

LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES EN UNA MUESTRA DE EMPLEADOS DE VARIAS ORGANIZACIONES DEL SURESTE DE PUERTO RICO

*Addiction to social networks considering sample of employees of
several organizations of southeastern, Puerto Rico*

Ilia C. Rosario Nieves* y Elsie Ruiz Santana**
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue auscultar si los empleados de las organizaciones utilizan las redes sociales, están adictos a la tecnología y el uso que realizan en la internet durante su horario de trabajo. Se utilizó una metodología cuantitativa con un enfoque descriptivo transversal. Para medir la adicción a las redes sociales se utilizó el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) de Miguel Escurra Mayaute y Edwin Salas Blas (2014). Se administraron 100 cuestionarios. De los datos socio demográficos se destacan los siguiente: 54 % corresponden a la organización pública, el 63 % de los participantes fueron féminas, el 96 % de los participantes se conecta a través del celular, mientras el 70 % lo hace a través de la computadora. De forma similar, los participantes indicaron conectarse en el hogar y en el trabajo. En relación con las redes sociales que más utilizan los participantes fue Facebook con 40 %. Los resultados revelaron que existen diferencias estadísticamente significativas por género ($F = 5.34, p = .023$), por cantidad de tiempo que están conectados ($F = 4.80, p = .002$) y la adicción a las redes sociales. Los resultados de nuestra investigación coinciden con la revisión de literatura en relación con las particularidades del uso de las redes sociales en el ambiente laboral.

Palabras clave: Adicción redes sociales, trabajadores

Abstract

The main objective of the research was to auscultate if the employees of companies use social network, if they have an addiction to technology, and how they use the internet during their working hours using a quantitative methodology with a Cross-sectional and descriptive approach. In order to measure the addiction to social networks, the instrument used was the Social Network Addiction Questionnaire (ARS) designed by Miguel Escurra Mayaute and Edwin Salas Blas (2014). 100 questionnaires were administrated. Of the socio-demographic data collected, the following stood out: 54% correspond to the public organization, 63% of the participants were female, and 96% of the participants use their cell phone to connect to social networks, while 70% do so through the computer. In a similar way, participants indicated to connect to social networks at their homes and at work. Regarding which social network Facebook is the most used, obtained the most percentage with 40%. The results revealed that there are statically significant differences by gender ($F=5.34, p=.023$), by amount of time they are connected ($F=4.80, p=.002$) and addiction to social networks. The results of our research matches with the literature reviewed in what regards to the particularities of the use of social networks in the work environment.

Keywords: Social networks addiction, workers.

* Psicóloga. Docente Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico. iliarosario@gmail.com

** Contadora y Administradora Pública. Docente Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico.

INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento de la post industrialización hasta el momento presente, la tecnología ha predominado en el campo del trabajo y no ha cesado de evolucionar. Esto lleva consigo una serie de implicaciones tanto positivas como negativas. Hace una década atrás, la tecnología y las redes sociales no se consideraban una herramienta esencial en el lugar del trabajo, puesto que estaba emergiendo. Al presente, muchos lugares de trabajo están adaptando nuevas políticas en cuanto al uso de la tecnología y las redes sociales como parte de su estrategia organizacional.

Sin embargo, en muchas organizaciones esto resulta un área gris debido a la cultura que practican y la naturaleza del trabajo. Por otra parte, las organizaciones que se están adaptando al cambio según la tecnología continúa emergiendo. Por lo que, las consecuencias pueden ser favorables tanto para la organización como para sus empleados. Una nueva era está surgiendo, la tecnología y las redes sociales están redefiniendo la naturaleza del trabajo, proveyendo la posibilidad de crear lugares de trabajo flexibles y colaborativos.

Por esta razón, la importancia de manejar el capital humano estratégicamente es esencial en esta nueva era. La era tecnológica. De manera que, si las organizaciones logran manejar su capital humano y adaptarse continuamente a los cambios; el desempeño, la satisfacción laboral, la cultura y el clima organizacional pueden reflejar resultados positivos.

Es importante resaltar, que la tecnología y el uso de las redes sociales son dos vertientes que están relacionadas entre sí, pero su uso y propósito son diferentes. En este caso, se enfatizará el uso de las redes sociales como herramienta en el lugar de trabajo. En el presente, muchas organizaciones y empleados perciben que el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo puede tener efectos negativos.

