

INFLUENCIA DE LA AUTOESTIMA Y EL SENTIMIENTO DE SOLEDAD EN EL USO Y ABUSO DEL MÓVIL E INTERNET

Trabajo Fin de Grado de Psicología

Zeneyda del Carmen Batista Sánchez

Tutorizado por

Juan I. Capafons y Carmen D. Sosa

Curso Académico 2020-21

Resumen

Con el auge de las herramientas tecnológicas, acceder a Internet y el uso del móvil se han convertido en parte de nuestra vida para el desarrollo de tareas de la vida cotidiana y de relaciones interpersonales. Sin embargo, a pesar de las numerosas ventajas que aportan las TIC, también conforman patrones de uso problemáticos que eclosionan la esfera psicosocial de las personas. En esta investigación se pretende conocer si los constructos psicológicos como la autoestima y el sentimiento de soledad pueden influir en el uso patológico del móvil y de Internet. El estudio se llevó a cabo en una muestra de 297 personas de procedencia canaria, que contestaron a los cuestionarios de Autoestima (Rosenberg), de Soledad (UCLA), y de adicción al móvil e Internet (CERM y CERI) mediante autoadministración. Algunos de los resultados que se encontraron señalan que hay relación directa del abuso del móvil e Internet con la baja autoestima y la alta soledad.

Palabras clave: Adicción al móvil, adicción a Internet, TIC, autoestima, soledad.

Abstract

With the rise of technological tools, access to the Internet and the use of mobile have become part of our lives for the development of everyday tasks and interpersonal relationships. Despite the many advantages that ICT bring, they also form problematic patterns of use that hatch the psychosocial sphere of people. This research aims to know if psychological constructs such as self-esteem and feeling of loneliness can influence the pathological use of mobile and the Internet. The study was carried out in a sample of 297 people from the Canary Islands, who answered the questionnaires Self-esteem (Rosenberg), Soledad (UCLA), and Internet and mobile addiction (CERM and CERI) by self-management. Some of the results found indicate that there is a direct relationship between mobile and Internet abuse and low self-esteem and high loneliness.

Key words: *mobile addiction, Internet addiction, TIC, self-esteem, loneliness.*

1) Introducción.

Tras la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), estar conectados a la red se ha convertido en un estilo de vida. El smartphone o teléfono inteligente se ha incorporado a la rutina de las personas de forma inmediata gracias a las facilidades que aporta. Este dispositivo permite el desarrollo de tareas cotidianas, laborales o académicas superando barreras comunicativas como son la distancia y el aislamiento social, y proporciona numerosas herramientas entre las que se encuentra la comunicación audiovisual instantánea, mensajería a través de redes sociales, navegar y comprar por internet, descargar juegos, música, videos y aplicaciones varias, almacenar datos y archivos, y fotografiar. No obstante, la utilización de las nuevas tecnologías también entraña algunos riesgos ya que, puede generar problemas en los usuarios de dichas tecnologías. Estos problemas no dependen de la tecnología en sí misma, sino que se produce en función del cómo, el quién y el por qué se usan (Salas, 2014).

El abuso del móvil y de Internet aún no están recogidos como adicciones en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM) en ninguna de sus revisiones, si bien, un mal uso de estos dispositivos puede generar problemas psicológicos. Para Young (1996) de todos los diagnósticos que se recogen en el DSM, el Trastorno por Juego Patológico es el más parecido en cuanto a la naturaleza patológica del uso de Internet. Y añade que “usando el modelo del Juego Patológico, la adicción a Internet puede ser definida como un trastorno del control de impulsos que no involucra ningún tóxico”. Este mismo autor en otra de sus investigaciones, considera

que los trastornos de control de impulsos tienen en común que la compulsión de un individuo está asociada a menudo con estados de malestar y tensión que consiguen apaciguarse por medio de la realización del acto (Young, 2005).

Algunas de las razones que han llevado a considerar el uso del móvil como una tarea adictiva hacen referencia principalmente a la repercusión en la vida privada de los usuarios, el tiempo y la atención invertido en el uso de los móviles, la sustitución de otras actividades por estar con el móvil y la pérdida de control (Griffiths, 2008, como se citó en Pedrero, Rodríguez y Ruiz, 2011).

