



Revista de Psicología

ISSN: 0254-9247

revpsicologia@pucp.edu.pe

Pontificia Universidad Católica del Perú

Perú

Astonitas Villafuerte, Lya Mainé

Personalidad, hábitos de consumo y riesgo de adicción al Internet en estudiantes universitarios

Revista de Psicología, vol. XXIII, núm. 1, 2005, pp. 65-112

Pontificia Universidad Católica del Perú

Lima, Perú

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337829529003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica

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

## Personalidad, hábitos de consumo y riesgo de adicción al Internet en estudiantes universitarios<sup>1</sup>

Lya Mainé Astonitas Villafuerte<sup>2</sup>

---

Se analizan los hábitos de consumo en Internet: frecuencia y finalidad de uso; los indicadores de riesgo de adicción al Internet, y la personalidad de 66 estudiantes de una universidad particular de Lima Metropolitana. Estas variables se analizan junto con las dimensiones y facetas del Inventory of Personality NEO-PI-R a partir del modelo de los cinco factores. Se encuentra una asociación entre las facetas valores (O4) y acciones (O6), pertenecientes a la dimensión Apertura (O), y el riesgo de adicción al Internet. Un análisis más profundo revela una relación positiva entre el número de síntomas de adicción al Internet y la dimensión Neuroticismo (N). Existe también una relación negativa entre el número de síntomas de adicción al Internet y la dimensión Conciencia (C), especialmente con las facetas autodisciplina (C5), sentido del deber (C3), motivación de logro (C4) y reflexión (C6).

Palabras clave: riesgo de adicción al Internet, personalidad, cinco factores, hábitos de consumo en Internet, estudiantes universitarios.

### **Personality and risk of addiction to Internet in university students**

The articles studies the frequency and purpose of Internet use, the indicators of risk for Internet addiction and the personality of 66 university students from a private university in Lima. These variables are analyzed together with the dimensions and facets of the NEO-PI-R, based in the big five model. An association was found between the facets values (O4) and actions (O6), which belong to the Openness dimension (O), and the risk of Internet addiction. A deeper analysis reveals a positive relationship between the number of symptoms of Internet addiction and the Neuroticism (N) dimension. Additionally, there is a negative relationship between the number of symptoms and the Consciousness (C) dimension, especially on the facets self-discipline (C5), dutifulness (C3), achievement-striving (C4) and deliberation (C6).

Keywords: risk of Internet addiction, personality, big five, consumer habits on the Internet, university students.

---

<sup>1</sup> Ponencia a ser presentada en la próxima Reunión Anual de la Environmental Design Research Association (EDRA), Atlanta, EE. UU., 2006.

<sup>2</sup> Magister en Estudios Sociales por el Institute of Social Studies, La Haya, Holanda. Licenciada en Psicología por la PUCP. Actualmente realiza estudios de Maestría en Antropología en el Hunter College de la City University of New York, EE. UU. Correo electrónico: astonitas.lm@pucp.edu.pe.



El Internet se ha introducido en nuestras vidas con gran rapidez. Lo que años atrás fuera un medio de comunicación exclusivo para la investigación, se utiliza ahora para casi cualquier actividad imaginable. El abaratamiento del costo, las mejoras tecnológicas y la masificación de computadoras personales han contribuido al crecimiento exponencial de los usuarios del Internet.

Sin embargo, el Internet no sólo ha traído consigo consecuencias positivas (Rochlin, 1997; Talbott, 1995). La evidencia de consecuencias negativas relacionadas al abuso del Internet ha llevado a varios autores (Echeburúa, Amor & Cenea, 1998; Griffiths, 1998; Grohol, 1999; Young, 1996) a proponer la existencia del desorden de adicción al Internet. Este desorden es similar al ocasionado por otras conductas adictivas, como el juego, el sexo, el trabajo o las compras. Echeburúa et al. (1998) postulan que entre los principales componentes de los actos adictivos se encuentran el efecto fisiológico, la dependencia psicológica, la acción habitual, los orígenes culturales, la respuesta social, el mantenimiento económico afectivo y la autorepresentación. Asimismo, puede tener un impacto negativo sobre relaciones conyugales, amistades, trabajo, economía y el estatus legal de las personas (Greenfield, 1999).

El trastorno de adicción al Internet no se incluye como tal en el DSM-IV (APA, 1994) ni en su posterior revisión DSM-IV-TR (APA, 2002), en los que el término adicción se reserva para trastornos producidos por el abuso y la dependencia de sustancias psicoactivas<sup>3</sup>. Se sabe, sin embargo, que se evalúa la inclusión de la

<sup>3</sup> En las últimas publicaciones de este manual las adicciones psicológicas se incluyen dentro de los trastornos del control de impulsos no especificados.

adicción al Internet en el próximo Manual de Diagnóstico Psiquiátrico y Psicológico (King, 1996; Suler, 2001).

En vista del rápido crecimiento y demanda de los servicios del Internet, se han realizado investigaciones referentes a los hábitos de consumo de los estudiantes en universidades extranjeras (Viñas, Villar, Caparrós, Juan, Pérez & Cornellá, 2002; Young, 1999). En éstas se ha descubierto el uso excesivo del Internet, especialmente para actividades de índole no académica que los estudiantes mismos definen como “actividades de entretenimiento” o “de uso placentero” (Jackson et al. como se cita en Bucy & Newhagen, 2004).

No obstante, para poder definir una adicción se deben cumplir los criterios siguientes: 1) *saliente*, al convertirse esta actividad en la más importante para un individuo y dominar sus pensamientos, sentimientos y conducta (Griffiths, 1998; Young, 1996); 2) *modificación del humor*, al experimentar cambios de estado anímico como consecuencia de involucrarse en la actividad (Griffiths, 1998; Young, 1996); 3) *tolerancia*, al necesitar incrementar constantemente la cantidad de dicha actividad para lograr los mismos efectos; 4) *síndrome de abstinencia*, al mostrar estados emocionales desagradables y/o efectos físicos que ocurren cuando una actividad particular es interrumpida o reducida repentinamente (Echeburúa, 1999; Griffiths, 1998); 5) *conflictos*, al desarrollarse entre el adicto y aquellos que lo rodean (conflicto interpersonal), con otras actividades (trabajo, vida social, intereses, aficiones) o dentro de los mismos individuos (conflicto intrapsíquico o dependencia psicológica) involucrados con la actividad adictiva (Echeburúa, 1999; Griffiths, 1998; Young, 1996); y 6) *recaída*, al volver a los patrones tempranos de la actividad, recuperando los patrones más extremos de adicción luego de un período de abstinencia o control (Griffiths, 1998).

Según Echeburúa (1999), cualquier conducta normal considerada placentera es susceptible de convertirse en adicción, dependiendo de su intensidad, frecuencia, dinero invertido y, en última instancia, grado de interferencia en relaciones familiares, sociales y laborales. Se han realizado distintas investigaciones que enfatizan problemas de índole social como el aislamiento social, depresión, discordia familiar, divorcio, fracaso académico, deudas financieras y pérdida de trabajo (Kraut, Kiesler, Mukhopadhyay, Scherlis & Patterson, 1998; LaRose, Eastin & Gregg, 2001; Suler, 2001; Young, Pistner, O'Mara & Buchanan, 2000). Por lo tanto, los componentes fundamentales de los trastornos adictivos serían la pérdida de control y la dependencia a dichas conductas placenteras. Así, la adicción al Internet se considera una modalidad de adicción psicológica o conductual.

Goldberg (1995) propone un conjunto de criterios para el diagnóstico del desorden de adicción al Internet (IAD) basados en los criterios diagnósticos de la dependencia a sustancias. La adicción al Internet se define como el mantenimiento de un patrón desadaptativo de uso del Internet, que conlleva un deterioro o malestar clínicamente significativo. Se expresa por tres o más de los ítems siguientes ocurridos en algún momento de un período continuo de 12 meses: 1) tolerancia; 2) abstinencia; 3) imposibilidad o dificultad extrema de atenerse a límites de tiempo fijados previamente para el uso del Internet; 4) deseos, o uno o más intentos fallidos de controlar el uso del Internet; 5) dedicación de tiempo a diversas actividades relacionadas al Internet; 6) abandono de actividades de carácter social, ocupacional o recreacional; 7) uso continuo del Internet a pesar de persistentes problemas psicológicos, fisiológicos, sociales u ocupacionales ocasionados por el uso excesivo del Internet.

Por su parte, Armstrong, Phillips y Saling (2000) señalan factores de riesgo comunes a distintos tipos de adicciones como baja

autoestima o impulsividad. No obstante, aún se debate si una baja autoestima es causa o consecuencia de la adicción. Lo importante no es la actividad concreta que genera la dependencia, sino la relación negativa establecida con ella ya que el sujeto es incapaz de controlarla.

Según Echeburúa (1999), existen características personales y estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica a las adicciones, tales como: 1) déficits de personalidad: introversión pronunciada, baja autoestima y nivel elevado de búsqueda de sensaciones; 2) déficits en las relaciones interpersonales: timidez y fobia social; 3) déficits cognitivos: fantasía descontrolada, atención dispersa y tendencia a la distracción; y 4) alteraciones psicopatológicas: depresión, adicciones químicas o psicológicas presentes o pasadas.