Nuevas investigaciones evidencian que las redes sociales, por el contrario, si tienen un efecto positivo en los empleados dado que encuentran un balance en su vida personal y su trabajo. Desde esta perspectiva, los empleados perciben flexibilidad al poder tener acceso a las redes sociales en su trabajo y de igual manera, es una estrategia organizacional para ofrecer

apoyo y flexibilidad en este aspecto. De acuerdo con esto, surgen las interrogantes sobre el uso intenso de las redes sociales en el lugar de trabajo y como podría afectar el desempeño laboral y, por el contrario, si hay alguna relación entre el uso de las redes sociales y la satisfacción laboral.

Son muchos los factores que influyen en el desempeño, la satisfacción laboral, la motivación y el apoyo organizacional percibido. Con el surgimiento de las redes sociales y su fácil acceso puede percibirse como una distracción, factor influyente en el desempeño laboral. Pero por otra parte puede ser percibido como una manera de mantener un balance entre lo profesional y las dimensiones personales (Gibson, Hardy y Buckley, 2014). De igual forma, según señala Igarza (2009), los tiempos de descanso en el trabajo y el uso de las redes sociales puede ayudar a balancear el estrés y lograr una mayor productividad y, asimismo, descansar y poder lograr un lapso de atención y concentración mucho más extendido.

Por otro lado, el uso continuo de los celulares y redes sociales en horas laborables puede afectar la productividad y poner el peligro información confidencial de la organización. Asimismo, la organización corre un riesgo inevitablemente al permitir el uso de las redes sociales ya que existe la posibilidad de que se filtre información confidencial de la organización. Sin embargo, se ha encontrado que el uso moderado de las redes sociales puede resultar beneficioso y útil dado a que puede crear una relación positiva entre los empleados y el desempeño laboral (Rodríguez, Madero y Valerio, 2018). Estos autores sostienen que, empleados que presenten un buen desempeño laboral el uso de dichas herramientas puede ser positivo. Mientras que, los empleados que ya presenten patrones de pobre desempeño laboral el uso de las redes sociales puede ser un factor influyente para la distracción y pérdida de tiempo. Finalmente, Rodríguez, Madero y Valerio (2018), señalaron que el uso del internet para propósitos personales en el lugar de trabajo puede ser beneficioso para el empleado ya que puede reducir el estrés y asimismo incrementar la creatividad al tomar descanso entre tareas y actividades laborales.

Este fenómeno de los estudios enfocados en el uso de las redes sociales para el uso personal en el lugar de

trabajo es reciente. Puesto, que en esta última década las redes sociales han estado en pleno crecimiento y su uso ha incrementado significativamente en los últimos años debido a su fácil acceso. Al 2018, la evidencia científica indica que el uso de las redes sociales es beneficioso por diferentes factores. Sin embargo, las políticas de uso de los celulares y el internet para entretenimiento aún no están muy definidas.

En cuanto, la relación entre el uso del internet y las redes sociales con la satisfacción laboral y el desempeño la evidencia científica sustenta que la relación es positiva ya que reduce el estrés y aumenta la creatividad en los empleados al tomar tiempos de descanso. Sin duda alguna, la tecnología y la innovación están formando una parte esencial en el mundo laboral por diversas razones.

Por otra parte, Naveenraj y Reeves (2017), en un estudio exploratorio donde los autores evaluaron como el “Social Networking Services (SNS)” en el lugar de trabajo puede beneficiar o afectar a los empleados y a la organización. Dentro de los hallazgos más relevantes encontraron que, los “millennials” no pueden estar sin las redes sociales y/o tecnología. Entienden que el “social networking” puede ser beneficioso para la organización y para sus empleados, aunque existan riesgos. Añaden que, el utilizar SNS puede ayudar a reducir el estrés y mejorar las relaciones interpersonales, siempre y cuando se desarrollen políticas en cuanto al uso del SNS.

Asimismo, en otro estudio realizado por Appignani, Jones, Watson y Welch (2015) encontraron que el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo utilizando una muestra de empleados administrativos de la universidad Midwestern. Encontraron que el 73 % de los participantes utilizan las redes sociales por razones personales, mientras el 63 % utilizaba mayormente Facebook y un 37 % utilizaba Twitter. Solo 40% utilizaba las redes sociales para propósitos de trabajo. Por su parte, Rodríguez et. al (2018), en su estudio investigaron sobre la relación entre la satisfacción en el trabajo, la motivación y el apoyo organizacional percibido, la percepción de los empleados en el uso de las redes sociales en el ambiente laboral en una muestra de 294 empleados en fábricas localizadas en la frontera de México y Estados Unidos. Se encontró

un efecto positivo entre las variables mencionadas y el uso de las redes sociales en el trabajo. También, los hallazgos demostraron una fuerte relación entre el uso de las redes sociales por más de horas en el área del trabajo y la satisfacción, motivación y el apoyo organizacional. Cabe resaltar, que el rango de edades de los participantes fue de 20 a 40 años.