Pedrero y colaboradores (2011) tras una revisión literaria acerca del uso del móvil, encontraron que la autoestima es uno de los rasgos más estudiados en relación con el abuso del móvil. Desde una perspectiva etimológica, la autoestima se define como la valoración de uno mismo: 'auto' hace referencia al "sí mismo", y 'estima' que proviene del verbo griego 'aestimare', se traduce como 'valorar', 'juzgar', 'considerar'. Para Echeburúa (2012):

La autoestima (es decir, el aprecio y la valoración que una persona siente hacia sí misma y hacia lo que es capaz de hacer) constituye el pilar básico sobre el que se estructura la personalidad de un sujeto desde la infancia y condiciona notablemente la forma (...) en que se regula el comportamiento con las demás personas y en que se ejerce la capacidad de autocontrol. Los componentes fundamentales de los trastornos adictivos son la falta de control y la dependencia. (p. 442)

En la misma línea, se considera que a veces la adicción responde a un problema de personalidad como puede ser la timidez excesiva, la baja autoestima o el rechazo de la imagen corporal, o también, que se esté produciendo por un estilo de afrontamiento inadecuado ante las dificultades cotidianas (Muñoz y Ramírez, 2016). Estas variables provocan que las personas estén incómodas con su apariencia real. Y, existe el riesgo de crear una identidad ficticia, potenciada por un factor de engaño, autoengaño o fantasía, que lleva a la persona a sentirse más valiente para ligar a través de la vía online y aumentar sus posibilidades de éxito (Echeburúa y de Corral, 2010).

Otro de los factores que se encuentra en diferentes estudios en relación con la adicción a internet y al móvil es el sentimiento de soledad. Peplau y Perlman (1982, Como se citó en Kiran, Aktas y Tuncer, 2012) sugieren que hay tres puntos principales en la definición de soledad:

- 1- La soledad es el resultado de las relaciones sociales limitadas de un individuo;
- 2- La soledad es una experiencia subjetiva y varía en base a la percepción del individuo. Puede ocurrir cuando se está solo o dentro de una multitud;
- 3- La experiencia de soledad no es una situación placentera, sino que perturba. (p. 1505).

Aunque la soledad está asociada a muchas variables personales, tiene una asociación positiva con la adicción a Internet (Ceyhan & Ceyhan, 2008; Çağır 2010; Eldeleklioğlu & Vural, 2013; Huan, Ang & Chye, 2014; Ümmet & Ekşi, 2016; Whang, Lee & Chang, 2003, como se citó en Bakioğlu, 2020). Morahan-Martin y Schumacher (2003) consideran que la soledad se asocia desde hace tiempo con el uso excesivo de internet

y en su estudio por encontrar relación entre dichas variables, distinguen dos vertientes enfrentadas: la soledad como causa y la soledad como consecuencia del abuso de Internet.

Los defensores de la primera hipótesis argumentan que el abuso de internet interrumpe y aísla a las personas del mundo real. Bakioğlu (2020) afirma que a medida que los individuos pasan más tiempo en Internet, se aíslan de los demás y como consecuencia experimentan el sentimiento de soledad. De hecho, la falta de control del tiempo que se pasa en Internet hace que la soledad sea cada vez mayor (Bakioğlu, 2020). En su investigación sobre la relación entre la soledad y el uso elevado de internet, Moody (2001) encontró que los individuos que pasan más tiempo en Internet son más propensos a tener mayores puntuaciones en lo que se refiere a soledad emocional.

En contraste, la segunda hipótesis defiende que los individuos que se sienten solos son más propensos a usar en exceso Internet. Es decir, las personas pueden encontrar en Internet una forma de sentirse menos solas. En este sentido, según Echeburúa y cols. (1998, como se citó en Muñoz y Ramírez, 2016) estar conectados en Internet permite que se desarrollen dos aspectos fundamentales para el bienestar: la estimulación solitaria (búsqueda de información, imágenes, sonido, juegos, entre otras actividades) y la búsqueda de interacción a través de las redes sociales. A través de Internet se pueden crear vínculos interpersonales que llenen el vacío o la necesidad de compañía y sentirse perteneciente a un grupo. Echeburúa y Corral (2010) afirman que: “Uno puede creerse popular porque tiene listas de amigos en las redes sociales”. En la

misma línea, hay personas que por el hecho de tener limitaciones a la hora de iniciar relaciones cara a cara, estar aisladas por cuestiones ajenas a uno mismo, como sufrir algún tipo de discapacidad, utilizan la comunicación a través de las TIC ya que, les permite desarrollar relaciones que de otro modo no serían posibles, aumentar o mantener el contacto con los demás y, por ende, disminuir el aislamiento (Moody, 2001).

Cuando se trata la autoestima en relación con el sentimiento de soledad, sentirse solo, no tener un grupo de pertenencia y estar privado de relaciones sociales, lleva a las personas a tener una percepción negativa de sí mismos. Además, se trata de dos necesidades básicas de las que habla Maslow en su Pirámide de necesidades. Este autor hace alusión a dos tipos de necesidades: las que se refieren al amor propio, el respeto y la autoestima y las que se refieren a los otros como el éxito y reconocimiento social (Castro, 2018).

Con todo ello, en esta investigación se plantea como objetivo principal responder a algunas preguntas relacionadas con las variables descritas: ¿cómo influye la soledad y la autoestima en el uso excesivo de Internet y del móvil?; ¿existen grupos más vulnerables a la hora de usar el móvil e Internet en función de la autoestima y la soledad que experimentan?; ¿está relacionada la autoestima con la soledad? y ¿el uso del móvil con el uso de Internet?

