



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES IZTACALA

Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia

Manuscrito Recepcional

Programa de Profundización en Psicología Clínica

“Impacto de las redes sociales en el comportamiento, así como
en el cambio de hábitos en mujeres a causa del distanciamiento
social ocasionado por la pandemia”

Tipo de investigación. cuantitativo no experimental

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A:

JOSEFINA SORIA ORDOÑEZ



DIRECTOR:

DR. MARCO ANTONIO GONZALEZ PEREZ

DICTAMINADORES:

LIC. JOSE ANTONIO ORTIZ VELEZ

LIC. MARCO ANTONIO FLORES MONDRAGÓN

Los Reyes Iztacala Tlalnepantla, Estado de México, 25 de junio de 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria

A mi madre:

Aunque físicamente ya no estás a mi lado en este momento, en mi corazón y mente sigues presente en cada paso que doy, recordándome con tu ejemplo de vida que puedo lograr todo lo que me proponga mientras tenga vida. Gracias por darme la vida.

A mi padre:

Gracias por tu apoyo incondicional y por confiar en mí, y por enseñarme con tu ejemplo de tenacidad que todo se puede. Gracias por creer en mí.

A mis hijos:

Por ser el regalo más grande que Dios me ha dado, ya que con su apoyo y amor incondicional han transformado mi vida, y quiero que nunca olviden que todo sueño es posible hacerlo realidad si uno se lo propone, independientemente de la edad que se tenga. Gracias por ser mi motor de vida.

A ti... en la distancia

Gracias por tu amor, apoyo y acompañamiento incondicional, y por jamás poner en duda que lograría llegar hasta el final de este proyecto de vida tan importante para mí. Gracias por ser y estar.

Agradecimientos

“Investigación realizada gracias al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) de la UNAM IN302920 Problemas psicosociales que enfrentan mujeres que estudian licenciatura en psicología en las modalidades presencial, abierta y a distancia en la UNAM y su impacto en el rezago y abandono escolares. Agradezco a la DGAPA-UNAM la beca recibida”.

Agradezco profundamente

Al Dr. Marco Antonio González Pérez, quién con mucha paciencia y atención me ha guiado en la elaboración de este manuscrito; me siento afortunada por haber tenido la oportunidad de trabajar con Ud., gracias por su apoyo incondicional.

A todos mis tutores

Porque educar no solo es enseñar, sino temprar el alma para enfrentar los retos del día a día. Gracias por su profesionalismo y entrega, tatuando en mi corazón el orgullo de ser UNAM.

“Impacto de las redes sociales en el comportamiento, así como en el cambio de hábitos en mujeres, a causa del distanciamiento social ocasionado por la pandemia”

Resumen

Las redes sociales durante el periodo de confinamiento han funcionado como los grandes aliados para sentirse cerca de familiares, amigos y compañeros de trabajo, sin embargo, hay que ser conscientes de las consecuencias que conlleva pasar tanto tiempo en estas, ya que durante el llamado “distanciamiento social” las personas acudieron naturalmente a las plataformas sociales existentes para satisfacer esta necesidad básica de establecer relaciones humanas. El objetivo principal de este trabajo fue analizar el impacto que ha tenido el uso de las redes sociales en el comportamiento, así como en los hábitos de conducta de mujeres a consecuencia de la cuarentena. La muestra del estudio se conformó de manera incidental a partir de 105 mujeres que de forma voluntaria respondieron el Cuestionario de Uso y abuso de Internet (adaptado de Brenner, 1997; Suler, 1996; Young, 1996a; Garcia del Castillo y Terol, 2007) a través de Google, Concluyendo en que la forma en que las participantes accedan a las redes sociales repercute de sobre manera en su vida diaria, ya que dejan de hacer o postergan actividades que son de gran importancia dentro del ámbito tanto familiar, social o laboral, llevándoles incluso a disminuir sus horas de sueño, lo que genera además de malestar en su salud, el distanciamiento físico como emocional de la gente cercana.

Palabras clave: red social, conducta, hábitos, uso, abuso.

Marco teórico

La pandemia por coronavirus 2019 (COVID-19) es una emergencia de salud pública de preocupación internacional, con impactos sin precedentes en el siglo XXI y hoy representa un gran desafío a la salud mental. Estudios en epidemias anteriores han revelado una profunda y amplia gama de consecuencias psicosociales a nivel individual y comunitario durante los brotes. Son múltiples las alteraciones psicológicas asociadas que van desde síntomas aislados hasta trastornos complejos con un deterioro marcado de la funcionalidad, tales como insomnio, ansiedad, depresión y trastorno por estrés postraumático. (Ramírez et al., 2020). Para lograr la mitigación de la pandemia, la OMS (2020b) ha recomendado, entre diversas acciones, que los países decreten el aislamiento social y cuarentena para sus ciudadanos. Ahora bien, actualmente, la OMS (2006) entiende que el bienestar asociado a la salud es más que la ausencia de enfermedades y afecciones, ya que se corresponde con un estado complejo donde se entrelazan factores físicos, psicológicos y sociales.

Cuando se habla de aislamiento domiciliario se hace referencia a una restricción o eliminación de las actividades que se realizan habitualmente fuera del domicilio. Puede aplicarse voluntariamente para prevenir la expansión de la epidemia o a aquellas personas que estuvieron expuestas a un agente infeccioso, y que actualmente no tienen síntomas, pudiendo desarrollar la enfermedad y por lo tanto transmitirla a otras personas.

Según la UNESCO (2020a; 2020b) durante la pandemia, se comprobó el mayor uso y consumo de tecnología, ofreciendo tanto oportunidades como riesgos, a la vez que la posibilidad de ejercer una ciudadanía digital responsable. Al respecto, el uso de la tecnología promueve una cultura participativa que fortalece el compromiso social, a través de diferentes plataformas y herramientas, como las redes sociales (Corrales, 2015).

¿Que son las redes sociales? Bernete (2010), las describe como un nuevo fenómeno tecnológico y social denominado, “las redes sociales”, las cuales según el autor, son definidas como formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contexto de complejidad. “Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas”

Gonzales, Merino y Cano (2009), sostienen que: las redes sociales son un fenómeno que se ha hecho indispensable en la vida de las personas; siendo estas utilizadas con gran frecuencia. Se definen como una colectividad virtual, en la que, los individuos tienen algo en común ya que comparten intereses, gustos, ideales y afinidad, permitiéndoles interactuar con otras personas aunque no sean conocidas.

Con base a lo anterior, el fenómeno de las redes sociales, ha generado un gran impacto en la sociedad actual. Predominando más en las nuevas generaciones, en la que se impone un nuevo estilo a la hora de relacionarse y llevar a cabo una comunicación virtual, en el cual se hace innecesaria la presencia física, tanto del emisor como del receptor Molina, Campo, Verde & Toledo, Naranjo (2014).

El uso de las TIC ha desempeñado un papel fundamental en la lucha contra el coronavirus, como compartir información para salvar vidas, desacreditar la información errónea, reforzar la aplicación del derecho fundamental a la información. Igualmente, contribuye a aprovechar el uso de los medios de comunicación de interés público, para fines educativos, laborales y sociales al mantenerse en contacto con familiares y amigos.

En los últimos años, se han producido cambios significativos en el mundo con respecto a la expansión de las redes sociales y el número de personas que las utilizan. Las redes sociales incluyen sitios web y aplicaciones pueden permitir, en una zona y un conjunto de personas que se conectan, una Red Personal de Aprendizaje (Gómez-Valderrama, Hernández-Suárez y Prada-Núñez, 2020), para conocer, crear, compartir contenidos, ideas, opiniones, creencias, sentimientos y experiencias personales, sociales y educativas. Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Twitter se encuentran entre las redes sociales virtuales más populares y comúnmente utilizadas para el propósito mencionado.

En los últimos años las personas están mayor tiempo conectados a Internet por el fácil acceso, solo es cuestión de tener una conexión a una red Wifi o datos móviles, regularmente bajo suscripción, a través de los celulares o computadora. La utilidad del Internet es de suma importancia para la sociedad ya que sin él no habría comunicación a larga distancia, esto ha generado la disminución del contacto presencial con otras personas. Echeburúa, Labrador y Becoña (2009) indican que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), han

revolucionado el estilo de vida de las personas ya que existen comportamientos de obsesión para adquirir lo último en tecnología, optando por la comunicación virtual y la necesidad de estar conectados de manera permanente, generando una alarma social.

