

## Tipos de Uso de Internet y Redes Sociales. Análisis de Perfiles de Usuarios

*Types of Internet Use and Social Networks. Analysis of User Profiles*

Lupano Perugini Maria Laura\*

Diaz Kuaik Iliana\*\*

Caporiccio Trillo Micaela Ailén\*\*\*

Castro Solano Alejandro\*\*\*\*

### Resumen

Se buscó identificar diferentes perfiles de usuarios considerando los usos que realizan de Internet y redes sociales, y establecer su relación con variables sociodemográficas, de personalidad y el bienestar percibido. Participaron 628 usuarios (52.5% mujeres,  $M_{\text{edad}}=40.79$ ;  $DE=14.99$ ). Se identificaron cuatro perfiles de usuarios: el grupo denominado de *baja actividad*, está compuesto por sujetos de mayor edad y se

percibe más responsable; el de *alta actividad*, está integrado por mujeres de menor edad y se percibe más extrovertido y neurótico; el *recreativo* se percibe más neurótico y con rasgos patológicos de personalidad; y el grupo *mixto*, está compuesto por varones y se percibe más responsable. Sólo el grupo con alta actividad percibe mayor bienestar personal y social.

*Palabras clave:* Internet; redes sociales; tipo de uso; perfiles; personalidad; bienestar.

---

\*Dra. en Psicología. Universidad de Palermo; Universidad de Buenos Aires; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina). Mail de contacto: mllupano@hotmail.com

\*\* Mg. en Psicodiagnóstico y Evaluación psicológica. Universidad de Palermo; Universidad de Buenos Aires. Mail de contacto: ilianadiask@gmail.com

\*\*\* Estudiante avanzada de Licenciatura en Psicología. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Mail de contacto: micatrillo5@gmail.com

\*\*\*\* Doctor en Psicología. Universidad de Palermo; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina). Mail de contacto: alejandro.castrosolano@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46553/RPSI.18.36.2022.p83-100>

Fecha de recepción: 29 de abril de 2022 - Fecha de Aceptación: 3 de octubre de 2022

### Abstract

We sought to identify different user profiles considering the uses they make of the Internet and social networks, and establish their relationship with sociodemographic variables, personality and perceived well-being. 628 users participated (52.5% women,  $M_{age} = 40.79$ ;  $SD = 14.99$ ). Four user profiles were identified: the group called *low activity*, is made up of older subjects and is perceived as more responsible; the *high-activity* group is made up of younger women and is perceived as more extroverted and neurotic; the *recreational* one is perceived as more neurotic and with pathological personality traits; and the *mixed* group, is made up of men and is perceived as more responsible. Only the group with high activity perceives greater personal and social well-being.

**Keywords:** Internet; social networks; type of use; profiles; personality; well-being.

### Tipos de Uso de Internet y Redes Sociales. Análisis de Perfiles de Usuarios

El uso de Internet ha tenido un crecimiento sostenido en las últimas décadas transformándose en una actividad imprescindible de la vida diaria (Hootsuite, 2021; INDEC, 2021; Tarullo, 2020). Gracias al desarrollo tecnológico de las computadoras personales, Internet logró trascender el intercambio de conocimiento académico y científico dando acceso en la red a la población civil (Luppicini y Cohen-Almagor, 2013). El surgimiento de los teléfonos inteligentes con conexión móvil ha facilitado su uso masivo (Gómez Navarro et al., 2018). Tal es así que en Argentina el 85.5% de la población urbana cuenta con

acceso a Internet, de los cuales el 44.6% lo realiza a través del celular (INDEC, 2021). La portabilidad de estos dispositivos ha aumentado la frecuencia con que se utiliza la red si se la compara con la realizada desde una red doméstica (Hootsuite, 2021; Mossberger et al., 2012). Esto ha permitido acortar la brecha digital existente en la población de clase media en Argentina, aunque resulta de escasa significancia para aquellos de mayor vulnerabilidad económica que presentan más dificultades para acceder a la red y/o un dispositivo móvil (Moyano, 2020).

Si bien Internet continúa teniendo un uso utilitario para la búsqueda y el intercambio de información, el surgimiento de las denominadas redes sociales ha propiciado su utilización como un medio de comunicación social e interpersonal. Estas plataformas permiten a los usuarios consumir los contenidos generados por sus contactos, producir y compartir sus propios contenidos a través de un perfil personal, interactuar con la red por medio de comentarios, y generar nuevos contactos (Ellison y Boyd, 2013). De este modo pueden diferenciarse dos usos principales de Internet, uno de ellos con fines sociales (e.g., hacer nuevos amigos), y el otro con fines utilitarios (e.g., leer noticias; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019).

Los relevamientos realizados sobre las redes sociales señalan a Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y LinkedIn como las más utilizadas (Alhabash y Ma, 2017; Auxier y Anderson, 2021; Hootsuite, 2021; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019), a las cuales se ha sumado WhatsApp, una plataforma de mensajería instantánea, que permite crear grupos de intercambio y comunicación, así como compartir estados e información personal (Auxier y Anderson,

2021; Matassi et al., 2019).