2) Método.

2.1) Participantes

Se conformó una muestra inicial de 303 participantes que tras eliminar a los sujetos menores de edad quedó constituida por 297 adultos canarios. La media de edad obtenida fue de 32.31, con edades comprendidas entre 18-78 y una desviación típica (DT) de 12.85. El resto de las variables sociodemográficas que se recogieron en el cuestionario se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1.

Variables sociodemográficas de la muestra poblacional (N=297).

Género	Frecuencia (N)
Hombre	103
Mujer	192
No binario	2
Estado civil	Frecuencia (N)
Soltero/a	94
Divorciado/a	11
Casado/a	53
Con pareja estable	139

Convivientes	Frecuencia (N)
Solo/a	16
Pareja sentimental	104
Familia nuclear (Padre/madre/ambos y/o hermanos/as)	124
Compañeros/as	25
Otras personas	28

Nivel de estudios	Frecuencia (N)
Estudios primarios	15
Estudios secundarios	45
Bachillerato	106
Estudios universitarios	131

Situación laboral	Frecuencia (N)
Activo/a	158
En paro	49
Estudiante	80
Retirado	10

2.2) Instrumentos

Para medir los constructos objeto de investigación (Autoestima, Sentimiento de soledad y Adicción al móvil e Internet), se utilizaron distintos instrumentos:

1. Versión española de UCLA-3 Loneliness Scale (Expósito, F. y Moya, M. C., 1993).

El sentimiento de soledad de los participantes se evaluó a través del cuestionario UCLA Soledad. Esta escala está conformada por 20 ítems que se responden atendiendo a la frecuencia en que se experimentan las experiencias descritas: 1 Nunca, 2 Rara Vez, 3 A menudo, 4 Siempre. Para corregirlo, en primer lugar, es necesario invertir los ítems 1, 5, 6, 9, 10, 15, 16, 19 y 20 ya que están redactados en forma positiva (P. ej. "Con qué frecuencia sientes que estás en sintonía con la gente que te rodea"). Seguidamente se suman todas las puntuaciones pudiendo obtener una puntuación total mínima de 20 o máxima de 80, interpretando que a mayor puntuación mayor sentimiento de soledad. La consistencia interna encontrada en el estudio de Expósito y Moya (1993) indican un Alfa de Cronbach de .89, similar al que encontraron los autores de la escala original UCLA Loneliness Scale (Russell y Cuttona, 1988).

2. Escala de Rosenberg (Rosenberg, M., 1965) versión española (Vázquez, A. J., Jiménez, R. y Vázquez, R., 2004).

Esta escala fue diseñada por Rosenberg con la finalidad de medir el constructo de autoestima. Con un total de 10 ítems, esta escala recoge el grado de acuerdo de los participantes con las afirmaciones descritas en una escala de respuesta tipo Lickert donde 1 es Muy de acuerdo, 2 De acuerdo, 3 En desacuerdo y 4 Muy en desacuerdo. Después de invertir los ítems redactados negativamente (2, 5, 8, 9, 10) se suman todas las puntuaciones obteniendo un total que oscila entre un máximo de 40 y un mínimo de 10. Para esta escala se encontró un Alfa de Cronbach de .87. En el cuestionario

original, se interpreta que, a mayor puntuación, menor nivel de autoestima. En esta investigación, para un mayor entendimiento durante el análisis de los datos, se invirtió el modo de puntuación de esta escala, considerando que 1=Muy en desacuerdo continuando hasta 4=Muy de acuerdo, de modo que, a mayores puntuaciones, mayor nivel de autoestima.

3. Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet (CERI, Beranuy et al., 2009).

Para medir el uso problemático de Internet se utilizó el CERI constituido por 10 ítems que se responden en una escala tipo Likert con cuatro niveles de respuesta que indican frecuencia de tiempo (1= Casi Nunca, 2= Algunas Veces, 3= Bastantes Veces, 4= Casi Siempre). Pudiendo obtener una puntuación mínima de 10 y una máxima de 40, los resultados indican que a mayor puntuación mayor uso problemático de Internet. El cuestionario distingue entre dos factores: el primero que mide conflictos interpersonales (inversión temporal progresiva y conflictos sociales-relacionales) recogidos en 4 ítems, y, el segundo, que mide conflictos intrapersonales (focalización, preocupación, evasión, negación y otras distorsiones cognitivas) recogidos en 6 ítems. El instrumento mostró una consistencia interna buena con un Alfa de Cronbach de .77.

4. Cuestionario de Experiencias Relacionadas con el Móvil (CERM, Beranuy et al., 2009).

De forma similar al cuestionario anterior se responde el CERM. Consta de 10 ítems que se responden en una escala tipo Likert con cuatro niveles de frecuencia temporal (1-4).