De acuerdo a Calvino (2021) México tiene actualmente 129 millones de habitantes, de los cuales un 80.9% vive en zonas urbanas. El número de dispositivos móviles conectados en el país es de 115.4 millones, lo que constituye un 89,1% de la población. México tiene 92.01 millones de personas conectadas a internet y 100 millones de perfiles activos en redes sociales. Eso quiere decir que algunos usuarios poseen más de un perfil por red social.

En el 2021, la población mexicana creció un 1% a diferencia del año anterior, incorporando a 1.3 millones de personas nuevas. México muestra una pérdida de 407 mil conexiones, lo que representa un decrecimiento del 0.4% en las conexiones de dispositivos móviles. Sin embargo, el porcentaje de internautas subió un 4%, sumando 3.5 millones de nuevos usuarios. El porcentaje más alto en el crecimiento digital mexicano lo tiene el uso de redes sociales, con un aumento del 12.4% lo que representa 11 millones de nuevos usuarios activos en redes como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube. (Calvino, 2021)

En México los usuarios de internet, entre 16 a 64 años de edad, usan diversos dispositivos móviles. Porcentualmente estos se clasifican en:

- Celulares (cualquier tipo): 98.9%.
- Teléfonos inteligentes (smartphone): 98.7%.

- Teléfonos móviles sin características “inteligentes”: 11.4%.
- Laptops y/u ordenadores de escritorio (pc): 74.2%.
- Tablets: 48%.
- Televisores inteligentes para ver contenido en línea (como Netflix): 24%.
- Consolas de videojuegos: 48.3%.
- Dispositivos inteligentes para el hogar (Smart Home): 12.2%.
- Relojes inteligentes: 22.6%.
- Dispositivos de realidad virtual: 6.3%.

Casi todos los dispositivos muestran un aumento en el número de usuarios respecto al año anterior, exceptuando: las laptops y ordenadores (usadas por el 76% el año pasado), los teléfonos móviles sin características inteligentes, (por el 13% de usuarios) y las tablets (por el 50% de usuarios).

El tiempo que pasan al día los mexicanos conectándose a diferentes plataformas o dispositivos, lo invierten de la siguiente forma:

- 9 horas y 01 minutos conectadas a Internet (casi una hora más con respecto al 2019).
- 4 horas y 01 minutos mirando TV (broadcast o streaming)
- 3 horas y 27 minutos usando redes sociales.
- 1 hora y 34 minutos leyendo noticias (en línea o en medios impresos).
- 2 horas y 16 minutos escuchando música a través de servicios de streaming.
- 58 minutos escuchando la radio.
- 56 minutos escuchando podcasts.
- 1 hora y 36 minutos al día jugando videojuegos de consola.

Según Calvino (2021) los mexicanos invierten en promedio 9 horas y 01 minutos al día para conectarse desde cualquier dispositivo (smartphone, tablet, laptop, consola de video juego, TV, entre otros). Aunque existen, cada vez más, diversas formas de conectarse a internet, el 95,9% de los mexicanos prefieren utilizar sus dispositivos móviles. Hay 88.24 millones de usuarios de internet que acceden a este servicio a través de sus celulares, esto sería el 95.9% del total de la población mexicana activa en internet. El 91.5% acceden desde dispositivos smartphones (de baja o alta gama) y el 6.9% desde teléfonos comunes. Invirtiendo en promedio, 4 horas y 39 minutos al día.

Sin duda, el smartphone es el centro del ecosistema de conectividad digital y los usuarios esperan día a día que los servicios online se adapten rápidamente a estos dispositivos.

Actualmente en México hay 100 millones de personas que hacen uso de las diversas plataformas de redes sociales, lo que representa un 77.2% de la población mexicana activa en internet. Para enero del 2021, el uso de las redes sociales en México se incrementó 12,4%, es decir 11 millones de usuarios nuevos. Del total de usuarios que utilizan las redes sociales el 98.9% acceden a través de sus dispositivos móviles.

De acuerdo a la información brindada por Calvino (2021) en México las personas entre 16 y 64 años de edad se comportan en las redes sociales de la siguiente manera:

- El 99.9% visitó o utilizó una red social o un servicio de mensajería instantánea en el último mes.
- El 91.2% de los usuarios participó activamente en las redes sociales en el último mes.
- El usuario mexicano pasa en promedio 3 horas y 27 minutos al día en redes sociales.
- Cada usuario tiene alrededor de 10.2 cuentas dentro de diferentes plataformas.
- El 54,5% de los usuarios utilizan las redes sociales con propósitos laborales.

De acuerdo a Cavino (2021) a través de una pregunta de selección múltiple, las empresas que recolectaron data para conocer la situación digital de México en el período 2020-2021 le preguntaron a las personas cuáles son las plataformas que más usan. En el primer lugar de preferencia está YouTube con 96.3%, le sigue Facebook con el 95.3% de las visitas y luego, WhatsApp con el 91.3%. Messenger de Facebook fue usado por el 79.4% de los mexicanos y en quinto lugar aparece Instagram con el 76.9%

La red social más utilizada en México es Facebook, la cual logra alcanzar potencialmente a 93 millones de mexicanos vía campañas publicitarias. Esto representa el 92.3% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años, con un aumento de 1 millón de nuevos usuarios con respecto al 2020 (1.1%). Su público está conformado por 51.1% mujeres y 48.9% hombres.

En la información brindada por el Marketing Digital se estima que WhatsApp es la segunda red social más utilizada por un 85% de personas encuestadas en 2020, y que representa a la población activa mayores a 18 años que afirmaron usar esta app múltiples veces por día. Se estima que las personas pasan alrededor de 1 hora con 43 minutos en WhatsApp. A esta le sigue la aplicación de stream para videojuegos llamada Twitch con un promedio de 1 hora y 40 minutos. (Cyberclick, 2020).

Instagram alcanza potencialmente a 32 millones de mexicanos vía campañas publicitarias. Esto representa el 31.7% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años. La cantidad de usuarios alcanzados tuvo un aumento del 3.2% con respecto al 2020. Su público está conformado por 53.1% mujeres y 46.9% hombres.

Twitter tiene el potencial de llegar a 11 millones de usuarios a través de publicidad. Se trata del 10.9% de la población activa en redes.

La cantidad de usuarios alcanzados tuvo un crecimiento del 3,3% con respecto al último trimestre y el público está conformado por un 38.9% de mujeres y 61.1% de hombres.

En México, la red social LinkedIn, utilizada fundamentalmente para propósitos profesionales; alcanza potencialmente a 16 millones a través de anuncios publicitarios y tuvo un crecimiento del 6,7% con respecto al último trimestre. El público que alcanza está conformado por un 42.3% de mujeres y 57.7% de hombres.

Por su parte, la plataforma de videos YouTube es usada por 74.10 millones de mexicanos. En los primeros 10 lugares del top de búsquedas podemos ubicar: en el primer lugar “Películas”; seguido de “Canciones”, “Música”, “Películas completas en español”, “Banda”, “TikTok”, “Terror”, “Bad Bunny”, “La Rosa de Guadalupe” y “Grupo Firme”.

Viendo los perfiles que conforman las audiencias de redes sociales en México, se identifican 7 grupos segmentados por rangos de edad y subdivididos por género:

- El 3.6% del público femenino y el 3.2% del público masculino se encuentra entre los 13 a 17 años de edad.
- El 13.1% de las mujeres y el 12.1% de los hombres se encuentran entre los 18 a 24 años de edad.
- El 15.1% de mujeres y el 16.1% de hombres se encuentra entre los 25 a 34 años de edad.
- El 9% de las mujeres y el 8.4% de los hombres se encuentran entre los 35 a 44 años.
- El 5.7% del público femenino y el 5% del público masculino se encuentra entre los 45 a 54 años.
- El 2.9% de las mujeres y el 2.5% de los hombres se encuentra entre los 55 a 64 años.
- El 1.7% de las mujeres y el 1.5% de los hombres son mayores de los 65 años.

El confinamiento y la necesidad por estar conectados, ha generado un crecimiento en el uso de plataformas digitales. México abre el 2021 con 92.01 millones de

personas conectadas a internet, principalmente mediante dispositivos móviles. El porcentaje de internautas subió un 4%, sumando 3.5 millones de nuevos usuarios y el uso de redes sociales aumentó en un 12.4%, lo que representa 11 millones de nuevos usuarios activos en Facebook y YouTube principalmente.

El comportamiento de usuarios en redes sociales respecto al uso de estas plataformas es para: Entretenerse (81%), Interactuar (77%), Informarse (66%), Inspirarse (33%), Conocer gente (30%), Seguir las tendencias (30%), seguir el mercado profesional (29%) (Cyberclick, 2020).