A pesar de las similitudes entre las redes sociales, algunos estudios indican que cada red social por su arquitectura y herramientas han propiciado prácticas y usos diferenciados a través de los cuales los usuarios buscan satisfacer distintas necesidades y motivaciones (Alhabash y Ma, 2017; Tarullo, 2020). Por ejemplo, Facebook ha sido utilizada principalmente para satisfacer necesidades sociales y personales, relacionadas con el mantenimiento de relaciones, la pertenencia a una comunidad virtual y el entretenimiento (Igartua y Rodríguez-de-Dios, 2016). Estudios recientes han detectado una migración de los usuarios más jóvenes a Instagram en búsqueda de satisfacer dichas necesidades, quedando Facebook relegada como una plataforma para buscar información puntual y consumir noticias y eventos locales (Anderson y Jiang, 2018). Por su parte Instagram, dada su estructura basada en la imagen, ha permitido satisfacer necesidades personales relacionadas con la autoexpresión, almacenamiento, curiosidad y evasión (Prades y Carbonell, 2016), así como también a necesidades relacionadas con la autopromoción, diversión y creatividad (Sheldon et al., 2017; Sheldon y Newman, 2019). Junto a LinkedIn se ha impuesto como una plataforma propicia para la autopromoción (Alshawaf y Wen, 2015; Tifferet y Vilnai-Yavetz, 2018) al permitir construir y compartir una imagen de sí mismo en búsqueda de atención y admiración (Hiram et al., 2015). Twitter por su parte ha sido el medio más utilizado para consumir y debatir activamente sobre noticias e información de interés personal o pública (Tarullo, 2020), lo que la ha transformado en

una herramienta poderosa de comunicación social y política (Bruns y Burgess, 2015).

Las motivaciones para utilizar Internet y redes sociales no solo han permitido comprender el comportamiento que los usuarios tienen en línea, sino también el efecto que el mismo produce en el bienestar y la salud mental de los mismos. En general se plantea que un mayor uso de Internet y redes sociales conducen a un menor bienestar porque (a) disminuye el contacto social fuera de línea y otras actividades generando insatisfacción (Lin et al., 2016); (b) propicia la comparación social ascendente impactando negativamente en la autoestima (Schmuck et al., 2019); y (c) aumenta la exposición a los comentarios negativos y aumenta el riesgo al cyberbullying (Giumetti y Kowalski, 2022; Kircaburun et al., 2019). Asimismo, se halló que la navegación pasiva produce menos efectos positivos que el uso activo de Internet y las redes sociales (Escobar-Viera et al., 2018; Verduyn et al., 2017). No obstante, existe evidencia que apoya la idea contraria, que el uso de Internet aumenta el bienestar en los usuarios principalmente porque facilita las interacciones y permiten aumentar el capital social (Abbas y Mesch, 2018; Zhai, 2021), permite la autoexpresión y autorrevelación, y expone al usuario a comentarios positivos (Castellacci y Tveito, 2018). En general el *uso activo* para gratificar aquellas necesidades de autoexpresión, creatividad, contacto interpersonal, entretenimiento y autopromoción se asocian con efectos positivos sobre el bienestar y la salud mental de quienes las usan. Mientras que el *uso pasivo* relacionado con observar la vida de los otros con fines de comparación social o para evadir los propios problemas, se asocia

con efectos negativos y perjudiciales para éstos (Allcott et al., 2020; Escobar-Viera et al., 2018; Iguartua y Rodríguez-de-Dios, 2016; Schemer et al., 2021; Verduyn et al., 2017; Vogel y Rose, 2016).

Estudios locales, enfocados en las motivaciones de uso de redes sociales, hallaron que su uso social y utilitario, para mantenerse en contacto con amigos o buscar información se encuentra asociado con emociones positivas, mientras que su uso recreativo para pasar el tiempo o buscar compañía se encuentra asociado de manera negativa con los niveles de satisfacción personal (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021). No obstante, si se considera el tamaño del efecto reportado tanto en los estudios transversales como longitudinales, el uso de Internet y las redes sociales no parece tener un impacto sustancial en el bienestar de los usuarios (Schemer et al., 2021).

Si bien estos hallazgos han permitido comprender el efecto que las motivaciones y los usos generan en los usuarios, algunos autores han recomendado considerar adicionalmente la variable temporal dado su efecto mediador entre ambas (Iguartua y Rodríguez-de-Dios, 2016). El tiempo que los usuarios dedican a navegar por Internet y utilizar redes sociales ha permitido caracterizar distintos perfiles y determinar el efecto que posee la exposición alta y baja de los usuarios en la salud mental de los mismos. En este sentido el uso problemático o adictivo de Internet se ha visto asociado con la presencia de distintos trastornos psicopatológicos (e.g., ansiedad, depresión, hostilidad, obsesiones, fobia) aumentando el riesgo de padecer un trastorno mental (Roma et al., 2019; Koronczai et al., 2019) y se ha visto asociado también

a ciertas personalidades patológicas y/o aversivas (e.g. maquiavelismo y psicopatía; Sindermann et al., 2018).

Considerando las variables antes mencionadas, la evidencia disponible señala como principales predictores de la conducta adictiva a Internet la presencia de ciertos rasgos patológicos de personalidad (e.g. afectividad negativa, desinhibición, y psicoticismo; Müller et al., 2021; Gervasi et al., 2017; Peris et al., 2020; Schimmenti et al., 2021) y/o determinados síntomas psicopatológicos (depresión y compulsiones; Koronczai et al., 2019).

Los estudios realizados en los usuarios de alta exposición considerando los rasgos normales de personalidad han reportado datos menos consistentes o contradictorios. Si bien los usuarios de alta exposición reportan mayor sintomatología general y menor satisfacción vital, consideran que el uso de las redes sociales posee un impacto positivo en sus vidas (Castro Solano y Lupano Perugini, 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2019). Dicha percepción parece explicarse por la gratificación que las redes sociales otorgan a la necesidad de pertenencia y de autoexpresión característica de ciertos rasgos de personalidad (principalmente neuroticismo, extroversión, apertura) y ciertos grupos (principalmente jóvenes y mujeres; Anderson et al., 2017; Blackwell et al., 2017; Mancinelli et al., 2019; Müller et al., 2021; Schimmenti et al., 2021).

Asimismo, al estudiarse los rasgos predominantes asociado al uso problemático de cada red social, se encontró que la extraversión se ve asociada con el uso excesivo tanto de Facebook, como de WhatsApp e Instagram, mientras que

el neuroticismo y la responsabilidad se encuentran asociados con el uso problemático sólo de Facebook (Sindermann et al., 2020). Dichos hallazgos pueden explicarse por las motivaciones y gratificaciones que otorga el uso de cada red social.