La relación entre un elevado uso del Internet y el incremento en los niveles de depresión ha aparecido también en otros estudios (LaRose et al., 2001; Young & Rodgers, 1998b; Petrie & Gunn como se cita en Madrid López, 2001). Sin embargo, existe aún controversia sobre si la depresión es la causa o el efecto de la adicción al Internet. Según Pratarelli, Browne & Johnson (1999), se produce un ciclo de causalidad recíproca, en el que la soledad y la depresión alimentan el uso de la computadora o Internet, occasionando un incremento de la soledad y depresión percibidas, que a su vez ocasiona una conducta compensatoria de incremento del uso del Internet, a medida que aumentan sus sentimientos de incomunicación. Por su parte, Civin (2000) describe al Internet a través de casos clínicos como un vehículo para el aislamiento, retramiento y desconexión o como un facilitador de relaciones paranoides con el mundo.

Definir las características de adicción al Internet resulta complicado. La adicción al Internet se da en función de la relación

que el sujeto establezca con el uso de este medio. Sin embargo, el problema consiste en decidir si lo adictivo son los contenidos accedidos o el uso del Internet en sí mismo. Autores como Pratarelli et al. (1999) utilizan el término de adicción al computador/Internet, considerándolo como un desorden que depende tanto del medio como del mensaje, sin inclinarse a favor de ninguno.

Por todo lo mencionado anteriormente, se considera que una persona es adicta al Internet cuando presenta un deterioro del control de su consumo, manifestándolo en un conjunto de síntomas cognitivos, conductuales y fisiológicos. Es decir, la persona adicta al Internet realiza un uso excesivo del Internet que genera una distorsión de sus objetivos personales, familiares o profesionales. Young (1996) ha utilizado una serie de criterios diagnósticos similares a éstos en sus estudios preliminares basándose en los del abuso de sustancias del DSM-IV (APA, 1994). Sin embargo, el mismo año propone una nueva serie de criterios adaptados de los utilizados para diagnosticar el juego patológico por ser más semejantes a los indicadores de la naturaleza patológica del uso del Internet. Dichos criterios e instrumentos de medición han sido utilizados como base para el diseño de los instrumentos de esta investigación.

Las consecuencias del uso de Internet se han empezado a sentir a gran escala. Este medio comprende muchos cambios, la mayoría relacionados a las comunicaciones y forma de relacionarse. Asimismo, todas las mejoras implementadas han significado también la aparición del desorden conocido en la actualidad como adicción a Internet. La adicción a Internet en la población universitaria resulta un tema importante dado que en la actualidad se ha incrementado y se fomenta el acceso a estos servicios. A pesar de que el uso de computadoras ha sido estudiado por científicos sociales durante años, hasta ahora se había prestado poca atención al potencial que existe para el uso excesivo de Internet.

Aún se desconoce si son ciertas características de personalidad o algunas cualidades de este entorno las que facilitan el mantenimiento del abuso y ocasionan adicción al Internet. Dado que la personalidad es estable en el tiempo, se considera probable que ciertos rasgos de personalidad incrementen el riesgo de adicción al Internet (Rivero & Valencia, 2001; Young & Rodgers, 1998a).

La presente investigación describe la posible existencia de características diferenciales en cuanto a hábitos de consumo en Internet, personalidad y riesgo de adicción al Internet. Se plantea el problema de investigación en la siguiente pregunta: ¿existe relación entre los rasgos de personalidad, los hábitos de consumo en Internet y el riesgo de adicción al Internet en un grupo de estudiantes de una universidad particular de Lima Metropolitana?

Para los fines de la presente investigación se ha escogido considerar definiciones propuestas por autores que han abierto el tema tales como Echeburúa (1999), Estalló (1997), Greenfield (1999), Nie y Erbring (2000), Young (1996, 1999), Young y Rodgers (1998a), además de Costa y McCrae (1992) para la definición de personalidad.

*Usuario regular del Internet:* Persona que emplea por lo menos 7 horas semanales los servicios del Internet, sin importar su finalidad de uso.

*Hábitos de consumo en Internet:* Características que definen el uso de los servicios del Internet: frecuencia de uso, tipo de actividades realizadas, número de personas con quien se comunica a través del Internet y finalidad de uso de los servicios.

*Riesgo de adicción al Internet:* Uso frecuente del Internet asociado a indicios de problemas en las áreas social, psicológica y ocupacional que podrían generar una distorsión de objetivos

personales, familiares o profesionales. Se define de acuerdo con las siguientes condiciones: 1) Uso de los servicios durante 7 a más horas semanales. 2) Respuesta afirmativa a cinco o más ítems de la escala de riesgo de adicción al Internet, que incluyen los indicadores de dependencia señalados en el DSM-IV (APA, 1994) y que se repiten en el DSM-IV-TR (APA, 2002) como son los siguientes: a) *patrón de consumo*, que conlleva un deterioro o malestar clínicamente significativos afectando áreas sociales, académicas o laborales de la persona; b) *tolerancia*, que implica una necesidad creciente de consumo para conseguir el efecto deseado; c) *abstinencia*, que incluye molestias específicas asociadas a la reducción o cese del consumo; d) *deseos por controlar el uso*, entre otros. 3) Manifestación de haber disminuido el tiempo dedicado a alguna actividad a cambio de dedicarle más horas al uso del Internet.

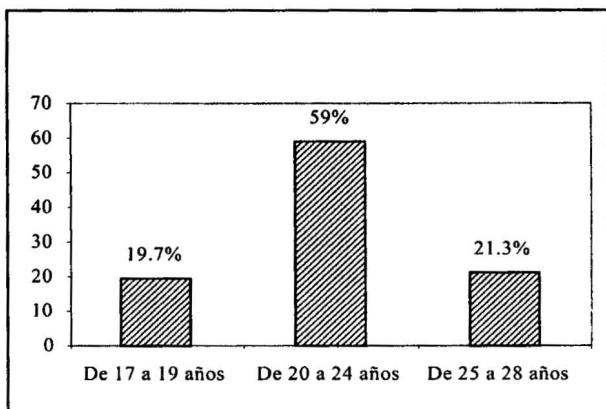
*Personalidad*: Es la manera en que un individuo difiere de otro en forma estable y permanente en sus estilos individuales, emocionales, interpersonales, experienciales y motivacionales (Costa & McCrae, 1992). En el modelo utilizado, existen cinco grandes factores que representan las dimensiones más básicas subyacentes a los rasgos identificados y se definen por grupos de rasgos interrelacionados conocidos como facetas, los cuales son neuroticismo (N), extroversión (E), apertura (O), agradabilidad (A) y conciencia (C).

## **Metodología**

La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional según la definición de Hernández, Fernández y Baptista (1997), ya que describe las relaciones existentes entre las variables riesgo de adicción al Internet, hábitos de consumo y personalidad de los participantes.

### ***Participantes***

La población universitaria considerada fue la totalidad de alumnos inscritos en los semestres 2001-II y 2002-I de una universidad particular de Lima Metropolitana. Su elección fue motivada por su similitud con relación a otras muestras en las que se ha estudiado este mismo tema. La selección de los participantes se realizó en dos etapas, siguiendo procedimientos distintos que se señalan posteriormente. La muestra está conformada por 66 estudiantes universitarios de todos los ciclos usuarios regulares del Internet, con un rango de edad entre 17 y 28 años (ver Figura 1), 32 hombres y 34 mujeres. Se consideró este grupo como homogéneo en aspectos evolutivos y maduracionales por atravesar procesos similares relacionados al ámbito académico.



**Figura 1.** Distribución de la muestra según edad.

## ***Instrumentos***

### ***Instrumento Filtro***

Se trata de una encuesta elaborada especialmente para los fines de esta investigación (ver Anexo). Permite discernir sujetos usuarios regulares con riesgo de adicción al Internet y usuarios regulares sin riesgo, conocer características demográficas y hábitos de consumo de los participantes. Consta de tres áreas: a) características sociodemográficas de la muestra, b) hábitos de consumo de servicios del Internet, y c) indicadores del riesgo de adicción al Internet.

Se analizó la validez y confiabilidad del Instrumento Filtro. La validez estuvo dada por criterio de jueces. La confiabilidad de la tercera área de la prueba -que mide el riesgo de adicción a Internet- presenta un coeficiente alfa de Cronbach de 0.77 y correlaciones ítem-test corregidas medianas y grandes superiores a 0.32 con excepción de uno de los ítems que presenta una correlación ítem-test de 0.15. Este ítem se excluyó del total para determinar el riesgo de adicción al Internet.

### ***Inventario de Personalidad NEO-PI-R***

El NEO-PI-R en su forma S (Costa & McCrae, 1992) es un instrumento psicométrico basado en el modelo de los cinco factores y permite obtener una medida comprensiva de la personalidad. Provee de un bosquejo comprensivo resumiendo estilos emocionales, interpersonales, experienciales, actitudinales y motivacionales de personalidad. Su validez y confiabilidad se han demostrado en diferentes condiciones; Costa y McCrae (1992) reportan un coeficiente alfa de confiabilidad entre 0.56 y 0.81 en las escalas.

En cuanto a la validez y confiabilidad en nuestro medio, Casaretto (1999), encuentra coeficientes de confiabilidad altos para cada dimensión. Así, N, E, O, A y C tienen coeficientes de 0.89, 0.89, 0.84, 0.85 y 0.89 respectivamente. En cuanto a las facetas, los coeficientes oscilan entre 0.37 y 0.79. De las 30 facetas de la prueba 10 presentaron un coeficiente alfa inferior al 0.60. De los 240 ítems de la prueba 204 tienen correlaciones altas y positivas y 32 correlaciones ítem-test corregidas positivas por debajo del 0.20. Sin embargo, tanto ítems como facetas se mantuvieron en la prueba dado que cumplían con los criterios establecidos por Costa y McCrae (1992). De igual modo, el instrumento cuenta con validez convergente, discriminante y de criterio externo del instrumento.