Se estima que el 98% de usuarios de cualquier red social utilizan al menos otra red social en paralelo (Hootsuite, 2021). De acuerdo a un análisis basado en el tipo de cuentas que siguen los usuarios de redes sociales, se estimó que el 96% de estos consumen contenido de amigos, familiares y conocidos (Cyberclick, 2020). El contenido hecho por influencers es consumido por un 56% de personas, el 52% consume algo elaborado por marcas, un 41% es contenido de medios de comunicación. Finalmente, el 19% de usuarios consume contenido de partidos políticos (Cyberclick,2020). 9 de cada 10 personas prefieren los vídeos como forma de presentación en redes sociales (Cyberclick,2020). Los tipos de videos en global dentro de todas las redes sociales son: Tutoriales (56%), humorísticos (50%), musicales (45%), informativos (42%) y explicativos (39%) (Cyberclick, 2020). Durante un promedio de 2 horas y 38 minutos al día, los milleniales inician sesión en redes sociales. La Generación Z lo hace durante 2 horas y 55 minutos. (Foro Económico Mundial). 1,3 millones de nuevos usuarios se unieron a las redes sociales todos los días en 2020. (Hootsuite)

Por ese motivo se conoce que hoy en día muchas personas viven el boom de las redes sociales, es ahí donde pueden comunicarse, publicar fotos, informarse o solo lo usan por entretenimiento. Este modo de comunicación es muy importante para las personas porque es accesible y de manera rápida, ya que se utiliza la mensajería instantánea. Sin embargo, han surgido problemas por el uso inadecuado sobre las redes virtuales, es decir, se ha convertido en un mundo vicioso derivado del abuso a las redes sociales.

García, (2012) define el uso de internet como un espacio de comunicación puntualizando que es un avance de las tecnologías de la información y la comunicación siendo un hecho que está transformando las conductas y las relaciones sociales. El cambio ha supuesto una adaptación de las personas ante esas nuevas formas de relacionarse, donde la palabra conducta puede utilizarse como sinónimo de comportamiento y en este sentido, la conducta se refiere a las acciones de las personas en relación con su entorno o con su mundo de estímulos.

El comportamiento de las especies es estudiado por la etiología, que forma parte tanto de la biología así como de la psicología experimental. Para la psicología, el concepto solo se aplica con relación a aquellos animales que cuentan con un sistema cognitivo suficientemente complejo. En las ciencias sociales, por otra parte, la conducta incluye aspectos genéticos, culturales, sociológicos y económicos, además de los aspectos psicológicos.

Podría decirse que la conducta es el conjunto de comportamientos observables en una persona. Estos comportamientos pueden ser divididos en 3 áreas: mente (incluye actividades como pensar, soñar, etc.), cuerpo (comer, hablar) y mundo externo (concurrir a una cita, hablar con amigos).

El comportamiento lo componen una gama de características: la conducta del ser humano, toda actividad humana que sea observable por otra persona, la manera de proceder de una persona con relación a la moral o a las reglas sociales, La forma en que los seres humanos gobiernan sus vidas o dirigen sus acciones, la forma en que se manifiesta y desarrolla la conducta humana, la interacción entre estímulo y respuesta, la disposición individual frente a determinados estímulos que provocan una respuesta según la persona.

El comportamiento precisa una manifestación externa en el mundo o realidad. El entorno social modifica la respuesta y la persona influye, igualmente, en el entorno en el que se encuentra y por el que está rodeado. Cuando la persona sufre un trastorno del comportamiento genera una manifestación de una conducta inadecuada a la realidad de la persona y del contexto en el que se produce.

La conducta o el comportamiento del ser humano, al ser una manifestación de un organismo pensante, de una persona genéticamente estructurada para hacer una manifestación de actos ante la sociedad y los estímulos, lo hace a través de cómo esté estructurada su personalidad. La personalidad es la que va a hacer que una persona se comporte de una u otra forma.

La personalidad es una unidad de elementos que constituyen un sello peculiar o propio, es la forma de responder ante los estímulos y circunstancias de la vida, donde se ve como unas cualidades destacan sobre otras, siendo estas las que caracterizan el sujeto. La personalidad integra el conjunto de funciones psíquicas y da como resultado “el comportamiento”, está constituida por aquel conjunto de elementos físicos, psicológicos, sociales, culturales y espirituales que muestran un sello peculiar, un estilo propio, una manera de ser, es decir, un perfil de personalidad.

Nuestra conducta puede ser planificada o impulsiva, con frecuencia no sabemos por qué hacemos lo que hacemos. La conducta diaria es rutinaria y repetitiva, actuamos de manera poco meditada, y a menudo salimos adelante. Pero ¿qué ocurre cuando nos cambian las normas en crisis como la generada por la pandemia y el aislamiento social? En esta situación se producen reacciones al sentir que nos imponen un nuevo orden que nos incomoda, que nos impide seguir con nuestra agradable vida. Nadie ha pedido nuestra aceptación, simplemente debemos realizar lo que los expertos han dictaminado sobre esta enfermedad poco conocida.

En estas condiciones no es de extrañar que surjan tensiones y conflictos, nos sentimos reprimidos injustamente, esto se acentúa cuando vemos que en otros lugares se adoptan medidas más flexibles, aunque sean de riesgo.

Maslow, en su Teoría de las Necesidades habla de las Necesidades Sociales, relacionadas con la vida del individuo y las otras personas. Necesitamos establecer relaciones de amistad, dar y recibir afecto, de participación en grupo.

Un aspecto ya estudiado es la influencia de la cultura nacional en nuestra conducta, pues, de modo sintético, las culturas de occidente son individualistas, centradas en el bienestar personal, en la libertad y derechos; en contraposición con las culturas orientales basadas en el pensamiento colectivista y el bienestar grupal y social, lo que evidentemente facilita la aceptación de normas que establecen situaciones como el aislamiento social.

Durante el periodo de confinamiento, la tecnología y el uso de las redes sociales han sido los grandes aliados para sentirse cerca de familiares y también de estudiantes y compañeros de trabajo, sin embargo, hay que ser conscientes de las consecuencias que conlleva pasar tanto tiempo en las redes sociales, sobre todo entre los menores y jóvenes. Manuel Armayones Ruiz es docente de los Estudios de Psicología y Ciencias de la Educación e investigador del eHealth Center de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y para este experto existen dos peligros fundamentales en torno al uso de estas plataformas: la dependencia que generan y el hecho de compartir datos personales que pueden ser utilizados con fines comerciales. “Cuanto más se usan, más cuesta prescindir de las redes por todo el esfuerzo, tiempo e información que se ha ido depositando en ellas”, señala.

Echeburúa y Corral (2010) consideran que las redes sociales son facilitadoras de fomentar conductas narcisista, histriónicas y deformadoras de la realidad, también resaltan la relación que tiene la dependencia a las redes con la baja autoestima y carencia de habilidades sociales, los cuales son predictores para la adicción de las

redes sociales, por lo que existen algunas señales de alarma que denotan una dependencia como son;

- Deseo de estar conectados en la red a toda hora(Tolerancia)
- Descuidos del estudio, relaciones sociales y familiares
- Manifestar euforia cuando utilizan las redes sociales
- Baja productividad e irritabilidad
- Dificultad para reconocer la conducta adictiva
- Fracaso a la hora de cumplir cuando se propone limitar el uso de la red

Planteamiento del problema

Con el advenimiento de las tecnologías de la información y la comunicación y su inserción en la sociedad, prácticamente la mayor parte de la sociedad tiene acceso a Internet y, en consecuencia, a las denominadas redes sociales.

Hablar de redes sociales implica la comprensión de su significado. Una red social es una estructura compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes, esto implica que de una u otra forma todos pertenecemos a una red social, ya que todas las personas requieren de forma natural establecer comunicación con los demás y las redes sociales han roto las barreras del tiempo y espacio para establecer y continuar las relaciones interpersonales por medio del intercambio de ideas, convirtiéndose en una importante oportunidad para los usuarios; sin embargo, el aislamiento ha ocasionado que personas de todas las edades empezaran o aumentaran el uso de

las redes sociales, desinhibiéndose, publicando contenido en sus cuentas, ya sea para informarse, trabajar, estudiar, compartir contenido informal que va desde una fotografía, noticia, creación de vídeos, tutoriales, hasta retos, entre otros. (Villacis, Gabriel, 2020).