En su mayoría los estudios han utilizado como medida comparativa el tiempo de exposición a Internet, pero dada la inconsistencia hallada en algunos reportes, recientemente se ha comenzado a asociar los rasgos de personalidad con los usos y actividades específicas que se realizan en ella (Liu y Campbell, 2017; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2021). En esta línea, la extroversión, la apertura a la experiencia, la afabilidad, la jovialidad y la baja responsabilidad son rasgos que suelen estar asociados con el uso de Internet con fines sociales (mantenerse en contactos con otros) y utilitarios (buscar información; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2021; Mancinelli et al., 2019). La edad, el género y los rasgos narcisistas de personalidad se han asociado con el uso con fines de autoexpresión (Andreassen et al., 2017). Por su parte, el antagonismo, la desinhibición y la baja responsabilidad, se han asociado con una motivación de uso de redes sociales más de tipo recreativo, ya sea para pasar el tiempo como para buscar compañía (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021).

Cabe acotar que los estudios antes mencionados reportan un tamaño del efecto relativamente moderado lo que limita las inferencias realizadas y plantean la necesidad de un cúmulo mayor de evidencia sobre esta temática. El mismo podría explicarse por la complejidad del fenómeno que sugiere un

abordaje más abarcativo.

En virtud de lo expuesto, el presente trabajo se propone los siguientes objetivos: (a) Identificar perfiles de usuarios (clusters) considerando el tipo de uso que hacen de Internet y redes sociales, (b) establecer su relación con variables sociodemográficas (género y edad), de personalidad (normales y psicopatológicas) y el bienestar personal, emocional y social percibido.

## Método

### Participantes

Participaron de forma voluntaria 628 sujetos (292 hombres, 46.5% y 330 mujeres, 52.5%; 6 sujetos no consignaron género) con un promedio de edad de 40.79 años ( $DE = 14.99$ ). Se tomó como criterio de inclusión en la muestra que fueran usuarios de Internet y/o redes sociales.

En cuanto al lugar de residencia, el 20.73% ( $n = 130$ ) eran extranjeros residentes en Argentina. Del total de participantes, el 58% ( $n = 363$ ) vivían en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y el 21.54% ( $n = 135$ ) en el Conurbano Bonaerense. El resto ( $n = 130$ , 20.7%) residía en el interior del país. En relación a la ocupación, la mayoría se encontraba trabajando ( $n = 496$ , 79.7%), siendo en su mayor parte empleados ( $n = 297$ , 47.7%). En cambio, el 20.3% ( $n = 129$ ) manifestó no estar trabajando en el momento actual, estar jubilado/a o ser ama de casa.

Respecto al nivel educativo, el 53.6 % ( $n = 334$ ) refirió tener estudios universitarios o terciarios completos. De ellos, el 11.5% ( $n = 72$ ) tenía estudios de posgrado completos. Un 34% ( $n = 212$ ) presenta estudio terciarios o universitarios sin terminar. Un 9.9% ( $n = 62$ ) indicó tener

el secundario completo. El restante 2.5% ( $n = 14$ ) tenía secundario incompleto o escolaridad primaria completa.

Por último, gran parte de los participantes dijeron percibirse de un nivel socioeconómico medio ( $n = 391$ ; 62.8%) y medio-alto ( $n = 141$ ; 22.6%).

## Materiales

### *Encuesta Sobre Usos de Internet*

Como parte de un proyecto mayor se diseñó una encuesta acerca del uso que se hace de las diferentes aplicaciones de Internet y redes sociales. A los fines de este estudio solo se analizan los datos de la segunda parte. La primera parte exploraba las aplicaciones de Internet más utilizadas, agrupadas por tipo de servicio que brindaban. La segunda indagaba sobre el tipo de actividad específica realizada en Internet y redes (e.g., enviar/ leer emails, mirar publicaciones en redes sociales, publicar videos propios, publicar fotos propias, usar buscadores, leer noticias, etc.). Los participantes debían indicar en un formato de respuesta tipo Likert con 7 opciones de respuesta (1= *Nunca*; 7= *Casi todo el tiempo*) la frecuencia con que realizan esas acciones on-line. La última parte consultaba acerca de la cantidad de tiempo al día que se conectan a cada una de las plataformas o redes sociales listadas. En un estudio previo se llevó a cabo un proceso de validación de la encuesta (Lupano Perugini y Castro Solano, 2022). Se corrieron análisis factoriales exploratorios de la primera y segunda parte obteniendo índices adecuados. En el caso de la segunda parte, que es la que se emplea en este estudio, se obtuvieron tres factores, como resultado del análisis efectuado, que explicaban el

39.9% de la varianza total. El primer factor fue denominado *Uso Utilitario y recreativo* y agrupaba los ítems relacionados con utilizar buscadores, mirar videos y productos, leer noticias, chatear, hacer compras. El segundo factor se llamó *Uso Activo de redes sociales* e incluía ítems de publicar fotos y videos propios, comentar publicaciones y compartir videos y fotos. El tercer factor denominado *Uso Utilitario y Laboral* agrupaba los ítems trabajar, hacer video llamadas, enviar y leer emails, realizar transacciones bancarias. Para esta muestra se obtuvieron valores de fiabilidad adecuados (ordinal Alpha): Uso Utilitario y recreativo = .77; Uso Activo de redes sociales = .74; Uso Utilitario y Laboral = .68

### *Inventario Para Trastornos de la Personalidad Para el DSM5. Versión Abreviada Argentina (PID-5-BF)*

Se utilizó la versión breve del inventario de PID-5 de 220 ítems. El PID-5-BF (Krueger et al., 2013) consta de 25 ítems que evalúan los cinco rasgos clave de personalidad disfuncional propuestos en la Sección III del DSM-5 (American Psychiatric Association, 2013): Afectividad Negativa, Desapego, Antagonismo, Desinhibición y Psicoticismo. Los estudios realizados en población argentina (Góngora y Castro Solano, 2017) obtuvieron valores de confiabilidad satisfactoria. En cuanto a los estudios de validez realizados se pudo confirmar la estructura de 5 factores propuestos por los autores. En relación con la validez externa se obtuvo convergencia entre los rasgos patológicos y los rasgos de personalidad normal excepto para la relación Psicoticismo/Apertura a la Experiencia. Asimismo, se encontró que este inventario

podía predecir perfiles de alto riesgo para la salud (según los criterios de la OMS) y de bajo bienestar psicológico, tanto hedónico como eudaimónico (Góngora y Castro Solano, 2017). Para este estudio se consideró una puntuación global en lugar de los cinco rasgos por separado (Gomez et al., 2020). El valor de fiabilidad (ordinal Alpha) para la escala global fue de .80 para esta muestra.