### ***Procedimiento***

En la primera etapa se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico con sujetos voluntarios (Hernández, Fernández & Baptista, 1997). Se contactó a los participantes por medio de las cuentas de correo electrónico que provee la universidad. A través de este medio se distribuyó el Instrumento Filtro a todos los alumnos matriculados.

Posteriormente se seleccionó a los participantes en la investigación de acuerdo con el criterio de frecuencia de uso, esto es, el número de horas de conexión semanales. Se consideró necesario el empleo de al menos una hora diaria de Internet o, en su defecto, siete horas semanales. Asimismo, se empleó un muestreo de tipo no probabilístico de sujetos voluntarios (Hernández, Fernández & Baptista, 1997). Posteriormente se convocó a los participantes seleccionados a través de sus cuentas de correo electrónico para la administración individual del instrumento NEO-PI-R (1992).

Los datos obtenidos fueron analizados para identificar características comunes de la muestra en cuanto a las facetas del NEO-PI-R. Se halló la significación de diferencias en cuanto a los indicadores de riesgo de adicción y hábitos de consumo en Internet. Se utilizaron estadísticos descriptivos como medias, frecuencias, modas, porcentajes, desviaciones estándar, con el fin de describir las variables estudiadas. Se utilizó la prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov para verificar la distribución normal de las variables evaluadas. Su resultado fue una distribución normal para la variable personalidad y distribuciones asimétricas para las variables sociodemográficas y de hábitos de consumo.

La comparación de muestras independientes de acuerdo con los hábitos de consumo y el riesgo de adicción se realizó mediante la Prueba *U* de Mann-Whitney para las variables que no presentaban distribuciones normales. Así, se realizó la comparación de medias entre ambos grupos y las variables de las dos últimas áreas del Instrumento Filtro. Para efectuar las correlaciones entre variables se utilizó la correlación de Pearson con un nivel de 0.05 y de 0.01. Estas se evaluaron también de acuerdo con los criterios establecidos por Cohen (1988) adaptados para el caso de correlaciones. Se optó por considerar relevantes a todas las correlaciones mayores a +/- 0.1. Así, un puntaje menor a 0.3 fue considerado una asociación pequeña, un puntaje mayor a 0.3 y menor a 0.5 un indicador de una asociación mediana, y un puntaje superior a 0.5 una asociación grande.

## Resultados

Se describirán los resultados encontrados en cada variable estudiada: hábitos de consumo, indicadores de riesgo de adicción al Internet y personalidad. Para cada una de estas variables se presentarán los resultados generales y luego, de ser el caso, las diferencias

entre los grupos con y sin riesgo de adicción al Internet. Posteriormente se presentarán las correlaciones realizadas entre las facetas del Inventory de Personalidad NEO-PI-R y la variable riesgo de adicción. Asimismo, se realizarán las correlaciones entre el número de síntomas presentados y otras variables relevantes.

### ***Descripción de las variables***

#### ***Hábitos de consumo en Internet***

Se observó que la mayoría de participantes (53.1%) utilizan el Internet entre 10 y 15 horas por semana y un promedio de 14.14 horas semanales. El 39.4% de la muestra se conecta entre 6 y 10 veces por semana. Cabe señalar que el 77.3% de los participantes empezó a utilizar los servicios del Internet hace más de tres años, por lo que se puede hablar de un grupo relativamente experimentado para el que estos servicios no representarían efecto de novedad.

El 93.9% de la muestra se ubica en el rango de 1 a 3 horas de consumo del Internet por cada conexión realizada. Asimismo, el promedio de duración de cada conexión es de 2.15 horas, con una desviación estándar de 1.23. Se observa que la mitad de los participantes visita entre 1 y 5 páginas web por conexión, y el 30.3% visita de 6 a 10 páginas.

#### ***Actividades realizadas al conectarse al Internet***

Se observa que la mayoría de los participantes (93.9%) utiliza los servicios del Internet para realizar actividades académicas, tales como búsqueda de información a través de bibliotecas o directorios, lectura de noticias o información actualizada de diversa índole. El

segundo lugar lo ocupan las actividades de comunicación como uso de correo electrónico, envío de postales electrónicas (*e-cards*), búsqueda de números telefónicos y envío de mensajes a teléfonos celulares. Una tercera prioridad son las actividades de entretenimiento tales como juegos en red, búsqueda de carteleras de cine o programación de televisión, etc. Finalmente, la búsqueda de empleo y las actividades para dar opinión, participar en discusiones, foros o contestar encuestas se encuentran entre las actividades menos realizadas.

El 43.9% de los participantes prefiere utilizar el Internet para comunicarse con sus amigos, y la mayoría percibe que el efecto que Internet ha tenido en sus vidas es positivo (75.8%). Sin embargo, existen actividades a las que dedican menos tiempo como consecuencia del uso del Internet. Las principales actividades dejadas de lado son las actividades de esparcimiento tales como ver televisión, ir al cine, tiempo de ocio o practicar algún deporte. El segundo lugar lo ocupan las tareas académicas entre las que se encuentran leer, estudiar, hacer uso de catálogos o bibliotecas. El tercer tipo de actividad que disminuye debido al uso del Internet es el sueño. En último lugar, se encuentran las actividades dedicadas al mantenimiento de relaciones interpersonales tales como hablar por teléfono y hablar o salir con los amigos o pareja, además de las actividades domésticas. Existe también un 9.1% del total de la muestra que no disminuyó el tiempo dedicado a ninguna actividad debido al consumo del Internet. Esta información se encuentra resumida en el Cuadro 1.

**Cuadro 1**  
*Actividades dejadas debido al uso del Internet*

	<i>f</i>	%
Actividades de esparcimiento	54	81.8
Tareas académicas	35	53.0
Dormir	20	30.3
Mantenimiento de relaciones interpersonales	16	24.2
Actividades domésticas	10	15.2
No dejó actividad	6	9.1

\*Respuestas múltiples

N = 66

*Síntomas de adicción al Internet*

Entre los participantes de la investigación el promedio de síntomas presentados es 4.62 con una desviación estándar de 3.04. El síntoma más frecuente es “pasar más tiempo del originalmente planeado para la conexión” (68.2%). El segundo síntoma en orden de importancia es el decirse a sí mismo “sólo unos minutos más” y no poder cortar la conexión (65.2%). En suma, los síntomas de mayor frecuencia se relacionan directamente con las dificultades para manejar el tiempo de conexión al Internet. Por otro lado, entre los síntomas menos frecuentes se tienen las preocupaciones acerca de lo que sucede en Internet cuando no se está conectado (7.6%) y el mostrarse precavido o reservado acerca de los temas buscados en Internet (10.6%) (ver Cuadro 2).

**Cuadro 2**

*Frecuencia de síntomas presentados con relación al uso del Internet*

	<i>f</i>	<i>%</i>
Pasar más tiempo del originalmente planeado	45	68.2
Decirse “sólo unos minutos más” y no poder cortar la conexión	43	65.2
Intentar reducir su propio consumo del Internet	33	50.0
Dificultad para mantenerse sin conexión por varios días seguidos	33	50.0
Pensar en qué hacer en Internet en la próxima conexión (anticipación)	28	42.4
Quejas de personas cercanas con respecto al uso	25	37.9
Conocer nuevas personas, entablar amistades <i>on-line</i>	24	36.4
Preferencia por conexión en vez de estar con personas cercanas	20	30.3
Ver su trabajo o estudios afectados	14	21.2
Ocultar la cantidad de tiempo real de uso del Internet a personas cercanas	11	16.7
Experimentar molestias (enojo) al ser interrumpido cuando usa los servicios	10	15.2
Malhumor al no conectarse y cambio de estado de ánimo con la conexión	8	12.1
Mostrarse precavido o reservado sobre temas buscados en Internet	7	10.6
Preocuparse por lo que sucede en Internet al no conectarse	5	7.6

\*Respuestas múltiples

N = 66

*Personalidad en usuarios regulares del Internet*

Se realizaron cálculos de diferencia de medias para hallar las diferencias en personalidad de los grupos con y sin riesgo de adicción al Internet. Se observan diferencias significativas entre los grupos en los factores O4 y O6 que corresponden al factor

Apertura (O). El grupo con riesgo de adicción al Internet difiere del grupo sin riesgo por tener una mayor apertura tanto a los valores como a las acciones, tal como se aprecia a continuación.

**Cuadro 3**

*Diferencias entre los grupos con y sin riesgo de adicción al Internet y facetas de personalidad*

Facetas	O4: Acciones	O6: Valores
	<i>M</i>	<i>M</i>
Grupo con riesgo	15.83	21.03
Grupo sin riesgo	14.14	19.28

*Comparaciones y correlaciones entre las variables*

Para efectos del análisis correlacional, las variables de personalidad se consideraron como puntajes directos, ya que permiten el cálculo exacto de la variable de personalidad sin limitarse a las categorías establecidas según los Baremos de Cassaretto (1999). Asimismo, se utilizaron los criterios establecidos por Cohen (1988) para evaluar la intensidad de las relaciones entre las variables. Cabe mencionar que no se hallaron correlaciones entre las variables sociodemográficas y el riesgo de adicción al Internet, con excepción de las mostradas a continuación.