De acuerdo con un reporte efectuado por el diario La Jornada (2020), los mexicanos pasan 42 por ciento más de su tiempo en redes sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, YouTube y Google desde que iniciaron las medidas de aislamiento social ocasionadas por el COVID-19, dato revelado por un estudio realizado por Nielsen Ibope. Según la firma de estudios, “a raíz del inicio de la cuarentena, Facebook es la red social en la que más se ha incrementado la estancia de internautas, pues previo al fenómeno se destinaba una hora 19 minutos de tiempo en la plataforma y ahora el promedio es de una hora 54 minutos; le sigue la plataforma de videos YouTube, pues el tiempo promedio pasó de 57 minutos a una hora 18 minutos, y el servicio de mensajería de WhatsApp de 50 minutos a una hora 9 minutos; la red social Twitter pasó a tener un tiempo promedio de estancia de 24 a 36 minutos, mientras que la plataforma de fotografía Instagram pasó de 26 a 34 minutos al día. A su vez, el buscador Google tuvo un incremento de 10 a 12 minutos, según el estudio referido.

Durante el llamado “distanciamiento social” las personas acuden naturalmente a las plataformas sociales existentes para satisfacer esta necesidad básica de establecer relaciones humanas. Por ello, el comportamiento, así como sus hábitos de conducta, se vieron influidos a consecuencia de la cuarentena y el uso de las redes sociales como un medio de comunicación y a la vez como una respuesta emocional

y afectiva de adaptación para enfrenar la pandemia. En algunos casos se incrementaron conductas por el uso de dichas redes sociales como el invertir grandes cantidades de tiempo y esfuerzo; alteración de estados emocionales (ansiedad, enojo); aislamiento de las relaciones sociales presenciales (cara a cara); descuido de responsabilidades o actividades consideradas como importantes en el entorno laboral, escolar, familiar o de pareja; mentir sobre el tiempo que se está conectado o sobre lo que se está haciendo; pensar y hablar persistentemente de los temas y circunstancias que suceden en la red, entre los conocidos; aunque no se esté conectado a ella en ese momento; pérdida de la noción del tiempo o del espacio debido a la permanencia frecuente o constante en las redes sociales; privación del sueño por estar conectado, o bien, ser menos tolerantes; la distorsión de la imagen; el ciberacoso y el sentimiento de estar perdiéndose algo. Desde esta perspectiva, el uso de la red se ha pluralizado, siendo las mujeres los usuarios con mayor presencia en Facebook. Lo anterior gracias a la adhesión generalizada y masiva a las redes sociales y, en parte, gracias también a la evolución y abaratamiento de la tecnología necesaria para este fin. (Fernández Sánchez, 2013)

Los hábitos relacionados con el consumo de bienes que no son de primera necesidad ha disminuido, la compra online ha ganado en penetración por el temor a las aglomeraciones, resurgiendo el individualismo, ya que más personas han adoptado una política de cuidarse a sí mismo. Por esa misma razón las video llamadas están aumentando rápidamente, aun cuando no todos los usuarios de tecnología están equipados con la tecnología adecuada para participar de manera virtual.

Las redes sociales han ocasionado profundos cambios en el funcionar de la sociedad y el comportamiento humano no ha sido la excepción. Se pueden evidenciar aspectos negativos debido a la gran cantidad de información que fluye por ellas, como las noticias falsas, que generan un mayor riesgo de ansiedad y depresión y pérdida de privacidad, entre otros. Sin embargo, también existen aspectos positivos, como la posibilidad de recrear la mente con actividades o retos que se promueven en las redes sociales, estar en contacto con amigos y seres queridos con los que no se puede estar físicamente, trabajar, estudiar, entre otros. (Fernández Sánchez, 2013)

Cortes, F. (2011) sostiene, que las redes sociales son las causantes en gran manera de la pérdida de contacto personal, en la que se ve amenazada la interacción de los jóvenes con su entorno.

Morrion & Gore (2010) afirman que los jóvenes que se consideran a sí mismo dependientes de las redes sociales podrían manifestar niveles altos de depresión y agresividad, que dificultaría la adaptación social.

Rodríguez Puentes, A.P. & Fernández & Parra, A. (2014) señalan que el comportamiento antisocial o inadaptado es determinado por influencias del contexto en que se desenvuelven las personas, en el que pueden actuar las redes sociales como factor de riesgo para que se den estas conductas. Por lo anterior el excesivo uso de estos medios provoca una disminución afectiva en las relaciones familiares y sociales según Bringas. C & Ovejero, A. (2008).

Es importante entender cuánto han influido las redes sociales y de qué manera en las mujeres adultas jóvenes, llevándolas a modificar su manera de actuar y desenvolverse en su medio y con la gente que les rodea.

Justificación

Este trabajo pretende mostrar la influencia que generan las redes sociales en la conducta así como en los hábitos de las mujeres, teniendo en cuenta los cambios en sus relaciones interpersonales así como emocionales durante el aislamiento social por la pandemia del Covid-19, dando a conocer los aspectos negativos como positivos, aportando información clara y verídica desde los resultados arrojados a partir de las respuestas obtenidas a través del cuestionario que contestaron de manera voluntaria y anónima a través de Google forms, con el fin de identificar los factores más relevantes que pudieran servir para generar estrategias de prevención frente al uso de las redes sociales, teniendo en cuenta la adaptación que se ha tenido que generar como una estrategia de información y comunicación, además de considerar una problemática psicosocial que afecta a mujeres durante el lapso del distanciamiento social por la pandemia y que a futuro, de una u otra manera pudiera debilitar el círculo social y la conducta al disminuir las relaciones cara a cara, brindando a la sociedad la posibilidad de conocer la percepción de las mujeres y la manera en cómo han enfrentado el aislamiento así como las actitudes y hábitos derivados de dicho proceso.

Por lo anterior se considera de gran importancia plantear investigaciones afines en busca de esclarecer las causas y consecuencias que pudieran conllevar a las mujeres a preferir el uso de las redes sociales para satisfacer ciertas necesidades.

Pregunta de investigación.

- ¿Cuánto han impactado las redes sociales en el comportamiento, así como en el cambio de hábitos en las mujeres, a causa del distanciamiento social ocasionado por la pandemia?

Objetivo general

- El objetivo de esta investigación es analizar qué impacto ha tenido el uso de las redes sociales en el comportamiento, así como en el cambio de hábitos en las mujeres durante el distanciamiento social ocasionado por la pandemia.

Objetivos específicos

- Investigar de qué manera repercute en las actividades diarias de las mujeres el uso redes sociales.
- Entender cuánto han influido las redes sociales en las mujeres adultas, llevándolas a modificar su manera de actuar y desenvolverse en su medio y con la gente que les rodea.
- Investigar si hay un rango de edad que se vea más influenciado por el uso de las redes sociales
- Investigar de qué manera se han modificado los hábitos de las mujeres por el uso de las redes sociales.

Método

Participantes y procedimiento de selección de la muestra

La muestra del estudio se conformó de manera incidental a partir de las mujeres que de forma voluntaria respondieron un cuestionario a través de Google, de acuerdo a las necesidades requeridas por la investigación, considerando que la población objeto de estudio se conforma con base a la frecuencia en que mujeres utilizaron las redes sociales durante la etapa del aislamiento social por la pandemia de COVID-19.

El proceso de muestreo fue por disponibilidad a través de una convocatoria en las redes sociales (WhatsApp y Facebook) debido a las condiciones de cuarentena preventiva y recomendación de aislamiento social hechos por la autoridad sanitaria. La muestra inicial fue de 108 personas, pero considerando como criterio de inclusión ser mujer y tener acceso a las redes sociales, y como criterio de exclusión ser hombre, por lo que se consideraron los datos de 105 participantes cuya participación fue del 97.2% y 3 hombres (2.8%). Todos los individuos debieron leer y aceptar las condiciones de la investigación a través de un consentimiento informado, siendo debidamente comunicados de los alcances del uso de datos y los objetivos de su participación.

Tipo de investigación

Este primer estudio fue cuantitativo no experimental, debido a que se llevó a cabo sin manipular deliberadamente las variables independientes para ver su efecto

sobre otras variables, es decir, que las variables se evaluaron en su contexto natural; y transversal, porque se realizó en un solo momento.