***Mental Health Continuum- Short Form (MHC-SF; Keyes, 2005; Adaptación Argentina Lupano Perugini et al., 2017)***

Este instrumento de 14 ítems evalúa el grado de: (a) Bienestar emocional entendido en términos de afectos positivos y satisfacción con la vida, el bienestar hedónico; (b) Bienestar social, que incluye las facetas de aceptación, actualización, contribución social, coherencia e integración social; (c) Bienestar personal en términos de la teoría de Ryff (1989): la autonomía, control, crecimiento personal, relaciones personales, autoaceptación y propósito. Los estudios de validación de este instrumento en Argentina han confirmado la estructura factorial del instrumento y ha dado muestras de evidencia de validez convergente y consistencia interna en población adulta (Lupano Perugini et al., 2017). La fiabilidad por escala para esta muestra (ordinal alpha) fue: bienestar emocional = .80; bienestar social = .74; bienestar personal = .77.

***Big Five Inventory (BFI) (John et al., 1991; Adaptación Argentina Castro Solano y Casullo, 2001)***

Consiste en un instrumento de 44 ítems que evalúa los cinco grandes rasgos de personalidad: extraversión, agradabilidad, responsabilidad, neuroticismo y apertura

a la experiencia. La prueba es un derivado de una prueba de adjetivos de personalidad, convertidos en frases cortas para facilitar la comprensión de los elementos del test. El autor de la técnica demostró su validez y fiabilidad en grupos de población general adulta norteamericana (John et al., 1991). Esos estudios verificaron la validez concurrente con otros instrumentos reconocidos que evalúan personalidad. Estudios realizados en Argentina verificaron la validez factorial de los instrumentos para población adolescente, población adulta no consultante y población militar (Castro Solano, 2005; Castro Solano y Casullo, 2001). En todos los casos se obtuvo un modelo de cinco factores que explicaban alrededor del 50% de la variancia de las puntuaciones. Para esta muestra se obtuvieron valores de consistencia interna (Alpha ordinal) adecuados: extraversión = .76; agradabilidad = .79; responsabilidad = .82; neuroticismo = .74; apertura a la experiencia = .69.

**Procedimiento**

Los datos fueron recolectados por alumnos que se encontraban realizando una práctica de investigación en una universidad privada de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Los participantes fueron voluntarios y no recibieron retribución alguna por su colaboración. Las encuestas se administraron on-line mediante la aplicación SurveyMonkey. En la página de inicio de la encuesta se solicitaba el consentimiento del participante, se aseguraba el anonimato de los datos y su uso exclusivo para investigación. La recogida de los datos fue supervisada por un docente investigador.

Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS 24.0 y

el programa JAMOVİ a través del entorno R, Versión 4.0 (2021).

## Resultados

### Perfiles de Usuarios de Internet y Redes Sociales (Clusters)

En primer lugar y con el propósito de obtener un agrupamiento de los diferentes tipos de perfiles de usuarios de Internet, se llevó a cabo un análisis de clusters de perfiles. Se utilizó el método K-Means mediante el algoritmo de Hartigan-Wong, módulo snowCluster del software JAMOVİ. Se incluyeron las puntuaciones agregadas de los 3 factores de tipos de uso de Internet. La mejor solución obtenida fue la de 4 agrupaciones (Ver Tabla 1). Dado que se trabajó con puntuaciones estandarizadas se consideraron puntuaciones altas a las puntuaciones iguales o mayores a 0.50 y bajas a las menores a -0.50. Los valores comprendidos entre esas puntuaciones se consideraron puntuaciones medias.

El clúster 1 se lo denominó *Usuario Recreativo* ( $n = 145$ ; 23.1%) tenía puntuaciones bajas en el uso utilitario laboral

y puntuaciones medias en los otros dos tipos de uso. Se trataba de un tipo de usuario que utilizaba Internet con fines recreativos, sociales y utilitarios, pero no lo utilizaba para trabajar. Estaba integrado mayormente por mujeres (59%,  $n = 85$ ). Era el grupo más joven, tenía en promedio 34.78 años ( $DE = 14.69$ ).

El clúster 2 se denominó *Usuario de baja actividad* ( $n = 160$ ; 25,5%) se trataba de un grupo que tenía bajas puntuaciones en los tres tipos de uso, podríamos decir que era un grupo que utilizaba poco Internet y sus aplicaciones. Era el grupo de más edad, tenía en promedio 48.86 años ( $DE = 15.85$ ), estaba integrado mayormente por mujeres (57%,  $n = 91$ ).

El clúster 3, se lo denominó *Usuario mixto* ( $n = 251$ ; 40%) tenía puntuaciones altas en el uso utilitario laboral y puntuaciones medias en los otros tipos de uso. Se trata del tipo de usuario más frecuente, que utiliza Internet para cuestiones laborales y utilitarias y en segundo lugar para actividades recreativas y sociales. Tenía una edad promedio de 40.60 años ( $DE = 12.58$ ).

