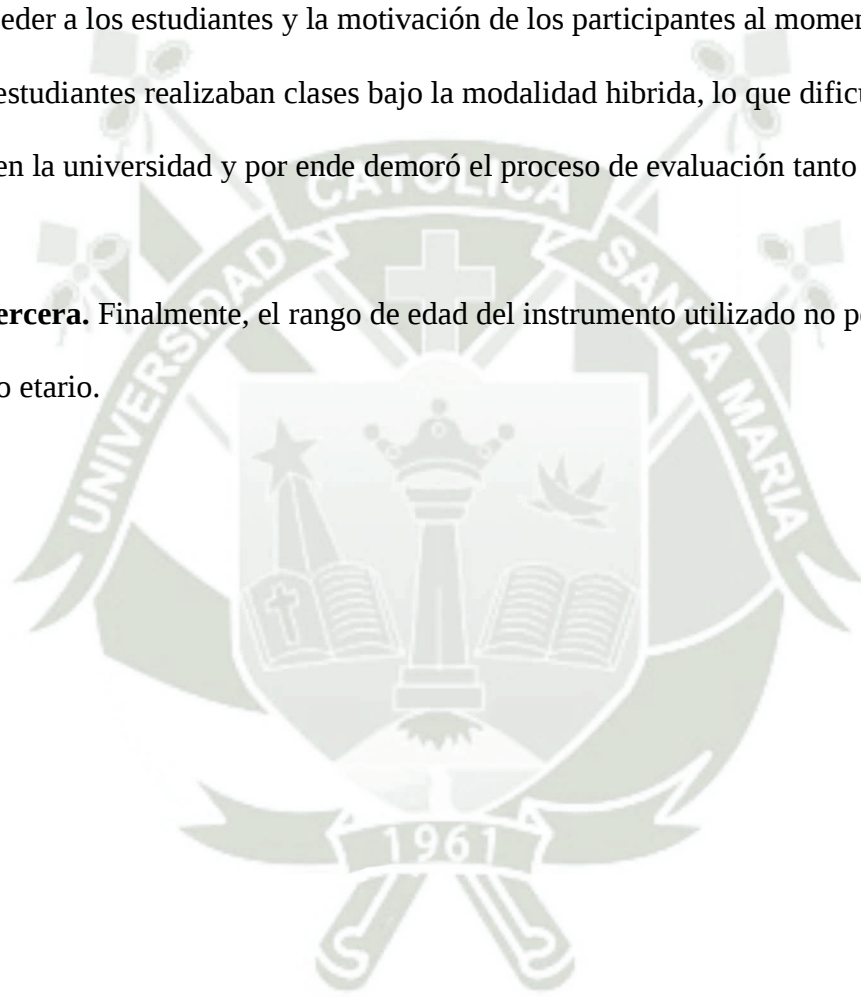


Limitaciones

Primera. A nivel de búsqueda de literatura, hubo dificultad para encontrar antecedentes en español, debido a que la variable phubbing aún no ha sido investigada a profundidad en un contexto hispano hablante.

Segunda. Otra de las limitaciones fue la disponibilidad de algunas facultades para poder acceder a los estudiantes y la motivación de los participantes al momento de evaluar. Algunos estudiantes realizaban clases bajo la modalidad híbrida, lo que dificultó encontrar alumnos en la universidad y por ende demoró el proceso de evaluación tanto física como virtual.

Tercera. Finalmente, el rango de edad del instrumento utilizado no permitió evaluar a otro grupo etario.



Referencias

- Aagaard, J. Digital akasia: a qualitative study of phubbing. *AI & Soc* 35, 237–244 (2020).
<https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Aguilar, P. (26 de diciembre de 2013). Phubbing, culpable de fracaso en reuniones. Periódico El Universal , 1.
- Alarcón Ponce, A. (2021). El impacto de la era digital y sus consecuencias: conductas adictivas y autoestima en adolescentes.
- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Araujo Robles, E. D. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 10(2), 48-58.
- Bao, R., Flores, J. y Gonzáles, F. (2009). Las organizaciones virtuales y la evolución de la web. Universidad San Martín de Porres Lima, Perú: Fondo Editorial.
- Barry, C. M. N., Madsen, S. D., Nelson, L. J., Carroll, J. S., & Badger, S. (2009). Friendship and romantic relationship qualities in emerging adulthood: Differential associations with identity development and achieved adulthood criteria. *Journal of Adult Development*, 16(4), 209–222. <https://doi.org/10.1007/s10804-009-9067-x>
- Butler, B. S., & Matook, S. (2015). Social Media and Relationships. In *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (pp. 1–12). Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs097>
- Cambridge University Press 2022. Meaning of phubber in English.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/phubber>
- Capacoila, F., & Fuentes, M. (2019). Adicción a redes sociales y habilidades interpersonales en estudiantes universitarios. Universidad Católica De Santa María.
- Cerdán Cárdenas, R. D. P. (2017). Adicción a las redes sociales en estudiantes del primer