Se utilizó la Metodología Cuantitativa, “De manera general, puede decirse que los modelos de investigación cuantitativa llevan un proceso deductivo, buscan relaciones de asociación y mantienen un diseño estático en el que se definen las categorías de manera previa al estudio” (Moreno & Cuevas, 2012, p. 52). “Este tipo de metodología busca determinar la fuerza de asociación y correlación entre las variables, pretende la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra representativa, que permite hacer inferencias acerca de una población determinada. Tipo explicativo con un enfoque transversal y que está dirigido a responder las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales recolectando datos en un solo momento, en un tiempo único”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 151)

Instrumento

Se utilizó el Cuestionario de Uso y abuso de Internet (adaptado de Brenner, 1997; Suler, 1996; Young, 1996a; Garcia del Castillo y Terol, 2007) (Anexo 1). Consta de un total de 47 ítems. Se incluyen 5 subescalas del cuestionario de abuso de Internet: “Repercusión en otras actividades” que incluía 14 ítems, las “Relaciones y Amistad” con 11 ítems, el “Estado Emocional” que contiene 6 ítems, el “Hábito” con 13 ítems, y finalmente, los “Costos” con 3 ítems. Dicho cuestionario fue adaptado en formularios de Google Forms, agregando una descripción de instrucciones para ser respondida por teléfono móvil o computadora. La estandarización de la escala es de

respuestas tipo Likert (1=Nunca; 2=Raras veces; 3= Algunas veces; 4= A menudo y 5=Siempre) (García del Castillo et a 2008).

Procedimiento.

Debido a las condiciones de cuarentena preventiva y recomendación de aislamiento social hechos por la autoridad sanitaria, para el desarrollo del estudio se aplicó el Cuestionario de uso y abuso de internet en jóvenes universitarios a través de las redes sociales (WhatsApp y Facebook), a partir de un cuestionario adaptado por Brenner (1997), Suler (1996) y Young (1996), que consta de 47 ítems, dicho cuestionario fue adaptado en formularios de Google para identificar el impacto que ha tenido en el comportamiento así como en el cambio de hábitos en las mujeres a causa del distanciamiento social ocasionado por la pandemia.

Resultados

La muestra del estudio se conformó de manera incidental a partir de 105 mujeres que de forma voluntaria respondieron un cuestionario publicado a través de las redes sociales (WhatsApp y Facebook), cuyo rango de edad quedó distribuido de la siguiente manera (figura 1):

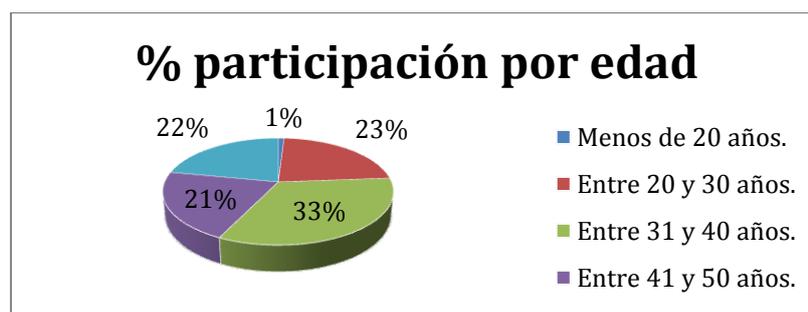


Fig. 1. Rangos de edad.

En lo que se refiere a los dispositivos que más han utilizado para acceder a las redes sociales, predomina el celular, seguido de algún dispositivo en casa como computadoras o algún otro que se conecte vía internet domiciliado.

Lugar	Entre 20 y 30 años.	Entre 31 y 40 años.	Entre 41 y 50 años.	Más de 50 años.	Menos de 20 años.	Total general	%
Celular	14	23	14	12	1	64	60.95%
Casa	3	5	7	6		21	20.00%
Casa, Celular	7	7	1	4		19	18.10%
Ciber internet				1		1	0.95%
Total general	24	35	22	23	1	105	100.00%

Fig. 2. Dispositivo o lugar desde donde se conecta a las redes sociales.

En cuanto a la frecuencia de consulta, se obtuvieron los siguientes resultados (fig. 3), donde se puede observar que el rango de mujeres entre 31 y 40 años son las que se conectan todos los días, y el 95% de las participantes se conecta todos los días.

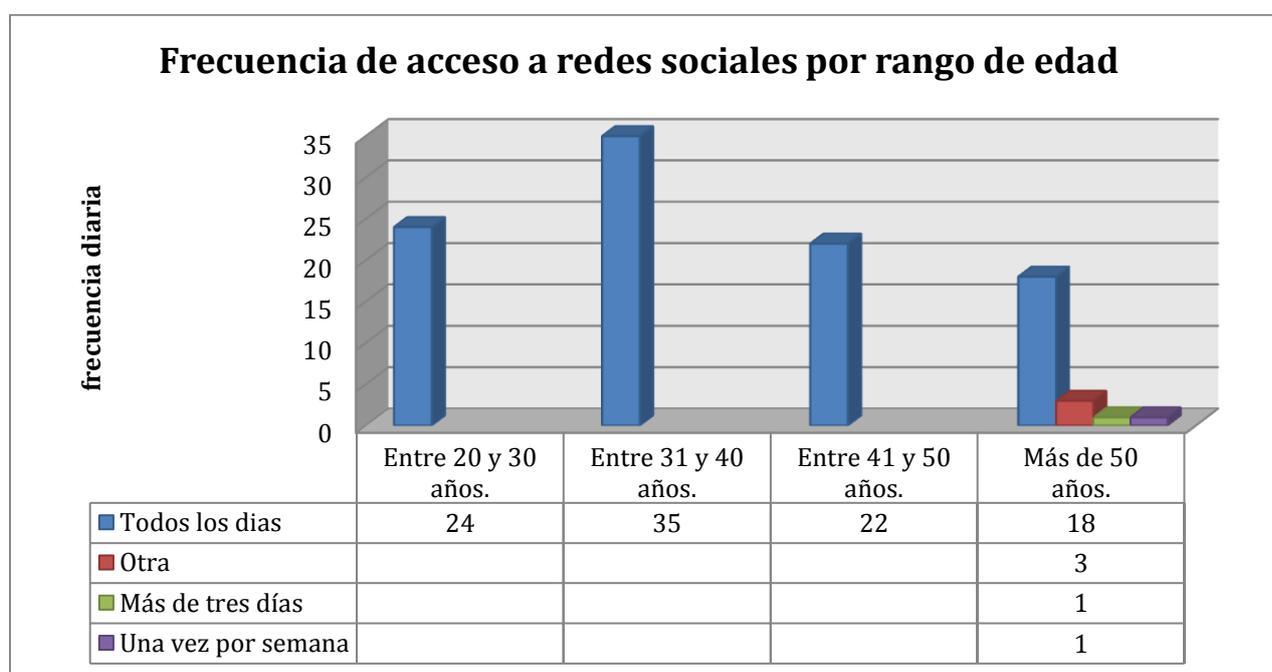


Fig. 3. Frecuencia por edad en que se conecta a las redes sociales.

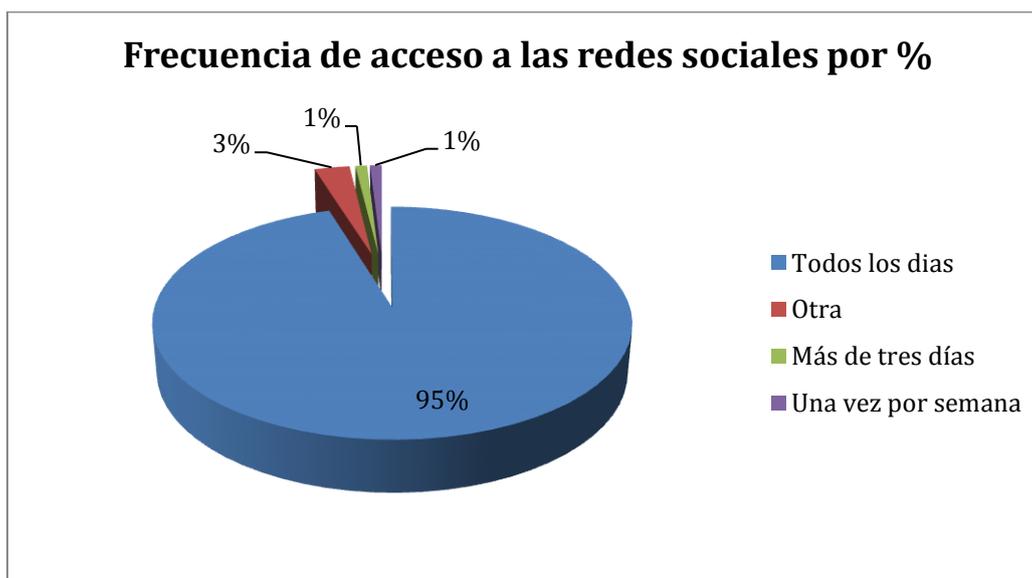


Fig. 3.1. Frecuencia por porcentaje en que se conectan a las redes sociales.

