



RELIEVE. Revista Electrónica de Investigación y
Evaluación Educativa

ISSN: 1134-4032

relievejournal@gmail.com

Universidad de Granada
España

Capilla Garrido, Estefanía; Cubo-Delgado, Sixto; Gutiérrez-Esteban, Prudencia
Diseño y validación de un instrumento para evaluar los comportamientos phubbing

RELIEVE. Revista Electrónica de Investigación y Evaluación
Educativa, vol. 26, núm. 2, 2020, Julio-Diciembre

Universidad de Granada
Valencia, España

DOI: <https://doi.org/10.7203/relieve.26.2.16955>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=91664839003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Diseño y validación de un instrumento para evaluar los comportamientos phubbing

Design and validation of an instrument to evaluate phubbing behaviors

Capilla-Garrido, E. , Cubo-Delgado, S. , & Gutiérrez-Esteban, P. 

Universidad de Extremadura (España)

Resumen

En este estudio se muestra el proceso llevado a cabo en el diseño y validación de un cuestionario que evalúa los comportamientos phubbing y los efectos que producen en las vidas de las personas. Estas conductas pueden definirse como el acto de ignorar a las personas en un entorno social mirando el teléfono en lugar de prestar atención a la conversación (Błachnio y Przepiorka, 2019). Mediante el método de redes semánticas naturales se describe el procedimiento seguido para la creación del instrumento con la colaboración de un grupo de personas expertas. Se presentan la validación de contenido del cuestionario a través del juicio de personas expertas y la fiabilidad obtenida a través del coeficiente Alpha de Cronbach con una muestra piloto. La muestra que participa en la validación de contenido del cuestionario está compuesta por dieciocho personas expertas, que aportan significados a la palabra phubbing. Los resultados obtenidos ofrecen a la investigación ochenta y seis conceptos relacionados con el término phubbing que determinan la estructura del cuestionario en cinco dimensiones: cultural, tecnológica, social, psicológica y comunicacional. Los análisis de la fiabilidad, obtenidos con una muestra piloto de 250 personas, afirman que el instrumento es adecuado para la evaluación de los comportamientos phubbing en personas jóvenes y adultas.

Palabras clave: phubbing; móvil; redes semánticas naturales; escala; validez.

Abstract

This study shows the process carried out in the design and validation of a questionnaire that evaluates phubbing behaviors and the effects they produce in people's lives. These behaviors can be defined as the act of ignoring people in a social environment by looking at the phone instead of paying attention to the conversation (Błachnio and Przepiorka, 2019). Through the method of natural semantic networks, the procedure followed for the creation of the instrument is described in collaboration with a group of experts. The content validation of the questionnaire is presented through the judgment of experts and the reliability obtained through Cronbach's Alpha coefficient with a pilot sample. The sample that participates in the validation of the content of the questionnaire is composed of eighteen experts, who contribute meanings to the word phubbing. The results obtained offer to the investigation eighty-six concepts related to the term phubbing that determine the structure of the questionnaire in five dimensions: cultural, technological, social, psychological and communicational. Reliability analyzes, obtained with a pilot sample of 250 people, state that the instrument is suitable for the evaluation of phubbing behaviors in young people and adults.

Keywords: phubbing; smartphone; natural semantic networks; scale; validity.

Received/Recibido

2020 apr 1

Approved /Aprobado

2020 december 3

Published/Publicado

2020 december 8

El desarrollo de la telefonía móvil ha supuesto enormes beneficios para la ciudadanía, más allá del hecho de realizar llamadas y enviar mensajes. Cada vez más personas jóvenes y adultas hacen uso de estos aparatos adecuándolos a sus intereses particulares, lo que ha generado una gran demanda de estos. Los smartphones, específicamente, permiten el acceso a internet, marcando un antes y un después en las prácticas comunicativas y en las interacciones sociales. Esta novedad propiciada por la red forma parte de una triple revolución que gira en torno a las redes sociales, internet y los dispositivos móviles (Naval, Serrano, Sádaba y Arbués, 2016).

Se ha comprobado que en los últimos años se ha vivido una expansión en las tecnologías de la información y de la comunicación y, por tanto, la creación de dispositivos. Este hecho pone en evidencia la influencia que las TIC ejercen en la vida de las personas, sus comportamientos, sus hábitos de vida y en general, en su manera de ver y comprender el mundo. De hecho, las personas tienden a preferir los smartphones cuando se trata de comunicación en línea (Ofcom, 2015). De este modo, se ha alcanzado una situación de *conectividad permanente* (Serrano, 2014) convirtiendo a los smartphones en una parte de la vida diaria de las personas (Roberts, Yaya y Manolis, 2014).

Sin embargo, a pesar de los indudables beneficios de los smartphones, en los últimos años, investigadores e investigadoras se han preocupado cada vez más por sus potenciales efectos adversos sobre la salud mental y física (Estévez, Urbiola, Iruarrizaga, Onaindia y Jauregui, 2017) y la calidad de las interacciones sociales de las personas (Bernal, Alcázar, González-Calatayud y Alcázar, 2017). Al igual que muchas personas se han vuelto adictas a Internet (Savci & Aysan, 2017), cada vez con mayor frecuencia, otras se están convirtiendo en problemáticas usuarias del smartphone, causando preocupación acerca de las posibles consecuencias de su excesivo uso.

Una de estas consecuencias sería el comportamiento *phubbing*, definido por Chotpitayasunondh & Douglas (2016) como

“the act of snubbing others in social interactions and instead focusing on one’s smartphone” (p. 9), pues parece tener consecuencias negativas de comunicación entre las personas, en detrimento de la satisfacción de las relaciones y los sentimientos de bienestar personal (Roberts & David, 2016). En el año 2013, en Australia, nació por primera vez la palabra *phubbing* en el diccionario Macquarie. Este término surge de la unión de las palabras *phone* (teléfono) y *snubbing* (despremiar). De esta forma, la ventajosa novedad de una conectividad permanente se ha ido convirtiendo poco a poco en una problemática importante entre las personas jóvenes y adultas.

Aunque en las investigaciones hasta el momento se han empezado a considerar algunas de las consecuencias del uso problemático de smartphones como *phubbing* (Roberts & David, 2016), se conoce aún muy poco sobre qué causa este comportamiento y cómo se ha convertido en una característica omnipresente de la comunicación moderna. Así, *phubbing*, se caracteriza por tener una estructura multidimensional (Barrios, Bejar y Cauchos, 2017) pues los dispositivos inteligentes tienen diferentes funciones. De modo que este término está vinculado a la adicción al teléfono móvil y también, por tanto, a los beneficios que éste brinda, tales como internet, las redes sociales, los videojuegos y juegos online; considerándose la adicción a estos factores como facilitadores para el desarrollo de esta afección.

