



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

**INFLUENCIA DEL ESTILO DE
APEGO Y EL
ESTADO DE IDENTIDAD EN LA
ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES**

Autor: Claudia Martínez Martínez

Tutor profesional: Javier Hugo Martín Holgado

Tutor Metodológico: María Cortés Rodríguez

Madrid
Mayo 2019

Claudia
Martínez
Martínez

**INFLUENCIA DEL ESTILO DE APEGO Y EL ESTADO DE IDENTIDAD EN LA
ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES**



Índice

Resumen y Abstract	<i>Página 4</i>
Introducción	<i>Página 5</i>
Redes sociales	<i>Página 5</i>
Identidad	<i>Página 7</i>
Apego	<i>Página 10</i>
Método	<i>Página 15</i>
Participantes	<i>Página 15</i>
Instrumentos	<i>Página 15</i>
Procedimiento	<i>Página 17</i>
Resultados	<i>Página 18</i>
Discusión	<i>Página 22</i>
Referencias	<i>Página 27</i>

Resumen

Las redes sociales y WhatsApp son herramientas que permiten a los individuos establecer relaciones sociales sin la necesidad de estar cerca. Estas interacciones se producen de múltiples formas y vienen motivadas por distintas necesidades. El problema surge cuando estas herramientas toman el control de su vida y se produce el fenómeno de “adicción a Internet”. En este trabajo se investigó la influencia que puede tener el estilo de apego de una persona y su estadio de identidad en la posible adicción a las redes sociales y WhatsApp. Para ello, se trabajó con una muestra de jóvenes españoles entre 18 y 35 años ($M=24.14$; $DT=3.4$), los cuales contestaron a un cuestionario administrado de forma online. Los resultados encontrados mostraron relación entre el miedo al rechazo y la baja autoestima con la adicción a las redes sociales (características del apego ansioso-ambivalente), así como una mayor probabilidad de ser adicto a Internet para los sujetos que se encuentran en fases de identidad moratoria. Sin embargo, no se encontraron relaciones significativas entre los clústeres de apego y los distintos estadios de identidad con la adicción a las redes sociales. No obstante, se destaca la importancia continuar investigando acerca de la adicción a las redes sociales y WhatsApp y observar qué factores pueden estar implicados, puesto que es algo que está a la orden del día y que afecta cada vez a más personas.

Palabras clave: adicción, Internet, redes sociales, WhatsApp, apego, identidad.

Abstract

Social media and tools like WhatsApp enable individuals to establish social relationships without the need of proximity. These interactions take place in multiple ways and are fuelled by different needs. The problem arises when these tools take over people's lives which lead to the phenomenon known as "Internet addiction". This paper researches the influence that the degree of a attachment that an individual may have and identity stage at which they are can have on the probability of developing addiction to social networking sites and WhatsApp. To this end, a sample of Spanish youngsters aged between 18 and 35 years ($M = 24.14$, $SD = 3.4$) were selected in order to answer an online questionnaire. The results showed a relationship between their fear of rejection and low self-esteem with their addiction to social networks (characteristics of anxious-ambivalent attachment), as well as a greater probability of developing an addiction to the Internet for subjects who are in phases of moratorium identity. However, no significant relationship was found between the clusters of attachment and the different stages of identity with addiction to social networks. Therefore, it is important to continue researching addiction to social networking sites and WhatsApp with a view to observing which factors may play a key role in this current problem which is affecting more and more people.

Keywords: addiction, Internet, social media, WhatsApp, attachment, identity.

Introducción

Redes sociales

En los últimos años se ha producido un incremento del uso y de la popularidad de Internet como medio de comunicación por parte de las personas en su día a día. Tal es así, que se habla incluso de “adicción a Internet”, “trastorno de adicción a Internet” o “síndrome de adicción a Internet” (Griffiths, 2000). Hay muchas controversias acerca de si se puede considerar que existe el fenómeno de la adicción a Internet o no, ya que resulta complejo ver dónde acaba el uso normal y dónde comienza lo no saludable. Según Sánchez-Carbonell et al. (2008), es complicado establecer un tiempo límite que permita diferenciar un uso adaptado y un uso adictivo, ya que depende del tipo de aplicación utilizada y del objetivo de la conexión. A pesar de ello, Kardefelt-Winther (2014) ha destacado la importancia de diferenciar entre un uso normativo y un uso patológico de Internet.

El Instituto Nacional de Estadística muestra que el 91.1% (personas entre 16 y 24 años) y el 90.6% (personas entre 25 y 34 años) utiliza internet varias veces al día. Por otro lado, la participación en servicios de comunicación y de acceso a la información, como puede ser la participación en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.) en el último trimestre de 2018 fue de un 90.6% (personas entre 16 y 24 años) y de un 83.5% (personas entre 25 y 34 años) (INE, 2018).

En la actualidad, sigue sin haber un acuerdo para establecer una definición y unos criterios unificados para el diagnóstico de la adicción a Internet (Bernal-Ruiz, 2017). Sin ir más lejos, existe una falta de acuerdo al respecto en el DSM-5 y el CIE-10, y dichos manuales no incluyen una categoría diagnóstica en concreto para la ciberdependencia o la adicción a Internet (Rial, Gómez, Braña y Varela, 2014).

Es importante conceptualizar la adicción entendida no tanto como la cantidad de tiempo que pasa el sujeto conectado, sino como los síntomas que padece derivados de no estarlo. La diferencia radicaría en la motivación de base que los lleva a estar conectados, y si sienten que sus necesidades son cubiertas o no.

Teniendo en cuenta estos datos, parece vital entonces investigar qué factores predisponen a los sujetos a una mayor probabilidad de ser adictos o no a Internet y, en concreto para este trabajo, a las redes sociales. Esto puede ser esclarecedor a la hora de poder prevenir posibles patologías o distintos problemas que se puedan derivar de un mal uso de ellas.

Según García Del Castillo et al. (citado en Bernal-Ruiz, 2017), Internet es conceptualizado como un medio de información y un instrumento para el ocio y la interacción social, ya que este facilita las relaciones interpersonales. Así, nos encontramos en una sociedad donde la

comunicación a través de Internet forma parte de nuestro día a día, por lo que es importante conocer los contextos, las motivaciones y los propósitos de las personas para hacer uso de estas herramientas.

Las redes sociales virtuales consisten en aquellos servicios de web que incluyen un conjunto de experiencias personalizadas, dentro de un contexto social y de comunicación, y que permiten a los sujetos crear su propio perfil con información, fotos y otro tipo de datos (como pueden ser gustos, aficiones, lugares a los que suelen ir...) y comunicarse unos con otros mediante voz, chat, mensajes instantáneos, videoconferencias, etc. (Ahmad, 2011). Por un lado, estas interacciones pueden ser con amigos de la vida real, y, por otro, les permite conocer también a otras personas con gustos similares (Monacis, Griffiths y Sinatra, 2017a).

Dentro de las redes sociales, nos encontramos también con las aplicaciones de mensajería instantánea. Éstas proporcionan múltiples ventajas, como pueden ser la facilidad de comunicación entre compañeros de trabajo, miembros de un grupo y amigos; aumentan la conectividad, reducen el sentimiento de soledad y fortalecen las relaciones. Sin embargo, también se han relacionado con un uso problemático de Internet, ya que, cuando su uso se torna excesivo, pueden provocar distintos efectos nocivos, como la hipervigilancia del teléfono móvil, ansiedad, ilusiones perceptivas, etc. Además, pueden conllevar repercusiones negativas en el trabajo, los estudios, la pareja, la familia y en las relaciones sociales, entre otras (Bernal-Ruiz, 2017).

En la actualidad, WhatsApp es la aplicación líder en teléfonos móviles y la herramienta de comunicación instantánea más utilizada por los jóvenes españoles. Su relativa reciente aparición, junto con su uso menos frecuente en otras poblaciones que no sea la española, es lo que ha podido llevar a un menor estudio de dicha variable en las investigaciones.

De entre los diferentes modelos que se han propuesto para explicar la adicción a internet –basadas en las diferentes conceptualizaciones sobre la naturaleza de este fenómeno–, en el presente trabajo nos centraremos en el '*Modelo del uso compensatorio de Internet*', ya que es el que más se ajusta en relación con las variables que se pretende estudiar. Este modelo fue propuesto por Kardefelt-Winther en 2014, y tiene en cuenta las motivaciones y el bienestar psicosocial de las personas. El modelo parte de que el problema se encuentra en la reacción del individuo ante las distintas situaciones que le generan malestar, como, por ejemplo, un uso de Internet como forma de compensar una falta de relaciones o habilidades sociales cara a cara, y, además, proporciona una explicación acerca del uso excesivo de Internet y de los resultados negativos derivados de éste. Este uso podría tener efectos positivos, como puede ser el alivio del malestar del sujeto al conseguir cubrir una necesidad, pero también efectos negativos, ya que, a la larga, podría depender de estos medios para poder interactuar socialmente y para cubrir sus necesidades

psicológicas. Este hábito de recurrir a Internet como forma de compensar dificultades o carencias es lo que puede conllevar síntomas de adicción (Bernal-Ruiz, 2017).