En cuanto al tiempo destinado para navegar en las redes sociales, las participantes quedaron en los siguientes rangos (Fig. 4 y fig. 4.2), donde se muestra que el 29.52% utiliza de una a dos horas de su tiempo, sin embargo, el 28.57% utiliza de dos a cuatro horas. En la fig. 4.1 se puede observar que las mujeres dentro del rango entre 31 y 40 años son las más activas dentro de las redes sociales.

Tiempo	Entre 20 y 30 años.	Entre 31 y 40 años.	Entre 41 y 50 años.	Más de 50 años.	Menos de 20 años.	Total general	%
De una a dos horas.	6	11	7	7		31	29.52%
De dos a cuatro horas.	10	7	8	5		30	28.57%
Menos de una hora.	2	6	2	7		17	16.19%
De cuatro a seis horas.	3	7	4	1	1	16	15.24%
Más de seis horas.	3	4	1	3		11	10.48%
Total general	24	35	22	23	1	105	100.00%

Fig. 4. Tiempo en que se conecta a las redes sociales

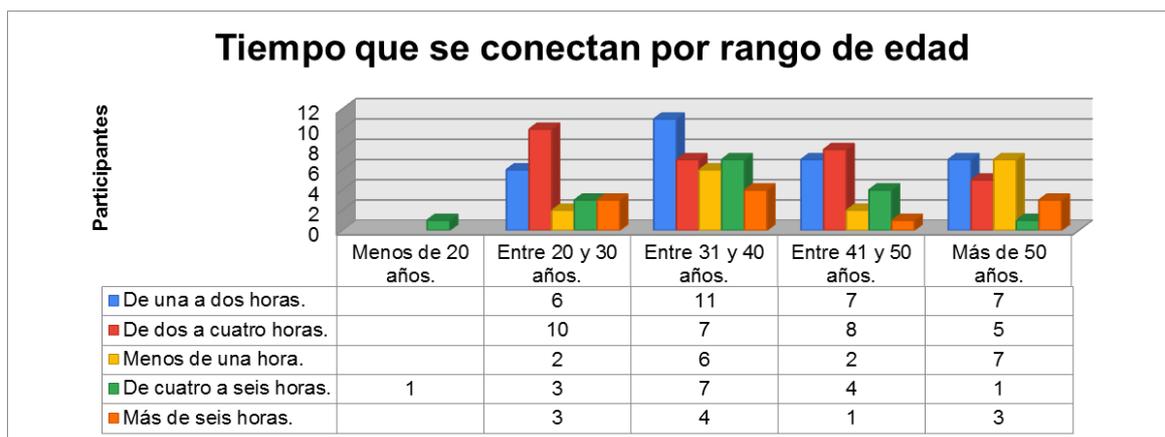


Fig. 4.1 Rango de edad que predomina en el uso de las redes sociales

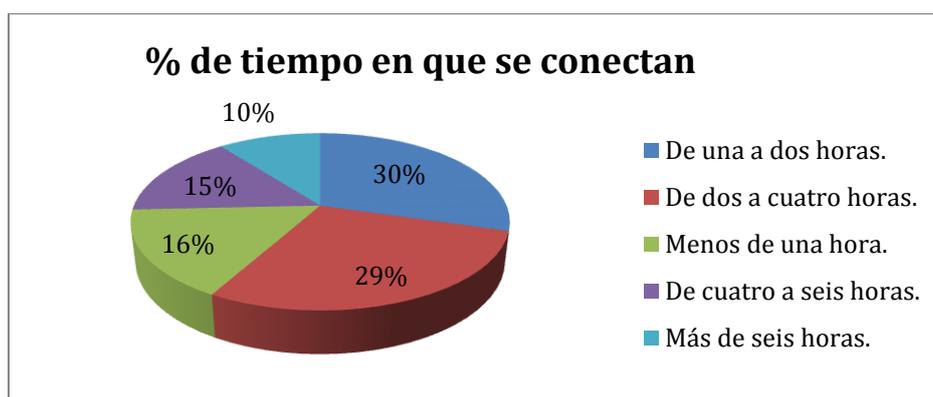


Fig. 4.2 Porcentaje por número de horas de acceso que predomina en el uso de las redes sociales

Dentro del cuestionario se les preguntó si tenían contacto personal con sus aquellas personas con las que interactúan a través de las redes sociales, y un 54% de ellas contestaron que conocían de manera personal a más del 70% de sus contactos (Fig. 5)

Contacto personal	Entre 20 y 30 años.	Entre 31 y 40 años.	Entre 41 y 50 años.	Más de 50 años.	Menos de 20 años.	Total general	%
Más del 70%	12	19	13	13		57	54.29%
Entre 51 y 70%	6	8	5	1		20	19.05%
Entre 31 y 50%	5	3	1	5		14	13.33%
Entre 11 y 30%	1	3	1	2	1	8	7.62%
10% o menos		2	2	2		6	5.71%
Total general	24	35	22	23	1	105	100.00%

Fig. 5. Con que porcentaje de sus contactos conoce personalmente

En cuanto a sus cuentas de internet el 64.76% refiere que sus datos personales son los reales. (Fig. 6)

Datos	Entre 20 y 30 años.	Entre 31 y 40 años.	Entre 41 y 50 años.	Más de 50 años.	Menos de 20 años.	Total general	%
Sí	15	22	16	15		68	64.76%
No	9	13	6	8	1	37	35.24%
Total general	24	35	22	23	1	105	100.00%

Fig. 6. Sus cuentas en internet contienen sus datos personales.

Dentro del cuestionario de abuso de internet que contestaron las participantes se incluyeron 5 subescalas, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

“Repercusión en otras actividades” que incluyó 14 ítems, (fig. 7) donde los ítems 33, 25 y 16 son una muestra clara de cómo repercute en las actividades diarias el uso de dichas redes, llevando a dejar de hacer actividades tan importante como el dormir e incluso padecer de malestares corporales por malas posturas.

Items	Puntaje
33 Me pongo a navegar por las redes sociales aunque tenga cosas más importantes que hacer.	222
25 Tengo dolor de espalda o dolores similares porque paso demasiado tiempo conectada en la computadora o el teléfono.	215
16 Suelo acortar el tiempo de sueño para estar más tiempo en redes sociales.	214
35 Descuido las tareas domésticas para pasar más tiempo conectada.	191
42 Preferiría vivir en cualquier lugar extraño y lejano antes que dejar de tener acceso a las redes sociales.	184
14 Si estoy fuera de vacaciones no puedo esperar regresar a casa para conectarme a las redes sociales.	173
21 Respondo de mala manera o me enfado si me molestan mientras estoy conectada.	173
45 Descuido o paso menos tiempo con mi familia a causa de estar navegando en las redes sociales.	168
18 Mis notas o estudios se ven afectados por la cantidad de tiempo que paso conectada.	166
36 Mis amigos, pareja o familia llegan a enfadarse porque paso mucho tiempo conectada.	165
23 Elijo estar más tiempo conectada en vez de salir con gente.	154
2 He perdido alguna vez una comida por seguir navegando por las redes sociales.	128
40 He llegado tarde a una cita a causa de estar conectada a las redes sociales.	127
28 Pierdo clases a las que pretendía asistir a causa de las redes sociales.	125

Fig. 7. Subescala 1: Repercusión en otras actividades.

En lo que se refiere a las “Relaciones y Amistad” con 11 ítems, se muestra que a través de estas plataformas se han generado círculos de amistad con personas nuevas, sin embargo el ítem 5, remarca que también a causa de estar inmerso en esta actividad se han generado problemas con las personas cercanas. (fig. 8)

	Items	Puntaje
3	He conocido gente interesante a través de las redes sociales.	249
9	Formo nuevas relaciones con personas que conozco por redes sociales.	211
5	He tenido alguna discusión con personas importantes en mi vida a causa de las redes sociales.	170
39	Me resulta más sencillo hablar con la gente en redes sociales que en persona.	166
17	Disfruto más con la gente que conozco a través de las redes sociales que con quienes conozco en otros lugares.	159
34	He intentado resolver un conflicto de tipo personal por medio de las redes sociales en vez de hacerlo cara a cara.	157
20	Solo mis amigos de las redes sociales me conocen de verdad	144
15	Los amigos cibernéticos me han iniciado en cosas que no había hecho antes	142
31	Tengo citas con alguien a quien solo conozco en las redes sociales.	138
38	Comparto secretos íntimos con alguna persona de las redes sociales.	135
10	Prefiero las emociones de las redes sociales a las relaciones íntimas con mi pareja o con mis amigos/as.	125

Fig. 8. Subescala 2: Relaciones y amistades.