**Cuadro 4**

*Correlación entre el riesgo de adicción al Internet y otras variables*

Variables	Riesgo <i>r</i>
Ciclo de estudios	*-0.27
Realizar actividades de opinión y participación	*-0.27
Disminución en el tiempo para realizar actividades de esparcimiento debido al Internet	**0.35

\*  $p < .05$ , N = 66

\*\*  $p < .01$ , N = 66

En cuanto a las variables sociodemográficas como a las de hábitos de consumo en Internet, se encontró una relación pequeña de -0.27 (\*p<.05) entre el riesgo de adicción al Internet y el ciclo de estudio de los participantes. Es decir, a mayor ciclo de estudios se presenta un menor riesgo de adicción al Internet.

De igual modo, se halló una relación negativa pequeña entre el riesgo de adicción al Internet y el hecho de utilizar estos servicios para actividades que impliquen dar una opinión o participación: -0.27 (\*p<.05). Es decir que a mayor riesgo de adicción existe una menor probabilidad de que la persona utilice Internet para dar opiniones, como contestar encuestas o participar en foros de discusión, por ejemplo. Se encontró también una relación mediana entre el riesgo de adicción al Internet y el haber disminuido el tiempo dedicado a actividades de esparcimiento debido al uso de estos servicios: 0.35 (\*p<.05) (Cuadro 4).

En lo que se refiere a personalidad, se encontró relaciones entre ciertas facetas de la dimensión Apertura (O) y el riesgo de adicción al Internet. Estas son significativas y positivas con las escalas O4 y O6 referidas a la apertura hacia las acciones y hacia los valores, respectivamente. Esto significa que el riesgo de adicción al Internet se asocia con una mayor apertura a los valores y acciones. Así, los participantes sin riesgo de adicción al Internet tendrán menor apertura en estas facetas (Cuadro 5).

**Cuadro 5***Correlación entre riesgo de adicción al Internet y facetas del factor Apertura*

Facetas del factor Apertura	Riesgo <i>R</i>
O1: Fantasía	0.13
O2: Estética	0.01
O3: Sentimientos	0.08
O4: Acciones	0.26*
O5: Ideas	0.21
O6: Valores	0.26*

\* $p<.05$ , N = 66

Después de efectuar un análisis correlacional entre el número de síntomas y las variables sociodemográficas y de personalidad, se observa que existen relaciones negativas con la faceta sentido del deber (C3) y con el factor Conciencia (C). Esto significa que a mayor número de síntomas existe un menor puntaje en estas variables. De igual manera, existe una correlación pequeña y positiva entre el número de síntomas y el factor Neuroticismo (N) (ver Cuadro 6).

**Cuadro 6***Correlación entre número de síntomas de adicción al Internet y personalidad*

Personalidad	Riesgo <i>r</i>
Neuroticismo	*0.26
Conciencia	**-0.32
C3: Sentido del deber	**-0.35
C4: Aspiraciones de logro	*-0.24
C5: Autodisciplina	*-0.31
C6: Reflexión	*-0.26

\*  $p<.05$ , N = 66\*\*  $p<.01$ , N = 66

## Discusión

La presente investigación analiza la relación existente entre los rasgos de personalidad, los hábitos de consumo y el riesgo de adicción al Internet en usuarios regulares alumnos de una universidad particular de Lima Metropolitana. Se observan las diferencias en cuanto a las características de personalidad entre los usuarios con riesgo y sin riesgo de adicción al Internet, a partir del modelo de los cinco factores.

Debido a la breve historia de este medio, la adicción al Internet es un problema de aparición reciente aún no estudiado a profundidad. De igual manera, y puesto que la adicción al Internet aún no ha sido reconocida oficialmente como trastorno psicológico, es objeto de constante redefinición y controversia al no considerarse apropiado el término “adicción”. Internet produciría un tipo particular de adicción al fomentar el mantenimiento de conductas reforzadoras —sexo, juegos, relaciones interpersonales, entre otras— que pueden producir dependencia. Se observa que ciertas actividades aumentan su capacidad adictiva al utilizar el Internet como medio. Sin embargo, otras son posibles sólo en Internet como por ejemplo el *chat*, la búsqueda de información, FTP, etc. Otro punto a considerarse es que el medio y el mensaje puedan separarse dado que en el Internet ambos se encuentran unidos.

Para responder a los objetivos de esta investigación, se ha organizado la discusión en dos partes. En primer lugar, se realizará una revisión de la descripción de las variables estudiadas en los grupos con y sin riesgo de adicción al Internet. En segundo lugar, se discutirá acerca de las comparaciones y correlaciones encontradas no sólo con la condición de riesgo, sino también con otras variables relevantes de la muestra.

En líneas generales, se encuentra que los usuarios regulares no difieren entre sí en cuanto a hábitos de consumo: utilizan Internet

con igual frecuencia, realizan el mismo tipo de actividades, se comunican con un promedio similar de personas a través del Internet y buscan los mismos fines. Para ambos grupos - el grupo de riesgo de adicción al Internet y el grupo que no presenta riesgo - la mayoría de participantes (53.1%) se ubica entre las 10 y 15 horas de consumo promedio a la semana. Sin embargo, se esperaría que los usuarios que presentan riesgo de adicción presenten un promedio de horas de consumo a la semana más alto, tal como proponen otros autores (Finn & Korukonda como se cita en Bucy & Newhagen, 2004) y se comprueba en otros estudios (Armstrong et al., 2000).

El promedio de horas utilizadas es otra variable a destacarse, ya que a pesar de las restricciones del uso del Internet en el ámbito universitario —límite de uso de una hora diaria en los laboratorios— y el costo del uso —ya sea en el hogar o en cabinas públicas— existen algunos que se conectan entre 18 y 54 horas por semana (16.6%). Estudios realizados en otros medios exhiben promedios distintos (Grohol, 1999; Jackson et al. como se cita en Bucy and Newhagen, 2004): 19 horas por semana (Brenner, 1997), 9.5 horas por semana (Anderson, 1998), o un promedio de 7 a 14 horas por semana (Grohol, 1998). Igualmente existen diferencias comparando a los participantes con muestras similares de usuarios dependientes del Internet, con promedio de 11 horas por semana de conexión (Scherer, 1997) o de 8.5 horas por semana (Morahan-Martin & Schumaker, 1998).

Sin embargo, se debe considerar que Internet es un medio suivamente promovido tanto en ambientes laborales como académicos. Por ello, algunos de los participantes acceden también al Internet al realizar prácticas pre-profesionales o trabajos de medio tiempo, incrementando su uso. En este caso la variable tiempo no discriminaría el riesgo de adicción, tal como lo sostiene Holmes (1998).

No existe efecto de novedad en la población estudiada. Más del 77% de participantes ha utilizado el Internet por un período mayor a los tres años, lo que les ha permitido adaptarse al trabajo con las aplicaciones del Internet. Se sabe que algunas personas tienden a prolongar la etapa de aclimatación (o encantamiento) más allá de lo habitual y tardan en adaptarse a nuevas tecnologías, productos o servicios (Grohol, 1999). Existe una curva de incremento de atención en las personas al enfrentarse a una situación nueva (Wallace, 2001). Es decir, es común presentar abuso del Internet al iniciar contacto con este medio. Sin embargo, si bien puede considerarse que el apogeo del Internet deslumbra a nuevos usuarios, debe considerarse también que este fenómeno evoluciona naturalmente, de manera similar a los videojuegos (Estalló, 1997). Se sabe también que las conductas adictivas no necesariamente son progresivas y que se pueden producir episodios de liberación y recaída (McMurran, 1994).

Ambos grupos exhiben un patrón de consumo similar referido al número de conexiones por semana. Se conectan varias veces al día, en especial para revisar sus cuentas de correo varias veces. Destacan quienes se conectan más de 11 veces por semana, dado que podría ser un indicador del patrón de relación establecido con el uso de estos servicios. Se considera que quienes tienden al exceso en otros contextos reproducen este comportamiento con el Internet pudiendo, por ejemplo, revisar su cuenta de correo numerosas veces por día o iniciar sesiones de *chat* o IRC constantemente para saber quiénes de sus contactos están conectados para poder comunicarse.

Ambos grupos muestran hábitos de consumo similares referentes a las actividades de mayor frecuencia. Las principales actividades realizadas son las académicas (93.9%), quizá por su condición de estudiantes. Sin embargo, se observa que las actividades de comunicación se realizan casi en paralelo, dado que la

mayoría distribuye el tiempo de conexión en varias actividades simultáneas. En cuanto a la comunicación, se observa que la mayoría (63.6%) se comunica con entre el 40% al 80% de sus amigos por Internet, lo cual podría explicar por qué el 43.9% de los participantes prefiere la comunicación vía este medio. Al encontrar que un buen porcentaje de amigos tiene acceso al Internet, los usuarios regulares lo prefieren para comunicarse entre sí. Aparentemente la facilidad proporcionada por Internet para comunicarse trasciende la de la comunicación telefónica y las dificultades de una comunicación cara a cara. Igualmente el estrés del contacto social se ve reducido (Suler, 1996).

El sentido de pertenencia e intimidad se ve reforzado en el Internet, especialmente en lo que se refiere a relaciones con el sexo opuesto. Se buscan compañeros y grupos con los que se halle sentido de pertenencia, lo cual contribuye a la exploración de la propia identidad. En el Internet existe una infinidad de personas con distintas personalidades, valores, intereses y motivaciones con quienes se puede interactuar. Asimismo, el Internet ofrece la posibilidad de establecer cierta independencia de los padres y así satisfacer la necesidad de adquirir nuevas experiencias e incluso emociones, al hacer algo que los padres desconocen prácticamente en su totalidad. Por lo tanto, el Internet no sólo tiene un efecto negativo como se suele pensar (Porter, 2001), sino que también permite mantener relaciones sociales, formar grupos de interés, conocer nuevas personas, formar comunidades virtuales, etc. Se sabe que estas últimas contrarrestan los efectos del individualismo y pueden incluso llegar a ser beneficiosas para los usuarios (Markoff como se cita en Galas, 2002; Porter, 1997; Weinberger, 2002).