**Tabla 1**

*Puntuaciones Estandarizadas de los Usos de Internet Para Cada Agrupación (N=628)*

Clusters	Puntuaciones estandarizadas (N=628)		
	Uso Utilitario/ Recreativo	Uso Activo Redes Sociales	Uso Utilitario/ Laboral
Usuario Recreativo	0.19	0.19	-0.98
Usuario de baja actividad	-1.25	-0.64	-0.62
Usuario mixto	0.41	0.24	0.72
Usuario de alta actividad	0.97	1.88	0.81

Estaba integrado en su mayoría por varones (65.40%,  $n = 138$ ).

El clúster 4 se lo denominó *Usuario de alta actividad* ( $n = 72$ ; 11.5%), se trataba de un grupo que tenía las más altas puntuaciones en los tres tipos de usos comparados con las otras agrupaciones. El tipo de uso más alto era el uso activo de redes sociales. Era el grupo minoritario. Este grupo tenía en promedio 35.59 años ( $DE = 13.41$ ), siendo una de los conglomerados de menor edad. Estaba integrado en su mayoría por mujeres (60.56%,  $n = 43$ ).

#### **Diferencias Individuales en los Conglomerados Según Variables Sociodemográficas, de Personalidad (Normales y Patológicas) y Tipos de Bienestar**

En cuanto a variables sociodemográficas, en las cuatro agrupaciones estudiadas se encontraron diferencias estadísticamente significativas según género y edad,  $\chi^2(3, N = 624) = 12.16, p = .007$  y  $F(3, 624) = 29.63, ns$ , respectivamente. El cluster de usuarios mixtos estaba integrado en su mayoría por varones y las otras tres agrupaciones mayoritariamente por mujeres. Los usuarios de baja actividad y usuarios mixtos eran los de más edad (Tukey-b,  $p < .01$ ), comparados con las otras dos agrupaciones.

En relación a las variables de personalidad se encontraron diferencias estadísticamente significativas para las cuatro agrupaciones con Wilks' Lambda = .89,  $F(15, 628) = 4.67, p < .001, \eta^2 = .03$ . Seguidamente se calcularon los contrastes univariados. Cuatro de los cinco rasgos de personalidad permitían establecer diferencias individuales entre las cuatro agrupaciones. Se encontraron diferencias

entre los grupos para el rasgo extraversión,  $F(3, 624) = 8.42, p < .001, \eta^2 = .03$ ; agradabilidad,  $F(3, 624) = 3.51, p < .01, \eta^2 = .03$ ; responsabilidad,  $F(3, 624) = 8.80, p < .001, \eta^2 = .04$ ; y neuroticismo,  $F(3, 624) = 3.43, p < .02, \eta^2 = .01$ . Los análisis post-hoc (Tukey-b,  $p < .05$ ) demostraron que el rasgo extroversión diferenciaba al cluster de usuarios de alta actividad, respecto de las otras tres agrupaciones, teniendo esta agrupación las puntuaciones más altas. El rasgo responsabilidad diferenciaba las agrupaciones de baja actividad y usuarios mixtos respecto de las demás agrupaciones, teniendo estos grupos los valores más altos en este rasgo. El rasgo neuroticismo diferenciaba a las agrupaciones de alta actividad y usuarios recreativos respecto de las otras dos agrupaciones, teniendo estos grupos las puntuaciones más altas en este rasgo.

En cuanto a los rasgos psicopatológicos de la personalidad, se encontraron diferencias entre las cuatro agrupaciones,  $F(3, 624) = 10.64, p < .001$ . La agrupación de usuarios recreativos eran los que tenían las puntuaciones más altas, comparados con las otras tres agrupaciones (Tukey-b,  $p < .01$ ).

Finalmente, en relación a los tipos de bienestar no se encontraron diferencias significativas para el bienestar emocional,  $F(3, 624) = 2.39, p = .067$ . Se encontraron diferencias entre las agrupaciones para el bienestar personal  $F(3, 624) = 3.51, p = .015$ , y social,  $F(3, 624) = 5.97, p = .001$ , teniendo los usuarios de alta actividad las puntuaciones más altas en estos dos tipos de bienestar comparados con los otros tres grupos (Tukey-b,  $p < .01$ ).

### Discusión

El presente estudio buscó identificar perfiles de usuarios considerando los usos que realizan de Internet y redes sociales y, además, establecer su relación con variables sociodemográficas, de personalidad y el bienestar percibido. Si bien existen antecedentes sobre esta temática en países europeos y asiáticos, su estudio local es incipiente y requiere de mayor profundización. Por otro lado, la evidencia acumulada en estas décadas posee ciertas inconsistencias y contradicciones que requieren ser atendidas. El tamaño del efecto hallado en las distintas investigaciones ha limitado las inferencias realizadas.

A partir de los diferentes hallazgos locales se puede concluir que las personas utilizan Internet y redes sociales para usos distintos (Lupano Perugini y Castro Solano, 2019, 2022), diferenciándose, principalmente, un uso utilitario con fines recreativos y otro con fines laborales. De hecho, el uso recreativo implica actividades como mirar videos, utilizar buscadores, mirar productos, leer noticias, hacer compras y chatear; mientras que su uso laboral involucra actividades como trabajar, enviar y leer email, realizar transacciones bancarias y hacer video-llamadas. Por otro lado, el uso activo de redes sociales consiste en actividades como publicar fotos y videos, comentar publicaciones y compartir videos y fotos. Si bien en la presente investigación se describe de forma global todas las actividades que los usuarios realizan en Internet, aquellos estudios que discriminaron entre tipos de plataformas proponen usos comparables a los aquí hallados (Alhabash y Ma, 2017; Tarullo, 2020).