Cabe conjeturar que este modelo podría acomodarse muy bien a personas que se hallen en estadios abiertos de construcción de su identidad o personas con apego inseguro, especialmente en aquellas personas que utilizan dichas herramientas como forma de compensar sus déficits reales. Entonces, la pregunta importante a resolver sería: ¿qué es a lo que realmente son adictas las personas? ¿qué lleva a éstas a hacer un uso excesivo y poco controlado de Internet y, con ello, de las redes sociales y de WhatsApp? No existe mucha literatura que estudie la relación entre WhatsApp y las variables de apego e identidad, aunque bien es cierto que en muchos estudios se considera WhatsApp como una red social más. Es importante destacar que, para este trabajo, se hará distinción entre redes sociales y WhatsApp dentro del ámbito de Internet. La razón de diferenciar ambas se debe a que WhatsApp parece cumplir más unas funciones de relación inmediata, pudiendo estar más implicado el estilo de apego que en otro tipo de redes sociales, observándose, además, que es quizás la aplicación que más interrumpe a los sujetos en sus interacciones reales con los demás. Mientras que, en el caso de los estados de identidad, cabría pensar que su influencia entraría más en el ámbito de las redes sociales en general, debido al amplio alcance de información que éstas permiten.

Identidad

En la sociedad de hoy en día, debido a las constantes actualizaciones de las nuevas tecnologías, cada vez son más los individuos que se ven forzados a crear y establecer relaciones sociales por su cuenta, donde estas nuevas tecnologías tienen un papel fundamental (Dobrowsky, 2012). Este mismo autor estudió el impacto de las estructuras de las redes sociales en las competencias individuales de comunicación, y cómo éstas influyen en la construcción de la identidad de los individuos. Estas competencias permiten a la persona no solo construir una comunicación en diversos y muy distintos contextos sociales y a través de diferentes roles sociales, sino también identificar y reflejar sus necesidades personales.

Identidad es un conjunto de rasgos o características que construimos socialmente en la interacción con las personas que nos rodean; por su parte, el concepto de múltiple self explica por qué las personas cambian su identidad en función del contexto. La identidad incluye aspectos como la subjetividad (cómo pensamos acerca de nosotros mismos), las representaciones (cómo diferentes facetas de la identidad son representadas en la cultura y los medios) y la autopercepción (cómo nos presentamos a los demás). Puede referirse a nuestra identidad personal como individuo, o a nuestra identidad social como miembro de un grupo (Marwick, 2013).

Atendiendo a la evolución del estudio acerca de la identidad, es relevante para este trabajo hablar de Erickson (citado en Fonagy, 2001), que, siguiendo el modelo de la estructura psíquica de Freud, estableció un modelo de fases de individuación, donde la persona debe resolver unas tensiones críticas que contribuyen a la formación de su identidad, siendo la identidad personal del adulto la más relevante a la hora de referirse a la formación de la misma (Fonagy, 2001). Según Erickson (citado en Bordignon, 2005), la existencia del ser humano depende de tres procesos de organización que se complementan entre sí: 1) el proceso biológico, el cual comprende la organización jerárquica de los sistemas biológicos, orgánicos y el desarrollo fisiológico, (es decir, en su conjunto, el soma); 2) el proceso psíquico, compuesto por las experiencias individuales en síntesis del ‘yo’, los procesos psíquicos y la experiencia personal y relacional, (lo que sería la psique); y 3) el proceso ético-social, formado por la organización cultural, ética y espiritual de las personas y de la sociedad, entendidas como principios y valores de orden social, (en este caso, el ethos). Estos procesos están integrados los unos con los otros, y pueden ser estudiados como una tensión somática, psíquica o social. Es a partir del principio epigenético por el cual se explica que “todo ser vivo tiene un plano básico de desarrollo, y es a partir de este plano que se agregan las partes, teniendo cada una de ellas su propio tiempo de ascensión, maduración y ejercicio, hasta que todas hayan surgido para formar un todo en funcionamiento”, y el cual se aplica en los tres procesos complementarios (biológico, psíquico y social) (Bordignon, 2005, p. 52).

Así, Erickson (citado en Bordignon, 2005) estableció ocho estadios en el desarrollo del ciclo completo de la vida de la persona humana, donde cada estadio integra el nivel somático, psíquico y ético-social y el principio epigenético. Estos estadios son jerárquicos y están en continuo desarrollo. Por tanto, la crisis comprende el paso de un estadio a otro, entendido como un proceso progresivo de cambio de las estructuras operacionales, o un proceso de estancamiento (o regresivo), manteniendo las estructuras operacionales (Bordignon, 2005). Fue James Marcia (citado en Oswalt, 2010) quien se ocupó de desarrollar estas tensiones con más detalle, con sus correspondientes resoluciones en su teoría de los estados de la Identidad. Marcia (citado en Noriega y Medina, 2012) postuló que, en lugar de una dimensión bipolar de crisis-resolución, la formación de la identidad se entendía mejor al incluir los conceptos entrelazados de exploración y compromiso. Por exploración se entiende la deliberación reflexiva y consciente que una persona realiza sobre sus metas, roles y valores alternativos que se le presentan en sus interacciones cotidianas, es decir, un comportamiento de solución de problemas, que estaría orientado hacia la búsqueda de información sobre sí mismo o sobre su propio ambiente, con el objetivo de tomar decisiones cuando se presenta la situación de una elección personal crucial; por otro lado, compromiso es la posible consolidación y adopción de los resultados de las deliberaciones que el sujeto lleva a cabo como cursos de una acción futura (Noriega y Medina, 2012). Así, a través de la exploración y el compromiso, el individuo construye su identidad personal, pudiendo

encontrarse éste en cuatro estadios en función del grado de exploración y compromiso: identidad lograda, identidad moratoria, identidad hipotecada o identidad difusa (Oswalt, 2010).

La identidad difusa describiría al joven que aún no ha explorado ni se ha comprometido con ninguna identidad en concreto, es decir, son jóvenes sin objetivos, pasivos, que van a la deriva, lidiando con cada situación tal y como se presenta. Su principal motivación es hedónica, evitando el dolor y buscando la adquisición de placer. El estadio de identidad difusa se considera generalmente el menos maduro, y los adolescentes en este estadio tienen apatía y no saben cómo guiar y dar forma a sus vidas futuras (Ogibi, 2015).

La identidad hipotecada sería aquella que implica un bajo nivel de exploración, pero un alto nivel de compromiso, donde los jóvenes no buscarían qué es lo que es realmente importante para ellos ni se cuestionan sus valores o creencias, sino que simplemente aceptan aquellos que les vienen dados. No se cuestionan lo que están haciendo o si lo que están llevando a cabo es lo que quieren de verdad para sus vidas.

La identidad moratoria o demorada representa un alto nivel de exploración, pero un bajo nivel de compromiso. Estos jóvenes se encontrarían en un período de crisis de identidad, y por tanto están explorando distintos valores, creencias o metas. Todavía no se comprometen con nada con lo que se sientan identificados, sino que aún barajan distintas opciones.

La identidad lograda sería el último de los estadios de identidad, en la cual existe un alto nivel tanto de exploración como de compromiso. Los jóvenes que adquieren esta identidad la han logrado a través de un proceso de exploración y fuerte compromiso hacia determinado tipo de valores, creencias y metas, dándoles un sentido de identidad personal única. Este estadio a menudo se considera el funcionalmente más complejo y maduro, asociado con el pensamiento equilibrado y con las relaciones interpersonales maduras. Dado que la identidad lograda se asocia con responsabilidad, es probable que las personas que se encuentran en este estadio eviten comportamientos que podrían perjudicarles a sí mismos y a su entorno (Ogibi, 2015).

Por tanto, los jóvenes que se encuentran en el proceso de construcción de su identidad hacia una identidad lograda o moratoria suelen tener mayores índices de madurez e independencia que aquellos que se encuentran en una identidad hipotecada o difusa (Oswalt, 2010).

El desarrollo de la identidad en los jóvenes conlleva, como hemos visto, diferentes fases que la van dando forma. Estas fases están influenciadas, según Marcia (citado en Oswalt, 2010), por el entorno familiar y cultural donde se vive y por distintas instituciones sociales, como pueden ser los medios de comunicación, aunque, en última instancia, éstas dependen de la decisión personal de cada uno. Así, los individuos forman sus identidades a través de los procesos de exploración y de toma de decisiones (Ogibi, 2015).