Por otro lado, en este estudio los autores indagaron en cómo el uso de Facebook afecta el bienestar de un individuo. El mismo, estuvo compuesto por una muestra de 529 individuos entre las edades de 18 a 70 años. Los hallazgos demostraron que, hay diferencias entre el uso de Facebook y las edades. Se encontró además que, los jóvenes adultos utilizan más la red social de Facebook en comparación con los adultos mayores. Por otro lado, se encontró que los jóvenes adultos son significativamente afectados emocionalmente por el uso continuo de la red social en comparación con los adultos mayores (Hayes, Stolk y Muench, 2015). Esto demuestra que la generación de los millennials son los más propensos a utilizar las redes sociales en comparación con otras generaciones.

Igualmente, Canedo, Graen y Johnson (2015) sostuvieron que la generación millennials es la primera en crecer y adaptarse en un mundo virtual donde tienen unas destrezas, habilidades y diferentes rasgos de personalidad que los diferencian grandemente de las otras generaciones. Añaden además que, los millennials han transformado el lugar de trabajo y a su vez, las organizaciones se están viendo forzadas a adaptarse a estos nuevos comportamientos y a su vez, desarrollar nuevas estrategias. Por otro lado, el estudio realizado por Volkom, Stapley y Amaturro (2014), enfatizaron en buscar las diferencias entre el género y las diferentes generaciones con el uso y percepción de la tecnología. Utilizaron una muestra de 262 participantes entre las edades de 18 a 92 años. Se enfocaron principalmente en recopilar información sobre las actitudes al utilizar la tecnología, el contexto y las preferencias entre los dispositivos tecnológicos y el uso de “Social Networking Services”. No se encontraron diferencias entre la diferencia de sexo y el uso de la tecnología. En cuanto a las diferencias generacionales, si se encontraron diferencias en el uso de la tecnología ya que los adultos entre las edades de 45-65 años reportaron que se sienten incómodos

al utilizar tecnología, pero, presentan menos ansiedad que los jóvenes adultos si se encuentran sin su celular. Finalmente, se puede destacar que el uso de la tecnología y las redes sociales varía significativamente entre las generaciones. Se ha encontrado, que los millennials utilizan con más frecuencia las redes sociales y el internet en el lugar de trabajo.

Echeburúa (2012) estableció que las conductas adictivas al principio tienen refuerzos positivos pero que terminan siendo controladas por refuerzos negativos. El refuerzo positivo incluye el aspecto placentero de la conducta en sí. Mientras, en el refuerzo negativo se presenta el alivio de la tensión emocional. Este autor establece que hablar por teléfono celular, escribir o conectarse a internet produce placer en la conducta en sí misma (refuerzo positivo). Por el contrario, se convierte en un refuerzo negativo cuando al realizar esas mismas tareas se hace buscando alivio a un malestar emocional, entre los que destaca: aburrimiento, soledad, ira y excitación entre otros. Para que una conducta normal se convierta en una anormal, es necesario observar la intensidad, frecuencia y cantidad de tiempo o dinero invertida en la actividad. Al principio, una conducta repetitiva en sí resulta placentera. Sin embargo, cuando se pierde el control o interfiere con la vida cotidiana, tanto a nivel familiar, como laboral y social, se convierte en una conducta anormal. Alguno de los riesgos del abuso de las redes sociales es: acceso a contenidos inapropiados, ciberacoso y pérdida de intimidad. Ejemplo de actividades de riesgo son: acceso a pornografía o contenido violento; mensajes racistas; anorexia; incitadores de suicidio y la comisión del delito, entre otros.