En este estudio se presenta el desarrollo y validación de la creación de un instrumento que evalúa los comportamientos *phubbing* en personas jóvenes y adultas. Concretamente, utilizando la técnica de redes semánticas naturales (*RSN*), definida como “el conjunto de conceptos elegidos por la memoria a través de un proceso reconstructivo que permite la evaluación subjetiva de eventos, acciones y objetos” (Noriega, Castro y Loya, 1998, p.8). Los orígenes de la técnica se ubican, principalmente, en disciplinas como la Psicología, Inteligencia Artificial y la Pedagogía; son las nociones sobre la *memoria semántica* y la *memoria episódica*, es decir, las que ayudan a entender la estructura de la

memoria y por supuesto, la forma en la que relacionamos los significados. Las autoras Vargas-Garduño, Méndez y Vargas-Silva (2014, p.2) añaden que “se trata de las ideas y conceptos que las personas construyen acerca de cualquier objeto, tema o situación de su cotidianidad y son expresados en términos coloquiales”. La importancia de la técnica radica en que “a través del lenguaje es posible conocer y comprender muchos procesos mentales, puesto que existe una estrecha relación entre el lenguaje-pensamiento y la percepción-aprendizaje”.

Del mismo modo, la técnica constituye un recurso empírico de acceso a la organización cognitiva de los significados, a través de los significados otorgados por el grupo de personas, considerando que el universo cognitivo que de ahí resulta, es el fruto también de aprendizajes sociales. Es por ello que la estructura semántica de las redes no permanece inmutable, sino que se va desarrollando y se van adquiriendo más relaciones al aumentar los conocimientos generales de las personas y, además, se modifica también de acuerdo con la influencia de la cultura de su entorno y de su propia experiencia de vida (Figueroa, González y Solís, 1981).

Con todo, la técnica de las redes semánticas naturales es utilizada en este estudio para conocer el significado del concepto phubbing en un grupo de personas expertas. El término phubbing ha sido conceptualizado recientemente y la conducta phubbing es cada vez más habitual en nuestra sociedad, sin embargo, las personas no son todavía conscientes de que este comportamiento tiene un significado muy frecuente en nuestras vidas. Es por este motivo, que resulta útil averiguar cuál es la opinión acerca de los comportamientos phubbing en una muestra reducida de académicos, para así, reunir todos los significados acuñados por las personas a este término y agruparlos en diferentes dimensiones que formarán parte del instrumento creado. Estas dimensiones son una propuesta original de los autores de este estudio, creadas a partir de la categorización de los significados propuestos para el término phubbing y son las principales fuentes de

creación de los ítems del instrumento. Para ello, se expone el proceso seguido de la técnica RSN, los resultados de la validación del instrumento a través de un juicio de personas expertas y la fiabilidad del instrumento realizada con una muestra piloto que reúne las características de la población a la que se dirige el instrumento.

Objetivos

Para llevar a cabo este estudio, se plantean los siguientes objetivos:

1. Diseñar un instrumento que permita evaluar el comportamiento phubbing en la población joven y adulta.
 - 1.1. Desarrollar el procedimiento de la técnica de redes semánticas naturales para la creación de las dimensiones que forman parte del instrumento para evaluar los comportamientos phubbing.
 - 1.2. Obtener garantías científicas a través del análisis de la validez de contenido y la fiabilidad del instrumento.

Método

El trabajo se dividió en tres fases: (I) la creación de la estructura del instrumento a partir de las redes semánticas naturales, los resultados de los significados por parte de un grupo de personas expertas y los resultados de las dimensiones creadas a partir de la categorización de los significados. (II) La validación de contenido del instrumento a través del juicio de personas expertas y (III) la fiabilidad del instrumento construido.

Fase I: Creación de la estructura del instrumento a partir de las redes semánticas naturales

Para la creación de las dimensiones del instrumento se ha desarrollado la técnica de las redes semánticas naturales (RSN). Se ha contado con la participación de 18 personas expertas del ámbito educativo y psicológico, de ambos sexos, de la Comunidad Autónoma de Extremadura (España). La muestra se compone por 9 mujeres y 9 hombres formada a través de

un muestreo no probabilístico intencionado. Sus edades oscilan entre los 34 y 59 años, con experiencia entre 10 y 30 años en el ámbito académico, 17 personas pertenecientes a la Universidad de Extremadura y 1 a la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

El medio utilizado para la recogida de datos de las RSN ha sido un cuestionario diseñado, a través de la herramienta online *Google Drive Formularios*, que se distribuye a 30 personas mediante correo electrónico invitándoles a participar. En su estructura, se dedica un apartado a los datos sociodemográficos (sexo, edad, lugar de trabajo y años de experiencia) y otro apartado con veintiuna líneas en blanco para responder a la “palabra estímulo” phubbing, concepto analizado en la técnica para saber su significado. A partir de ésta, se solicita su respuesta en base a tres criterios fundamentales:

- a. Definir con claridad y precisión la palabra estímulo que se les presenta (*phubbing*), mediante el uso de “palabras definidoras” (verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, etc., sin usar artículos ni preposiciones) que consideren que están relacionadas con esta.
- b. Jerarquizar las palabras definidoras en una escala de 1 a 10, considerando el valor 1 para la palabra definidora más relacionada con la palabra estímulo y el valor 10 para la menos relacionada.
- c. Responder como mínimo con cinco palabras definidoras para la palabra estímulo.

Así mismo, para no condicionar a las personas participantes, éstas no son informadas sobre el significado de phubbing; de este modo, responden únicamente según su propia experiencia.

La recogida de datos se llevó a cabo entre los meses de diciembre de 2017 y enero de 2018. Mediante este procedimiento, se reciben 18 respuestas, las cuales permiten recabar información sobre el significado del término phubbing. De acuerdo con Zermeño, Arellano y Ramírez (2005) y Pérez Cruz (2015) se sigue el siguiente proceso de normalización, agrupando las palabras definidoras obtenidas bajo los siguientes criterios:

- Se convierten todas las palabras plurales en singulares.
- Los sinónimos se agrupan para formar un mismo término.
- Las palabras se escriben en un mismo género.
- En las frases se considera únicamente el concepto principal.
- Se eliminan casos por tener menos de 5 palabras definidoras respondidas.