De acuerdo a los análisis efectuados con los datos de la muestra de este estudio, se pudieron determinar distintos perfiles de usuarios que presentan características sociodemográficas diferenciales y realizan determinados usos de Internet y redes sociales que los caracterizan. El grupo de usuarios con baja actividad de Internet estaba compuesto por aquellos sujetos de mayor edad y en su mayoría mujeres. El grupo de alta actividad de Internet también lo integraban en su mayoría mujeres, pero en este caso, se trataba de sujetos de menor edad que utilizaban Internet principalmente para un uso activo de redes sociales. Del mismo modo, el grupo con un uso recreativo estaba integrado en su mayoría por mujeres y tenían un promedio de edad menor. Por último, el grupo con un *uso* mixto de Internet estaba integrado por varones que recurren a la red principalmente para cuestiones laborales y, secundariamente, para actividades recreativas y sociales. Estos hallazgos son congruentes con estudios realizados en otros países que señalan a las mujeres y a los adultos más jóvenes como los grupos que utilizan con mayor frecuencia Internet y redes principalmente con fines de interacción social (Anderson y Jiang, 2018; Blackwell et al., 2017; Mancinelli et al., 2019; Müller et al., 2021; Schimmenti et al., 2021).

Además, se analizaron los perfiles de usuarios en relación con variables psicológicas de personalidad. A partir de los resultados se puede concluir que aquellos grupos que presentaban baja actividad y un uso mixto de Internet se perciben como más responsables, el que presenta alta actividad se autodescribe como más extrovertido y neurótico, y el que hace un uso recreativo se percibe con un mayor nivel de neuroticismo

y rasgos psicopatológicos de personalidad. Sería interesante analizar, en futuros estudios, si este último grupo de usuarios presenta un uso problemático de Internet (PIU) ya que investigaciones previas han dado cuenta que los rasgos disfuncionales de personalidad suelen estar asociados a este tipo de uso que implica, no solo un uso excesivo, sino también una preferencia por realizar muchas actividades en Internet a pesar de que eso provoque consecuencias negativas (Caplan, 2010; Müller et al., 2021; Gervasi et al., 2017; Peris et al., 2020; Schimmenti et al., 2021).

En líneas generales, los resultados aquí obtenidos son congruentes con los antecedentes locales e internacionales que señalan a la extraversión, neuroticismo, y la baja responsabilidad como rasgos asociados a un uso más intensivo de Internet y redes sociales (Liu y Campbell, 2017; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2021; Mancinelli et al., 2019).

No obstante, se hallaron algunas diferencias. En este estudio los rasgos psicopatológicos no fueron asociados con un elevado uso de Internet como lo indicaron estudios previos (Müller et al., 2021; Gervasi et al., 2017; Peris et al., 2020; Schimmenti et al., 2021) sino con el cluster de usuarios recreativos que mostraban preferencia por realizar actividades online que no incluyen tareas laborales y que era el grupo de menor edad. Por otro lado, la extroversión no fue asociada con un uso social tal como fue reportada en los antecedentes (Liu y Campbell, 2017; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2021; Mancinelli et al., 2019), sino más bien con un uso intenso. Cabe aclarar, como fuera descrito en la Introducción,

que en los últimos años se reportó un aumento en la cantidad de horas que la gente emplea navegando en Internet, dato que se vio incrementado como resultado del atravesamiento de la pandemia por COVID 19 que obligó de manera intempestiva al uso masivo de dispositivos tecnológicos (Wong et al., 2021). Razón por la cual, el cluster que ha mostrado un uso intenso no implica que dicho uso presente una connotación excesiva o adictiva como suelen reflejar gran parte de los antecedentes.

Finalmente, al analizar el bienestar percibido en los diferentes clusters, se puede concluir que el grupo con alta actividad de Internet es el que posee mayor bienestar personal y social. Este hallazgo podría explicarse por la gratificación a las necesidades de pertenencia y autoexpresión que encuentran los usuarios al hacer un uso intensivo de Internet y redes sociales (Escobar-Viera et al., 2018; Verduyn et al., 2017) al facilitar las interacciones y aumentar el capital social (Abbas y Mesch, 2018; Zhai, 2021). Podría indicar que estos usuarios buscan en estos sitios algún tipo de integración social que es más fácil de obtener que en los contactos cara a cara (Valkenburg y Peter, 2011). En este sentido, cabe aclarar que los estudios transversales y longitudinales mencionados como antecedentes no han podido determinar fehacientemente el efecto que Internet posee en el bienestar de los usuarios ofreciendo evidencia contradictoria y contrapuesta (Schemer et al., 2021).

### **Conclusión**

A partir de los hallazgos obtenidos se pudo cumplir con los objetivos propuestos dando cuenta de perfiles diferenciales de usuarios.

Los resultados arrojados en la presente muestra presentan similitudes y diferencias con los antecedentes mencionados en la Introducción, aunque, en líneas generales, se encuentran en consonancia con la mayor parte de los estudios que muestran que los rasgos de extraversión, neuroticismo, y baja responsabilidad suelen asociarse al uso intensivo de Internet y redes sociales.

### **Limitaciones y Futuras Líneas de Trabajo**

Por un lado, una limitación del presente estudio se relaciona con que se han empleado medidas de autoinforme, cuyas respuestas pueden estar influidas por una tendencia a responder de una forma socialmente deseable y afectar la validez de los datos y las inferencias de los resultados aquí arrojados. Además, estos hallazgos deben replicarse con otras muestras a fin de garantizar una mayor generalización.

Por otro lado, se debe considerar que en este estudio se analizaron diferentes usos que hacen los usuarios de Internet y redes sociales sin especificar el tipo de plataformas, sitios web o redes sociales utilizadas. Las últimas investigaciones sugieren realizar un análisis cada vez más específico dado que

el tipo de actividad que se pueda realizar en cada uno de esos entornos puede generar efectos diferenciales en ciertos perfiles de usuarios. Este aspecto deberá ser tenido en cuenta para futuros estudios.

Por último, próximas investigaciones podrían analizar si existe algún tipo de asociación entre las formas de uso que se hace de Internet, identificados a nivel local, con un uso de tipo problemático (PIU) por un lado (Caplan, 2010) y un uso saludable (Lin et al., 2018) por el otro, a fin de profundizar en el análisis de perfiles de usuarios.