Algunos factores de riesgo de predisposición asociados a la adicción al internet y a las redes sociales son: factores personales; factores familiares; y factores sociales. En relación con los factores personales se destacan los siguientes rasgos de personalidad: impulsividad; disforia; intolerancia a estímulos displacenteros, tanto físicos como psíquicos; la búsqueda exagerada de emociones fuertes, en la mayoría de los casos, prohibidas. Por otro lado, existen unos problemas de personalidad que se incluyen en los factores personales. A saber: timidez excesiva; baja autoestima; rechazo a la imagen corporal; y estilo

de afrontamiento inadecuado antes las dificultades cotidianas. En relación con problemas psiquiátricos previos se destacan los siguientes: depresión; trastorno de déficit de atención con hiperactividad; fobia social y hostilidad. Estos factores pueden aumentar el uso desmedido del internet y las redes sociales. Por último, aquellas personas que tienen insatisfacción personal con la vida y que carecen de afecto, tratan de llenar sus carencias con el uso desmedido del internet y las redes sociales (Echeburúa, 2012).

En relación con los factores familiares, Echeburúa (2012), estableció lo siguiente: los entornos familiares rígidos, caracterizados por un estilo educativo autoritario, propician el desarrollo de hijos dependientes, irresponsables o rebeldes, que pueden actuar en oposición a las normas de los padres y guardar sentimientos de rabia y rencor hacia ellos. Por otro lado, los entornos familiares permisivos o desestructurados donde no existen normas, donde falta la coherencia entre el modelo paterno y el materno, desayudan al establecimiento de conductas saludables y de autocontrol adecuado. En especial para los adolescentes. A su vez, en relación con los factores sociales, el aislamiento social y las relaciones con personas que abusan de la tecnología sirven de modelo a otros para provocar la adicción al internet y las redes sociales.

Por otro lado, existen unos factores de protección tanto personales como familiares que ayudan a minimizar el riesgo de la adicción al internet y la tecnología. En relación con los recursos personales, es necesario tener buena autoestima. Es en la autoestima donde se ejerce el autocontrol. Es también el ingrediente fundamental del equilibrio emocional. De aquí nace la disposición positiva hacia la vida y una buena actitud para superar las adversidades cotidianas. Otros factores personales que se utilizan para evitar la adicción a la tecnología se encuentran: la capacidad para solucionar problemas; el control de las emociones; afrontamiento adecuado del estrés; y la ocupación adecuada del ocio (Echeburúa, 2012). De forma similar, los recursos familiares son necesarios para evitar las adicciones tecnológicas. Entre estos recursos se destacan: la comunicación familiar efectiva; establecimiento de normas y límites a los hijos; ejemplo dado a los hijos.

El Modelo de Adicción Biopsicosocial de Griffiths, establece que los primeros síntomas de la adicción tecnológica se presentan cuando la persona desarrolla comportamientos diferentes en su vida. Algunos de los síntomas de dependencia son: aislamiento; bajo rendimiento en estudios o trabajo; y atención centrada en el uso de la tecnología. Estos síntomas provocan pérdida de control; búsqueda desesperada de obtener refuerzos rápidos y sentimiento de malestar. Este comportamiento se presenta cuando el uso de la tecnología no es suficiente (García del Castillo, 2013).

Según destaca García del Castillo (2013), para que una teoría de las adicciones se sustente, deben cumplirse los siguientes postulados: La teoría debe sintetizar aspectos farmacológicos, culturales, familiares y comunitarios. Tener en cuenta la naturaleza cambiante de las adicciones en las diferentes culturas. Tener en cuenta los puntos concordantes entre las adicciones. Ser fiel a la experiencia humana.

El modelo biopsicosocial de Griffiths “se basa en comparar a las personas adictas a sustancias químicas (tabaco, alcohol y otras drogas), con personas que interactúan con nuevas tecnologías u otros comportamientos reforzantes, concluyendo que la sintomatología es similar en ambos casos” (García del Castillo, 2013). Los parámetros utilizados por Griffiths para determinar que los criterios clínicos que determinan una adicción química se pueden adaptar a una adicción conductual son los siguientes: saliencia; cambios de humor; tolerancia; síndrome de abstinencia; conflicto y recaída. La saliencia es cuando una actividad particular se convierte en la más importante en la vida de la persona, dominando sus pensamientos, sentimientos y conductas. En relación con los cambios de humor, la experiencia subjetiva que relatan las personas al implicarse en una actividad particular. Mientras que la tolerancia presenta aumento necesario de cualquier cosa, para llegar a sentir los mismos efectos que al principio. Asimismo, en el síndrome de abstinencia se presentan sentimientos de incomodidad o estado físico, psicológico, social desagradable cuando una actividad se reduce de forma súbita. Cuando se habla de conflicto, se refiere a los conflictos interpersonales o consigo mismo (intra psíquico). Son conscientes de que tienen un problema,

pero no pueden controlar (experiencia subjetiva de pérdida de control). Por último, la recaída es la tendencia a volver a los patrones originales de la actividad después de un periodo de abstinencia (García del Castillo, 2013).