Asimismo, los resultados indican que a mayor puntuación en la escala mayor uso problemático del móvil. También, se distinguen dos factores, el primero recoge los conflictos inter e intrapersonales en 5 ítems y, el segundo, recoge el uso comunicacional y emocional problemático del móvil en 5 ítems. Se encontró una consistencia interna aceptable con un Alfa de Cronbach de .80.

Todos estos instrumentos se presentaron de forma conjunta en el siguiente cuestionario online <https://forms.gle/JzQ2sovHVhu7Spm6A>.

2.3) Procedimiento

Para facilitar el pase de las pruebas, se conformó un cuestionario online utilizando el sitio web “Formularios de Google”. En él se presentó a la investigadora, el objetivo de dicho cuestionario y se informó de la confidencialidad de los datos y voluntariedad de todo el que lo realizara. El primer apartado del cuestionario comenzaba con la recogida de datos sociodemográficos (edad, género, nacionalidad, nivel de estudios, situación laboral y personas convivientes); el resto de las preguntas eran relativas a los cuestionarios de autoestima, sentimiento de soledad y abuso de Internet y del móvil que se presentaron de forma ordenada atendiendo a los cuestionarios originales. Por último, se difundió por redes sociales para alcanzar el mayor número de participantes posible durante el mes de abril y mayo de 2021.

Una vez finalizado el pase del cuestionario se procedió a la elaboración del archivo base de datos en el Excel, programa que permitió organizar los datos, invertir puntuaciones para la corrección de los cuestionarios y eliminar sujetos menores de

edad. Con el archivo final generado, se procedió a realizar los análisis descriptivos, correlacionales y de varianza mediante el programa R. Se ha tenido en cuenta durante la ejecución de los análisis la aplicación del Test de Levene para la homogeneidad de varianzas y la corrección de Hochberg para los contrastes par a par.

3) Resultados.

Para una mayor claridad en la descripción de los resultados encontrados, se ha seguido el siguiente orden: análisis descriptivo, análisis correlacional y análisis de varianza (ANOVA).

Análisis descriptivo.

Las medias, las desviaciones típicas y los rangos de valores para la edad y cada una de las variables objeto de estudio se muestran en la tabla 2.

Tabla 2.

Medias, desviaciones típicas y rangos.

Variables	Media	DT	Rango
Edad	32.61	12.78	18-78
Autoestima	31.40	4.61	17-40
Soledad	39.62	9.06	22-70
Uso de Internet	17.31	4.71	10-37
Uso del móvil	15.25	3.89	10-34

Análisis correlacional.

Se realizó un análisis de correlaciones de Pearson entre las variables Autoestima, Soledad, Uso del móvil y Uso de Internet y todas las correlaciones resultaron significativas ($p < .005$). Por un lado, se detectaron correlaciones negativas que indican que, a mayor nivel de Soledad, menor nivel de Autoestima ($r = -.52$, $p < .005$); a mayor nivel de Autoestima, menor Uso de Internet ($r = -.25$, $p < .005$); y a mayor nivel de Autoestima menor Uso del móvil ($r = -.32$, $p < .005$). Por otro lado, se encontraron correlaciones positivas que indican que, a mayor sentimiento de Soledad, mayor Uso de Internet ($r = .35$, $p < .005$); a mayor nivel de Soledad, mayor Uso del móvil ($r = .37$, $p < .005$) y a mayor Uso de Internet, mayor Uso del móvil ($r = 0.77$, $p < .005$). Se muestran los resultados de correlaciones en la Tabla 3.

Tabla 3.

Correlaciones entre Soledad, Autoestima, Uso de Internet y Uso del móvil.

	Soledad	Autoestima	Uso de Internet
Soledad			
Autoestima	-.52***		
Uso de Internet	.35***	-.25***	
Uso del Móvil	.37***	-.32***	.77***

Nota: *** $p < .005$.

Análisis de varianza.

Antes de llevar a cabo el ANOVA, se dividieron las puntuaciones totales de “Soledad” y “Autoestima” en terciles creando tres niveles (Bajo, Medio, Alto) por cada factor, y se generó una distribución a consecuencia del cruce entre los niveles de cada factor. Se presentan los descriptivos para cada nivel en la Tabla 4 y Tabla 5.

Tabla 4.

Descriptivos de las variables Soledad y Autoestima en cada uno de los niveles.

Autoestima	Media	DT	Rango	N
Bajo (<P33)	26.88	3.07	17-30	119
Medio (P33-P66)	32.40	1.13	31-34	92
Alto (>P66)	36.70	1.60	35-40	86
Soledad	Media	DT	Rango	N
Bajo (<P33)	30.92	3.27	22-35	110
Medio (P33-P66)	38.76	1.97	36-42	91
Alto (>P66)	50.42	5.81	43-70	96

Tabla 5.

Distribución de la interacción entre Soledad y Autoestima.