Finalmente, conforme a la propuesta de Figueroa, González y Solís (1976), Reyes (1993) y Valdez (1998), se procede al análisis de las palabras definidoras estimando los siguientes valores indicados en la tabla 1, propuesta por Gutiérrez, Alcaide & Carbonero (2017).

Tabla 1. Nomenclatura y procedimiento de cálculo de la Red Semántica Natural

Valor	Definición	Análisis
J	Tamaño de la red semántica. Total de palabras que generan las personas participantes	Suma de todas las palabras definidoras tras el proceso de normalización
M	Peso semántico. Es la palabra definidora con mayor puntuación por haber sido jerarquizada en primer lugar	Frecuencia de cada palabra definidora repetida y del valor jerárquico que ocupa en escala de 1 a 10
NR o SAM	Núcleo de la red o conjunto de la red con el peso semántico más alto. La jerarquización indica cuales son las palabras definidoras para describir a la palabra estímulo	Recuento de las primeras 25 palabras definidoras con mayor peso semántico o valor M.
G	Es la densidad de la red proporcionada partir del núcleo de la red	Se resta el peso semántico del concepto más alto al segundo peso semántico y éste, a su vez, se le resta al tercero, y así sucesivamente
DSC o FMG	Distancia semántica cuantitativa entre las palabras definidoras	La definidora con peso semántico más alto del núcleo de la red es considerada como el 100%, obteniéndose los valores de las siguientes definidoras con una regla de tres

Resultados de los significados por parte de un grupo de personas expertas

Las respuestas obtenidas mediante el procedimiento de las redes semánticas naturales se analizan en *Microsoft Excel*, donde se registran las palabras definidoras con sus respectivas jerarquías y valores asignados.

El procesamiento de datos comienza con el análisis del *valor J* o *tamaño de la red* que representa el total de 144 palabras definidoras generadas por las personas participantes. Tras el proceso de normalización, se obtienen 87 palabras que determinan la riqueza semántica de la red conceptual. A continuación, se muestra el proceso para hallar el *valor M* o *peso semántico* mediante la escala de valores que se muestra en la Tabla 2.

Es importante entender cómo se calculan los *valores M* y la racionalidad tras la asignación de los valores semánticos a cada una de las posiciones jerárquicas. Valdez (1998) explica que las palabras definidoras colocadas en primer lugar, son las que más peso semántico deben tener al calcularlas, considerándose un máximo de 10 posiciones jerárquicas, simplemente se invierten los pesos (tabla 2). Si las jerarquías van de 1 a 10, los pesos respectivos asignados van de 10 a 1,

como se puede observar en la tabla 2. En este estudio, se sigue la técnica de las RSN modificadas de Reyes (1993), que consiste en obtener más de 10 respuestas por cada participante y en este caso, los valores superiores a 10 en las jerarquías son reemplazados por un número “10” lo que sería valor “1”, evitando así puntuaciones negativas.

Tabla 2. Escala de valores para la jerarquía de las palabras definidoras

Jerarquía	Valor
1º	10
2º	9
3º	8
4º	7
5º	6
6º	5
7º	4
8º	3
9º	2
10º	1

Como resultado se obtiene una lista de palabras definidoras con sus respectivos valores y se procede a hallar los valores *M*, *FMG* y *G* que se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Conjunto SAM, valor M, valor FMG y valor G

Palabras definidoras	Valor M	Valor FMG	Valor G
Móvil	76	100%	0
Menosprecio	66	87%	10
Adicción	47	62%	19
Aislamiento	36	47%	11
Desatención	28	37%	8
Irrespetuoso	28	37%	0
Descortesía	26	34%	2
Asocial	25	33%	1
Desconexión	24	32%	4
Adolescencia	23	30%	1
Dependencia	22	29%	1
Tecnología	20	26%	2
Comunicación	20	26%	0
Socialización	18	24%	2
Autocontrol	16	21%	2
Relación	16	21%	0
Soledad	15	20%	1
Conexión	15	20%	0
Malestar	15	20%	0
Virtualidad	13	17%	2
Red	13	17%	0
Atención	13	17%	0
Educación	12	16%	1
Problemática	11	14%	1
Barrera	11	14%	0

Resultados de las dimensiones creadas a partir de la categorización de los significados

El proceso de análisis anterior considera la lectura global de las veinticinco palabras definidoras que conforman el conjunto SAM. Después, se procede a la agrupación de las palabras definidoras en dimensiones creadas por los autores y conceptualizadas mediante la revisión de la literatura de estas. Para este proceso se utiliza un criterio temático, de modo que las dimensiones se identifican a partir de las palabras definidoras que hablan de un mismo tema. En la tabla 4 se exponen las palabras definidoras agrupadas en cada dimensión.

A continuación, se desarrollan conceptualmente las dimensiones identificadas.

- Dimensión cultural (CUL):

Descrita por Montiel (2016) se define, por un lado, como el conjunto de costumbres o

modos de vida que caracterizan e identifican a una sociedad. Así mismo, de manera más específica, la cultura es el conocimiento, las creencias y el derecho, mientras que, de manera más universal, la cultura es el arte, la moral y las costumbres como modelos de comportamiento y sistemas de valores que regulan los comportamientos de las personas pertenecientes a un mismo grupo social.

La aceleración de la innovación tecnológica provoca que poco a poco el ritmo de la tecnología supere la capacidad de novedad y adaptación de los seres humanos. Por ello, como define Valle Rojas & Silva (2017), “estar actualizado” en informaciones, prácticas, costumbres, artilugios se convierte en un valor, aunque para ello quede poco tiempo para valorar la novedad del cambio y la actualidad de lo actual. Dicho de otro modo, “vivir en estado de novedad permanente se ha convertido en estado de conexión continua” (p. 188).