ciclo de psicología de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Cumpa Prada, L. R. (2017). Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte, 2017.

Chóliz Montañés, M., & Villanueva Silvestre, V. (2011). Evaluación de la adicción al móvil en la adolescencia.

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>

Domínguez, J., & Ybañez, J. (2016). Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa privada. *Revistas USIL*. Obtenido de <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/122/390>

Ducharme, J. (29 de marzo de 2018). Phubbing’ Is Hurting Your Relationships. Here’s What It Is. *Time USA, LLC*. Recuperado el 27 de abril de 2022 de <https://time.com/5216853/what-is-phubbing/>

Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. Obtenido de https://www.aesed.com/upload/files/vol-37/n-4/v37n4_5.pdf

Elhai, J., Yang, H., & Montag, C. (2021). Miedo a perderse (FOMO): descripción general, fundamentos teóricos y revisión de la literatura sobre las relaciones con la gravedad de la afectividad negativa y el uso problemático de la tecnología. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rbp/a/KxjyzSSmkFx345d4KrfFqKk/?format=html&lang=en>

Ellison, N., Lampe, C., Steinfield, C., & Vitak, J. (2011). “With a little help from my Friends: How social network sites affect social capital processes” in Zizi Papacharissi (Ed.) *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites* (Routledge, New York, 2010).

- Escurra Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Espinar, E. y González, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género.
- García del Castillo, J. A. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Salud y Drogas*, 13(1), 5-14. <https://doi.org/10.21134/haaj.v13i1.188>
- Gomez, D. (2019). Ventajas y desventajas de las TIC en la enseñanza. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/45/45>
- Griffiths, M.D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
- Haigh, A. (2012). Stop phubbing. Retrieved from <http://stopphubbing.com>.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- Jensen, J. (2014). *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties*. EE.UU.: Oxford University Press.
- Legg, T. (4 de junio de 2018). How to Identify and Manage Phubbing. HealthLine. Recuperado el 27 de abril de 2022 de <https://www.healthline.com/health/how-social-media-is-ruining-relationships#All-likes-and-no-play-can-make-a-lonely-generation>
- Limas Suárez, S. J., & Vargas Soracá, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*, 23(4), 559-574.
- Luy-Montejo, C., Gamero, A. M., Lopez, J. G., & Escarcena, R. E. T. (2020). Nomofobia: Adicción tecnológica en universitarios. *Stodium Veritatis*, 18(24), 43-69.
- Tenzer, S., Ferro O. & Palacios N. Pág, O. (2009). Redes Sociales Virtuales: personas,

sociedad y empresa A modo de introducción.

<http://migranteecuatoriano.gov.ec/blogs/redessocialesvirtuales/preguntas/que-son-redes-sociales/>

Medina Gamero. (2021). Phubbing: La otra cara de COVID-19. Europe PMC. Obtenido de <https://europepmc.org/article/med/34127365>

Miraval Claudio, A. A., & Rojas Yali, L. B. (2019). Relación del Phubbing y los valores interpersonales en jóvenes de la Facultad de Psicología de la UNHEVAL–Huánuco–Perú-2019.

Morán, J., Flores, J., & Rodríguez, J. (2009). Las redes sociales. Obtenido de http://files.andresalvarez.webnode.es/2000000092-d07c9d2704/redes_sociales.pdf

Munayco Avalos, S. L. (2021). Ansiedad y su Relación con la Adicción A Las Redes Sociales En Una Muestra De Jóvenes De La Provincia De Chíncha, 2020.

Numata, C. (2021). TecSalud . Obtenido de <https://blog.tecsalud.mx/la-peligrosa-adiccion-a-las-redes-sociales>

Orlowski, J. (Director). (2020). El dilema de las redes sociales [Documental].