Las adicciones a internet se estudian desde dos vertientes: como una adicción en sí misma; y como un vehículo para desarrollar otras adicciones (García del Castillo, 2013). Sobre el uso del internet, se comprobó que: está asociado al uso problemático y al tiempo de conexión; la duración de la conexión no implica daño psicológico, ya que no se verifica una relación causa-efecto entre el tiempo de conexión y los problemas psicológicos; el género no está relacionado con el uso problemático de internet, aunque se verifica que los hombres lo utilizan más tiempo.

Otros estudios sobre la adicción a internet reseñados por García del Castillo (2013), señalan que los refuerzos justifican la adicción. Aplicaciones como chats o redes sociales, incentivan la relación con los demás. Lo que provoca una satisfacción inmediata. De igual forma, se recibe apoyo social, mayor satisfacción sexual y libertad completa en relaciones virtuales. Lo que provoca el que se asuma una personalidad ficticia.

García del Castillo (2013), estableció que el proceso de adicción conlleva una alta vulnerabilidad psicológica. Algunas de las características de las personas adictas a la internet son las siguientes: Déficits de personalidad (introversión, baja autoestima, búsqueda de nuevas sensaciones); Déficits en las relaciones interpersonales (timidez, fobias sociales); Déficits cognitivos (fantasías, dispersión de la atención); Otras alteraciones psicopatológicas.

Por otro lado, se establecen las siguientes señales de alarma, para determinar si una persona tiene una afición al internet o es una adicción: Privarse de sueño por más de cinco horas para estar conectado a la Red. Este tiempo representa uno de conexión excesivamente alto; Descuidar otras actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio o el cuidado de la salud; Recibir quejas en relación con el uso de la Red o del “smartphone” de alguien cercano, como los padres o los hermanos;

Pensar en la Red o en el “smartphone” constantemente, incluso cuando no se está conectado, y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta; Intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo; Mentir sobre el tiempo real que se está conectado o jugando a un videojuego; Aislarse socialmente, mostrarse irritable y bajar el rendimiento en los estudios; Sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del “smartphone” (Echeburúa, 2012).

Para Echeburúa (2012), acciones como: estar permanentemente atento al “smartphone”; conectarse a la computadora nada más llegar a casa; conectarse a Internet nada más levantarse y ser lo último que se hace antes de acostarse; reducir el tiempo de las tareas cotidianas, tales como comer, dormir, estudiar o charlar con la familia, representan el perfil de un adicto al internet.

García del Castillo (2013), definió redes sociales como comunidades virtuales en las que las personas pueden crear su propio perfil con todo tipo de información personal e interactuar con los perfiles de sus amigos en la vida real así como conocer a nuevas personas con las que compartan algún interés. Las redes sociales se clasifican en: redes generalistas o de ocio; y redes de contenido profesional. A su vez, las redes generalistas o de ocio están divididas en: plataformas de intercambio de contenido e información; redes sociales basadas en perfiles; redes de microblogging o nanoblogging. Algunos estudiosos del tema determinaron que las redes generalistas y de ocio son las que predominan en el proceso de adicción. En este tipo de red se realizan tres actividades básicas. Entre las que se destacan: construir un perfil eligiendo el grado de apertura de la información; crear una red de contactos para compartir la información; y navegar a través de los perfiles de otros usuarios.

Por otro lado, García del Castillo (2013) establece las siguientes características de personas de los usuarios de redes sociales: Personas narcisistas; Sentimiento de soledad y aburrimiento; Extraversión, neuroticismo y apertura a la experiencia están asociados al uso positivo de las redes; Alto grado de extraversión junto a un bajo grado de responsabilidad; Los extrovertidos las utilizan para mejorar sus relaciones sociales, mientras los

introvertidos las usan para compensar sus relaciones sociales. Ambos están asociados al uso elevado de las redes sociales.

Según Echeburúa (2012), como ocurre en las adicciones químicas, las personas adictas a las redes sociales experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden conectarse, caracterizado por la presencia de un profundo malestar emocional (estado de ánimo disfórico, insomnio, irritabilidad e inquietud psicomotriz). El abuso de las redes sociales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento académico o laboral, el desinterés por otros temas y por el ocio activo, los trastornos de conducta y el quebrantamiento económico, así como el sedentarismo y la obesidad. En realidad, hay un efecto bola de nieve. Esto provoca problemas de salud, familiares, académicos o laborales, según sea el caso y sociales.