Tabla 4. Palabras definidoras organizadas por dimensiones

Dimensiones	Palabras definidoras
Tecnológica (TEC)	Móvil, desconexión, tecnología, conexión, virtualidad, red, herramienta, dispositivo, tablet, WhatsApp, infotoxicidad, digital, gamificación, google, internet, email, nativo, tecnocentrismo y app
Comunicativa (COM)	Comunicación, barrera, hipercomunicación, interrupción, publicidad, fragmentación
Social (SOC)	Aislamiento, asocial, relación, soledad, problemática, socialización, burbuja, lejanía, ignorancia, rechazo, indiferencia, desdén, fuga, desaire, ninguneo, silencio, interacción
Cultural (CUL)	Menosprecio, desatención, descortesía, adolescencia, irrespetuoso, atención, educación, acoso, cortesía, deseabilidad, incorrección, indiferencia, respeto, desconocimiento, incomodidad, inconsciencia, comportamiento, hábito, menor, neologismo, desagrado, público, inmediatez, delito, formación, paralelo, niña, inmadurez
Psicológica (PSI)	Adicción, dependencia, autocontrol, malestar, obsesividad, psicología, fisiológica, ilusionismo, cobardía, concentración, disgusto, disociación, dispersión, enajenación, egocentrismo, inseguridad

- Dimensión tecnológica (TEC):

Según describen Valencia y Serna (2016) las potencialidades de la tecnología están dadas por las características de las TIC, como son el almacenamiento y la difusión de información, que permiten el acceso a grandes cantidades de información; el dinamismo y el formalismo, que hacen posible representar informaciones que se transforman en el tiempo con una naturaleza coherentemente estructurada y lógica; la hipermedia y la multimedia, que favorecen que la información pueda ser representada en diferentes formatos de manera no lineal; la interactividad, que hace posible la manipulación de la información de forma bidireccional y la conectividad, que permite el trabajo en red, abriendo nuevas posibilidades al trabajo grupal y colaborativo y proporcionando un incremento en la calidad de las experiencias de aprendizaje.

Acercas de la conectividad, la creación de Internet constituye el más amplio medio de comunicación que ha existido. Fue creado con la pretensión de ser un instrumento de comunicación libre, desarrollado con una informática abierta y de libre acceso y es considerado un medio esencial de comunicación que no puede limitarse solo a unos sectores, sino que su acceso debería ser posible para todos los grupos sociales (Gutiérrez-González, 2017).

- Dimensión social (SOC):

Tradicionalmente, se ha utilizado el término social para referirse a las personas, grupos o comunidades que participan en procesos de interacción en un mismo escenario y contexto. Así mismo, se define sociedad o comunidad aquella organización resultante de un proceso, donde personas y grupos comparten actividades y objetivos comunes que posibilitan un sentido de pertenencia a ella y que pueden o no compartir territorio común (Zapata, 2002).

Actualmente, el avance de la sociedad de la información ha transformado importantes formas de interacción social donde se incrementa exponencialmente la cantidad y variedad de relaciones sociales en red (Reig, 2012). Las redes sociales virtuales según Peña Martínez y Sánchez Cabellé (2017) “son el conjunto de servicios web que permiten la creación de un perfil con carácter público o semipúblico dentro de un sistema que permite la creación de comunidades en línea donde compartir e intercambiar la información” (p. 53). Puesto que la emergencia de las redes sociales y el desarrollo de dispositivos móviles inteligentes parecen llevar a la sociedad hacia un cambio de paradigma, asociado con la forma en que las personas viven la experiencia de la hiperconectividad (Jenkins, Ito & Boyd, 2015) y que constituye ya una tercera fuerza evolutiva de la humanidad (Malone & Berstein, 2015) como elemento mediador en las

relaciones mutuas entre los seres humanos y la tecnología (Fernández Rodríguez y Gutiérrez Pequeño, 2017).

- *Dimensión psicológica (PSI):*

Como expresan Carpio, Pacheco, Flores y Canales (2000) la psicología es la ciencia que estudia el comportamiento de las personas unido a las circunstancias específicas de su entorno, las disciplinas biomédicas y las características socioculturales. Situándonos en este concepto, el uso de las tecnologías y de internet ha obligado a las personas a vivir de una forma más acelerada. Los cambios han sido tan bruscos que nos mantienen en continua expectativa sobre el futuro, lo que provoca en las personas una inseguridad e inquietud que impacta e influye en la salud física y mental. Se hace referencia a la salud física o mental con más énfasis a aquellos grupos más vulnerables en los que la tecnología afecta de manera más definitiva en su salud, como es el caso de la adolescencia y la juventud (Henao, 2016).

El crecimiento precipitado de internet replantea obstáculos referidos a su uso compulsivo y patológico. Actualmente, son muchos los autores (Chóliz, Echeburúa, Labrador, 2010), Sánchez Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst, (2008), Echeburúa y Corral, 2010) que investigan la conducta sobre el uso y abuso de las tecnologías, nombrándola adicciones comportamentales o conductuales, socioadicciones y trastornos no relacionados a sustancias (APA, 2013; Cía, 2017). También, para referirse al empleo de las tecnologías de manera disfuncional, se utilizan otros términos que hacen referencia al uso patológico, dependiente y excesivo. Como explican González-Bueso, Santamaría, Fernández, Merino, Montero y Ribas (2018) es clara la

asociación entre la adicción a internet y la salud mental, sin embargo, un importante inconveniente de estos estudios es que no se han puesto en práctica controles sobre el uso de internet investigado.

- *Dimensión comunicacional (COM):*

Las formas de comunicación entre las personas se han mantenido en constante transformación desde la aparición del ser humano. Las primeras culturas eran exclusivamente orales y carentes de escritura. Posteriormente, con la invención de la escritura y la introducción de la imprenta se produjo un cambio que fue revolucionario puesto que permitió la democratización del conocimiento posibilitando que la información traspasara barreras. La aparición de internet, las redes sociales, el correo electrónico o los smartphones han provocado que la comunicación adquiriera unas características que nunca antes había tenido: una inmediatez absoluta, un carácter global, la posibilidad de conexión continua y constante y, la infoxicación a las que las personas están sometidas en su día a día (Labora, 2017), así, los nuevos medios, productos de la invención de Internet, han modificado y traído cambios en la forma de comunicar, interactuar y expresar. En este sentido, Carrillo, Solano, Roxana, Benjumea y Segura (2017) hacen referencia a la comunicación concebida como una red en la cual se transmiten informaciones, significados e influencias generando actitudes de opiniones y acciones de los miembros de una sociedad (p. 108).

Una vez conceptualizadas las dimensiones, se organizan las palabras definidoras en su dimensión correspondiente y se calcula el peso de cada una de estas con el objetivo de conocer el peso que tienen en el instrumento.