En el caso en concreto de los adolescentes y jóvenes, el contexto de Internet cobra especial relevancia. Por un lado, tal y como menciona Durkin (citado en Alberto, 2002), los adolescentes usan Internet como medio a través del cual interactuar con los de su grupo de edad, y, por otro, como vía de identificación con distintos grupos y con sus valores, así como medio a través del cual desarrollar su identidad individual (Montgomery, 2001; Suess, Garitaonandia, Juaristi, Koikkalainen y Oleaga, 1998; citados en Albero, 2002). Así, las redes sociales son dominios de información que influyen en la creación de la identidad propia en los jóvenes, ya que éstas les ofrecen la oportunidad de elaborar sus propias identidades no sólo a través de lo que observan en los otros (Jacober, citado en Ogibi, 2015), sino también a través de la experimentación con las distintas identidades que adoptan.

Castells (citado en Ogibi, 2015) sugiere que todo lo que proporciona un medio y una plataforma para que las personas construyan una relación, tiene el potencial de crear un entorno de influencia. Dado que las redes sociales ofrecen a los jóvenes plataformas y medios para establecer redes en el entorno online, también pueden tener el potencial de influir en la formación de su propia identidad. En diversos estudios se han encontrado relaciones positivas entre la identidad difusa y la identidad moratoria o demorada con un uso problemático de Internet, y relaciones negativas entre la identidad lograda y dicho uso (Arabzadeh et al., 2012; Ceyhan, 2010; Matsuba, citado en Ogibi, 2015; Tabaraei et al., 2014). De manera que, a medida que la construcción de identidad del individuo madura, el uso problemático de Internet disminuye. Es probable que los individuos jóvenes que continuamente perciben fallos en sus experimentos de identidad, consideren Internet como una herramienta que les ayude a obviar estas dificultades por un tiempo o a evitar sus identidades reales (Ceyhan, 2010), o simplemente para evadirse de sus problemas y del malestar que les producen. Esto tiene además relación con la dimensión de compromiso, siendo su ausencia uno de los predictores más fuertes del uso problemático de Internet en usuarios de Facebook. Al estar el compromiso negativamente relacionado con la identidad difusa, parece razonable que los individuos que se encuentran en dicho estadio prefieran socializar a través de Facebook, lo que podría conducir a un uso excesivo de Internet (Tabaraei et al., 2014).

Apego

Por otro lado, el estilo de apego ha sido un tema ampliamente desarrollado en Psicología, y en los últimos años se ha estudiado su relación con la forma en que los individuos hacen uso de las redes sociales. La conducta de apego es, según Bowlby (citado en Botella y Corbella, 2005, p. 81), “cualquier forma de conducta que tiene como resultado el que una persona obtenga o retenga la proximidad de otro individuo diferenciado y preferido, que suele concebirse como más

fuerte y/o más sabio”. Además, Bowlby (citado en Feeney y Noller, 1996) define dicha conducta como adaptativa, ya que ha evolucionado pasando por un proceso de selección natural, y que además constituye un sistema conductual organizado, donde varias conductas se organizan con una única función: mantener la proximidad con el cuidador.

La teoría del apego puede describirse como una teoría de la regulación del afecto. Ainsworth et al. (citado en Feeney y Noller, 1996) establecieron tres estilos de apego: el apego inseguro-evitativo (grupo A), el apego seguro (grupo B), y el apego inseguro resistente o ansioso-ambivalente (grupo C). Un niño con apego seguro sería aquel que es capaz de reconocer que está angustiado, acudiendo a los demás en busca de apoyo y consuelo, mientras que un niño con apego evitativo no es capaz de reconocer la angustia y buscar apoyo, y un niño con apego ansioso-ambivalente muestra una tendencia a las expresiones de emociones negativas y de angustia elevadas. Posteriormente, Main y Salomon (citado en Fonagy 2001) descubrieron en la Situación Extraña el apego desorganizado, marcado por el miedo, un sentimiento de quedar paralizado y desorientado, asociándose a los malos tratos del niño y un trauma no resuelto en uno de los progenitores. Sroufe y Waters (citado en Feeney y Noller, 1996) dicen que el niño/a, a través de la respuesta del cuidador ante las señales de ansiedad del sujeto, aprende diversas estrategias para controlar sus sentimientos negativos y organizar su experiencia emocional. Es a través de un proceso de generalización cómo dichas estrategias acaban aplicándose en las diversas posibles situaciones que generan ansiedad. Estas estrategias son adaptativas a corto plazo, ya que le permiten al sujeto alcanzar sus objetivos; sin embargo, pueden ser perjudiciales para afrontar diversas situaciones a largo plazo.

Se deduce que el tipo de vínculo afectivo que establece una persona es la expresión de los modelos mentales de relación formados, fruto de las experiencias de interacción vividas. Es en estas vivencias donde la persona comienza a generar expectativas y modelos de actuación que le orientarán en sus relaciones interpersonales posteriores (Melero y Cantero, 2008).

Cabe mencionar la importancia del desarrollo del bebé para llegar a ser persona a través de las relaciones significativas que éste establece (primero con la madre, luego con la familia y, por último, con el mundo exterior). Por ello, Guntrip (citado en Fonagy, 2001) se centra en el apego y la relación: “Las relaciones con contenido son aquellas que capacitan al niño a encontrarse él mismo como persona al experimentar la importancia que tiene para otras personas y, a la inversa, la importancia que estas personas tienen para él; de esta manera enriquece su existencia con los valores que conllevan las relaciones humanas y que hacen que la vida tenga sentido y valga la pena vivirla” (Fonagy, 2001, p.102).

Es importante hacer referencia a las diferencias que existen entre los apegos que tienen lugar en la infancia y en la vida adulta (y adolescencia), siendo fundamental esclarecerlas para el

presente trabajo, ya que se centra en el apego adulto. Feeney et al. (citado en Rao y Madan, 2012) observaron que: 1) El apego infantil es asimétrico, lo que significa que la relación es normalmente complementaria a la recíproca; 2) Casi siempre hay un componente sexual dentro del apego adulto (Rao y Madan, 2012).

Aunque los primeros estudios sobre el apego adulto definieron tres estilos en relación a la clasificación tradicional del apego infantil, en una reciente aportación, Bartholomew y Horowitz (citado en Melero y Cantero, 2008) detallaron dos componentes pertenecientes a los modelos internos adquiridos: la imagen de los otros y la imagen del self. A partir de estos componentes, se detallaron cuatro tipos de apego: seguro, que tiene una idea positiva de sí mismo y de los demás; huidizo alejado (o evitativo), que tiene una idea positiva de sí mismo pero una negativa de los demás; preocupado, con una idea negativa de sí mismo y positiva de los demás; y huidizo temeroso, con una idea tanto del self como de los otros negativa.

Siguiendo el hilo de la clasificación establecida inicialmente por Bowlby, y los estudios posteriores sobre el apego adulto de Hazan y Shaver, 1987; Main, Kaplan y Cassidy, 1985 (citados en Melero y Cantero, 2008), cabría decir que, por norma general, las personas con apego ansioso-ambivalente tienen un patrón mental negativo de los demás. No se ven a sí mismos como merecedores de atención y dignos de ser amados, y tienen poca satisfacción en sus relaciones sociales (Ershad y Aghajani, 2017). Están preocupados acerca de la exclusión y la posibilidad de ser reemplazados por otros y tienen dificultades con la aceptación y el abrirse a los demás, pero a su vez hay un deseo paralelo de querer conectar con los otros. Por otro lado, las personas con apego evitativo muestran una tendencia a estar poco confortables en las relaciones cercanas y valoran excesivamente su autonomía.

Estas dificultades de relación pueden existir no sólo en la vida real, sino también en el marco de las relaciones sociales que suceden a través de Internet, influyendo en el uso que las personas hacen de las redes sociales. Uno de los motivos que juegan un importante papel en la adicción a las redes sociales son la evitación y la compensación social, junto con las posibilidades de anonimato y apoyo social que ofrece Internet (Eichenberg et al., 2017). Por otro lado, el anonimato en Internet permite hacer a estos sujetos una nueva presentación del self, lo que les posibilita compensar los miedos asociados a la aceptación, y a su vez proporciona una plataforma para la desinhibición online, la cual incrementa la capacidad de abrirse a los demás (Eichenberg et al., 2017). Como resultado para estas personas, las redes sociales pueden ser un modo de escape de la vida real (Ershad y Aghajani, 2017) o una forma de compensar otros déficits en sus relaciones cara a cara.