En la última década, el uso de la tecnología de la información y la comunicación ha tomado un auge sin precedentes. Un boletín publicado en el 2018, reflejó que, en un minuto en el 2017, sucedían las siguientes acciones en internet: 3.8 millones de búsquedas en Google; 800,000 documentos subidos a Dropbox; 87,000 horas de videos vistos en Netflix; 1.5 millones de canciones escuchadas a través de Spotify; 1.5 millones de canciones escuchadas; 16,550 video vistos en Vine; 400 horas de videos subidos en YouTube; 2 millones de minutos de llamadas a través de Skype; 156 millones de correos electrónicos enviados; 243,000 fotos subidas a través de Facebook; 65,000 fotos subidas en Instagram; 29 millones de mensajes a través de WhatsApp; 350,000 tuits enviados; 210,000 snaps subidos; 120 nuevas cuentas en LinkedIn; 25,000 entradas en Tumblr; 18,000 marches en Tinder (Bermúdez, 2018). Estas cantidades representan un aumento anual en relación con el uso de la tecnología, en especial las redes sociales.

PROBLEMA BAJO INVESTIGACIÓN

Según Echeburúa (2012), “el ser humano necesita alcanzar un nivel de satisfacción global en la vida”. Para obtener ese nivel óptimo de satisfacción, es necesario tener un balance entre familia, trabajo, pareja, comida, aficiones, entre otros. Por el contrario, si no existe tal balance, existe frustración por alguna faceta de la vida,

centra sus energías en la tecnología. En especial con el uso del Internet y las redes sociales. Es en estas áreas donde busca algún tipo de satisfacción, invierte el tiempo libre y compensa la interacción social a través de las redes sociales. Cuando el uso de la tecnología se convierte en afición, se convierte en dependencia y se restringe la libertad del ser humano. Por otro lado, “el abuso de internet puede ser una manifestación secundaria a otra adicción principal o a problemas psicopatológicos.

Existen autores que señala que las nuevas adicciones conductuales continúan en proceso de estudio. Toda vez que, pueden clasificarse como problemas de control de impulsos, en vez de ser una adicción (García del Castillo, 2013). Se consideran adicciones conductuales lo siguiente: adicción al juego; adicción al sexo; adicción a la comida; adicción a las compras; adicción al trabajo; adicción al deporte; y las adicciones tecnológicas.

¿Es la tecnología una nueva adicción real o potencial? (García del Castillo, 2013). Para García del Castillo (2013), cualquier comportamiento reforzante, tenga o no sustancias químicas de por medio, puede desencadenar en una adicción. Por lo tanto, cualquier persona puede utilizar las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo o por puro placer, pero el problema aparece cuando la persona siente alivio del malestar emocional cuando recurre a ellas. Del mismo modo, el uso de las redes sociales en el lugar de trabajo, ¿representan una oportunidad para mejorar o constituyen una amenaza para las organizaciones?

Objetivo de investigación

El objetivo principal de la investigación fue auscultar si los empleados de las organizaciones utilizan las redes sociales, están adictos a la tecnología y el uso que realizan en la internet durante su horario de trabajo.

Metodología

Para realizar esta investigación, se utilizó una metodología cuantitativa con un enfoque descriptivo transversal. Para medir la adicción a las redes sociales se utilizó el Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) de Miguel Ecurra Mayaute y Edwin Salas Blas (2014). Para validar este instrumento

se utilizó una muestra de 380 participantes. El instrumento tiene 24 reactivos en una escala Likert de cinco puntos: siempre; casi siempre; algunas veces; rara vez y nunca, dividido en tres categorías. A saber: categoría 1 - obsesión por las redes sociales; categoría 2 – falta de control personal; categoría 3 – uso excesivo de las redes sociales. El Alfa de Cronbach sobre la confiabilidad del instrumento fue la siguiente: la categoría 1 fue de $\alpha = .91$, para la categoría 2 fue de $\alpha = .88$ y para la categoría 3 fue de $\alpha = .92$. Por lo tanto, el instrumento de la adicción a las redes sociales tuvo una confiabilidad total de $\alpha = 0.95$.

En relación con esta investigación, se les solicitó autorización a los autores Ecurra y Salas para el uso de la Escala de Adicción a las Redes Sociales. A su vez, se solicitó autorización a un municipio del área sureste de Puerto Rico para administrar los cuestionarios en una de sus dependencias y a una organización de manufactura de equipo médico en la misma región. Una vez obtenidas las autorizaciones, se presentó la solicitud a la Junta de Revisión Institucional de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (PUCPR) para realizar la investigación.