Tabla 5. Valores del peso semántico de todas las dimensiones

Dimensión	Palabra definidora	Valor M	Dimensión	Palabra definidora	Valor M
Cultural (Total=344) Peso dimensión en %=34,5% Propuesta % aprox. =34%	Menosprecio	66	Tecnológica (total=231) Peso dimensión en %=23,1% Propuesta % aprox. =23%	Móvil	76
	Desatención	28		Desconexión	24
	Descortesía	26		Tecnología	20
	Adolescencia	23		Conexión	15
	Irrespetuoso	28		Virtualidad	13
	Atención	13		Red	13
	Educación	12		Herramienta	10
	Acoso	10		Dispositivo	9
	Cortesía	10		Tablet	9
	Deseabilidad	10		WhatsApp	8
	Incorrección	10		Infotoxicidad	8
	Indiferencia	10		Digital	7
	Respeto	10		Gamificación	5
	Desconocimiento	9		Google	4
	Incomodidad	9		Internet	3
	Inconsciencia	9		Email	2
	Comportamiento	8		Nativo	2
	Hábito	8		Tecnocentrismo	2
	Menor	8		App	1
	Neologismo	8	Social (total=196) Peso dimensión en %=19,4% Propuesta % aprox. =20%	Aislamiento	36
	Desagrado	7		Asocial	25
	Público	6		Relación	16
	Inmediatez	4		Soledad	15
	Delito	3		Problemática	11
	Formación	3		Socialización	18
	Paralelo	3		Burbuja	10
	Niña	2		Lejanía	10
	Inmadurez	1		Ignorancia	10
				Indiferencia	10
Psicológica (total=170) Peso dimensión en %=17% Propuesta % aprox. =17%	Adicción	47		Rechazo	8
	Dependencia	22		Desdén	6
	Autocontrol	16		Fuga	6
	Malestar	13		Desaire	5
	Obsesividad	10		Ninguneo	4
	Psicología	8		Silencio	3
	Fisiológica	7		Interacción	1
	Ilusionismo	7	Comunicacional (total=58) Peso dimensión en %=5,8% Propuesta % aprox. =6%	Comunicación	20
	Cobardía	6		Barrera	11
	Concentración	6		Interrupción	10
	Disgusto	6		Hipercomunicación	9
	Disociación	6		Publicidad	7
	Dispersión	5		Fragmentación	1
	Enajenación	4			
	Egocentrismo	4			
	Inseguridad	3			
Total					997

La finalización de este proceso hace posible la creación de un amplio grupo de preguntas sobre los comportamientos phubbing. Este conjunto de cuestiones, 70 en total para la primera versión, se desarrollan tomando como punto de partida una revisión bibliográfica sobre la temática abordada en relación con las dimensiones creadas y las palabras

definidoras, con el objetivo de recoger la percepción de los comportamientos phubbing.

Los análisis y resultados obtenidos en la técnica de RSN permiten elaborar las seis dimensiones y una primera versión de redacción de ítems, que se detallará en las siguientes secciones.

En este estudio, los análisis propuestos se ajustan a los procedimientos de las RSNM y se considera oportuno, para obtener mayor variedad de resultados, la opción de responder hasta un máximo de 21 palabras definidoras por cada persona participante.

Por otro lado, siguiendo a Zermeño, Arellano y Ramírez (2005), en la revisión de investigaciones realizadas, la gran mayoría utiliza únicamente las palabras definidoras del conjunto SAM; es decir, solo aquellas con mayor peso semántico, pero este resultado sólo indica el núcleo de la red semántica quedando fuera otras palabras definidoras y, por lo tanto, significados importantes. Tales significados, agrupados en dimensiones, permiten diseñar una representación más coincidente con los esquemas mentales del grupo estudiado, lo que enriquece la interpretación de los datos. Por este motivo, en este estudio, se utiliza el resultado del valor J, es decir, todas las palabras definidoras para agruparlas a cada dimensión.

Los resultados de las redes semánticas naturales muestran cómo el núcleo de red para el término phubbing tiene un gran componente cultural, tecnológico y social para el total de la muestra, haciendo que la primera asociación sea el término *Móvil*, siendo la palabra definidora más puntuada siempre, seguida de *Menosprecio* y *Aislamiento*. Del mismo modo, los resultados de las palabras menos puntuadas pero jerarquizadas, en primer lugar, con un gran componente psicológico y comunicacional son *adicción* y *comunicación*. Otros significados aportados para el término phubbing, que destacan por su peso semántico o valor M, son *Desatención*, *Irrespetuoso*, *Descortesía*, *Asocial*, *Desconexión*, *Adolescencia* y *Dependencia*.

Así mismo, se aclara que el objetivo principal de utilizar la técnica de las RSN es conocer el significado de phubbing con un solo grupo participante estudiado, con el fin de diseñar el instrumento y no se utilizan dos o

más grupos para comparar los resultados de diferentes muestras o analizar los datos según diferencias sociodemográficas en la muestra de personas expertas.

Fase II: Validez de contenido mediante juicio de personas expertas

Para la validación de contenido y de la estructura del instrumento, se construye un nuevo formulario en escala Likert de 1 a 5 (1 Siempre, 2 Casi siempre, 3 A veces, 4 Rara vez y 5 Nunca) compuesto de las 6 dimensiones (sociodemográfica, cultural, tecnológica, social, psicológica y comunicacional) y del grupo de 70 ítems creados para cada dimensión.

Los objetivos del formulario son los siguientes:

- a. Validar la estructura de seis dimensiones valorando la adecuación (la dimensión se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas) y la pertinencia (la dimensión es esencial o importante, es decir debe ser incluida).
- b. Validar la adecuación y pertinencia de los 70 ítems.
- c. Responder a las preguntas abiertas para aportar sugerencias de mejora y una valoración final del instrumento (es válido, no válido o válido incluyendo las propuestas de mejora).

Se envían 30 invitaciones a personas expertas del ámbito educativo y psicológico de la Universidad de Extremadura mediante un correo electrónico para participar en la validación de contenido del cuestionario. Se reciben 11 respuestas que se analizan en *Microsoft Excel* para conocer, en primer lugar, el promedio y la desviación típica de los aspectos valorados de cada dimensión (tabla 6) y de cada ítem (tabla 7) del cuestionario y, en segundo lugar, los análisis cualitativos acerca de la comprensión de las preguntas, del objetivo del cuestionario y su valoración global.