		Soledad		
		Bajo	Medio	Alto
Autoestima	Bajo	19	38	62
	Medio	36	34	22
	Alto	55	19	12

A continuación, se llevaron a cabo los análisis de varianza multifactoriales (factor Soledad y factor Autoestima) para cada una de las variables dependientes: Uso de Internet y Uso del móvil.

ANOVA - Uso de Internet.

Se encontró que existe un efecto estadísticamente significativo del hecho de sentirse solo/a, con un tamaño del efecto próximo a mediano [$F(2, 288) = 7.62, p < .05, \eta^2 = .05$]. No se detectó efecto significativo del factor Autoestima [$F(2, 288) = 2.35, p > .05$], ni de la interacción entre factores [$F(4, 288) = 1.21, p > .05$]. Se muestran los resultados encontrados en la Tabla 6.

Tabla 6.

ANOVA multifactorial de la variable Uso de Internet.

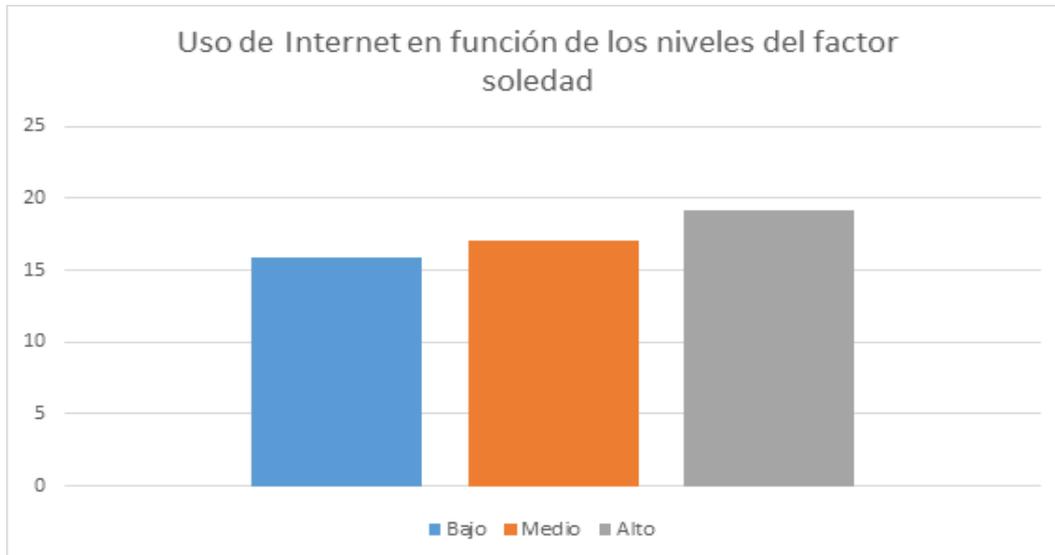
	F	Grados de libertad	Probabilidad	η^2
Autoestima	2.35	2, 288	0.10	0.02
Soledad	7.62	2, 288	0.001	0.05
Autoestima x Soledad	1.21	4, 288	0.30	0.02

Nota: F= Distribución Fisher; η^2 = Eta cuadrado.

Las puntuaciones totales en la escala de Uso de Internet indican que en el nivel “Alto” del factor Soledad hay una mayor puntuación del Uso de Internet (M= 19.17, dt= 5.11), en el nivel “Medio” se encontró la puntuación intermedia (M= 17.04, dt= 4.45) y en el nivel “Bajo” se encontró la menor puntuación (M= 15.92, dt= 4.01). En el Gráfico 1 se muestran los promedios de las puntuaciones en el Uso de Internet para cada uno de los niveles del factor Soledad.

Gráfico 1.

Distribución de medias del Uso del internet en función de los niveles de soledad.



Contrastes post-hoc

Las comparaciones múltiples a través del estadístico T de Student (T) indican que existen diferencias estadísticamente significativas en el Uso de Internet entre los grupos de personas con niveles “Bajo” y “Alto” en sentimientos de Soledad [$t(288) = -3.88, p < .05, \delta = 0.46$]; y entre los niveles “Medio” y “Alto” del factor Soledad [$t(288) = -3.09, p < .05, \delta = 0.36$]; y que no existen diferencias en el Uso de Internet entre los grupos con niveles “Bajo” y “Medio” del factor Soledad [$t(288) = -0.79, p > .05, \delta = 0.09$]. Se muestran los resultados de los contrastes post-hoc en la Tabla 7:

Tabla 7.

Contrastes post-hoc en el Uso de Internet con respecto al factor Soledad.

	T	Grados de libertad	Probabilidad	δ
Bajo-Medio	-0.79	288	0.43	0.09
Bajo-Alto	-3.88	288	0.001	0.46
Medio-Alto	-3.09	288	0.001	0.36

ANOVA - Uso del móvil.