Existen investigaciones (Kraut et al., 2001) que señalan que el Internet suele disminuir el bienestar social y psicológico. Se postula que el tiempo utilizado para estas conexiones puede

disminuir el dedicado a actividades más valiosas que incluyen el contacto social, el sueño o la lectura. Asimismo, muchas de las relaciones que se mantienen “en línea” son menos profundas que las que se tienen en la vida real. Otros investigadores han denominado al Internet el “Prozac de la comunicación” (Gackenbach, 1998), ya que los usuarios son más amigables en el Internet que en la vida real. Esto puede deberse a que el uso de la tecnología resulta menos adecuado para la comunicación que el teléfono o las interacciones cara a cara que estaría reemplazando, debido a su carencia de señales verbales y a que la comunicación “en línea” es susceptible a distorsiones (Kendall, 2002). Se puede considerar la comunicación como necesidad humana que se incrementa conforme se encuentran nuevas formas de ponerla en práctica. Actualmente la comunicación no se ciñe a espacios donde es esperada, sino que se busca un contacto más frecuente. Esta demanda de contacto mayor puede deberse a la facilidad con que el Internet permite relacionarse, reduciendo distancias y tiempo, dado que uno puede comunicarse a nivel mundial, a un bajo costo e inclusive en tiempo real.

El tiempo invertido en relaciones a través del Internet es considerable, si se considera que un usuario regular se comunica con un promedio de 22.55 personas al mes. El hecho de estar en contacto con otros constituye una actividad reforzante que hace que mantenga su frecuencia. Aun así, no es determinante que el Internet sea disfuncional para relaciones interpersonales. Lo más probable, de acuerdo con los antecedentes de la persona, es que mantenga el mismo patrón en sus relaciones por Internet, especialmente cuando existe una relación suficientemente sólida y la interpretación de las palabras que la otra persona escribe se hace en función a características de personalidad conocidas de antemano (Wallace, 2001). Asimismo, es probable que los contenidos y motivaciones compartidas favorezcan el vínculo.

Por otro lado, las actividades de esparcimiento son las que disminuyen por el uso del Internet. En ambos grupos el 81.8% de los participantes disminuyó el tiempo dedicado a actividades como ver televisión, estar sin hacer nada, ir al cine, practicar deporte, tener momentos de ocio, entre otras. Al parecer, Internet cumple una función de entretenimiento al permitir al usuario encontrar momentos de distracción al utilizar juegos o bajar información sobre temas de interés no académicos o laborales. Sin embargo, no se sabe si los participantes dedican más tiempo al Internet que a su ocio, o si mantienen otro tipo relaciones con este medio, como adquisición de libros o revistas relacionados con el Internet. De ser así, éste sería un factor importante a considerar, especialmente al hablar de adicción al Internet, dado que se sabe que quienes presentan comportamientos adictivos se involucran profundamente con el objeto de adicción (Guerricaecheverría & Echeburúa, 1997).

Es probable que los estereotipos y temores acerca de los efectos negativos del Internet sean muchas veces magnificados, especialmente al no precisar la función que cumple para un determinado usuario. Asimismo, cabe mencionar que la capacidad de desarrollar tareas simultáneamente en Internet permite una dinámica diferente, diversificando la variedad de actividades a realizarse.

Las actividades de índole académica son las que disminuyen en segundo lugar aunque, al parecer, estas encuentran una nueva forma de realizarse. Como consecuencia disminuye la lectura de libros, revistas, la lectura con fines recreativos, la búsqueda de información en bibliotecas, catálogos, guías u otros, debido a que esto se puede realizar en Internet. Los alumnos también dejan de estudiar. Por esto, será sumamente importante considerar este aspecto para la labor preventiva. Por otro lado, en la actualidad

existen estudios que demuestran que los sujetos con mayor educación tienden a sentirse cautivados con la lectura de historias noticiosas (Bucy & Newhagen, 2004), lo cual confirmaría los resultados encontrados.

La tercera actividad que disminuye es el dormir (30.3%). El disminuir las horas de sueño indicaría cierta disfunción por ser un síntoma de suma importancia al hablar de conductas patológicas. En líneas generales el dormir se considera como una de las principales evidencias de disfunciones en el comportamiento causadas por el abuso del Internet. Es probable que la falta de sueño se dé en las primeras etapas de contacto con este nuevo medio debido al efecto de novedad producido (Gackenbach, 1998; Wallace, 2001). Sin embargo, debido a las características de la muestra se encuentra que la disminución en las horas de sueño podría ser en realidad un signo de las dificultades asociadas al inicio de la adicción al Internet. Así, la persona con dificultades para controlar su consumo manifiesta una necesidad creciente del uso, dejando de dormir para satisfacerla (Viñas et al., 2002; Young, 1999).

En el área de relaciones interpersonales, un 24.2% de la muestra ha disminuido el tiempo dedicado a actividades como pasear, salir con los amigos o pareja y hablar por teléfono. Si bien éste no constituye un porcentaje significativo de la muestra hallamos que Internet puede actuar como un sustituto de las actividades para mantener relaciones interpersonales dado que en última instancia cumplen la misma finalidad. Por esto, cabe señalar nuevamente la falta de coherencia con la creencia común acerca de que el Internet aleja a las personas.

También destaca un pequeño porcentaje (9.1%) que refiere no haber disminuido alguna actividad, lo cual puede deberse a las características de este nuevo entorno, que siendo distinto a los habituales requiere mayor atención y la modificación de sus

costumbres al introducirse en sus vidas. Otro motivo para no interrumpir sus actividades son las restricciones tales como la facilidad de acceso y las condiciones económicas.

No obstante las consecuencias del Internet, se percibe una marcada tendencia a minimizar las consecuencias adversas que puede producir. En líneas generales, el efecto que los usuarios perciben que Internet ha tenido en sus vidas es positivo (75.8%). Llama la atención que sólo el 1.5% de la muestra considera que el Internet ha tenido un efecto negativo en sus vidas, situación que se daría especialmente cuando se comienzan a percibir problemas físicos o de índole psicológica. A pesar de todo esto, hay negación de los aspectos que podrían ser nocivos para la salud del usuario, ya que al contrastarlos con los beneficios que perciben del Internet resulta una interpretación positiva. Así, y a pesar de saber que esta población refiere percibir molestias ocasionales por el uso del Internet (TEMA, 2000), no se encuentra que éstas alteren su percepción del Internet.

En la misma línea, en la investigación de TEMA (2000) se encuentra que el 73% de los encuestados no manifiesta molestias físicas. No obstante, el 27% ha sentido ocasionalmente dolores de estómago, de cabeza o cansancio visual asociados al uso del Internet. También han manifestado que, como consecuencia del uso regular de la computadora, han perdido cierto grado de agudeza visual, empeorado su condición física, y han manifestado reacciones de estrés, ansiedad, insatisfacción laboral, trastornos psicosomáticos e incluso sentimientos depresivos al no conseguir completar lo que deseaban realizar.

Al realizar un análisis con las variables sociodemográficas de la muestra se observa que existe una correlación negativa entre el riesgo de adicción al Internet y el ciclo de estudios. Esto podría explicarse porque los estudiantes, conforme avanzan en la carrera

universitaria, adquieren paulatinamente mayores responsabilidades que impiden dedicar más tiempo al Internet. Si consideramos este punto desde la perspectiva de desarrollo, cabe mencionar que conforme el individuo madura, adquiere mayores recursos-tanto académicos como sociales- que le permiten mejor discernimiento y mayor responsabilidad sobre la distribución de su tiempo. Aparentemente el riesgo de adicción al Internet se manifiesta de manera independiente frente a otras características del usuario, como pueden ser variables personales, las que analizaremos en detalle posteriormente.

En cuanto al número de síntomas presentados por la muestra de usuarios regulares (ver Cuadro 3) se encontró que el mayor rango de participantes presenta entre 1 y 4 síntomas (46.9%). No obstante, cabe mencionar la poca diferencia que existe con el siguiente grupo en orden de importancia, el de participantes que refieren presentar de 5 a 9 síntomas (41%). Esto puede deberse a que, si bien los síntomas de la adicción al Internet son comunes a los usuarios regulares, podrían existir diferencias en la intensidad con que éstos se manifiestan según ambos grupos.

Es posible pensar que existen personas cuya relación con Internet se basa en un uso regular o excesivo, y presentan además algunos síntomas que pueden ser indicios de dificultades asociadas al consumo del Internet. A pesar del tiempo y frecuencia de uso y de la aparición de cierta sintomatología asociada al uso, esto no resulta suficiente para presumir la existencia de entidades patológicas relacionadas.

También observamos la variedad de síntomas de adicción al Internet presentados (Cuadro 3). Se encuentra que el 68.2% emplea mayor tiempo que el planeado originalmente para uso del Internet. Los esfuerzos infructuosos para reducir el uso son síntomas habituales de los usuarios y uno de los principales indicadores de

adicción al Internet (Goldberg, 1995). El segundo de los síntomas de mayor frecuencia es decirse uno mismo “unos minutos más” y no poder parar la conexión (65.2%), el cual se relaciona directamente al anterior, poniendo de manifiesto la imposibilidad para interrumpir el uso. El tercer síntoma más frecuente se relaciona también con los dos anteriores, ya que el intento de reducir el uso (50%) implica un reconocimiento de las dificultades personales.