Internet ofrece oportunidades específicas para la interacción con los demás, donde las personas con altas tendencias de adicción a Internet las perciben como suficientes para poder

comunicarse con otros, por lo que las necesidades psicológicas de relación y el miedo al rechazo de estos sujetos disminuyen. Pueden sentirse más queridos por otras personas a través de dichas redes, aunque éstas no alivian por completo sus sentimientos de extrema inseguridad. La posibilidad de comunicación que ofrecen las webs parece jugar un papel importante en el contexto del uso patológico de Internet. Aparentemente, estas personas parecen ser capaces de usar este medio a su favor, de construir un mundo de relaciones online en el cual experimentan apoyo emocional y una compensación de las restricciones sociales (Eichenberg et al., 2017). Sin embargo, Internet puede convertirse en otra fuente de disfunciones en el modo de comunicación para estos sujetos, ya que les permite interactuar a distancia en lugar de hacerlo cara a cara (Ershad y Aghajani, 2017) y ofrece la posibilidad de eliminar temporalmente la carga de su angustiada realidad (Eichenberg et al., 2017); por tanto, es más probable que estas personas, debido a sus estrategias interpersonales, lleguen a desarrollar una adicción a dichas redes sociales (Ershad y Aghajani, 2017).

Para el caso en concreto de WhatsApp, Tresáncoras, García-Oliva y Piqueras (2017) llevaron a cabo un estudio en el que se investigó la relación existente entre el uso problemático de WhatsApp y la ansiedad en adolescentes. Los autores estiman, según los resultados encontrados, que la variable ansiedad rasgo es la que mejor explica un uso abusivo de WhatsApp, aunque lo cierto es que no se confirmó esta hipótesis en su totalidad. Además, tanto en hombres como en mujeres, los participantes que tuvieron puntuaciones más altas en inestabilidad emocional y en ansiedad son aquellos que puntuaron más alto en uso problemático (Tresáncoras et al., 2017). Estos resultados pueden ser relevantes para nuestro estudio y a la posible relación entre el estilo de apego y la adicción a las redes sociales y WhatsApp.

A lo largo de estos últimos años, se han llevado a cabo varias investigaciones que pretenden averiguar la posible relación entre el estilo de apego que tiene una persona y la adicción a las redes sociales, encontrando resultados muy diversos. En un estudio de Savci y Aysan (2016), se encontró que los estilos de apego, las relaciones con los iguales y los afectos explicaban un 19% de la adicción a Internet; por tanto, podría deducirse que las personas intentan buscar relaciones de apego a través de las redes sociales (Rom y Alfasi, 2014). Los sujetos con un apego seguro mostraron tener redes sociales más amplias y mayor número de lazos sociales con los demás (Monacis et al., 2017a), satisfaciendo su necesidad de relacionarse y percibiendo un bienestar positivo (Lin, 2016). Los sujetos con un apego ansioso-ambivalente usan Facebook más frecuentemente, y están constantemente preocupados acerca de cómo son percibidos por los demás en dicha red social (Monacis et al., 2017a), tienen más probabilidades de usarlo cuando sienten emociones negativas (Oldmeadow et al., 2013) y adquieren un sentido de comunidad a través de Facebook, pero siguen percibiendo soledad (Lin, 2016). Los sujetos con un apego evitativo tienen un menor interés por Facebook y su uso (Monacis et al., 2017a), menor apertura

y menos actitudes positivas hacia dicha red social (Oldmeadow et al., 2013), y no utilizan Facebook para la satisfacción de necesidades, experimentando un malestar (Lin, 2016). Los sujetos con apego inseguro mostraron patrones de baja confianza y visión negativa de los otros y de las situaciones, disfrutaban de la privacidad y la independencia que proporciona Facebook y creían que su necesidad de afecto y de pertenencia la cubrían gracias a dicha red social (Rao y Madan, 2012). En un estudio llevado a cabo por Kim et al. (2017), en el que se investigaron los efectos mediadores de la soledad y la depresión en la relación entre el apego adulto y la adicción al teléfono en estudiantes universitarios, los resultados mostraron relaciones positivas entre el apego ansioso, la soledad, la depresión y la adicción al teléfono móvil (Kim et al., 2017). Por tanto, la adicción a Facebook está negativamente relacionada con el apego seguro y evitativo, y positivamente relacionada con el apego ansioso (Eichenberg et al., 2017; Eroglu, 2015).

Parecen ser, entonces, los usuarios con apego ansioso-ambivalente los que usan Internet con la finalidad de compensar déficits reales, demostrando así su tendencia a un uso patológico de Internet. Oldmeadow (2013) postula que tener la capacidad de manejar cuidadosamente la presentación personal podría ser una característica particularmente atractiva de Facebook para las personas con un apego ansioso, que desean la cercanía, pero anticipan y temen el rechazo. Al gestionar cómo se presentan a los demás, a través de texto, imágenes, enlaces, etc., pueden sentirse más seguros de su capacidad para mantener relaciones interpersonales. Del mismo modo, este mismo autor presupone, sin embargo, que la capacidad de controlar el tiempo y el ritmo de las interacciones y mantener relaciones sin proximidad física, podría atraer a personas con apego evitativo, que tienden a evitar la cercanía y valoran su autonomía.

Los objetivos de esta investigación son comprobar si los sujetos con un tipo de apego ansioso-ambivalente son aquellos que presentan mayor predisposición a tener adicción a las redes sociales, así como observar que los sujetos de apego seguro pueden tener un uso abusivo de las redes sociales sin necesidad de ser adictos. En cuanto a los sujetos con apego evitativo, la literatura muestra resultados contradictorios, por lo que el objetivo de este trabajo en cuanto a dichos sujetos será más de carácter exploratorio. Por otro lado, otro objetivo que se plantea es confirmar que los sujetos que se encuentran en estadios de identidad difusa y moratoria serán probablemente aquellos que más adicción tengan a las redes sociales. Por último, cotejar si los sujetos que se encuentran en estadio de identidad lograda tenderán a tener menor adicción a las redes sociales, pudiendo haber, sin embargo, un abuso de estas.

Por tanto, las hipótesis que se plantean en este trabajo son, en base a la literatura recopilada: a) los sujetos con un tipo de apego ansioso-ambivalente serán aquellos que tengan mayor predisposición a tener adicción a las redes sociales; b) los sujetos con apego seguro tendrán un mayor uso de las redes sociales que los sujetos con apego evitativo, a pesar de no considerarse

adicción; c) los sujetos con un estado de identidad difusa y moratoria serán aquellos que tengan mayor probabilidad de ser adictos a las redes, siendo sus motivaciones diferentes a la hora de estar conectados, y d) los sujetos con estado de identidad lograda tenderán a estar menos adictos a las redes que el resto de los sujetos que se encuentren en otros estadios de identidad, aunque eso no implica que no tengan un abuso de estas.

Método

Participantes

Participaron de manera voluntaria 250 sujetos (182 mujeres y 68 hombres) con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años ($M=24.14$; $DT=3.4$), la mayoría de ellos de población española. La razón de la selección de este rango de edad es debida, por un lado, a buscar sujetos que fuesen mayores de edad, y, por otro, a que dichas edades están más comprendidas en el rango de las personas que han crecido durante el 'boom' de las nuevas tecnologías.

Los cuestionarios fueron administrados a través de un cuestionario global mediante www.onlineencuesta.com, y fue difundido a través de las redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp) y el tiempo de aplicación fue de 15 minutos. Se avisó de la duración aproximada del cuestionario (para ello se realizó previamente una prueba piloto), de forma que cada sujeto podía decidir cuándo rellenarlo en función de su disponibilidad.

Instrumentos

Se utilizó un cuestionario de 105 preguntas, administrado de forma digital, formado por un cuestionario sociodemográfico (que constaba de 4 preguntas), 3 instrumentos escogidos para medir las variables de la investigación, y 8 preguntas acerca del uso y adicción a WhatsApp.

Uso problemático de Internet.

A la hora de evaluar la adicción a WhatsApp, se administraron 8 preguntas extraídas de la *Escala de Impacto Negativo de WhatsApp (EINew)*, Bernal-Ruiz, Rosa-Alcázar y López-Pina, 2016), aunque algunas de ellas fueron modificadas. Estas preguntas miden la frecuencia de uso de WhatsApp.

Para evaluar esta variable se utilizó el *Generalized Problematic Internet Use Scale (GPIUS2)*, Caplan, 2010; Gámez-Guadix, Orue y Calvete, 2013). Esta escala evalúa el uso problemático de Internet, y está compuesta por 15 ítems con formato tipo Likert con valores que varían de 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 6 (totalmente de acuerdo). Esta escala está formada

por 4 factores: 1) Preferencia por la interacción social online, formada por 3 ítems, mide la relación que tiene el sujeto con las creencias acerca de la seguridad, comodidad y eficacia de la comunicación online frente a la comunicación cara a cara. Su índice de fiabilidad es bueno ($\alpha=.82$); 2) Regulación del estado de ánimo, formada por 3 ítems, la cual informa del uso de Internet cuando es utilizado para reducir los sentimientos de angustia emocional y aislamiento. Su índice de fiabilidad es bueno ($\alpha=.86$); 3) Consecuencias negativas, formada por 3 ítems, que mide el grado en que un individuo experimenta problemas sociales, académicos, de trabajo o personales derivados de un mal uso de Internet. Su índice de fiabilidad fue también bueno ($\alpha=.83$); 4) Déficit en autorregulación, formada por 6 ítems, que incluye las subescalas de uso compulsivo de Internet ($\alpha=.87$) y preocupación o pensamientos relacionados con Internet ($\alpha=.86$). La validez de la escala es buena, ya que el coeficiente alfa de Cronbach hallado para la escala completa fue $\alpha=.91$. Para nuestro estudio, el coeficiente de alfa de Cronbach hallado para cada escala fue: factor 1 ($\alpha=.84$), factor 2 ($\alpha=.79$), factor 3 ($\alpha=.69$), factor 4 ($\alpha=.87$), factor 4.1 ($\alpha=.77$) y factor 4.2 ($\alpha=.84$). Para la escala completa fue $\alpha=.88$.