### **Financiamiento**

El presente proyecto fue realizado mediante los subsidios PIP CONICET 11220150100381CO "Hacia una aproximación émica de la psicología positiva. Los rasgos positivos como predictores del funcionamiento óptimo"; y con subsidio UBACyT, 20020190100045BA "Perfil psicológico del usuario de Internet y de las redes sociales. Análisis de las características de personalidad positivas y negativas desde un enfoque psicológico y variables psicológicas mediadoras.

### **Referencias**

- Abbas, R., y Mesch, G. (2018). Do rich teens get richer? Facebook use and the link between offline and online social capital among Palestinian youth in Israel. *Information, Communication & Society*, 21(1), 63-79. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1261168>
- Alhabash, S., y Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?. *Social media+ society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., y

- Gentzkow, M. (2020). The welfare effects of social media. *American Economic Review*, 110(3), 629-76. <https://doi.org/10.1257/aer.20190658>
- Alshawaf, E., y Wen, L. (2015, July). Understanding digital reputation on Instagram: A case study of social media mavens. En *Proceedings of the 2nd European conference on social media ECSM* (pp. 19-27).
- Anderson, E. L., Steen, E., y Stavropoulos, V. (2017). Internet use and problematic internet use: A systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International Journal of adolescence and youth*, 22(4), 430-454. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>
- Anderson, M., y Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31, 1673-1689.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., y Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5a ed). American Psychiatric Publishing. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Auxier, B., y Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1, 1-4.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., y Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bruns, A., y Burgess, J. (2015) Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In Rambukkana, N (Ed.) *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks* (pp. 13-27). United States of America: Peter Lang Publishing.
- Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26, 1089-1097. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012>
- Castellacci, F., y Tveito, V. (2018). Internet use and well-being: A survey and a theoretical framework. *Research policy*, 47(1), 308-325. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.11.007>
- Castro Solano, A. (2005). *Técnicas de evaluación psicológica para ámbitos militares*. Buenos Aires. Argentina: Paidós.
- Castro Solano, A., y Casullo, M.M. (2001). Rasgos de personalidad, bienestar psicológico y rendimiento académico en adolescentes argentinos. *Interdisciplinaria*, 18(1), 65-85.
- Castro Solano, A., y Lupano Perugini, M. L. (2019). Perfiles Diferenciales de Usuarios de Internet, Factores de Personalidad, Rasgos Positivos,

- Síntomas Psicopatológicos y Satisfacción con la Vida. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 4(53), 79-90. <https://doi.org/10.21865/ridep53.4.06>
- Ellison, N. B., y Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In W.H. Dutton (Ed.) *The Oxford handbook of internet studies*, (pp.151-172). Oxford: Oxford University Press
- Escobar-Viera, C. G., Shensa, A., Bowman, N. D., Sidani, J. E., Knight, J., James, A. E., y Primack, B. A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 437-443. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0668>
- Gervasi, A. M., La Marca, L., Lombardo, E., Mannino, G., Iacolino, C., y Schimmenti, A. (2017). Maladaptive personality traits and internet addiction symptoms among young adults: a study based on the alternative DSM-5 model for personality disorders. *Clinical neuropsychiatry*, 14, 20-28.
- Giumetti, G. W., y Kowalski, R. M. (2022). Cyberbullying via Social Media and Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, e101314. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>
- Gomez, R., Watson, S., y Stavropoulos, V. (2020). Personality inventory for DSM-5, Brief Form: Factor structure, reliability, and coefficient of congruence. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment*, 11(1), 69-77. <https://doi.org/10.1037/per0000364>
- Gómez Navarro, D. A., Alvarado López, R. A., Martínez Domínguez, M., y Díaz de León Castañeda, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 6(16), 47-62. <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611>
- Góngora, V. C., y Castro Solano, A. (2017). Pathological personality traits (DSM-5), risk factors, and mental health. *Sage Open*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/2158244017725129>
- Hiram, T., Winnie, W.P., Cyril, D.R., y Sally, L.Y. (2015). Beliefs about the use of Instagram: An exploratory study. *International Journal of business and innovation*, 2(2), 15-31.
- Hootsuite (2021). *Digital 2021 Argentina*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-argentina>
- Igartua, J. J., y Rodríguez-de-Dios, I. (2016). Correlatos motivacionales del uso y la satisfacción con Facebook en jóvenes españoles. *Cuadernos. Info*, 38, 107-119. <https://doi.org/10.7764/cdi.38.848>
- INDEC (2021). *Informes técnicos. Accesos a internet Segundo trimestre 2021. Vol. 5, n° 163*. [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet\\_09\\_21B4D0CFBB3E.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet_09_21B4D0CFBB3E.pdf)
- John, O. P., Donahue, E. M., y Kentle, R. L. (1991). *The Big Five Inventory--Versions 4a and 54*. Berkeley, CA: University of California.

- Keyes, C. L. M. (2005). Mental illness and/or mental health? Investigating axioms of the complete state model of health. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 73*, 539–548. <https://doi.org/10.1037/0022-006x.73.3.539>
- Kırcaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., y Çolak, T. S. (2019). Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use, and psychosocial factors. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*(4), 891-908. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8>
- Koronczai, B., Kökönyei, G., Griffiths, M. D., y Demetrovics, Z. (2019). The relationship between personality traits, psychopathological symptoms, and problematic internet use: A complex mediation model. *Journal of medical Internet research, 21*(4), e11837. <https://doi.org/10.2196/11837>
- Krueger, R. F., Derringer, J., Markon, K. E., Watson, D., y Skodol, A. E. (2013). *The Personality Inventory for DSM-5—Brief Form (PID-5-BF)—Adult*. Massachusetts: American Psychiatric Association
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., y Primack, B. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety, 33*, 323–331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Lin, X., Su, W., y Potenza, M. N. (2018). Development of an Online and Offline Integration Hypothesis for Healthy Internet Use: Theory and Preliminary Evidence. *Frontiers in Psychology, 9*, 492. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00492>
- Liu, D., y Campbell, W. K. (2017). The Big Five personality traits, Big Two metatraits and social media: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality, 70*, 229-240. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.08.004>
- Lupano Perugini, M. L., y Castro Solano, A. (2019). Características psicológicas diferenciales entre usuarios de redes sociales de alta exposición vs. no usuarios. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina, 65*(1), 5-16.
- Lupano Perugini, M. L., y Castro Solano, A. (2021). Normal and maladaptive personality traits as predictors of motives for social media use and its effects on well-being. *Psychological Reports, 124*(3), 1070-1092. <https://doi.org/10.1177/0033294120922495>
- Lupano Perugini, M. L., y Castro Solano, A. (2022). Preferencia en la Utilización de Plataformas y Diferentes Usos de Internet. El Rol Moderador de los Rasgos Psicopatológicos de Personalidad en la Relación con el Bienestar Percibido. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica, 64*(3),