Con el ANOVA se detectó un efecto estadísticamente significativo del factor Autoestima [$F(2, 288) = 5.40, p < .05, \eta^2 = .04$] y del factor Soledad [$F(2, 288) = 6.01, p < .05, \eta^2 = .04$], ambos con tamaño del efecto entre pequeño y mediano. No se detectó efecto significativo de la interacción entre factores [$F(4, 288) = 0.16, p > .05$]. Se muestran los resultados en la Tabla 8.

Tabla 8.

ANOVA multifactorial con variable dependiente Uso del móvil.

	F	Grados de libertad	Probabilidad	η^2
Autoestima	5.40	2, 288	0.001	0.04
Soledad	6.01	2, 288	0.001	0.05
Autoestima x Soledad	0.16	4, 288	0.95	0.001

Contrastes post-hoc

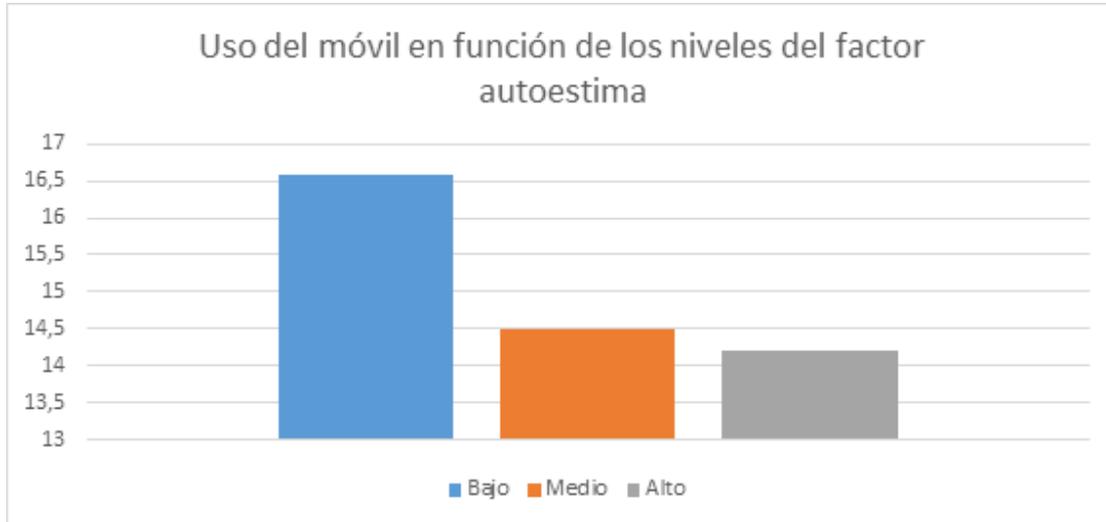
Se realizaron múltiples contrastes post-hoc para estudiar en profundidad los efectos principales de ambos factores: 1) Autoestima y 2) Soledad.

1) Autoestima.

Se encontró que en el “nivel bajo” del factor Autoestima se halla una mayor puntuación total de Uso del móvil (M=16.58; dt=4.54), y entre el “nivel medio” (M=14.49; dt= 2.74) y el “nivel alto” (M=14.21; dt=3.43) no existen diferencias significativas. Se muestran los promedios de las puntuaciones en el Uso del móvil para cada uno de los niveles del factor Autoestima en el Gráfico 2.

Gráfico 2.

Distribución de medias del Uso del móvil en función de los niveles de autoestima.



Las comparaciones post-hoc arrojaron diferencias significativas entre los niveles Bajo y Medio del factor Autoestima [$t(288) = 3.00, p < .05, \delta = 0.35$]; y entre los niveles Bajo y Alto del factor Autoestima [$t(288) = 2.53, p < .05, \delta = 0.29$]. Se muestran los resultados de los contrastes post-hoc en la Tabla 9.

Tabla 9.

Contrastes post-hoc de la Autoestima en relación al Uso del móvil.