En lo que se refiere a personalidad, se encontró que la población se ubica dentro de un nivel medio en cada uno de los cinco factores. Al analizar ambos grupos por separado existen correlaciones entre algunas facetas de personalidad, las que detallaremos a continuación. Existen relaciones entre las facetas O4: apertura a los valores y O6: apertura a las acciones y el riesgo de adicción al Internet. Es decir, es probable que los usuarios que se muestren más abiertos a realizar acciones diferentes -como acercarse al Internet en sus inicios, por ejemplo- tengan una predisposición a sentirse más atraídos por realizar distintos tipos de actividades; así, el Internet sólo sería una más dentro de la variedad de actividades realizadas. En cuanto a la apertura a valores se podría decir que esta correlación se asocia a la visión del mundo y del entorno cercano de estos usuarios: la búsqueda de integración con personas de lugares distintos implica un acercamiento a otros valores y culturas, los cuales son altamente apreciados.

En cuanto a las dimensiones de personalidad, un 27.27% y un 25.76% de los participantes muestran un nivel elevado en las dimensiones Apertura (O) y Conciencia (C), respectivamente. El factor Apertura (O) podría relacionarse directamente con la etapa por la que se encuentran atravesando. La vida universitaria demanda adaptarse a un nuevo ambiente, a un entorno académico distinto y enfrentarse con posiciones distintas y poder cuestionarlas.

El factor conciencia se asocia en muchos casos con la educación y la inteligencia (Costa & McCrae, 1992), pero también con el control de impulsos. En este sentido, es probable que los estudiantes universitarios presenten un puntaje elevado en esta última escala, ya que los estudios implican asumir compromisos y responsabilidades. En nuestro medio universitario se ha encontrado un nivel elevado en esta dimensión y una correlación positiva con el ingreso a la universidad (Niño de Guzmán et al., 2000). La dimensión conciencia (C) es la más saltante en la población universitaria. Resulta ser el factor más sólido y se relaciona con mayor coordinación y pensamiento lógico. Asimismo, podría considerarse como factor protector ante una adicción.

No se encontraron diferencias significativas entre ambos grupos en la dimensión neuroticismo (N) ni relación alguna entre el riesgo de adicción al Internet y la dimensión N, a pesar de esperarse que el grupo de riesgo presentara un nivel más elevado en este factor por relacionarse con la presencia de psicopatología (Costa & McCrae, 1992). Tampoco se encontró relación entre la faceta depresión (N3) y la condición de riesgo de adicción al Internet. Al parecer, esto podría deberse a que los participantes de la investigación no son adictos al Internet, y que la relación entre la adicción y depresión es prácticamente causal. La depresión se presenta en sujetos con un cuadro de adicción propiamente identificado y como consecuencia de ésta (Armstrong et al., 2000; Young & Rodgers, 1998b). No obstante, se encuentra que existe una relación positiva moderada entre el número de síntomas de adicción y la dimensión N, lo cual puede deberse a la relación de esta dimensión con características psicopatológicas (Cassaretto, 1999). Por todo eso, se puede considerar que a mayor número de síntomas, existirá un mayor nivel de N y, en consecuencia, mayores niveles de psicopatología.

Respecto de la dimensión extroversión, se halló que no existen diferencias significativas entre ambos grupos. Asimismo, tampoco

se encontró relación alguna entre el riesgo de adicción y el factor E: extroversión, relación que se esperaba debido a investigaciones previas (Kraut et al., 1998b; 2001). Al parecer, los participantes no han llegado a experimentar sensaciones intensas como consecuencia de su uso regular del Internet, ni de la forma en que se da en otros contextos (Rheingold, 2000; Wallace, 2001; Young, 1997) en que los adictos buscan sensaciones a partir de la compañía, excitación sexual y la experimentación de identidades alternativas.

En cuanto a la dimensión Agradabilidad (A), se observa que no hay diferencias significativas entre ambos grupos. Tampoco se encontró relación entre el riesgo de adicción y la faceta A2 del factor Agradabilidad: franqueza. Se esperaba una relación negativa entre ambas variables dado que la anonimia del Internet puede disminuir la sinceridad de las personas acerca de sus verdaderas intenciones, especialmente con el uso de *chats* (Rivero & Valencia, 2001; Viñas et al., 2002).

Al realizar un análisis más detallado, se encuentran correlaciones negativas medianas entre el número de síntomas y esta variable, es decir, que a mayor cantidad de síntomas presentados, los sujetos presentan un menor nivel de autodisciplina (C5), principalmente referidos a la dificultad para controlar el tiempo de uso. Así, los usuarios con mayor número de síntomas experimentan dificultades para regular su consumo a pesar de tener otras responsabilidades que cumplir, y pueden manifestarse conductas como procrastinación o postergación de obligaciones con consecuencias negativas (Costa & McCrae, 1992) en los ámbitos académico y laboral.

En esta misma dimensión, se encontró que existen correlaciones negativas entre el número de síntomas y cuatro de las seis facetas que la conforman. Con la faceta C3: sentido del deber, existe

una correlación negativa mediana que puede interpretarse como una relación inversa entre el número de síntomas y el sentido del deber. Es decir, que a mayor cantidad de síntomas, se presentará un menor sentido de responsabilidad con las obligaciones debido a una baja adherencia a principios morales y éticos. Las personas con riesgo podrían exhibir menor responsabilidad ante sus acciones descuidando distintas áreas de su vida y caer en conductas de abuso y dependencia por falta de control sobre su comportamiento.

Existe también una correlación negativa moderada entre el número de síntomas y la faceta C4: aspiraciones de logro. Es decir que a mayor cantidad de síntomas se presentará un menor grado de determinación y motivación para lograr las metas personales. Se considera que el involucramiento excesivo con Internet hace descuidar metas profesionales. Así, un mayor número de síntomas se relaciona con características como ensoñación, poca preocupación por el futuro e incluso carencia de ambiciones.

Existe una correlación negativa mediana entre el número de síntomas y la faceta C5: autodisciplina, es decir que a mayor cantidad de síntomas se presentará menor habilidad para planificar, iniciar y completar una tarea a pesar del aburrimiento y otras distracciones. Esto puede manifestarse en la falta de control sobre el uso del Internet como distractor de las actividades normalmente realizadas.

Finalmente, respecto a esta área se encuentra una correlación negativa mediana entre el número de síntomas y la faceta C6: reflexión. Esto significa que a mayor cantidad de síntomas se presentará menor tendencia a pensar detalladamente antes de actuar; por esto se deduce que un mayor número de síntomas puede significar mayor presencia de comportamientos sin considerar sus consecuencias.

Al parecer, las diferencias entre los participantes no se encuentran dadas por la condición de riesgo de forma dicotómica, sino más bien por el número de síntomas de adicción manifestados. Es decir, las relaciones con los hábitos de consumo y las características de personalidad están dadas en función de la intensidad de la sintomatología presentada. Así se puede hablar de un continuo que va desde la adicción al Internet, pasando por el riesgo, hasta la carencia de dificultades relacionadas al consumo del Internet.

En cuanto a la variable sexo, se encontró que existe una correlación negativa moderada con la variable haber “disminuido el tiempo dedicado a las relaciones interpersonales” como consecuencia del uso del Internet. Es decir, los varones tienen una mayor probabilidad de disminuir el tiempo dedicado al mantenimiento de relaciones interpersonales debido al uso del Internet. Considerando los patrones sociales propios de nuestra cultura podríamos llegar a una explicación tentativa. Se conoce que las mujeres son, por lo general, más sociables que los hombres y suelen dedicar mayor tiempo a relaciones interpersonales, lo cual puede significar que el uso del Internet será destinado al mantenimiento de relaciones interpersonales (Gilligan como se cita en Myers, 1997). Por otro lado, existe una relación entre la variable sexo y el síntoma presentar “dificultad para mantenerse sin conexión durante varios días”. Esto se interpreta como la dificultad para mantenerse varios días sin Internet asociada al sexo masculino. En cuanto a la relación establecida con la computadora se evidencia la necesidad de una conexión constante en los varones.

En la investigación realizada por el grupo TEMA (2000) hay usuarios que describen la computadora como extensión suya, como reflejo de sus actitudes, gustos e intereses. Entonces, si los intereses de la persona están centrados en el mantenimiento de relaciones interpersonales, es probable que el uso del Internet se

destine a este fin. En otros términos, la computadora e Internet podrían interpretarse como un “espacio transicional” que será una extensión del mundo intrapsíquico del individuo (Suler, 1999). De esta manera, se abren puertas hacia distintas fantasías que pueden reflejar proyecciones personales. Bajo condiciones ideales, el Internet podría usarse para mejor autoconocimiento y autoexploración comprometiéndose en relaciones interpersonales. Sin embargo, en otras situaciones, el uso adquiere características negativas como espacio para actuar fantasías, frustraciones, ansiedades y los deseos que las impulsan.

Se encontró también una relación entre sexo y la variable C6: reflexión. A partir de ésta, se entiende que las mujeres tienen un nivel más elevado de reflexión, escala que mide la tendencia a pensar cuidadosamente antes de actuar. Esto quiere decir que las mujeres son más cautas y que planifican más sus acciones que los hombres, característica no encontrada en investigaciones previas en nuestro medio.