Debido a que este cuestionario mide la adicción a Internet en general, se sustituyó la palabra Internet por redes sociales para ajustarlo más al objetivo de esta investigación. Se decidió poner este cuestionario el primero para intentar evitar posibles variables contaminadoras que pudieran influir en el estudio, ya que, si se contestaban previamente los cuestionarios de apego e identidad, los sujetos podían verse influidos por el tipo de preguntas de estos cuestionarios, de forma que estas les hiciesen reflexionar y buscar una mayor deseabilidad social en las cuestiones referentes a la adicción.

Apego.

Para medir este constructo, se utilizó el *Cuestionario de apego adulto* (Melero y Cantero, 2008). Está compuesto por 40 ítems con formato tipo Likert con valores que varían de 1 (completamente en desacuerdo) hasta 6 (completamente de acuerdo). Este cuestionario está formado por 4 factores: 1) Baja autoestima, necesidad de aprobación y miedo al rechazo, compuesto por 13 ítems que evalúan la baja autoestima, la dependencia, el miedo al rechazo y la preocupación por las relaciones y problemas de inhibición conductual y emocional. Este factor explica el 14% de la varianza total, y tiene una fiabilidad alta ($\alpha=.86$); 2) Resolución hostil de conflictos, rencor y posesividad, compuesto por 11 ítems que evalúan la tendencia al rencor, el enfado, la posesividad y la hostilidad. Este factor explica el 10% de la varianza, y tiene una fiabilidad alta ($\alpha=.80$); 3) Expresión de sentimientos y comodidad con las relaciones, compuesto por 9 ítems que miden la sociabilidad, la facilidad para expresar sentimientos, las estrategias bilaterales de resolución de conflicto y la confianza a la hora de contar problemas a los demás.

Este factor explica el 9.4% de la varianza, y su fiabilidad sigue siendo buena, aunque algo menos que la de los factores anteriores ($\alpha=.77$); 4) Autosuficiencia emocional e incomodidad con la intimidad, compuesto por 7 ítems que miden la elevada necesidad de individualidad, prioridad de la autonomía frente al establecimiento de lazos afectivos y evitación del compromiso emocional. Este factor explica el 6.6% de la varianza y tiene una fiabilidad algo baja ($\alpha=.68$), aunque medianamente aceptable. Los factores 1, 2 y 4 miden aspectos teóricamente relacionados con la inseguridad afectiva, y el factor 3 se relaciona con la seguridad. Los 40 ítems explican el 40% de la varianza total. Para nuestro estudio, el coeficiente de alfa de Cronbach hallado para cada factor fue: factor 1 ($\alpha=.88$), factor 2 ($\alpha=.77$), factor 3 ($\alpha=.63$) y factor 4 ($\alpha=.73$). Para la escala total la fiabilidad fue ($\alpha=.82$)

Estadios de identidad.

Para evaluar los estadios de identidad, se usó el *Extended Version of the Objective Measure of Ego Identity Status (EOMEIS-2)*, Adams, Bennion y Huh, 1989). Para este estudio se utilizó la versión adaptada de 38 ítems (Zacarés et al., 2009). El cuestionario está compuesto por 38 ítems con formato tipo Likert con valores que van desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 6 (totalmente de acuerdo). Está formado por cuatro escalas: 1) Dimensión de logro, formada por 9 ítems, con una fiabilidad buena ($\alpha=.74$); 2) Dimensión moratoria, formada por 8 ítems y con una fiabilidad algo baja pero aceptable ($\alpha=.68$); 3) Dimensión de difusión, formada por 7 ítems, con una fiabilidad no suficientemente buena ($\alpha=.62$); 4) Dimensión de cerrazón, formada por 14 ítems y con una fiabilidad alta ($\alpha=.84$). El hecho de que se haya decidido utilizar este cuestionario a pesar de tener índices de fiabilidad bajos en algunas de las dimensiones es debido a que, por un lado, es el único cuestionario adaptado al castellano que se ha encontrado que mida los estados de la identidad según Marcia. Para nuestro estudio, el coeficiente de alfa de Cronbach hallado para cada dimensión fue: dimensión logro ($\alpha=.88$), dimensión moratoria ($\alpha=.68$), dimensión de difusión ($\alpha=.62$) y dimensión de cerrazón ($\alpha=.81$). Para la escala completa $\alpha=.63$.

Procedimiento

Se realizó la recogida de información para analizar a partir del cuestionario global que incluía los 3 instrumentos de evaluación, justo con el cuestionario demográfico y las preguntas acerca del uso de WhatsApp. Los participantes rellenaron el cuestionario a través de su teléfono móvil, Tablet u ordenador. Este cuestionario fue distribuido a través de redes sociales y WhatsApp. Se garantizó el anonimato y la confidencialidad de los resultados, y se agradeció su participación. Se marcaron todas las preguntas como obligatorias, de forma que no se quedase ninguna sin

responder. Una vez recogidos todos los resultados, se seleccionaron aquellos que habían continuado el cuestionario hasta el final, y todos los demás fueron eliminados.

Resultados

A la hora de proceder a realizar los análisis de datos, estos se llevaron a cabo con el programa SPSS. Para ello, se compararon los resultados obtenidos en los distintos cuestionarios teniendo en cuenta las hipótesis planteadas. El nivel de confianza que se decidió utilizar para todos los análisis fue siempre el mismo ($p < .05$). Previamente al resto de análisis, se procedió a averiguar si se podía tratar a los 250 sujetos de la muestra como un único grupo, ya que la muestra de hombres y mujeres estaba bastante desequilibrada. Para averiguar esto, se halló el estadístico de Levene, lo que permitía comprobar si existía igualdad de varianzas entre ambos grupos en los distintos resultados de los cuestionarios, y así, poder tratarlos como a un único grupo. Los resultados mostraron diferencias estadísticamente significativas exclusivamente para el factor 3 del cuestionario de apego, para el factor de identidad lograda y para los conglomerados de apego, con un tamaño del efecto moderado para el primer caso ($d = .56$), bajo-moderado para el segundo ($d = .33$) y bajo-moderado para el tercero ($d = .41$). Ya que en el resto de los factores no hubo diferencias significativas entre hombres y mujeres, se decidió utilizar la muestra como un único grupo.

Una vez comprobada la igualdad de varianzas entre ambos géneros, se pasó a hallar los estadísticos descriptivos de la muestra (ver Tabla 1), para averiguar cómo estaban repartidos los sujetos en los tipos de apego y los estadios de identidad. Para poder tener repartidos a los sujetos en cada uno de los tipos de apego, fue necesario realizar un análisis de conglomerados, lo que permitió separar a los sujetos según su estilo de apego.

Tabla 1

Estadísticos Descriptivos

EstIdentid	Frecuencia	Apego	Frecuencia
Lograda	43	Preocupado	76
Moratoria	35	Seguro	78
Cerrazón	32	Temeroso-Hostil	49
Difusión	44	Alejado	47
Sinclasif	96	Total	250
Total	250		

Nota: EstIdentid = Estadio de Identidad; Sinclasif = "sin clasificar"

Dado que 96 sujetos se quedaron sin clasificar debido a la corrección limitada del EOMEIS-2, se realizaron los análisis tanto con el estadio al que quedaba asignado cada sujeto como con las puntuaciones de los sujetos en cada uno de los estadios. La primera de ellas se realizó teniendo en cuenta el estadio asignado para cada sujeto, junto con las puntuaciones en los distintos factores de adicción a las redes sociales, por un lado, y de WhatsApp por otro. Para poder realizar este análisis, los sujetos fueron asignados a cinco estadios distintos de identidad: lograda, moratoria, cerrazón, difusión y "sin clasificar". Los sujetos asignados a "sin clasificar" son aquellos que no se encontraban en ninguno de los cuatro estadios anteriores, por lo que se trabajó con este grupo como un quinto grupo más. Para realizar estos análisis se utilizó la prueba estadística de ANOVA de 1 factor.