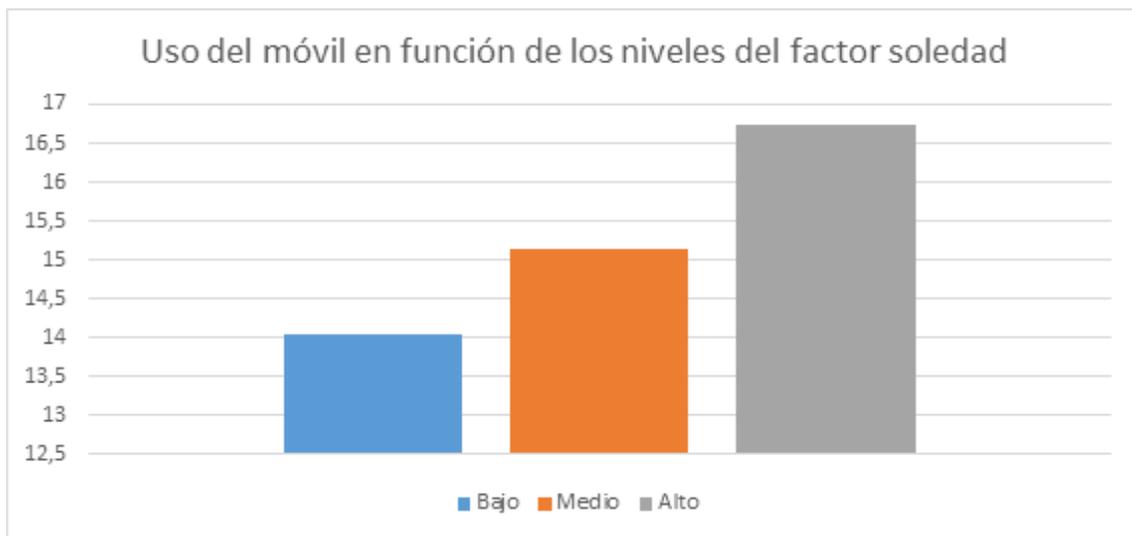
	T	Grados de libertad	Probabilidad	δ
Bajo-Medio	3.00	288	0.01	0.35
Bajo-Alto	2.53	288	0.02	0.29
Medio-Alto	-0.14	288	0.89	0.02

2) Soledad.

Para el factor Soledad, la mayor puntuación de Uso de móvil se encuentra en el nivel “Alto” del factor (M= 16.76, DT= 4.75), la puntuación intermedia se encuentra en el nivel “Medio” de Soledad (M= 15.14, DT= 3.34), y la menor puntuación en el nivel “Bajo” de Soledad (M= 14.04, DT= 2.96). Se muestran los promedios del Uso del móvil en función de los niveles del factor Soledad en el Gráfico 3.

Gráfico 3.

Distribución de medias del Uso del móvil en función de los niveles de soledad.



Se encontraron diferencias significativas entre los niveles Bajo y Alto del factor soledad [$t(288) = -3.24, p < .05, \delta = 0.38$]. Se muestran los resultados en la Tabla 10.

Tabla 10.

Contrastes post-hoc de la Soledad en relación con el Uso del móvil.

	T	Grados de libertad	Probabilidad	δ
Bajo-Medio	-1.95	288	0.24	0.20
Bajo-Alto	-3.24	288	0.001	0.38
Medio-Alto	-2.11	288	0.07	0.25

4) Discusión.

Dadas las posibilidades y utilidades que proporcionan, es casi imperceptible el salto de hacer un uso normal a un uso patológico del móvil, del ordenador o de la Tablet. La identificación y diagnóstico de estas adicciones es uno de los grandes retos de la psicología clínica (Caballo, Salazar y Carrobbles, 2014). Se han convertido en herramientas necesarias para casi todas las tareas que se llevan a cabo (comunicarnos, encontrar información, buscar trabajo, hacer la compra, solicitar documentos, etc.) asumiendo una eficacia y rapidez que empuja a ritmos de vida acelerados y poco conservadores con la realidad, el momento presente, el detenerse a reflexionar. Esto implica, que las personas no caigan en la cuenta de si pasan demasiadas horas en el móvil o Internet, si esto les influye a sus relaciones interpersonales y a la imagen que tienen de sí mismos, si están dejando de lado otras actividades o se aíslan del mundo exterior por estar conectados.

Algunas de las variables psicológicas que más ha aparecido en diferentes estudios en relación con el abuso de las TIC, del móvil y de Internet han sido la autoestima y el sentimiento de soledad, pero ambos por separado. En este estudio se trató de comprobar que había relación y los resultados de esta investigación fueron congruentes con lo esperado en el planteamiento inicial dado que han permitido concluir que existe influencia de la autoestima y la soledad en el uso del móvil y de Internet. Es decir, el uso de internet y del móvil están directamente relacionados con el sentimiento de soledad y la baja autoestima.

Además, se ha encontrado que el sentimiento de soledad es un factor más relevante en la influencia de utilizar en exceso las TIC, en este caso, el móvil e Internet. frente a la autoestima que resultó ser un factor relevante a la hora de utilizar el móvil, pero no Internet. El móvil e Internet favorecen las interacciones interpersonales, la búsqueda de compañía y socialización, pudiendo ser la soledad un predictor a que se utilicen con más frecuencia. Chen (2007) encontró que el móvil es la TIC más utilizada para comunicarse con padres, madres y compañeros.

Por su parte, la autoestima resultó ser un factor relevante a la hora de utilizar el móvil, pero no Internet. No obstante, el uso de Internet y del móvil están altamente correlacionados entre sí. La interacción entre autoestima y soledad no se mostró significativa en la utilización del móvil, ni de Internet.

