

# LAS REDES SOCIALES DE INTERNET ¿UNA NUEVA ADICCIÓN?

## THE USE OF SOCIAL NETWORKING WEBSITES IS A NEW ADDICTION?

Juan José Prieto Gutiérrez\*  
y Alicia Moreno Cámara\*\*

### Resumen

*El uso de las redes sociales a través de dispositivos conectados a Internet, tanto fijos como móviles, se encuentra en un estado de explosión global, hasta tal punto que el comportamiento de los usuarios está suscitando ciertas preocupaciones en la comunidad de salud mental. El artículo manifiesta el poder de atracción que poseen las redes sociales y sus consecuencias.*

*Con el fin de aminorar e incluso suprimir los trastornos que ocasiona el mal empleo de las redes sociales se ofrecen unas recomendaciones a seguir, como es la formación en materia de acceso a la red, aplicación de códigos de conducta y códigos de buenas prácticas y patrones de uso.*

**Palabras clave:** redes sociales, DSM 5, cambios de personalidad, adicción a internet, adicciones comportamentales.

### Abstract

*The use of social networking websites, fixed and mobile internet, has been placed in a situation of global explosion such a degree where the user behaviour is raising some concerns in the mental health community. The article shows the attractiveness of social networks and their consequences.*

*In order to reduce and even eliminate the disorders that sometimes cause the misuse of social networks offer some recommendations to follow, like training of network access, application of codes of conduct and codes of best practices and patterns of use.*

**Key words:** social media, DSM 5, personality disorders, internet addiction, behavioural addictions.

*| Recibido: 02-05-13 | Aceptado: 14-10-13 |*

### Introducción

*“Cómo en todo proceso de adicción, el riesgo viene cuando usamos Internet para llenar un vacío interior”*

La aparición de Internet ha provocado una revolución sin precedentes en las acciones que derivan de la relación, comunicación y expresión de nuestros sentimientos e impresiones. Uno de los servicios y herramientas más demandado de Internet son las redes sociales, plataformas Web, formadas por personas y agrupadas en comunidades con un fin común, en definitiva, individuos con el deseo de relacionarse, comunicarse y compartir contenidos sobre cualquier ámbito.

\* Juan José Prieto Gutiérrez, Universidad Complutense de Madrid, España

\*\* Alicia Moreno Cámara, Universidad Internacional de la Rioja, España

E-Mail: jjpg@buc.ucm.es

REVISTA ARGENTINA DE CLÍNICA PSICOLÓGICA XXIV p.p. 149-155

© 2015 Fundación AIGLÉ.

Internet, como toda revolución, se ha ido adecuando a las necesidades hasta formar una red universal digital que, gracias a la consolidación del fenómeno 2.0 o Web social y a la permanente conexión a la red de los usuarios, ha desencadenado que la sociedad se encuentre hiperconectada.

Dicho cambio de hábitos y tendencias de los ciudadanos ha generado adicciones, debido a la persuasión, heterogeneidad y aparentes beneficios de los servicios. Como ha ocurrido en otras etapas de la civilización, estas transformaciones de la conducta del ser humano han originado dependencias y adicciones hacia sustancias y comportamientos. En este caso de análisis, desde una esfera global, se presentan las adicciones a Internet y en particular se detallan los abusos de consumo de las redes sociales.

### *Nuevas tendencias adictivas*

La comunidad de salud mental se encuentra dividida en referencia a si la dependencia a Internet es adictiva o no, activándose el debate al analizar las actividades dependientes de Internet como son las redes sociales, juegos, compras, sexo y juegos de azar.

La reciente publicación del manual Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM), en su quinta edición, editado por la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) (2014), no incluye la adicción a Internet en los diagnósticos de desórdenes mentales, aun habiendo sido recomendada su inclusión (Cassels, 2010). Cabe destacar que, el DSM-5 ha comenzado a reconocer como desórdenes algunas derivaciones específicas del empleo de esta tecnología. En esta quinta edición se ha aceptado como adicción el uso del juego desde Internet, incluyéndolo en la sección 3, la categoría de los trastornos que requieren más atención. Aun no habiendo sido incluida Internet, en la última edición del DSM, un amplio sector defiende la presencia de conductas anómalas en relación a su consumo abusivo, incluso manifiestan la posibilidad de adicción a la misma.

Desde la introducción del término "adicción a Internet" (Goldberg, 1995), muchas han sido las preocupaciones y los proyectos de investigación encaminados a categorizar esta tendencia dentro del grupo de los trastornos mentales. Psicólogos y psiquiatras han presionado para incluir dichos comportamientos en el DSM-5 como otros trastornos de adicción.

Los defensores de la existencia de esta patología, entre otras causas, alegan, que la red de Inter-

net es aún un área novedosa y que las asociaciones de internautas y las grandes empresas del sector no aceptan esta dependencia, ya que irían en contra de su modelo de negocio. Aun así, exponen síntomas similares como el apagado emocional, la falta de concentración y el retiro.

Por el contrario, otro sector de expertos e investigadores en salud mental reiteran que estos comportamientos hasta ahora no desembocan en trastornos mentales. Aludiendo al respecto que es un problema temporal y transitorio que no confluye en un desorden. En definitiva, hasta la fecha, clínicamente no existe adicción a Internet; es un trastorno propuesto, pero no probado. Aun así, la dependencia de Internet se ha estudiado por diversas disciplinas como la psicología (Chou, Condrón y Belland, 2005), y la educación (Hartley y Bendixen, 2001), habiéndose aceptado varios términos para definir esta subordinación como la cyber adicción (Goldberg, 1995), adicción online (Widyanto, 2006), uso patológico de Internet (Niemz, Griffiths y Banyard, 2005), etc.