Papalia, D., & Feldman, R., & Martorell, G. (2012). Papalia | Feldman. In Desarrollo Humano.

https://www.academia.edu/36792745/Desarrollo_Humano_Papalia_12a_edicion_1_

Padilla, C., & Ortega, J. (2012). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. Casus. Obtenido de http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/252/Padilla_Ortega_articulo_CAS_US_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Portillo-Reyes, V. Ávila-Amaya, J. A., Capps, J. W. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. Enseñanza e Investigación en Psicología, 3(1), 139-149.

Quiroz, A., Martinez, M., Ibarra, N., García, P., & Díaz, M. (2016). Enfermo por el celular.

Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/cuidarte/cui-2016/cui1610e.pdf>

Sandoval, J., & Salas, L. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta

pedagógica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/688/68830443002.pdf>

Rivas Rivas, J. E., & Ikemiyashiro Higa, J. (2017). 2017_Ikemiyashiro_Uso-de-las-redes-
sociales-virtuales. 1–55. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2766>

Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell
phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners.

Computers in Human Behavior, 54, 134–141.

<https://doi.org/10.1016/J.CHB.2015.07.058>

Sánchez Vargas, Y. Y. (2017). El Phubbing y Las Relaciones Interpersonales en los
Estudiantes de Secundaria de la Institución Educativa “San Alberto Magno” De
Monquirá, Boyacá. Colombia, 2017.

Vásquez Grández, N. R. El phubbing y su relación con las habilidades sociales en
universitarios de la Amazonía peruana.

Anexos

Anexo 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO

El propósito de esta ficha de consentimiento es brindar a los participantes de la investigación una explicación clara e informarles del objetivo de la investigación y su rol en ella.

La presente investigación es dirigida por la egresada de la Escuela de Psicología de la Universidad Católica de Santa María, Ximena Diaz Cornejo. El objetivo de esta investigación es determinar la relación entre adicción a redes sociales y Phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada en Arequipa.

Si usted acepta participar en este estudio, se le pedirá responder a 3 cuestionarios: Ficha Sociodemográfica, Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y Escala de Phubbing.

Yo,....., acepto participar voluntariamente en la investigación denominada: “Uso Redes Sociales y Phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada de Arequipa, 2022”, conducida por Ximena Diaz Cornejo. He sido informado (a) que esta investigación tiene como objetivo determinar la relación entre adicción a redes sociales y Phubbing en adultos jóvenes en una Universidad Privada en Arequipa. Estoy informado también de los instrumentos que se me aplicarán y cómo se procesará la información.

Reconozco que la información que brinde para los fines de esta investigación serán estrictamente confidenciales y no se le dará uso fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado (a) que puedo contactar a quien conduce el estudio en caso tenga dudas sobre este.

He sido informado que se me entregará una copia de este consentimiento y puedo pedir información de los resultados cuando éste haya concluido.

Firma o Huella del Participante

DNI

Fecha

Anexo 2

FICHA SOCIODEMOGRÁFICA

Sexo:

___ Masculino ___ Femenino

Edad ___

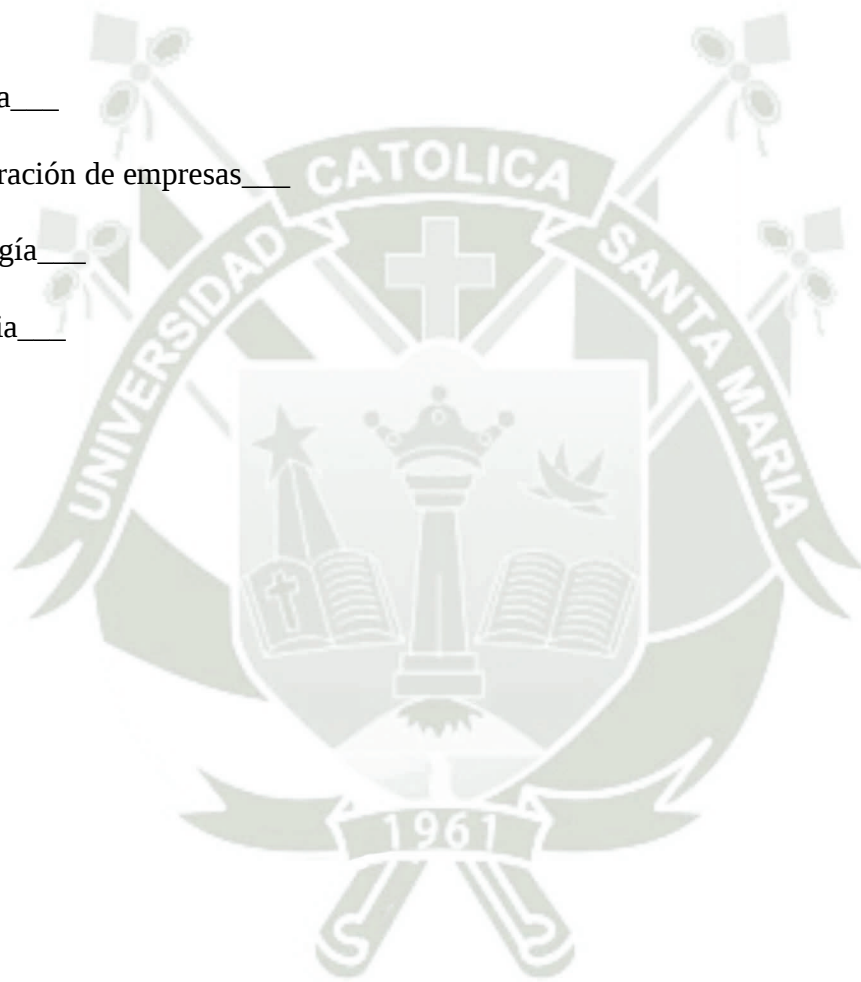
Carrera

Psicología ___

Administración de empresas ___

Odontología ___

Obstetricia ___



Anexo 3

CUESTIONARIO DE ADICCIÓN A REDES SOCIALES

A continuación se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace: Siempre (S), Casi siempre (CS), A veces (AV), Rara vez (RV), Nunca (N)

N° ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					

20	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					



Anexo 4

ESCALA DE PHUBBING

Aquí tienes algunas preguntas sobre el modo como usted se comporta, siente y actúa. Después de cada pregunta, conteste en la hoja de respuesta marcando con una “X” según sea su caso. Ahora comience, trabaje rápidamente y recuerde de contestar todas las preguntas. No hay respuestas “correctas” ni “incorrectas” y esto no es un test de inteligencia o habilidad sino simplemente una medida de la forma como usted se comporta: NUNCA (N), CASI NUNCA (CS), CASI SIEMPRE(CS), SIEMPRE (S)

Nº	PREGUNTAS	N	CN	CS	S
1	Se me va el sueño cuando estoy utilizando mi celular				
2	Con frecuencia reviso mi celular, para mirar aplicaciones, redes sociales				
3	Mis amigos comentan que uso bastante tiempo el equipo celular				
4	Con frecuencia uso el celular en las actividades diarias				
5	Con frecuencia uso el celular estando en una reunión				
6	Cuanto no tengo mi celular, me siento preocupado				
7	He ignorado a la persona que estaba hablando por estar usando el equipo celular				
8	Con frecuencia me pongo triste cuando no recibo llamadas y no uso el celular				
9	Prefiero estar usando el celular para cualquier fin, y no estar con los amigos				
10	Prefiero desvelarme usando el celular				
11	Me causa preocupación cuando no tengo el celular				
12	Con frecuencia pienso que mi celular ha sonado y reviso si es así.				
13	Me siento incómodo cuando no tengo el celular ala mano				
14	Prefiero desvelarme usando el celular hasta altas horas de la noche				
15	Con frecuencia uso el celular estando en lugares públicos, restauran, cine				
16	Uso el celular cada vez más tiempo para cualquier fin (aplicaciones, redes sociales)				
17	Me asusta la idea de que se acabe la batería de mi celular				
18	Prefiero conversar a traves del celular, redes sociales, que estar frente de la persona				
19	Cuando estoy en una reunión con mis amigos uso el equipo celular				
20	Prefiero dormir pocas horas por estar utilizando el celular				
21	Estoy siempre pendiente de los nuevos equipos celulares para comprar uno				
22	Con frecuencia estoy preocupado por el celular				
23	No presto atención a clases o a las actividades por estar usando el celular				