En cuanto al “Estado Emocional” es importante notar que el ítem 7 (fig. 9) tuvo el puntaje más alto, dicho ítem subraya que el uso de las redes sociales es con la finalidad de “hablar” con otras personas por soledad, y este factor influye de sobremanera durante el “aislamiento social” al que la gran mayoría ha estado expuesto a causa de la pandemia.

	Items	Puntaje
7	Uso las redes sociales para hablar con otras personas cuando me siento sola.	219
30	Navegar me permite olvidar mis problemas diarios.	201
19	Utilizo las redes sociales para sentirme bien cuando estoy deprimida.	198
12	Si no fuera por las redes sociales no tendría ningún momento de diversión.	185
1	Me siento deprimida, malhumorada o nerviosa cuando no estoy conectada y se me pasa cuando vuelvo a conectarme.	167
44	Temo que la vida sin las redes sociales sea aburrida, vacía y sin alegría.	149

Fig. 9. Subescala 3: Estado emocional.

De igual manera, la subescala de “Hábito” con 13 ítems, muestra que el tiempo que se utiliza está direccionado al uso de las redes sociales, lo que puede ser adictivo, ya que los siguientes ítems muestran que entre más se navega más tiempo le quisieran invertir. (Fig. 10).

Items		Puntaje
11	Dedico más tiempo a las redes sociales del que querría.	267
4	Cuando dejo de navegar por las redes sociales después de pocas horas, quiero volver a navegar otra vez al poco tiempo.	265
6	Consulto mi correo electrónico antes de hacer alguna otra cosa importante.	249
29	Me veo diciéndome “sólo unos minutos mas” cuando estoy conectada a las redes sociales.	231
41	En los últimos meses he pasado un periodo de más de tres días voluntariamente sin conectarme.	221
46	He intentado estar menos tiempo conectada pero no he podido.	216
22	Me han dicho que paso mucho tiempo en redes sociales.	190
43	Si llevo tiempo sin las redes sociales me resulta difícil no pensar en que estará esperándome cuando entre.	186
26	Intento ocultarle a los demás el tiempo que realmente estoy conectada.	159
32	Me muestro a la defensiva o reservada cuando alguien me pregunta acerca de lo que hago en las redes sociales.	151
37	Recibo quejas de otras personas en mi vida acerca de la cantidad de tiempo que paso conectada a las redes sociales.	148
24	Me siento preocupada o sueño con conectarme cuando no lo estoy.	127
8	La gente dice que mi personalidad ha cambiado desde que uso las redes sociales.	124

Fig. 10. Subescala 4: Hábitos.

En cuanto a la subescala de “Costes”, aun cuando buscan medir el tiempo por los costos que les genera, invierten en obtener mejores equipos que les permita tener un mejor acceso a las redes, lo que a la larga les genera una mayor inversión.

Items		Puntaje
13	Presto atención a las tarifas cuando uso las redes sociales.	226
27	Voy renovando mi equipo desde que uso las redes sociales.	181
47	Recibo facturas telefónicas superiores a lo que esperaba.	128

Fig. 11. Subescala 4: Costos

Discusión

Las redes sociales en la actualidad son un medio al que la gran mayoría tiene acceso, esto lo demuestra el hecho de que el 100% de los encuestados tienen al menos una cuenta en alguna red social, destacando entre ellas Facebook, WhatsApp y Twitter como las más utilizadas, además de que poseen alguna cuenta en algún programa de mensajería online.

El uso de dichas redes sirvió como una herramienta de comunicación con familiares, amigos e incluso en el trabajo durante el “distanciamiento social” a causa de la pandemia. Hay usos preferentes de las redes sociales, en la que destacan el ver qué publican otros contactos, enviar un mensaje por chat a otra persona, para poder desconectar de la vida cotidiana; en cuanto al tiempo de uso, el 29.52% de las participantes aun estando dentro de diferentes rangos de edad muestran que invierten al menos una hora diaria en revisar sus redes sociales, donde el 95.24% navega diariamente, al menos consultando para comprobar y ver si les ha llegado o no alguna notificación por parte de alguno de sus contactos. Siguiendo esta línea, siendo más activas aquellas entre el rango de edad de 31 a 40 años.

En cuanto al dispositivo más utilizado el 60.95% utiliza el celular como medio de acceso, donde el 54.29% establece que conoce a más del 70% de los contactos con los que interactúa. En lo que se refiere a cómo afecta en las actividades cotidianas, es una muestra clara que el uso de dichas redes, lleva a dejar de hacer actividades tan importantes como el dormir, e incluso padecer de malestares corporales por malas posturas. En lo que se refiere a las relaciones interpersonales, estas

plataformas han dado la oportunidad de construir círculos de amistad con nuevas personas que pudieran llegar a parecer interesantes al ya no tener la limitante de la distancias, ya que aun cuando este tipo de plataformas nos acercan a las personas, en contraposición genera una barrera con las mas cercanas, lo que ha causado problemas de comunicación o aislamiento.

Al estar viviendo el “aislamiento social”, las participantes manifestaron que usan las redes sociales con la finalidad de “hablar” con otras personas por soledad, ya que algunas personas han tenido que estar alejadas de familiares, amigos e incluso compañeros de trabajo a causa de la pandemia.

En cuanto a los costos de inversión, han llegado a incrementarse debido al pago por el uso de internet y la adquisición de mejores dispositivos que permitan una mejor interacción a través de las diferentes plataformas. Durante el periodo de confinamiento, la tecnología y el uso de las redes sociales han sido los grandes aliados para sentirse cerca de familiares, amigos y compañeros de trabajo, sin embargo, hay que ser conscientes de las consecuencias que conlleva pasar tanto tiempo en las redes sociales, ya que se corre el riesgo de generar una conducta adictiva sin darse cuenta.

Conclusión

Para finalizar, se puede decir que la forma en que las participantes accedan a las redes sociales repercute de sobre manera en su vida diaria, ya que dejan de hacer o postergan actividades que son de gran importancia dentro del ámbito tanto familiar,

social o laboral, llevándoles incluso a disminuir sus horas de sueño, lo que genera además de malestar en su salud, el distanciamiento físico como emocional de la gente cercana.

En cuanto a cómo han influido las redes sociales en las mujeres adultas, llevándolas a modificar su manera de actuar y desenvolverse en su medio y con la gente que les rodea, también se muestra que aun cuando han generado círculos de amistades interesantes, también es muy cierto que el estar inmersas más tiempo del debido les ha causado conflictos con las personas cercanas.

En lo que se refiere al rango de edad, se pudo observar que todas tienen interés por navegar, sin embargo, predominan aquellas que están dentro del rango de 30 a 40 años, aunque es interesante que las mujeres de más de 50 años también son un grupo importante. Y por último, cabe mencionar que los hábitos de la participantes se han visto modificados, ya que el tiempo que están direccionado al uso de las redes sociales, puede llegar a convertirse en una adicción, ya que entre más navegan en las diferentes plataformas más tiempo le quisieran invertir.

Es un hecho a tener muy en cuenta para posteriores estudios que estamos ante un cambio de tendencia del uso de las redes sociales y sus efectos. Por lo que se propone estudiar las tendencias en los varones y hacer un comparativo, tomando como variable el género, la situación geográfica, grupos de edades e incluso situación socioeconómica, ya que éste es un tema continuamente cambiante que debe ser revisado en otras investigaciones.