Los resultados mostraron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos en identidad moratoria y los sujetos en identidad lograda, identidad difusa y los sujetos del grupo "sin clasificar" para el factor 2 de adicción a las redes sociales ($F(4,245)=6.58, p<.001$) y la escala total de adicción a las redes sociales ($F(4,245)=7.60, p<.001$); así mismo, se encontraron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos en identidad moratoria y los sujetos del grupo "sin clasificar" para el factor 4 ($F(4,245)=5.01, p=.001$), para el factor 4.1 ($F(4,245)=4.23, p=.002$) y para el factor 4.2 ($F(4,245)=4.23, p=.002$). Por último, también se encontraron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos en moratoria y los sujetos pertenecientes al grupo "sin clasificar" para la escala total de WhatsApp ($F(4,245)=4.29, p=.002$). Para todos los pares de comparaciones, fueron siempre los sujetos en moratoria los que mostraron puntuaciones más altas en adicción. Sin embargo, estas diferencias no fueron estadísticamente significativas y por lo tanto no había grandes diferencias entre los grupos.

Por otro lado, se analizaron también las puntuaciones de los sujetos en el cuestionario de identidad sin llegar a ser asignados a ningún estadio, de manera que cuanto más alto puntuase un sujeto en un estadio, mayor es su probabilidad de pertenecer a dicho estadio, pero sin clasificarlo en ninguno en concreto. Para llevarlo a cabo, se realizaron correlaciones entre las puntuaciones de los sujetos en cada estadio de identidad y las puntuaciones en los distintos factores de adicción a las redes sociales y la puntuación de adicción en las preguntas de WhatsApp. Los resultados mostraron correlación entre las puntuaciones de los sujetos que obtuvieron valores más altos en identidad moratoria y los distintos factores de adicción a las redes sociales y WhatsApp, así como correlaciones entre las puntuaciones en la escala total de WhatsApp y todos los estadios salvo el de identidad lograda (ver Tabla 2). Sin embargo, los coeficientes de determinación de estas correlaciones fueron pequeños, lo que quiere decir que la relación existente era muy baja.

Tabla 2

Correlaciones entre las puntuaciones de los sujetos en los estadios de identidad y los factores de adicción a redes sociales y WhatsApp

VD/VI		Lograda	Moratoria	Cerrazón	Difusión
Factor 1	<i>r</i>	-.121	.177**	.131*	.051
	<i>r</i> ²		3.13%	1.72%	
Factor 2	<i>r</i>	-.046	.258**	.024	.009
	<i>r</i> ²		6.65%		
Factor 3	<i>r</i>	-.023	.261**	.040	-.015
	<i>r</i> ²		6.81%		
Factor 4	<i>r</i>	-.106	.238**	.095	.065
	<i>r</i> ²		5.66%		
Factor 4.1	<i>r</i>	-.100	.197**	.121	.091
	<i>r</i> ²		3.88%		
Factor 4.2	<i>r</i>	-.095	.236**	.061	.036
	<i>r</i> ²		5.57%		
Total escala RRSS	<i>r</i>	-.104	.305**	.097	.047
	<i>r</i> ²		9.3%		
Total escala whatsapp	<i>r</i>	-.048	.238**	.204**	.133*
	<i>r</i> ²		5.66%	4.16%	1.77%

** $p < .01$, * $p < .05$.

Con el objetivo de comprobar la relación entre el tipo de apego y la adicción a las redes sociales y WhatsApp, se realizaron también varios análisis estadísticos. Primero se pasó a comparar tanto las puntuaciones obtenidas en los distintos factores del cuestionario de adicción a las redes sociales como las obtenidas en las preguntas de adicción a WhatsApp con el tipo de apego encontrado para cada sujeto. Para ello, se llevó a cabo a través de la prueba estadística ANOVA de 1 factor.

Los resultados mostraron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos con apego temeroso-hostil y los sujetos con apego seguro, apego preocupado y apego alejado para el factor 1 de adicción a las redes sociales ($F(3,246)=13.42$, $p<.001$) y para el factor 3 ($F(3,246)=20.52$, $p<.001$); así mismo, se encontraron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos con apego temeroso-hostil y los sujetos con apego seguro y preocupado, así como diferencias entre las

puntuaciones de los sujetos con apego seguro y los sujetos con apego preocupado y alejado para el factor 2 ($F(3,246)=11.59, p<.001$), para el factor 4 ($F(3,246)=14.17, p<.001$), para el factor 4.2 ($F(3,246)=12.32, p<.001$) y escala total de WhatsApp ($F(3,246)=14.77, p<.001$). Por otro lado, se observaron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos con apego temeroso-hostil y los sujetos con apego preocupado y apego seguro, y entre las puntuaciones de los sujetos con apego seguro y los sujetos con apego alejado para el factor 4.1 ($F(3,246)=10.90, p<.001$). Por último, se observaron diferencias entre las puntuaciones de los sujetos con apego temeroso-hostil y los sujetos con apego preocupado, los sujetos con apego seguro y los sujetos con apego alejado, así como diferencias entre las puntuaciones de los sujetos con apego seguro, y los sujetos con apego preocupado y apego alejado para la escala total de adicción a las redes sociales ($F(3,246)=26.33, p<.001$). Para el caso de la escala total de adicción a las redes sociales, las diferencias fueron estadísticamente significativas, con un tamaño del efecto pequeño-moderado.

Por otro lado, se analizó también la relación entre tipo de apego a través de las puntuaciones de los sujetos en los distintos factores del cuestionario de apego, sin la asignación de cada sujeto a un estilo de apego en concreto. Esto permitió comprobar cómo cada uno de los factores por separado estaban relacionados o no con la adicción a las redes sociales y WhatsApp. Para ello, se realizaron correlaciones entre las distintas puntuaciones en los factores de apego, los factores de adicción a las redes sociales y las puntuaciones en las preguntas de adicción a WhatsApp. Los resultados mostraron correlación entre los factores 1, 2 y 4 de apego y los distintos factores de adicción a las redes sociales y WhatsApp, y para el caso del factor 3 de apego solo correlacionó con el factor 1 de adicción a las redes sociales (ver Tabla 3). Fue el caso del factor 1 de apego con la escala total de adicción a las redes sociales el que obtuvo una correlación estadísticamente significativa ($r^2 = 28.3\%$).

Tabla 3

Correlaciones entre los factores del cuestionario de apego y factores de adicción a redes sociales y WhatsApp

VD/VI		Factor 1 apego	Factor 2 apego	Factor 3 apego	Factor 4 apego
Factor 1	<i>r</i>	.382**	.218**	-.317**	.146*
	r^2	14.59%	4.75%	10.04%	2.13%
Factor 2	<i>r</i>	.425**	.270**	-.036	.177**
	r^2	18.06%	7.29%		3.13%
Factor 3	<i>r</i>	.446**	.322**	-.037	.263**
	r^2	19.89%	10.36%		6.91%
Factor 4	<i>r</i>	.400**	.335**	.012	.192**

	r^2	16%	11.22%		3.68%
Factor 4.1	r	.367**	.303**	.008	.216**
	r^2	13.47%	9.18%		4.66%
Factor 4.2	r	.368**	.311**	.014	.145*
	r^2	13.54%	9.67%		2.1%
Total escala RRSS	r	.532**	.383**	-.087	.247**
	r^2	28.3%	14.67%		6.1%
Total escala whatsapp	r	.368**	.483**	.118	.190**
	r^2	14.44%	23.33%		3.61%

** $p < .01$, * $p < .05$.

En varios de los ANOVAS de 1 factor de este estudio no se pudo asumir la homogeneidad de varianzas, pero igualmente se decidió utilizar la prueba, ya que la prueba es suficientemente robusta, de manera que, aunque no se asuman los supuestos de homogeneidad de varianzas, podemos fiarnos de ella.

Discusión

El objetivo de este estudio consistía en indagar acerca de la relación entre el tipo de apego y el estadio de identidad de cada sujeto con su posible adicción a las redes sociales y para ello se postularon cuatro hipótesis: a) los sujetos con un tipo de apego ansioso-ambivalente serán aquellos que tengan mayor predisposición a tener adicción a las redes sociales en comparación con los sujetos con apego evitativo y seguro; b) los sujetos con apego seguro tendrán un mayor uso de las redes sociales que los sujetos con apego evitativo; c) los sujetos con un estado de identidad difusa y moratoria serán aquellos que tengan mayor probabilidad de ser adictos a las redes en comparación con los sujetos en identidad lograda y en identidad de cerrazón, y d) los sujetos con estado de identidad lograda tenderán a ser menos adictos a las redes que el resto de los sujetos que se encuentren en otros estadios de identidad.

Respecto a la hipótesis a) los sujetos con un tipo de apego ansioso-ambivalente serán aquellos que tengan mayor predisposición a tener adicción a las redes sociales en comparación con los sujetos con apego evitativo y seguro, no se vio reflejada en los resultados, ya que aunque se encontraron diferencias entre las puntuaciones de adicción de los sujetos con apego ansioso-ambivalente (apego preocupado) con respecto a los sujetos con apego seguro en prácticamente todos los factores, estas diferencias no fueron estadísticamente significativas. Además, fueron los sujetos con apego temeroso-hostil -huidizo-temeroso según la clasificación de Bartholomew y

Horowitz (citado en Melero y Cantero, 2008) los que obtuvieron mayores puntuaciones de adicción con respecto al resto de los tipos de apego.