En análisis posteriores se encontró una correlación entre el ciclo de estudios y el empleo del Internet para fines de búsqueda de empleo  $*0.26$  ( $*p<.05$ ). Esta relación es prácticamente evidente, dado que conforme transcurre la carrera aumenta la preocupación por conseguir experiencias profesionales. Cabe mencionar que no existen relaciones entre las variables facultad, edad, horas de consumo y el riesgo de adicción. Esto podría deberse al tamaño de la muestra y a sus características -muestreo de voluntarios- que por ser pequeña indica resultados no generalizables a la totalidad de la población universitaria.

Se sugiere explorar distintas variables en posteriores investigaciones y ampliar y modificar el tipo de muestreo, ya que la adicción al Internet puede ser también reflejo de carencias psicológicas como soledad, déficit de habilidades de comunicación u

otros trastornos mentales no explorados en la presente investigación. No obstante, estos podrían requerir atención prioritaria. Por todo lo mencionado anteriormente, al detectarse una persona con indicios de riesgo a esta adicción, se debe evaluar su realidad de vida, si presenta necesidades insatisfechas o problemas no resueltos que puedan causar e incrementar sus problemas.

El Internet no posee en sí mismo una capacidad intrínseca de adicción, pero puede generar abuso en personas psicológicamente vulnerables. Un factor predictor de este abuso es el alto grado de excitación experimentado asociado al Internet, como ocurre con las personas dependientes de los videojuegos (Estalló, 1997). Por este motivo se planteó la hipótesis de personas buscadoras de sensaciones, variable coincidente con la faceta E5 del factor Extroversión, la cual no ha podido ser comprobada.

La evolución del Internet y el proceso de domesticación de estos servicios recién empiezan. Para ello el principal aporte de la presente investigación es sugerir la inversión de esfuerzos para entender el uso actual del Internet y evaluar su impacto social. Así se podrá tomar decisiones mejor informadas referentes a la implementación del Internet en el ámbito universitario. El Internet se encuentra cada vez más en nuestra vida cotidiana actual y las previsiones señalan una presencia aun mayor. Por lo tanto, es necesario aprender lo posible sobre sus potenciales impactos negativos en el bienestar psicológico, y no sólo como riesgo de adicción, sino por los cambios personales y sociales que trae consigo. En general, como se sugiere sabemos que la tecnología no es neutral (Galas, 2002), dado que ordena nuestro comportamiento, redefine nuestros valores y nos hace adaptar nuestra vida a ella de maneras que no podemos predecir. Por lo tanto dependerá de nosotros el poder manejarla apropiadamente. Asimismo, es importante considerar que el Internet es de propiedad común y, por lo tanto, los contenidos son filtrados por nuestro criterio, que pueden hacerlos menos o más nocivos.

En vista de estos resultados se confirma la existencia de una conducta de características adictivas en algunos usuarios derivada del uso del Internet. No obstante, se evidencia también cómo las diferencias de criterios de diagnóstico es un factor que define el grupo de estudio con más precisión. Cabe señalar que los resultados del estudio de esta muestra no son generalizables a toda la población de estudiantes. El interés de esta investigación ha sido realizar un primer acercamiento al uso del Internet desde una perspectiva psicológica y su influencia en los usuarios regulares. Por lo cual aventuramos las primeras correlaciones en un grupo de estudiantes de características homogéneas para establecer pautas conceptuales y líneas de trabajo que puedan ser estudiadas posteriormente en muestras más grandes.

## Referencias

- American Psychiatric Association. (1994). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-IV* (4ta. ed.). Barcelona: Masson.
- American Psychiatric Association. (2002). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-IV-TR* (4ta. ed. revisada). Barcelona: Masson.
- Armstrong, L., Phillips J. & Saling, L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *Human Computer Studies*, 53, 537-550.
- Brenner, V. (1997). Parameters of Internet use, abuse, and addiction: The first 90 days of the Internet Usage Survey. *Psychological Reports*, 80, 879-882.
- Bucy, E. & Newhagen, J. (Eds.). (2004). *Media access. Social and psychological dimensions of new technology use*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Cassaretto, M. (1999). *Adaptación del Inventory de Personalidad NEO forma S (NEO PI-R) en un grupo de estudiantes de una*

- universidad privada de Lima.* Tesis de licenciatura no publicada, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Civin, M. (2000). *Male, female, email: The struggle for relatedness in a paranoid society.* Nueva York: Other Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences.* Nueva Jersey: LEA-Hillsdale.
- Costa, P. & McCrae, R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Professional manual.* Odessa, FL, EE. UU.: Psychological Assessment Resources.
- Echeburúa, E., Amor, P. & Cenea, R. (1998). Adicción al Internet: ¿una nueva adicción psicológica? *Monografías de Psiquiatría*, 2, 38-44.
- Echeburúa, E. (1999). *Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, Internet.* Bilbao: Desclée de Brower.
- Estalló, J. (1997). *Ciberadicción: ¿una nueva ludopatía?* Recuperado de <http://www.ull.es/departamentos/didinv/tecnologiae-educativa/doc-ciberadicc.htm>
- Gackenbach, J. (1998). *Psychology and the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications.* San Diego: Academic Press.
- Galas, J. (2002). *Computers and the Internet: Examining pop culture.* San Diego: Greenhaven.
- Goldberg, I. (1995). *Internet addiction disorder - Diagnostic criteria.* Internet Addiction Support Group (IASG). Recuperado de <http://www.iucf.indiana.edu/~brown/hyplan/addict.html>.
- Greenfield, D. (1999, agosto). *The nature of Internet addiction: Psychological factors in compulsive internet use.* Documento presentado en la reunión de la American Psychological Association, Boston, MA, EE. UU. Recuperado de [http://telehealth.net/articles/internet\\_addiction.html](http://telehealth.net/articles/internet_addiction.html)
- Griffiths, M. (1998). Internet addiction: Does it really exist? En J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal,*

- interpersonal and transpersonal implications* (pp. 61-75). Nueva York: Academic Press.
- Grohol, J. (1998). *Internet addiction guide*. Recuperado de <http://psychcentral.com/netaddiction>
- Guerricaecheverría, C. & Echeburúa, E. (1997). Tratamiento psicológico de la adicción al teléfono (líneas *party line* y eróticas): un caso clínico. *Análisis y Modificación de Conducta*, 23(91), 697-727.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1997). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Holmes, L. (1998). *What is "normal" Internet use?* Recuperado de <http://mentalhealth.miningco.com/library/weekly/aa100697.htm>
- Kendal, L. (2002). *Hanging out in the virtual pub: Masculinities and relationships online*. Berkeley, CA, EE. UU.: University of California Press.
- King, S. (1996). *Is the Internet addictive or are addicts using the Internet?* Recuperado de <http://www.concentric.net/~Astorm/Iad.html>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2001). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.
- Kraut, R., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., Scherlis, W. & Patterson, M. (1998a). Social impact of the Internet: What does it mean? *Communications of the ACM*, 41(12), 21-22.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998b). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1032.
- Kupfer, D., First, M. & Regier, D. (2002). (Eds.). A research agenda for DSM-V. Arlington, VA, EE. UU.: American Psychiatric Publishing. Recuperado el 27 de marzo del 2005 de <http://www.appi.org/book.cfm?id=2292>
- LaRose, R., Eastin, M. & Gregg, J. (2001). Reformulating the Internet paradox: Social cognitive explanations of Internet use

- and depression. *Journal of Online Behavior, 1*(2). Recuperado de <http://www.behavior.net/JOB/v1n2/paradox.html>
- Madrid López, R. I. (2001). *La adicción al Internet*. Recuperado de <http://www.psicología-online.com/colaboradores/nacho/ainternet.htm>
- McMurran, M. (1994). *The psychology of addiction*. Londres: Taylor & Francis.
- Morahan-Martin, J. & Schumacker, P. (1997). Incidence and correlates of pathological Internet use. Artículo presentado en la 105 Convención Anual de la American Psychological Association, Chicago, IL, EE. UU. Recuperado de <http://web.bryant.edu/~psych/faculty/morahan/morapubs.html>
- Myers, D. (1997). *Psicología social*. 4ta ed. México: McGraw Hill.
- Nie, N. & Erbring, L. (2000). *Internet and society: A preliminary report*. Stanford, CA, EE. UU.: Stanford University, Stanford Institute for the Quantitative Study of Society. Recuperado de [http://www.stanford.edu/group/siqss/Press\\_Release/Preliminary\\_Report.pdf](http://www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/Preliminary_Report.pdf)
- Niño de Guzmán, I., Calderón, A., Escalante, M., Lira, T., Morote, R. & Ruda, L. (2000). Personalidad, ansiedad estado rasgo e ingreso a la universidad en alumnos preuniversitarios. *Revista de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2*(18), 341-372.
- Porter, B. (2001). *The net effect*. Portland, OR, EE. UU.: Intellect.
- Porter, D. (1997). *Internet culture*. Nueva York: Routledge.
- Pratarelli, M., Browne, B. & Johnson, K. (1999). The bits and bytes of computer/Internet addiction: A factor analytic approach. *Behavior Research Methods, Instruments and Computers, 31*(2), 305-314.
- Rheingold, H. (2000). *A slice of life in my virtual community*. Recuperado de: <http://interact.uoregon.edu/MediaLit/mlr/readings/articles/aslice.html>
- Rochlin, G. (1997). *Trapped in the net: The unanticipated*