Tabla 6. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la escala referidos a la media y desviación típica

		Adecuación		Pertinencia	
		\bar{x}	Sx	\bar{x}	Sx
Dimensión 1	Datos sociodemográficos	5	0	5	0
Dimensión 2	Cultural	3,90	1,86	3,63	1,80
Dimensión 3	Tecnológica	3,90	1,86	3,90	1,86
Dimensión 4	Social	3,63	1,80	3,63	1,80
Dimensión 5	Psicológica	3,81	1,83	3,81	1,83
Dimensión 6	Comunicacional	3,72	1,84	3,72	1,84

Tabla 7. Estadísticos descriptivos de los ítems de la escala referidos a la media y desviación típica

		Adecuación		Pertinencia				Adecuación		Pertinencia	
		\bar{x}	Sx	\bar{x}	Sx			\bar{x}	Sx	\bar{x}	Sx
Ítem 1		5	0	5	0	Ítem 21		4,54	1,03	4,54	1,03
Ítem 2		4,90	0,30	5	0	Ítem 22		4,54	1,03	4,27	1,27
Ítem 3		4,72	0,64	4,72	0,64	Ítem 23		4,63	0,80	4,36	1,12
Ítem 4		4,45	0,93	4,45	0,93	Ítem 24		4,09	1,37	4	1,34
Ítem 5		4,90	0,30	4,81	0,60	Ítem 25		4,27	1,34	4,27	1,34
Ítem 6		5	0	5	0	Ítem 26		5	0	4,72	0,90
Ítem 7		4,81	0,60	4,81	0,60	Ítem 27		4,45	1,29	4,45	1,29
Ítem 8		4,72	0,64	4,72	0,64	Ítem 28		4,81	0,40	4,54	0,93
Ítem 9		4,45	1,29	4,45	1,29	Ítem 29		4,81	0,40	4,63	0,67
Ítem 10		4,72	0,64	4,45	0,82	Ítem 30		4,54	0,82	4,54	0,82
Ítem 11		4,72	0,64	4,72	0,64	Ítem 31		4,36	1,28	4,27	1,42
Ítem 12		4,63	0,80	4,63	0,80	Ítem 32		4,72	0,64	4,72	0,64
Ítem 13		4,72	0,64	4,72	0,64	Ítem 33		4,63	0,80	4,63	0,80
Ítem 14		4,72	0,64	4,72	0,64	Ítem 34		4,54	0,82	4,54	0,82
Ítem 15		4,45	1,21	4,45	1,21	Ítem 35		4,72	0,64	4,45	1,03
Ítem 16		4,54	1,03	4,54	1,03	Ítem 36		4,72	0,64	4,36	0,67
Ítem 17		4,45	1,21	4,45	1,21	Ítem 37		4,81	0,60	4,81	0,92
Ítem 18		4,90	0,30	4,72	0,64	Ítem 38		4,72	0,64	4,72	0,64
Ítem 19		4,90	0,30	4,72	0,30	Ítem 39		4,81	0,60	4,54	1,03
Ítem 20		4,90	0,30	4,63	0,92	Ítem 40		4,72	0,64	4,72	0,64

Los resultados de la valoración cuantitativa del cuestionario fueron positivos. Teniendo en cuenta que la escala de valoración es de cinco opciones de respuesta, la puntuación media más baja ($\bar{x}= 3,64$, $Sx= 1,80$) que aparece en la Dimensión Social en relación con la definición de esta. En la valoración de los ítems, la pregunta cuya media presenta una menor puntuación ($\bar{x}= 4$, $Sx= 1,3$) fue en la pregunta 33 en relación con la redacción, que, por motivos de duplicidad de preguntas, no fue incluida en la versión final del cuestionario.

La valoración cualitativa sobre las observaciones de las personas participantes fue en general positiva, sugiriendo eliminar

diferentes preguntas de distintas dimensiones por su duplicidad o fusionar un gran número de ítems, pues muchos de éstos valoraban lo mismo. Con el objetivo de simplificar y agrupar elementos que resultaron muy parecidos entre sí, se procedió a reducir la escala original desde un total de 70 ítems a 40, siendo incorporados 7 ítems a la dimensión *datos sociodemográficos* mientras que 33 de ellos, sobre comportamientos phubbing, fueron distribuidos en la dimensión *cultural* (16), 3 en la dimensión *tecnológica*, 6 en la dimensión *social*, 4 en la dimensión *psicológica* y 4 en la dimensión *comunicativa*.

Fase III: Fiabilidad del instrumento con una muestra piloto

En esta fase, se procede a conocer la consistencia interna del cuestionario mediante el coeficiente de Alpha de Cronbach. Se elabora el cuestionario en *Google Drive Formularios* con el objetivo de conocer el grado en el que los ítems coinciden con las creencias y hábitos de las personas participantes en base a una escala Likert de 1 a 5 (1: Siempre, 2: Casi siempre, 3: A veces, 4: Rara vez o 5: Nunca).

El cuestionario se aplica a una muestra piloto compuesta por 250 personas de las cuales, 167 son mujeres, 81 hombres y 2 de ellas prefieren no clasificarse. Sus edades están comprendidas entre menos de 25 años y

más 60 años, con nivel de formación en grados universitarios (47,6%), enseñanzas de postgrado (14,4%), enseñanzas de formación profesional (14%), enseñanzas de secundaria (12%), enseñanzas de doctorado (6,4%), graduado escolar (4,8%) y programas de garantía juvenil (0,4%). De éstas, predominan con un 61,3% personas trabajadoras, 13,5% estudiantes, 9,7% estudiantes y trabajadoras, 11% en paro y 4,5% jubiladas.

Se calculan los análisis estadísticos descriptivos de los 33 ítems que componen el cuestionario relacionados con el constructo phubbing, eliminando de este análisis los siete ítems relacionados con los datos sociodemográficos.

Tabla 8. *Alpha de Cronbach de cada dimensión e ítems y número de ítems por dimensión*

Dimensión	Alpha por dimensión	Ítems por dimensión	Alpha total de la prueba
Cultural	,875	16	,937
Tecnológica	,742	3	
Social	,785	6	
Psicológica	,733	4	
Comunicacional	,732	4	

Los resultados muestran una buena fiabilidad en el total de la escala, así como en sus factores. Se obtiene un $\alpha = ,937$ para la escala en total, $\alpha = ,875$ para la dimensión cultural, $\alpha = ,785$ para la dimensión social, $\alpha = ,752$ para la dimensión comunicacional, $\alpha = ,742$ para la dimensión tecnológica y $\alpha = ,733$ para la dimensión psicológica. Todos los valores de Alpha de Cronbach son superiores a 0,7 lo que indica una alta fiabilidad de la herramienta de evaluación diseñada.

De manera que la versión final del instrumento está compuesta por 33 preguntas que miden los comportamientos phubbing y siete que evalúan variables sociodemográficas.