RESULTADOS

Se visitaron las organizaciones donde se administraron 100 cuestionarios. De los datos socio demográficos se destacan los siguiente: 54 % corresponden a la organización pública; 32 % de la organización privada y un 14 % corresponden a otras organizaciones. El 63 % de los participantes fueron féminas, mientras el 37 % fueron varones. En relación con la diversidad generacional, la mayoría de los participantes pertenecen a la Generación X seguido de los Millennials. (Tabla 1).

Tabla 1
Distribución porcentual por diversidad generacional

Diversidad Generacional	Por ciento
Tradicionalistas	1%
Baby Boomers	5%
Generación X	47%
Generación Y (Millennials)	42%
Generación Z	3%

Por otro lado, la preparación académica de los participantes fue la siguiente: 3 % Cuarto Año de Escuela Superior; 7 % Curso Técnico; 6 % Algunos Créditos Universitarios; 13 % Grado Asociado; 49 % Bachillerato; 22 % Maestría.

Asimismo, los participantes se conectan a las redes sociales a través de la computadora y del teléfono celular. El 96 % de los participantes se conecta a través del celular, mientras el 70 % lo hace a través de la computadora. De forma similar, los participantes indicaron conectarse en el hogar y en el trabajo. El 92 % se conecta en el hogar, mientras, el 55 % se conecta en el trabajo. Entre las actividades que realizan los participantes en la internet se destacan mayormente leer las noticias y realizar pagos (Tabla 2).

Tabla 2
Distribución porcentual actividades que realizan por Internet

Actividades	Porcentaje
Compras	77%
Noticias	78%
Realizar pagos	75%
Jugar	51%

En relación con el tiempo de conexión, el 72 % de los participantes indicó estar conectado de 1 a 3 horas diarias; mientras el 14 % está conectado de 4 a 6 horas y el 8 % de 7 a 9 horas diarias. En relación con las redes sociales la que más se utiliza es Facebook (Tabla 3).

Tabla 3
Distribución porcentual por redes sociales que más utilizan

Redes Sociales	Porcentaje
Facebook	40%
Instagram	27%
Snapchat	13%
Twitter	11%
LinkedIn	9*%

Sin embargo, en relación con las redes sociales, se destaca lo siguiente: 77 % de los participantes tienen un perfil personal en las redes sociales, mientras el 20 % posee un perfil profesional. De forma similar, el 86 % utiliza su verdadero nombre en las redes sociales, mientras el 18 % utiliza un apodo. El 38 % se conecta en el trabajo para utilizar las redes sociales, mientras el 73 % sigue a compañeros de trabajo y solo el 32 % sigue a su jefe en las redes sociales.

Los resultados revelaron que existe diferencia estadísticamente significativa por género y la adicción a las redes sociales ($F = 5.34$, $p = .023$) (Tabla 4). De forma similar, existen diferencias estadísticamente significativas por cantidad de tiempo que están conectados y la adicción a las redes sociales ($F = 4.80$, $p = .002$) (Tabla 5).

Tabla 4
ANOVA por género y la adicción a las redes sociales

	Suma de Cuadrados	gl	Media Cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1626.370	1	1626.370	5.346	.023
Intra-grupos	25859.446	85	304.229		
Total	27485.816	86			

Tabla 5
ANOVA por cantidad de tiempo y la adicción a las redes sociales

	Suma de Cuadrados	gl	Media Cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	5167.493	4	1291.873	4.802	.002
Intra-grupos	21522.860	80	269.036		
Total	26690.353	84			

El cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) tiene 23 reactivos, con una puntuación mínima de 23 puntos y 97 puntos como máximo. El promedio fue de 42.71, con una desviación estándar de 17.88. En relación con la adicción a las redes sociales, los resultados revelaron lo siguiente: el 54 % de los participantes no están adictos a las redes sociales. Mientras el 27 % tiene una adicción moderada a las redes sociales y el 9 % tiene una adicción severa.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación coinciden con el estudio de Appignani, Jones, Watson y Welch (2015) en relación con que la red social que más utilizan los participantes fue Facebook. Sin embargo, los resultados de esta investigación no concuerdan con los hallazgos presentados por Volkom, Stapley y Amaturo (2014), ya que no se encontraron diferencias entre el género y la adicción a las redes sociales. Por otro lado, los resultados de nuestra investigación coinciden con la revisión de literatura en relación con el uso de las redes sociales en el ambiente laboral.