Cuando se atiende a las diferencias entre niveles de soledad (alta soledad, media soledad, baja soledad) se encuentra que las personas que más soledad sienten hacen un uso de Internet significativamente mayor a los grupos que tienen niveles bajo y

medio de soledad. Con respecto al uso del móvil, las personas con alto sentimiento de soledad utilizan significativamente más el móvil que las personas que tienen un nivel bajo en soledad.

Con respecto a las diferencias entre niveles de autoestima, se encuentra que las personas con un nivel bajo de autoestima hacen un uso mayor del móvil, que las personas con niveles alto y medio de autoestima.

Limitaciones:

Estas conclusiones se deben tener en cuenta bajo el marco en el que se dio la investigación y, por consiguiente, con las limitaciones que se encontraron. Por ello, se tiene en cuenta que se trata de una muestra disponible y concerniente, en su mayoría, al territorio canario, por lo que no asegura la representatividad muestral. Además, se utilizaron instrumentos de autoadministración, lo cual supone que, las condiciones no fueron las mismas para todos los sujetos, ni se controlaron variables contextuales relativas al momento en las que se rellenaron los cuestionarios.

Futuras investigaciones:

Algunas de las variables a considerar para futuras investigaciones y que podrían señalar alguna explicación a los comportamientos patológicos en relación con el uso de las TIC son la edad, el sexo o la ocupación laboral. También, en dirección a futuras investigaciones, se podría estudiar si el sentimiento de soledad es la causa o el efecto del abuso del móvil y de Internet, así como, si la autoestima disminuye por un mayor uso de estas tecnologías o es previa a la adicción.

5) Referencias

- Bakioğlu, F. (2020). Internet Addiction and Social Self-Efficacy: The Mediator Role of Loneliness. [La adicción a Internet y la Autoeficacia social: El rol mediador de la Soledad]. *Annals of Psychology*, 36(3), 435-442.
- Bianchi, A. y Phillips, J. (2005). Psychological Predictors of Problem Mobile Phone Use. [Predictores psicológicos del uso problemático del teléfono móvil]. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(1), 39-51.
- Billieux, J., Philippot, P., Schmid, C., Maurage, P., De Mol, J., y Van der Linden, M. (2015). Is dysfunctional use of the mobile phone a behavioural addiction? Confronting symptom-based versus process-based approaches. [¿El uso disfuncional del teléfono móvil es una conducta de adicción? Confrontación entre los enfoques basados en síntomas frente a los basados en procesos]. *Clinical psychology & psychotherapy*, 22(5), 460-468.
- Castro-Molina, F. J., (2018). Abraham Maslow, las necesidades humanas y su relación con los cuidadores profesionales. *Cultura de los Cuidados (Edición digital)*, 22(52). Recuperado de <http://dx.doi.org/10.14198/cuid.2018.52.09>.
- Chen, Y. F., (2007). *The mobile phone and socialization: the consequences of mobile phone use in transitions from family to school life of US college students*. [El uso del móvil y la socialización: las consecuencias de usar el móvil en trayectos desde la vida familiar a la vida escolar de los estudiantes universitarios estadounidenses; Tesis doctoral. University of Jersey]. <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/21776/PDF/1/play/>

- Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Comunicaciones breves*, 37(4), 435-447.
- Echeburúa, E. & de Corral, P. (1994). Adicciones psicológicas: más allá de la metáfora. *Clínica y Salud*, 5, 251-258.
- Echeburúa, E. & de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96.
- Kiran, B., Arktas, E. y Tuncer, I. (2013). An Analysis of University Students' Internet Use in Relation to Loneliness and Social Self-Efficacy [Un análisis del uso de Internet en relación con la soledad y la autoeficacia social en estudiantes universitarios]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 1504-1508.
- Moody, E.J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. [El uso de Internet y su relación con la soledad]. *CyberPsychology & Behavior*, 4, 393-401.
- Morahan-Martin, J. y Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. [Soledad y usos sociales de Internet]. *Computers in Human*, 6(19), 659-671.
- Muñoz, N. E. y Ramírez, S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52.
- Pedrero, E. J., Rodríguez, M. T. y Ruiz, J. M. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Adicciones*, 24(2), 139-152.

- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). *Perspectives on loneliness*. In L. A. Peplau & D. Perlman (Eds.), *Loneliness: A sourcebook of current theory, research, and therapy* (pp. 1–18). New York, NY: Wiley-Interscience.
- Salas Blas, E. (2014). Adicciones psicológicas y los nuevos problemas de salud. *Cultura: Revista de la asociación de docentes de la USMP*, 28.
- V. Caballo, I. Salazar, y J.A. Carrobbles (2014). *Manual de psicopatología y trastornos psicológicos*. Madrid: Pirámide.
- Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. [Adicción a Internet: La aparición de un nuevo trastorno clínico]. *Cyber Psychology and Behavior*, 1(3), 237-244
- Young, K. (2005). Clasificación de los subtipos, consecuencias y causas de la adicción a Internet. *Psicología Conductual*, 13(3), 463-480. (Traducido por V. E. Caballo).