- 141-151. <https://doi.org/10.21865/RIDEP64.3.11>
- Lupano Perugini, M. L., de la Iglesia, G., Castro Solano, A., y Keyes, C. (2017). The Mental Health Continuum–Short Form (MHC–SF) in the Argentinean Context: Confirmatory Factor Analysis and Measurement Invariance. *Europe's Journal of Psychology*, 13(1), 93–108. <https://doi.org/10.5964/ejop.v13i1.1163>
- Luppicini, R. y Cohen-Almagor, R. (2013). *Internet history*. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-2931-8.ch002>
- Mancinelli, E., Bassi, G., y Salcuni, S. (2019). Predisposing and motivational factors related to social network sites use: Systematic review. *JMIR formative research*, 3(2), e12248. <https://doi.org/10.2196/12248>
- Matassi, M., Boczkowski, P. J., y Mitchelstein, E. (2019). Domesticating WhatsApp: Family, friends, work, and study in everyday communication. *New media & society*, 21(10), 2183-2200. <https://doi.org/10.1177/1461444819841890>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., y Hamilton, A. (2012). Measuring digital citizenship: Mobile access and broadband. *International Journal of Communication*, 6, 2492-2528.
- Moyano, R. (2020). Brecha social y brecha digital. Pobreza, clima educativo del hogar e inclusión digital en la población urbana de Argentina. *Signo y Pensamiento*, 39(77). <https://doi.org/10.11144/javeriana.syp39-76.bsbd>
- Müller, K. W., Werthmann, J., Beutel, M. E., Wölfling, K., y Egloff, B. (2021). Maladaptive personality traits and their interaction with outcome expectancies in gaming disorder and internet-related disorders. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 3967. <https://doi.org/10.3390/ijerph18083967>
- Peris, M., de la Barrera, U., Schoeps, K., y Montoya-Castilla, I. (2020). Psychological risk factors that predict social networking and internet addiction in adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 17(12), 4598. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124598>
- Prades, M. y Carbonell, X. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication Papers*, 5(09), 27-36.
- Roma, P., Ricci, F., Kotzalidis, G. D., Guidarelli, B., Pancheri, C., Mazza, C., Cinti, M. E., Burla, F., y Ferracuti, S. (2019). Psychopathology and personality in problematic internet users. *Rivista di Psichiatria*, 54(1), 24-30.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Sheldon, P., y Newman, M. (2019). Instagram and American teens: understanding

- motives for its use and relationship to excessive reassurance-seeking and interpersonal rejection. *The Journal of Social Media in Society*, 8(1), 1-16.
- Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Antony, M. G., y Car, S. (2017). A cross-cultural comparison of Croatian and American social network sites: Exploring cultural differences in motives for Instagram use. *Computers in human behavior*, 75, 643-651. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.009>
- Schemer, C., Masur, P. K., Geiß, S., Müller, P., y Schäfer, S. (2021). The impact of internet and social media use on well-being: A longitudinal analysis of adolescents across nine years. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(1), 1-21. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa014>
- Schimmenti, A., Musetti, A., Costanzo, A., Terrone, G., Maganuco, N. R., Aglieri Rinella, C., y Gervasi, A. M. (2021). The unfabulous four: Maladaptive personality functioning, insecure attachment, dissociative experiences, and problematic internet use among young adults. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(2), 447-461. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00079-0>
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J., y Stevic, A. (2019). "Looking Up and Feeling Down". The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users. *Telematics and informatics*, 42, 101240. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240>
- Sindermann, C., Elhai, J. D., y Montag, C. (2020). Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality, impulsivity, and social anxiety. *Psychiatry Research*, 285, e112793. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112793>
- Sindermann, C., Sariyska, R., Lachmann, B., Brand, M., y Montag, C. (2018). Associations between the dark triad of personality and unspecified/specific forms of Internet-use disorder. *Journal of behavioral addictions*, 7(4), 985-992. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.114>
- Tarullo, R. (2020). Why young adults are on social media? An analysis of their motivations based on uses and gratifications theory. *Prisma Social*, 29(2), 223-239.
- Tifferet, S., y Vilnai-Yavetz, I. (2018). Self-presentation in LinkedIn portraits: common features, gender, and occupational differences. *Computers in Human Behavior*, 80, 33-48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.013>
- Valkenburg, P. M., y Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., y Kross, E. (2017). Do

- social network sites enhance or undermine subjective well-being? *A critical review*, 11(1), 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>.
- Vogel, E. A., y Rose, J. P. (2016). Self-reflection and interpersonal connection: Making the most of self-presentation on social media. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 294. <https://doi.org/10.1037/tps0000076>
- Wong, A., Ho, S., Olusanya, O., Antonini, M. V., y Lyness, D. (2021). The use of social media and online communications in times of pandemic COVID-19. *Journal of the Intensive Care Society*, 22(3), 255-260. <https://doi.org/10.1177/1751143720966280>
- Zhai, Y. (2021). The role of online social capital in the relationship between Internet use and self-worth. *Current Psychology*, 40(5), 2073-2082. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-0149-z>