- consequences of computerization.* Princeton: Princeton University Press.
- Scherer, K. (1997). College life on-line: Healthy and unhealthy Internet use. *Journal of College Student Development*, 6(38), 655-665.
- Stern, S. (1999). Addiction to technologies: A social psychological perspective of Internet addiction. *CyberPsychology and Behavior*, 2, 419-424.
- Suler, J. (1996). *Why is this thing eating my life? Computer and cyberspace addiction.* Recuperado de <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/eatlife.html>
- Suler, J. (1999). *Cyberspace as psychological space.* Recuperado de <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/psychspace.html>
- Suler, J. (2001). *The psychology of cyberspace - overview and guided tour.* Recuperado de <http://p24601.rider.edu/suler/psycyber/overview.html>
- Suler, J. (2002). *Personality types in the cyberspace.* Recuperado de <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/persontypes.html>
- Talbott, S. (1995). *The future does not compute: Transcending the machines in our midst.* Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates.
- TEMA: Grupo de investigación interdisciplinaria (2000). *Encuesta piloto: computadoras y su influencia.* Investigación no publicada, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Viñas, F., Villar, E., Caparrós, B., Juan, J., Pérez, I. & Cornellá, M. (2002). *Internet y psicopatología: el uso del chat y su relación con diferentes índices de psicopatología.* Recuperado de <http://www.psiquiatria.com/interpsiquis2002/4837>
- Wallace, P. (2001). *La psicología del Internet.* Barcelona: Paidós.
- Young, K. (1996, agosto). *Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder.* Artículo presentado en la 104 Reunión Anual de la American Psychological Association, Toronto, Canadá. Recuperado de <http://www.netaddiction.com/articles/newdisorder.htm>

- Young, K. (1997, agosto). *What makes the Internet addictive: Potential explanations for pathological Internet use*. Artículo presentado en la 105 Reunión Anual de la American Psychological Association, Chicago, IL. Recuperado de <http://www.netaddiction.com/articles/habitforming.htm>
- Young, K. (1999). Internet addiction: Symptoms, evaluation and treatment. En L. Van de Creek & T. Jackson (Eds.), *Innovations in clinical practice: A source book*. Sarasota, FL: Professional Resource Press.
- Young, K. & Rodgers, R. (1998a, abril). *Internet addiction: Personality traits associated with its development*. Artículo presentado en la 69 Reunión Anual de la Eastern Psychological Association, Washington DC, EE. UU. Recuperado de [http://www.healthyplace.com/Communities/Addictions/netaddiction/articles/personality\\_correlates.htm](http://www.healthyplace.com/Communities/Addictions/netaddiction/articles/personality_correlates.htm)
- Young, K. & Rodgers, R. (1998b). The relationships between depression and Internet addiction. *CyberPsychology and Behavior*, 1, 25-28. Recuperado de <http://netaddiction.com/articles/ articles.htm>
- Young, K., Pistner, M., O'Mara, J. & Buchanan, J. (2000). *Cyber-disorders: The mental health concern for the new millennium*. *CyberPsychology and Behavior*, 3(5), 475-479. Recuperado de <http://netaddiction.com/articles/cyberdisorders.htm>
- Weinberger, D. (2002). *Small pieces loosely joined: A unified theory of the web*. Cambridge: Perseus Publishing.

## ANEXO

### DATOS GENERALES

EDAD:

SEXO:

E-MAIL:

FACULTAD:

ESPECIALIDAD:

CICLO DE ESTUDIOS:

1. ¿Cómo te calificas como estudiante?
  - a) Muy bueno
  - b) Bueno
  - c) Regular
  - d) Malo
  - e) Muy malo
2. ¿Desde hace cuánto tiempo utilizas Internet?
  - a) Más de tres años
  - b) Entre 2 y 3 años
  - c) Entre 1 y 2 años
  - d) Entre 6 meses y 1 año
  - e) Menos de 6 meses
3. En una semana promedio, ¿cuántas horas utilizas Internet?  
(considerar el uso de cualquier servicio utilizado y la suma de todas las posibles sesiones en la semana)
4. ¿En qué días sueles utilizar Internet con mayor frecuencia?
  - a) Días laborables
  - b) Fines de semana
  - c) Indistintamente

5. ¿En promedio, cuántas veces a la semana te conectas a Internet? (considerar todas las posibles conexiones, así sean varias al día)
  - a) Sólo una vez
  - b) De 1 a 5 veces
  - c) Entre 6 y 10 veces
  - d) Entre 11 y 15 veces
  - e) Más de 15 veces
6. ¿Cuánto tiempo permaneces conectado la mayoría de las veces que utilizas Internet? (indica tiempo aproximado en horas de las veces en que te conectas)
7. ¿Cuántas Páginas Web o URL visitas cada vez que utilizas (te conectas a) Internet? (¿A cuántos sitios o portales diferentes accedes?)
  - a) Sólo utilizo el correo electrónico (Telnet)
  - b) Sólo una página
  - c) De 1 a 5 páginas
  - d) Entre 5 y 10 páginas
  - e) Más de 10 páginas
8. Del total de servicios que realizas en Internet ¿cuáles son los que realizas con mayor frecuencia?
  - a) Charlas interactivas, chats, IRC, etc.
  - b) Juegos en red, videojuegos
  - c) Compras (transacciones comerciales)
  - d) Correo electrónico (e-mail)
  - e) Transferencia de ficheros (FTP)
  - f) Servicios de bibliotecas
  - g) Foros de discusión (Newsgroups, Usenet, etc.)
  - h) Servicios de boletines
  - i) Multiuser dungeons (MUDs)
  - j) Otros (especificar)

9. Durante los últimos 30 días ¿cuáles de las siguientes actividades has realizado en tu navegación por la Web? (múltiple, marcar todas las que hayas utilizado)
  - a) Lectura de noticias de actualidad
  - b) Búsquedas (a través de buscadores/directorios)
  - c) Juegos en red
  - d) Consulta de información financiera
  - e) Consulta de previsiones meteorológicas
  - f) Consulta de programación TV
  - g) Consulta de carteles de cine y otros espectáculos
  - h) Descarga de archivos MP3
  - i) Envío de e-mails
  - j) Envío de postales (e-cards)
  - k) Realizar una encuesta (sin tener en cuenta la que estás realizando en estos momentos)
  - l) Envío de mensajes a teléfonos móviles (celulares)
  - m) Localización de direcciones o teléfonos
  - n) Búsqueda de empleo
  - o) Videoconferencia
  - p) Otros
10. ¿Con qué porcentaje del total de tus amigos te comunicas por Internet?
11. ¿Cómo te comunicas más con tus amigos?
  - a) Por Internet
  - b) Por teléfono
  - c) En persona
  - d) Otros (especificar)
12. ¿Con cuántas personas aproximadamente te has comunicado por Internet en los últimos 30 días?

**Al contestar las siguientes preguntas sólo debes considerar el tiempo que pasas conectado para actividades no académicas o relacionadas con tu trabajo.**

13. ¿Ha disminuido el tiempo que dedicas a alguna de estas actividades por conectarte a Internet? (múltiple, marcar todas las que hayan disminuido)
  - a) Estar sin hacer nada
  - b) Dormir
  - c) Pasear/salir con los amigos o pareja
  - d) Ver televisión
  - e) Ir al cine
  - f) Leer
  - g) Estudiar
  - h) Trabajar
  - i) Realizar labores domésticas
  - j) Practicar algún deporte
  - k) Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.
  - l) Ninguna
  - m) Otras actividades (especificar)
14. ¿Cómo calificarías el efecto que tiene Internet en tu vida?
  - a) Positivo
  - b) Negativo
  - c) Neutral
15. Cuando te conectas a Internet ¿pasas más tiempo del que originalmente planeaste para tu conexión?
  - a) Sí
  - b) No
16. ¿Has intentado alguna vez reducir tu tiempo de uso de Internet?
  - a) Sí
  - b) No

17. ¿Alguno de tus familiares, amigos o personas de tu entorno se ha quejado del tiempo que pasas conectado a Internet?
  - a) Sí
  - b) No
  
18. ¿Has intentado ocultar la cantidad de tiempo que has pasado conectado a Internet?
  - a) Sí
  - b) No
  
19. ¿Te has mostrado reservado o precavido (guardando secreto) cuando alguien te ha preguntado a qué dedicas el tiempo que pasas navegando?
  - a) Sí
  - b) No
  
20. ¿Te enfadas, molestas o gritas si alguien te interrumpe mientras estás conectado?
  - a) Sí
  - b) No
  
21. ¿Te ha pasado alguna vez aquello de decirte a tí mismo “sólo unos minutos más” antes de terminar tu conexión a Internet?
  - a) Sí
  - b) No
  
22. ¿Sueles establecer nuevas relaciones amistosas con otros usuarios on-line (gente que sólo conoces a través de la Red)?
  - a) Sí
  - b) No
  
23. ¿Has preferido pasar más tiempo conectado que estar con otras personas?
  - a) Sí
  - b) No

24. ¿Tus estudios o trabajo se han visto afectados debido al tiempo que pasas conectado a Internet?
  - a) Sí
  - b) No
  
25. ¿Te encuentras algunas veces pensando en lo que harás la próxima vez que te conectes a Internet?
  - a) Sí
  - b) No
  
26. ¿Te preocupas por lo que sucede en Internet cuando no estás “conectado o en línea”?
  - a) Sí
  - b) No
  
27. ¿Te has sentido malhumorado, nervioso, deprimido o aburrido cuando no estás conectado a Internet y esto ha desaparecido luego de iniciar la conexión?
  - a) Sí
  - b) No
  
28. ¿Encuentras difícil permanecer sin conexión a Internet durante varios días seguidos?
  - a) Sí
  - b) No