Referencias

- Corrales, R. (2015). Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica. Buenos Aires: CLACSO.
- Fernández Sánchez, Néstor. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. Salud mental, 36(6), 521-527. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252013000600010&lng=es&tlng=es.
- García del Castillo, José A., & Terol, María del Carmen, & Nieto, Maximiliano, & Lledó, Ana, & Sánchez, Salvador, & Martín-Aragón, Maite, & Sitges, Esther (2008). Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. Adicciones, 20(2),131-142.[Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122057005>
- González, V. Merino, L. Cano, M (2009). Las e-adicciones. Edita Nexus Medica Editores S.L Barcelona España. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Gutiérrez, Julio (2020). Mexicanos están 42% más tiempo en redes sociales en cuarentena: Nielsen. La Jornada. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/economia/2020/05/06/mexicanos-estan-42-mas-tiempo-en-redes-sociales-en-cuarentena-nielsen-1173.html>

- Ramírez, Jairo & Castro-Quintero, Diego & Lerma-Córdoba, Carmen & Yela, Juan & Escobar-Córdoba, Franklin. (2020). CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA COVID 19 EN LA SALUD MENTAL ASOCIADAS AL AISLAMIENTO SOCIAL. Recuperado de <file:///D:/Downloads/CONSECUENCIASDELAPANDEMIACOV19ENLASALUDMENTALASOCIADASALAIISLAMIENOTOSOCIALpreprint.pdf>

- Merchant, R. N., & Lurie, N. (2020). Social Media and Emergency Preparedness in Response to Novel Coronavirus. JAMA, 323(20), 2011-2012. Recuperado de <https://doi.org/10.1001/jama.2020.4469>

- Moral, Félix & Canto, Jesús & Jacinto, Luis. (2004). Internet y desindividuación. Nuevas perspectivas sobre la desindividuación en la red: el modelo de identidad social de los fenómenos de desindividuación (SIDE). Revista de Psicología Social. 19. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/268273824_Internet_y_desindividuacion_Nuevas_perspectivas_sobre_la_desindividuacion_en_la_red_el_modelo_de_identidad_social_de_los_fenomenos_de_desindividuacion_SIDE

- UNESCO. (9 de junio de 2020a). Oportunidades y riesgo de internet en tiempos de aislamiento. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/oportunidades-y-riesgos-internet-tiempos-aislamiento>

- UNESCO. (9 de junio de 2020b). Riesgos y oportunidades de internet en tiempos de aislamiento. Recuperado de: <https://es.unesco.org/sites/default/files/ed-riesgosoportunidadesinternet-covid-esp.pdf>

- Valencia, Erick & Valencia, Eko & EA, CICRET. (2010). CONDUCTA HUMANA Y BIENESTAR SOCIAL. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/291349096_CONDUCTA_HUMANA_Y_BIENESTAR_SOCIAL/citation/download

- Villacis, Gabriel (2020). Las redes sociales en tiempos de Covid19. Portal de noticias. Universidad San Francisco de Quito. Recuperado de <https://noticias.usfq.edu.ec/2020/05/las-redes-sociales-en-tiempos-de-covid19.html>

Apéndice

a) Instrumentos de recolección de la información

Anexo 1

USO Y ABUSO DE INTERNET EN MUJERES UNIVERSITARIAS A CAUSA DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL A CAUSA DE LA PANDEMIA

La presente investigación tiene como finalidad indagar cual es el impacto que las redes sociales han tenido en el comportamiento así como en el cambio de hábitos en mujeres a causa del distanciamiento social ocasionado por la pandemia. Tu participación es voluntaria y la información recolectada será manejada de manera anónima siendo utilizada en mi Manuscrito Recepcional.

Muchas gracias por tu participación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Antes de responder el siguiente cuestionario se le presenta el consentimiento informado, en el cual de forma voluntaria aceptas de forma libre, voluntaria y anónima, participar y otorgar datos que serán utilizados con fines académicos de forma confidencial. Cuyo objetivo es conocer sobre el uso y abuso de las redes sociales por parte de mujeres universitarias a causa del distanciamiento social ocasionado por la pandemia.

INFORMACIÓN GENERAL

1	¿Qué edad tienes?
2	Sexo
	a) Masculino
	b) Femenino
3	¿Desde dónde te conectas a Internet mayormente?
	a) Casa
	b) Teléfono móvil
	c) Cabina de internet
	d) Otros
4	¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?
	a) Todos los días
	b) Intermediario
	c) Una vez por semana
	d) Una vez al mes
	e) Otros
5	¿Cuánto tiempo permaneces conectado a Internet?
	a) Media hora
	b) Una hora
	c) Dos horas
	d) Más de dos horas
6	De todas las personas que conoces a través de la red, ¿cuantos conoces personalmente?

	a)	10% o menos
	b)	Entre 11 y 30%
	c)	Entre 31 y 50%
	d)	Entre 51 y 70%
	e)	Más del 70%
7	Tus cuentas en la red contienen tus datos verdaderos (nombre, edad, género, dirección, etc.).	
	a)	Si
	b)	No

CUESTIONARIO

A continuación se presenta el Cuestionario de uso y abuso de internet en jóvenes universitarios, a partir de un cuestionario adaptado por Brenner (1997), Suler (1996) y Young (1996), que consta de 47 ítems; por favor contesta a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas.

Marca con una (X) en el espacio que corresponda a lo que sientas, piensas o haces durante este periodo de la pandemia; donde:

- 1 = Nunca
- 2 = Raras veces
- 3 = Algunas veces
- 4 = A menudo
- 5 = Siempre

ITEM	PREGUNTAS	1 = Nunca	2 = Raras veces	3 = Algunas veces	4 = A menudo	5 = Siempre
1	Me siento deprimida, malhumorada o nerviosa cuando no estoy conectada y se me pasa cuando vuelvo a conectarme					
2	He perdido alguna vez una comida por seguir navegando por Internet.					
3	He conocido gente interesante a través de Internet.					
4	Cuando dejo de navegar con Internet después de pocas horas, quiero volver a navegar otra vez al poco tiempo.					
5	He tenido alguna discusión con personas importantes en mi vida sobre Internet.					
6	Consulto mi correo electrónico antes de hacer alguna otra cosa importante.					
7	Uso la red para hablar con otras personas cuando me siento sola.					
8	La gente dice que mi personalidad ha cambiado desde que uso Internet.					

9	Formo nuevas relaciones con compañeros que conozco por Internet.					
10	Prefiero las emociones de Internet a las relaciones íntimas con mi pareja o con mis amigos/as.					
11	Dedico más tiempo a Internet del que querría.					
12	Si no fuera por el ordenador no tendría ningún momento de diversión.					
13	Presto atención a las tarifas cuando uso Internet.					
14	Si estoy fuera de vacaciones no puedo esperar regresar a casa para conectarme.					
15	Los amigos cibernéticos me han iniciado en cosas que no había hecho antes.					
16	Suelo acortar el tiempo de sueño para estar más tiempo en Internet.					
17	Disfruto más con la gente que conozco a través de Internet que con quienes conozco en otros lugares.					
18	Mis notas o estudios se ven afectados por la cantidad de tiempo que paso conectado.					
19	Utilizo Internet para sentirme bien cuando estoy deprimida.					
20	Solo mis amigos de Internet me conocen de verdad.					
21	Respondo de mala manera o me enfado si me molestan mientras estoy conectada.					
22	Me han dicho que paso mucho tiempo en Internet.					
23	Elijo estar más tiempo conectada en vez de salir con gente.					
24	Me siento preocupada o sueño con conectarme cuando no lo estoy.					
25	Tengo dolor de espalda o dolores similares porque paso demasiado tiempo conectado en el ordenador.					
26	Intento ocultarle a los demás el tiempo que realmente estoy conectado.					
27	Voy renovando mi equipo desde que uso Internet.					
28	Pierdo clases a las que pretendía asistir a causa de Internet.					
29	Me veo diciéndome "sólo unos minutos más" cuando estoy conectada.					
30	Navegar me permite olvidar mis problemas diarios.					

31	Tengo citas con alguien a quien solo conozco de Internet.					
32	Me muestro a la defensiva o reservado cuando alguien me pregunta acerca de lo que hago en Internet.					
33	Me pongo a navegar por Internet aunque tenga cosas más importantes que hacer.					
34	He intentado resolver un conflicto de tipo personal por Internet en vez de hacerlo cara a cara.					
35	Descuido las tareas domésticas para pasar más tiempo conectado.					
36	Mis amigos, pareja o familia llegan a enfadarse porque paso mucho tiempo conectado.					
37	Recibo quejas de otras personas en mi vida acerca de la cantidad de tiempo que paso en Internet.					
38	Comparto secretos íntimos con alguna persona de Internet.					
39	Me resulta más sencillo hablar con la gente en Internet que en persona.					
40	He llegado tarde a una cita a causa de Internet.					
41	En los últimos meses he pasado un periodo de más de tres días voluntariamente sin conectarme.					
42	Preferiría vivir en cualquier lugar extraño y lejano antes que donde vivo ahora si no tengo ordenador con acceso a Internet.					
43	Si llevo tiempo sin usar Internet me resulta difícil no pensar en que estará esperándome cuando entre.					
44	Temo que la vida sin Internet sea aburrida, vacía y sin alegría.					
45	Descuido o paso menos tiempo con mi familia a causa de Internet.					
46	He intentado estar menos tiempo conectada pero no he podido.					
47	Recibo facturas telefónicas superiores a lo que esperaba.					