Conclusiones

La intención de este estudio ha sido diseñar un instrumento para evaluar los comportamientos phubbing en personas

jóvenes y adultas, como define el objetivo general de este estudio.

Como especifica el objetivo “desarrollar el procedimiento de la técnica de redes semánticas naturales para la creación de las dimensiones que forman parte del instrumento para evaluar los comportamientos phubbing”, se puede determinar que la técnica de las RSN ha resultado ser útil y novedosa para explorar los significados que las personas expertas participantes tienen sobre el término phubbing. Prueba de ello, ha sido la obtención del valor J, con un total de 86 palabras definidoras que han dado riqueza del conocimiento semántico sobre phubbing en el grupo estudiado. El valor J o total de palabras definidoras, es muy relevante para la técnica porque indica cómo concebían las personas expertas la palabra estímulo phubbing.

La utilidad de la técnica también se evidencia al obtener el valor M o peso

semántico de cada palabra definidora. Es decir, las RSN permiten detectar no solo qué y cuántos significados con un determinado concepto relacionan las personas, sino también la importancia que otorgan a éstos en su red semántica al jerarquizar sus significados. Otro aspecto positivo de la técnica es que las palabras definidoras obtenidas han permitido crear las dimensiones que forman parte del instrumento de evaluación de comportamientos phubbing, como objetivo de este estudio.

Por su parte, el conjunto *SAM* muestra las 25 palabras definidoras con mayor peso semántico (valor *M*) respecto a la palabra estímulo. Los resultados del conjunto *SAM* sobre phubbing han mostrado, en primer lugar, la palabra definidora *móvil* y, en segundo lugar, la palabra definidora *menosprecio*, coincidiendo con significado etimológico del término phubbing (phone: móvil y snubbing: menosprecio).

Al mismo tiempo, es posible afirmar que las diferentes dimensiones del cuestionario han proporcionado nuevas evidencias al estudio. Sugiriendo de este modo, que el término phubbing tiene un gran componente cultural, pues las personas necesitan sentirse conectadas con los demás como norma marcada por la sociedad (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Así mismo, este instrumento está destinado a personas jóvenes y adultas usuarias de smartphone, por lo que no se limita a estudiar el comportamiento phubbing en estudiantes o en relaciones de pareja, como ha sido el foco de investigaciones anteriores (Roberts & David, 2016; Roberts, Yaya & Manolis, 2014).

Por otra parte, la fase I del procedimiento de las RSN aporta las dimensiones más relevantes de los comportamientos phubbing para ser contrastadas teóricamente y a su vez, discutidas con las personas expertas en la validación de contenido del instrumento. Lo anterior permitió también definir el peso de cada dimensión en el constructo, y además, determinar el contenido de cada una de ellas. A partir de entonces, se redactaron 70 ítems

pertinentes que tuvieran sentido en el contexto, dando garantías para disponer del número suficiente de ítems que representará el constructo, después de los análisis de datos.

El instrumento considera una escala Likert en la que cada persona debe expresar su grado de creencias en relación con cada situación con cinco opciones de respuesta. Esta decisión facilitó la aplicación y corrección del instrumento, en tal sentido se coincide con Pedrosa, Suárez y García-Cueto (2014) quienes señalan que las escalas Likert tienen una gran demanda y son sencillas porque permiten de manera fácil, cuantificar y expresar las características de las personas en datos numéricos.

Como especifica la fase II de este estudio, se procedió a validar el instrumento en su estructura y contenido con un grupo de personas expertas del ámbito educativo y psicológico. Este proceso fue de gran aporte pues permitió la calidad de los ítems y las dimensiones realizando los ajustes pertinentes a la redacción de las definiciones, que fueron modificadas para mejorar la coherencia y, eliminando o mejorando la redacción de los ítems. De esta manera, se elaboró un instrumento piloto de 40 ítems organizado en 5 dimensiones que mantienen la representatividad inicialmente definida para la estructura.

La aplicación del instrumento a la muestra piloto permitió, a través del procedimiento online de difusión, contar con la participación de 250 personas, con características o situación similar a la de la población accesible de donde provendrá la muestra definitiva. Siendo el número de participantes adecuado para realizar los análisis que den garantía de calidad al instrumento (Burgos y Escalona, 2017).

Los indicadores de fiabilidad del instrumento piloto se consideran adecuados ($\alpha=0,937$) para el total de la escala, confirmando la correcta consistencia interna del instrumento. De esta manera, se concluye que, la rigurosidad del proceso realizado en las fases de diseño, análisis y aplicación permiten

contar con un instrumento con apropiadas garantías científicas.

En síntesis, el cuestionario de comportamientos phubbing compuesto de 40 ítems tiene una consistencia adecuada para medir el constructo phubbing y se constituye en un aporte para la evaluación de personas jóvenes y adultas.

Referencias

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th. Edition (DSM-5)*. American Psychiatric Association. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Barrios, D. A., Bejar, V. A., & Cauchos, V. S. (2017). Uso excesivo de Smartphones/teléfonos celulares: Phubbing y Nomofobia. *Revista chilena de neuropsiquiatría*, 55(3), 205-206. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272017000300205>
- Bernal, C., Alcázar, A.R., González-Calatayud, V. y Alcázar, E.R. (2017). Is there a relationship between problematic Internet use and responses of social anxiety, obsessive-compulsive and psychological well-being among adolescents? *Anales de psicología*, 33(2), 269-276. <https://doi.org/10.6018/analesps.33.2.265831>
- Burgos, F., & Escalona, E. (2017). Prueba Piloto: validación de instrumentos y procedimientos para recopilar data antropométrica con fines ergonómicos. *Ingeniería y Sociedad*, 12(1), 31-47.
- Carpio, C., Pacheco, V., Flores, C., & Canales, C. (2000). Calidad de vida: un análisis de su dimensión psicológica. *Revista Sonorense de psicología*, 14(1), 3-15.
- Carrillo, V. M. C., Solano, H., Roxana, A., Benjumea, G. D. C., & Segura, O. M. C. (2017). Conceptualization of communicative interaction and its characterization. *Revista Med*, 25(2), 105-116. <https://doi.org/10.18359/rmed.3082>
- Chóliz, M., Echeburúa, E., & J Labrador, F. (2012). Editorial (Hot Topic: Technological Addictions: Are These the New Addictions?). *Current Psychiatry Reviews*, 8(4), 290-291. <https://doi.org/10.2174/157340012803520540>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Cía, A. H. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(4), 210-217. <https://doi.org/10.20453/rnp.2013.1169>
- Cizmeci, E. (2017). Disconnected, though satisfied: Phubbing behavior and relationship satisfaction. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7(2), 364-375. <https://doi.org/10.7456/10702100/018>
- Cruz, O. A. P. (2015). Redes Semánticas Naturales: anotaciones metodológicas para el análisis de las representaciones sociales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 27, 1-8. <http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/01/red-es-semanticas.html>
- Echeburúa E, Corral P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales. *Adicciones*, 22, 91-96. <https://doi.org/10.20882/adicciones.196>
- Estévez, A., Urbiola, I., Iruarrizaga, I., Onaindia, J. y Jauregui, P. (2017). Dependencia emocional en el noviazgo y consecuencias psicológicas del abuso de internet y móvil en jóvenes. *Anales de psicología*, 33(2), 260-268. <https://doi.org/10.6018/analesps.33.2.255111>
- Figuroa, J., González, E., & Solís, V. (1981). Una aproximación al problema del significado: las redes semánticas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 13(3), 447-458.
- González-Bueso, V., Santamaría, J., Fernández, D., Merino, L., Montero, E., & Ribas, J. (2018). Association between internet gaming