García del Castillo (2013), estableció el siguiente perfil psicosocial de las personas con mayor frecuencia de uso de internet: Tendencia a la introversión; Pensamientos negativos sobre su capacidad para interactuar con otros; Incomodidad con las relaciones sociales reales; Búsqueda de relaciones “reforzantes” a través de medios con los que “evitar” la presencia física; Posibilidad de mantener el anonimato; Posibilidad de elaborar una personalidad “ficticia”; Posibilidad de abandonar la “relación virtual” sin consecuencias negativas directamente perceptibles. Sin embargo, los participantes de nuestra investigación demostraron no estar adictos a las redes sociales por ende al uso excesivo de internet.

En un estudio realizado por Arevalo, Bayona y Rico (2015), analizaron diferentes enfoques y tendencias teóricas sobre la tecnología en las organizaciones. Encontraron que los procesos de innovación se están moviendo de forma acelerada donde las organizaciones deben promover prácticas gerenciales que involucren consultores. De esta manera, se pueden implementar nuevos procesos y prácticas de gestión del conocimiento que promuevan la generación de valor y el establecimiento de ventajas competitivas en los negocios.

El principal objetivo de esta investigación fue conocer si los empleados de las organizaciones están adictos al uso de las redes sociales. El 54 % de los participantes demostró no estar adictos a las redes sociales. García del Castillo (2013), estableció que las adicciones se estudian desde dos vertientes. Como una adicción en si misma y como una manera para desarrollar otras adicciones.

Para efectos de esta investigación, se estudiaron las redes sociales como una adicción en si misma. Toda vez, el cuestionario que se utilizó no provee para medir otras adicciones ni otras consecuencias del uso. Tampoco se consideró si existe algún daño psicológico entre los participantes ocasionado por el uso de las redes sociales.

REFERENCIAS

- Appignani, T., Jones, S., Watson, M., & Welch, E. (2015). *Social media in the workplace*. The 16th Annual Meeting of the Association of Internet Researchers. Phoenix, AZ, USA/ 21-24. October 2015.
- Arevalo, J., Bayona, R., & Rico, D. (2015). Responsabilidad social empresarial e innovación: Una mirada desde las tecnologías de la información y comunicación en organizaciones. *Revista Clio America*, Vol. 9, (18), Julio - diciembre, 180-189
- Aruajo, E. (2016) Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*. Vol. 10 Nro. 2, Julio- diciembre, 49-57.
- Canedo, J., Graen, G., Grace, M., & Johnson, R. (2015). Navigating the New Workplace: Technology, Millennials and Accelerating HR Innovation. *Transaction on Human -Computer Interaction*. Vol. 9(3). September, 243-260
- Cardon, P., & Marshall, B. (2014). The Hype and Reality of Social Media use for work Collaboration and Team Communication. *International Journal of business communication*, Vol. 51(3), 273-293
- Echeburúa Odriozola, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencia*, Nro. 4. 435-448.
- Escurrea Mayaute, M., Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *LIBERABIT: Lima (Perú)* 20(1): 73-91.
- García del Castillo, J. A. (2013). Adicciones Tecnológicas: el auge de las redes sociales.

- Salud y drogas*, vol. 13, (1) 5 – 13. Instituto de Investigación de Drogodependencias.
- Gibson, C., Hardy, J., & Buckley, M. (2014). Understanding the role of net-working in organizations. *Career Development International*, 19(2), 146-161.
- Hayes, M., Stolk-Cooke, K., & Muench, F. (2015). *Understanding Facebook use and the psychological affects of use across generations*.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in society*, 50. 73-77. DOI: 10.1016
- Naveenraj, X., & Reeves, W. (2017). Social networking sites in the workplace: an imperative. *Desarrollo y aprendizaje en las organizaciones, una revista internacional*. Vol. 31 (3). 4-6.
- Rodríguez, L., Madero, S. & Valerio G. (2018). Perceptions about the usefulness of online social networks in the workplace. *Estudios Gerenciales. Journal of management and economic for Iberoamerica* 34 (14a). 149-157. DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.147.2580>.
- Volkom, M., Stapley, J. & Amaturro V. (2014). *Revisiting the Digital Divide: Generational Differences in Technology use in everyday life*. *North American Journal of Psychology*, Vol. 16 (3). 557-574.

Fecha de recepción: 12 de noviembre 2018

Fecha de aceptación: 19 de noviembre 2018