El hecho de que sean los sujetos con apego temeroso-hostil los que obtuviesen mayores puntuaciones de adicción puede deberse a que, al ser personas que tienen una imagen negativa tanto de sí mismos como de los demás, buscan las redes sociales para poder relacionarse de otro modo, buscando una compensación a sus carencias relacionales y afectivas en el cara a cara, sintiéndose a su vez posiblemente menos rechazados, y con una visión menos amenazante tanto de los demás, como de sí mismos, y siendo así capaces de hacer una presentación de ellos diferente, quizás, tal y como les gustaría ser. Esto tiene sentido si se tiene en cuenta el '*Modelo del uso compensatorio de Internet*' de Kardefelt-Winther (2014), expuesto anteriormente, junto con las posibilidades de anonimato que proporcionan estas herramientas, pudiendo realizar los sujetos una desinhibición de sí mismos a través de Internet (Eichenberg et al., 2017), y produciéndose así también no solo una compensación de sus déficits, sino también un escape de su vida real (función de evasión).

Sin embargo, en el estudio de Melero y Cantero (2008), estas autoras encontraron dificultades a la hora de clasificar a estos sujetos según las tipologías clásicas de apego, ya que los resultados que obtuvieron no coincidían tan ampliamente en relación con el estilo huidizo-temeroso del modelo de Bartholomew y Horowitz (1991). El apego temeroso-hostil se caracteriza por la hostilidad, el rencor, el enfado y la posesividad, pudiendo deberse a una ira encubierta y a conflictos no resueltos con sus figuras de apego. Por otro lado, presenta baja autoestima, necesidad de aprobación, alta auto insuficiencia emocional y miedo al rechazo. Tienen, por tanto, características de los sujetos con apego preocupado y de los sujetos con apego alejado (Melero y Cantero, 2008).

El factor 1 de apego tuvo una correlación positiva y significativa con la adicción a las redes sociales, el cual mide la baja autoestima, el miedo al rechazo y la necesidad de aprobación. Estas son características de los sujetos con apego ansioso-ambivalente (o preocupado), por lo que es importante destacar que, aunque estos sujetos no se diferenciaron significativamente en su adicción a las redes sociales del resto de sujetos, si presentan características que han resultado significativamente relacionadas con la adicción a las mismas.

Esto tendría sentido si se compara con lo encontrado en los estudios expuestos anteriormente, donde los sujetos con este tipo de apego no se sienten merecedores de atención y cariño, tienen una baja confianza en sí mismos, así como una baja satisfacción en sus relaciones sociales, por lo que tienen miedo a ser reemplazados por otros o ser excluidos (Rao y Madan, 2012; Ershad y Aghajani, 2017) y utilizan internet como forma de compensar sus déficits reales (Oldmeadow, 2013; Kardefelt-Winther, 2014; Eichenberg, 2017), pudiendo tener un uso abusivo de las redes sociales.

En lo que se refiere a la hipótesis b) los sujetos con apego seguro tendrán un mayor uso de las redes sociales que los sujetos con apego evitativo, no se vio reflejada en los resultados de la forma esperada, ya que, aun no siendo estos resultados estadísticamente significativos (tamaño del efecto muy pequeño), los sujetos con apego evitativo (apego alejado) tuvieron mayores puntuaciones de adicción a las redes sociales y WhatsApp que los sujetos con apego seguro.

Esto podría explicarse, de nuevo, debido a la función de evasión que puede ofrecer Internet ante los problemas y carencias que tienen estas personas en su vida offline, junto con la posibilidad de que, los sujetos con apego evitativo prefieran comunicarse a través de las redes sociales y WhatsApp gracias a la oportunidad que les ofrecen estas herramientas de poder controlar el tiempo y el ritmo de las interacciones que establecen, sin necesidad de que exista una proximidad física (Oldmeadow, 2013). Sin embargo, estas suposiciones son contrarias con los resultados encontrados por Monacis et al. (2017) y por este mismo autor, Oldmeadow (2013), que encontraron en los resultados de sus estudios que las personas con apego evitativo tenían un menor interés por Facebook y una menor apertura y actitudes positivas hacia las redes sociales.

En nuestro estudio, el factor 3 presentó índices bajos de fiabilidad ($\alpha=.63$), y es precisamente este factor el que permite diferenciar a los sujetos seguros y ansiosos-ambivalentes de los sujetos con apego alejado, ya que mide la capacidad de expresión emocional y la comodidad con las relaciones. Esto podría significar que quizás algunos sujetos no fueron debidamente asignados a su estilo de apego correspondiente, y que resulte más confusa la interpretación de los sujetos con apego temeroso-hostil, ya que se trata de sujetos que presentan características tanto de los alejados como de los preocupados. Por otro lado, esta clasificación a través de los clústeres parece distinta de la realizada por Oldmeadow (2013) y por Monacis et al. (2017), ya que estos autores dividieron a los sujetos en función de dos dimensiones: evitación y ansiedad. Sin embargo, en este estudio, la baja fiabilidad del factor 3 podría haber hecho que los sujetos no estuviesen bien diferenciados en cuanto a estas dos dimensiones.

Sería importante, por tanto, seguir investigando acerca de qué es lo que podría atraer a un sujeto con apego evitativo a hacer un mayor uso de las redes sociales, o, por el contrario, a rechazarlas.

Teniendo en cuenta el análisis estadístico que se realizó a través de los factores del cuestionario de apego, en lugar de con la clasificación de los clústeres, los resultados encontrados no arrojaron mucha más luz en nuestras hipótesis. Los factores 1, 2 y 4 de apego obtuvieron correlaciones con los factores de adicción a las redes sociales y WhatsApp, sin embargo, estas correlaciones tampoco fueron significativas, ya que los tamaños del efecto fueron pequeños, lo que significa que, ni aún aumentando el tamaño de la muestra se habrían obtenido correlaciones más significativas.

En relación con la hipótesis c) (los sujetos con un estado de identidad difusa y moratoria serán aquellos que tengan mayor probabilidad de ser adictos a las redes en comparación con los

sujetos en identidad lograda y en identidad de cerrazón), no se pudo ver reflejada en los resultados. Estos nos muestran que los sujetos que se encuentran en un estadio de identidad moratoria fueron aquellos que obtuvieron mayores puntuaciones de adicción a las redes sociales y WhatsApp en comparación con los sujetos que se encontraban en estadios de identidad de difusión, logro, y aquellos sujetos que no se pudieron clasificar. Sin embargo, estas diferencias no fueron lo suficientemente grandes como para ser significativas.

Estos resultados, en relación a los sujetos en fase moratoria, concuerdan con lo encontrado en la literatura por autores como Arabzadeh (2012), Ceyhan (2010), Tabaraei et al (2014), etc. Tal y como se menciona en el estudio de Ogibi (2015), las redes sociales influyen en la creación de identidad propia en los jóvenes, ofreciendo la oportunidad de fijarse en otros o experimentar con la suya propia, así como la ausencia de compromiso con dicha identidad, prediciendo así la adicción a Internet (Tabaraei et al., 2014).

Por último, la hipótesis d) planteaba que los sujetos con estado de identidad lograda tenderán a estar menos adictos a las redes que el resto de los sujetos que se encuentren en otros estadios de identidad. Teniendo en cuenta esta hipótesis, en los resultados se puede observar que, en las comparaciones de pares, los sujetos que estaban en fase de identidad lograda tenían menos puntuaciones de adicción que los sujetos que se encontraban en fase de moratoria (no siendo significativas estas diferencias); sin embargo, no se pudo comprobar en relación al resto de estadios de identidad.

Para concluir, es importante mencionar la relevancia de las relaciones encontradas en la literatura entre el estilo de apego y el estado de identidad y la adicción a las redes sociales. En un estudio llevado a cabo por Monacis et al. (2017b), los estadios de identidad explicaron entre un 21 y 30% de la varianza total de las adicciones online, mientras que los estilos de apego explicaban entre un 9 y un 14%.

Årseth, Kroger, Martinussen y Marcia (2009) llevaron a cabo un estudio para comprobar las relaciones entre el estado de identidad y el estilo de apego y la intimidad. Los resultados mostraron correlaciones débiles-moderadas entre los estilos de apego y el estado de identidad, aunque había ciertos patrones de predicción entre apego e identidad. Una proporción significativa de sujetos con apego seguro se encontraban en un estadio de identidad lograda, en comparación con los sujetos que se encontraban en estadios de identidad difusa e identidad hipotecada (Årseth, Kroger, Martinussen y Marcia, 2009).