- disorder or pathological video-game use and comorbid psychopathology: a comprehensive review. *International journal of environmental research and public health*, 15(4), 668-688. <https://doi.org/10.3390/ijerph15040668>
- Gutiérrez, B., Alcaide, P., & Carbonero, M. (2017). ¿Cómo ven la universidad privada los estudiantes preuniversitarios? Un estudio exploratorio mediante la combinación de Redes Semánticas Naturales y despliegue multidimensional. *Revista de Investigación Educativa*, 35(2), 519-535. <https://doi.org/10.6018/rie.35.2.257801>
- Henao, P. C. (2016). *Intervención Socioeducativa e Internet*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era: A conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Polity Press.
- Labora, G. J. J. (2017). Juventud y Comunicación: un nuevo mundo. *Revista simbiótica*, 4(2), 52-74.
- Malone, T. W., Bernstein, M. S. (2015). *Handbook of Collective Intelligence*. MIT Press.
- Montiel, G. G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. ITESO.
- Naval, C., Serrano, P. J., Sádaba, C. C. & Arbués, R. E. (2016). Sobre la necesidad de desconectar: algunos datos y propuestas. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 17(2), 73-90. <https://doi.org/10.14201/eks20161727390>
- Noriega, J. A. V., Castro, A. L. L., & Loya, F. H. (1998). Semántica de conceptos asociados a la relación de pareja. *Estudios sociales*, 8(16), 110-126.
- Ofcom (2015). *The communications market report 2015*. United Kingdom: Ofcom.
- Pedrosa, I., Suárez-Álvarez, J., & García-Cueto, E. (2013). Evidencias sobre la validez de contenido: avances teóricos y métodos para su estimación. *Acción psicológica*, 10(2), 3-18. <https://doi.org/10.5944/ap.10.2.11820>
- Peña, M. E. y Sánchez Caballé, A. (2017). La integración de las redes sociales para el desarrollo de la competencia digital en la educación superior. UTE. *Revista de Ciències de l'Educació* 1, 50-65. <https://doi.org/10.17345/ute.2017.1.1782>
- Reig, D. (2012). *Socionomía ¿Vas a perderte la revolución social?* Ediciones Deusto.
- Reyes-Lagunes, I. (1993). Las Redes Semánticas Naturales, su conceptualización y su utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 9(1), 81-97.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>
- Roberts, J. A., Yaya, L. H., & Manolis, C. (2014). The invisible addiction: cell-phone activities and addiction among male and female college students. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(4), 254-265. <http://dx.doi.org/10.1556/JBA.3.2014.015>.
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. & Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-159. <https://doi.org/10.20882/adicciones.279>
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: Predictor effect of Internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202-216. <https://doi.org/10.5350/DAJPN2017300304>
- Serrano, P. J. (2014). Hacia una “comunicación slow”: el hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática. *Trípodos*, 1(34), 201-214.
- Valdez Medina, J. L., Gonzáles, E. S., Outhof, B. H. y Gonzáles Arrieta, L. F. N. I. (1998). Redes semánticas de valores y el sentido de la vida. *La Psicología Social en México*, 7, 456-460.

- Valdivia, P. (2017). La novela española contemporánea ante la crisis financiera de 2008: mercado editorial y renovación. En C. Del Valle Rojas, & V. Silva Echeto (Eds.), *Crisis, comunicación y crítica política* (pp. 43- 65). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - UNESCO.
- Valencia, M. T., Serna, C. A., Ochoa, A. S., Caicedo, T. A. M., Montes, G. J. A., & Chávez, V. J. D. (2016). *Competencias y estándares TIC desde la dimensión pedagógica: una perspectiva desde los niveles de apropiación de las TIC en la práctica educativa docente*. Pontificia Universidad Javeriana – Cali.
- Zapata, C.I.L. (2002). La relación entre los actores sociales, la participación y el contexto. *Análisis*, 3(1), 107-121.
- Zermeño, A., Arellano, A. y Ramírez, V. (2005). Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre televisión, internet y expectativas de vida. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 6(22), 305-334.

Authors / Autores

Capilla-Garrido, Estefanía (escapilla@alumnos.unex.es)  0000-0002-3739-7828

Estudiante del Programa de Doctorado "Innovación en Formación Docente. Asesoramiento, análisis de prácticas educativas y TIC en Educación".

Departamento de Ciencias de la Educación. Facultad de Educación, Universidad de Extremadura.

Cubo-Delgado, Sixto (sixto@unex.es)  0000-0001-8802-9980

Profesor-Doctor en Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Coordinador del Programa de Doctorado en Innovación en Formación del Profesorado. Asesoramiento, análisis de la práctica educativa y TIC en Educación.

Departamento de Ciencias de la Educación. Facultad de Educación, Universidad de Extremadura.

Gutiérrez-Esteban, Prudencia (pruden@unex.es)  0000-0001-5328-5319

Profesora-Doctora en Didáctica y Organización Escolar especializada en Tecnología Educativa y Docencia Virtual.

Departamento de Ciencias de la Educación. Facultad de Educación, Universidad de Extremadura.



Revista ELectrónica de Investigación y EValuación Educativa
E-Journal of Educational Research, Assessment and Evaluation

[ISSN: 1134-4032]



Esta obra tiene [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

This work is under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).