Siendo ambos potenciales factores relacionados con el uso y abuso de Internet, sería importante esclarecer en futuras investigaciones cuánto del comportamiento adictivo pueden explicar en conjunto los estilos de apego y los estadios de identidad, y si el hecho de que un sujeto tenga un determinado estilo de apego influye en la formación o no de su identidad, y, por tanto, consecuentemente, en su posible adicción a las redes sociales y WhatsApp.

Como se ha ido comentando en algún momento a lo largo del escrito, este estudio cuenta con ciertas limitaciones. Una de ellas, quizás la más importante, es la baja fiabilidad del EOMEIS-2 (siendo baja también la hallada en nuestra muestra), junto con la corrección confusa del cuestionario. Dicha corrección, al hacerla de forma tipológica para que los sujetos quedasen clasificados en uno u otro estadio de identidad, dejaba a una gran parte de los sujetos sin clasificar (96), considerando los autores en su validación que dichos sujetos se comportarían ocasionalmente como sujetos en fase moratoria, aunque considerados como ‘moratoria de bajo perfil’. Debido a que tantos sujetos se quedan sin clasificar, es por lo que se decidió realizar dos tipos de análisis diferentes.

En relación también con los cuestionarios, el cuestionario de apego adulto de Melero y Cantero (2008) clasifica a los sujetos en tipos, teniendo en cuenta la clasificación según Bartholomew y Horowitz (1991), suponiendo una dificultad a la hora de interpretar los resultados de los sujetos con apego temeroso-hostil en relación con lo encontrado en la literatura. Es por ello por lo que se realizaron también los análisis teniendo en cuenta los factores del cuestionario de forma independiente.

Otra limitación, o quizás un dato curioso a observar, es la desproporción de la muestra en cuanto a género. Sería interesante observar, en posteriores investigaciones, si hay relación entre los estadios de identidad y el compromiso teniendo en cuenta el género, ya que fueron las mujeres las que más se comprometieron a rellenar el cuestionario.

Relacionada con la anterior limitación, es importante destacar la dificultad de seguimiento en cuanto a que las personas finalizasen el cuestionario o no, ya que, al ser un cuestionario muy largo, hubo una alta tasa de abandonos.

A pesar de las limitaciones encontradas en este estudio, es importante destacar, para el caso de la identidad, el hecho de que quizás la clasificación por estadios según Marcia pueda estar algo anticuada en la actualidad. Nos encontramos ante jóvenes con identidades más ‘líquidas’, donde las variables de compromiso y exploración quedan entremezcladas con otros factores culturales de la sociedad de hoy en día, como puede ser la no necesidad de tener las metas e ideales tan claros, o la necesidad de adaptarse al constante cambio que sufre la sociedad actual.

Sería interesante tener en cuenta, para posibles investigaciones futuras, cómo influye WhatsApp en los jóvenes de hoy en día y la importancia que tiene en los tiempos en los que vivimos, de forma que quizás fuese necesario reformular los términos de adicción. Nos encontramos con una sociedad que, ante la necesidad de socializar y las dificultades de contacto crecientes, WhatsApp y las redes sociales se presentan como única forma de mantener el contacto con los otros.

Referencias

- Ahmad, A. (2011). A short description of social networking websites and its uses. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 2(2), 124-128.
- Albero, M. (2002). Adolescentes e Internet. Mitos y realidades de la sociedad de la información. *Revista de estudios de comunicación*, 3, 55-62.
- Arabzadeh, M., Bayanati, M., Nikdel, F., Nadery, M. S., y Naimi, G. (2012). The relationship of internet addiction with loneliness and identity styles. *Journal of Science and today's world*, 2112(1), 1.
- Bernal-Ruiz, C (2017). *Uso problemático de internet e impacto negativo de whatsapp en población universitaria*. Recuperado de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/53462/1/Tesis%20Doctoral%20Cristina%20Bernal.pdf>
- Bordignon, N. A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(2), 50-63. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69520210>
- Botella, L., y Corbella, S. (2005). Neurobiología de la autorregulación afectiva, patrones de apego y compatibilidad en la relación terapeuta-paciente. *Revista de Psicoterapia*, 61(16), 77-104.
- Ceyhan, E. (2010). Predictiveness of Identity Status, Main Internet Use Purposes and Gender on University Students' the Problematic Internet Use. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(3), 1343-1355.
- Dobrowsky, D. (2012). Constructing identity on social networks. An analysis of competences of communication constituted on Facebook. com. *Central European Journal of Communication*, 5(1 (8)), 91-103.
- Eichenberg, C., Schott, M., Decker, O., y Sindelar, B. (2017). Attachment style and internet addiction: an online survey. *Journal of Medical Internet Research*, 19(5), e170 doi: 10.2196/jmir.6694.
- Eroglu, Y. (2015). Interrelationship between attachment styles and facebook addiction. *Journal of Education and Training Studies*, 4(1), 150-160.

Ershad, Z. S., y Aghajani, T. (2017). Prediction of Instagram social network addiction based on the personality, alexithymia and attachment Styles. *Sociological Studies of Youth*, 8(26), 21-34.

Feeney, J. y Noller, P (1996). *Apego adulto*. Bilbao: Desclée de Brouwer, S.A.

Fonagy, P. (2001). *Teoría del apego y psicoanálisis*. Barcelona: ESPAXS, S.A.

Gámez-Guadix, M., Orue, I., y Calvete, E. (2013). Evaluation of the cognitive-behavioral model of generalized and problematic Internet use in Spanish adolescents. *Psicothema*, 25(3), 299-306.

Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addiction Research*, 8(5), 413-418.

Instituto Nacional de Estadística (2018). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, 2018. Fecha de consulta: 4 Noviembre de 2018. Recuperado de

https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t25/p450/base_2011/a2018/10/&file=04003.px

Instituto Nacional de Estadística (2018). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, 2018. Fecha de consulta: 4 Noviembre de 2018. Recuperado de

https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t25/p450/base_2011/a2018/10/&file=04011.px

Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354.

Kim, E., Cho, I., y Kim, E. J. (2017). Structural equation model of smartphone addiction based on adult attachment theory: mediating effects of loneliness and depression. *Asian Nursing Research*, 11(2), 92-97.

Lin, J. H. (2016). Need for relatedness: a self-determination approach to examining attachment styles, Facebook use, and psychological well-being. *Asian Journal of Communication*, 26(2), 153-173.

Marwick, A. (2013). *Online identity*. En J. Hartley, J. Burgess, y A. Bruns (Eds.), *Companion to new media dynamics*, 355–364. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.

Melero, R., y Cantero, M. (2008). Los estilos afectivos en la población española: un cuestionario de evaluación del apego adulto. *Clínica y Salud*, 19(1), 83-100.

Monacis, L., De Palo, V., Griffiths, M. D., y Sinatra, M. (2017a). Social networking addiction, attachment style, and validation of the Italian version of the Bergen Social Media Addiction Scale. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 178-186.

Monacis, L., de Palo, V., Griffiths, M. D., y Sinatra, M. (2017b). Exploring individual differences in online addictions: The role of identity and attachment. *International journal of mental health and addiction*, 15(4), 853-868.

Noriega, J. A., y Medina, J. E. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicología & Sociedade*, 24(2), 272-282.

Ogibi, J. D. (2015). *Social media as a source of self-identity formation: challenges and opportunities for youth ministry* (Tesis doctoral, Stellenbosch: Stellenbosch University).

Oldmeadow, J. A., Quinn, S., y Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1142-1149.

Oswalt, A. (2010). James Marcia and self-Identity. San Diego: Mentalhelp.net. Fecha de consulta: 2 Octubre de 2018. Recuperado de <https://www.mentalhelp.net/articles/james-marcia-and-self-identity/>

Rao, G., y Madan, A. (2012). A study exploring the link between attachment styles and social networking habits of adolescents in urban Bangalore. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(1), 1-12.

Rial, A., Gómez, P., Braña, T., y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30(2), 642-655.

Rom, E., y Alfasi, Y. (2014). The role of adult attachment style in online social network affect, cognition, and behavior. *Journal of Psychology and Psychotherapy Research*, 1(1), 24-34.

Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A., y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?. *Adicciones*, 20(2).

Savci, M., y Aysan, F. (2016). The role of attachment styles, peer relations, and affections in predicting Internet addiction. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 401-432.

Tabaraei, N., Nikoogoftar, M., y Minoosepehr, S. (2014). Determination of problematic internet use: Identity styles and social skills. *IAU International Journal of Social Sciences*, 4(3), 27-34.

Tresáncoras, A. G., García-Oliva, C., y Piqueras, J. A. (2017). Relación del uso problemático de whatsapp con la personalidad y la ansiedad en adolescentes. *Health and Addictions, 17*(1), 27-36

Zacarés, J. J., Iborra, A., Tomás, J. M., y Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología, 25*(2), 316-329.