El desarrollo del artículo busca situar y poner sobre la mesa cuestiones relativas a la tan cuestionada adicción a Internet, como son los comportamientos de los ciudadanos con respecto al uso de las redes sociales accesibles desde Internet.

Hoy día, en los rankings<sup>1</sup> de las aplicaciones o servicios más demandados por los internautas figuran en primer lugar las redes sociales. Según la compañía Alexa, hasta finales de 2014, las 20 webs más visitadas<sup>2</sup> tenían relación directa o indirecta con las redes sociales. El exponencial crecimiento (Cheung, Chiu y Lee, 2011) sobre todo es debido al acceso desde dispositivos móviles (Konstantinidis, Zeinalipour-Yazti, Andreou y Samaras, 2011). Esta situación origina una amplitud de prosumidores que emergen, con sus correspondientes conceptos sociales como por ejemplo la Generación "C" (Pankraz, 2010), los nativos digitales (Prensky, 2001), la generación digital (Nayar, 2010), etc.

En términos generales, el incremento de Internet en el mundo está extendiéndose a ritmos fuertes. Según los datos del Internet World Stats, a mediados del año 2014, cerca de 3.000 millones de personas disfrutaban de Internet, que, comparándolos con los 360.000 del año 2000 ha generado un crecimiento del 741% a nivel mundial. Con asombrosas progresiones como las generadas en el continente africano donde la evolución ha sobrepasado el 6.498% en los últimos catorce años.

(1) Véase: Alexa, Observatorio de redes sociales de INTECO, Internet World Stats, Google Trends, Miniwatts Marketing Group, etc.

(2) Véase: Google, Facebook, YouTube, Baidu, Yahoo, Wikipedia, Amazon, Twitter, Taobao, Qq, Google India, Live, LinkedIn, Sina Corp, Weibo, Yahoo Japan, Tmall, Google Japan, Blogspot and Ebay.

Estos aumentos en el uso de Internet obedecen mayoritariamente, en los últimos años, a las fuertes demandas y popularización de las redes sociales. Descendiendo al perfil del usuario de los servicios de las redes sociales, diversos estudios muestran que son los más jóvenes los que copan la mayor cuota del mercado (Mazur y Richards, 2011; Subrahmanyam, Reich, Waechter y Espinoza, 2008) con el consiguiente desamparo. Habiendo sido el hogar el lugar más empleado para la conexión. Pero esta situación está cambiando ya que el 3G y 4G y el aumento del uso de smartphones, hace que la tendencia sea “estar permanentemente conectados”.

La facilidad de interacción en las redes sociales ha generado inevitablemente, sobre todo en el perfil emergente de los más jóvenes, reducciones del uso de la telefonía fija y móvil, del email y de la mensajería instantánea (los SMS). Tales comportamientos han llegado a determinar el paradigma de la *hipercomunicación* que, en términos generales, es debido a la intensificación y a la extensión de las mismas y a la superconexión, en detrimento de las relaciones y contacto entre personas.

La base de datos de la UIT sobre indicadores de telecomunicaciones y TIC en el mundo (2014) indica que, a finales de 2014, más de 3.000 millones de personas —el equivalente al 40% de la población mundial, aproximadamente— son las que utilizan Internet. En la misma línea, según un estudio de mediados del año 2012, realizado por Millward Brown para Google, el 71% de los ejecutivos seniors hacían uso de herramientas sociales frente al 49% de los empleados con menores compromisos. Estos datos indican el drástico efecto que están sirviendo en el área de los negocios. La revista Forbes, por cortesía del 2014 *Social Media Marketing Industry Report* (Stelzner, 2014), daba más datos, el 64% de los internautas emplean seis horas a la semana a las redes sociales, el 37% más de 11 horas y el 19% más de veinte horas. Otro dato impactante, es que el 70% de los consumidores de las plataformas lleva haciéndolo menos de tres años, el 26% solo lleva de uno a dos, siendo el primer año para el 18%.

Ya en el año 2000 fue sonoro el estudio de Mark Griffiths (2000) donde se evidenciaba la adicción y los problemas conductuales derivados del abuso de Internet de ciertas personas, algunas de las cuales consumían más de 70 horas semanales de Internet.

Por regiones, América Latina es la más comprometida con los medios sociales; en el lado contrario, la zona del Pacífico es la menos activa. En cuanto al género, son las mujeres las que más utilizan las redes sociales.

*InSites Consulting*, presentó en octubre de 2012 un ambicioso estudio, *Social media around the*

*world*, donde las conclusiones más relevantes para este documento fueron que el 60% de los internautas gozaban hasta de dos redes sociales simultáneamente, mientras que sólo un 8% están presentes en 5 o más redes sociales al mismo tiempo.

#### *¿Por qué seducen tanto las redes sociales?*

Presentados los datos anteriores, podemos aducir que es fundamentalmente por dos motivos: por las características estructurales, tales como el *tamaño, la densidad, composición o distribución, la dispersión, homogeneidad al darse de alta, posibilidad de combinar la información pública, atributos de vínculos específicos y heterogeneidad de funciones*. Y por la motivación (DiMicco et al., 2008) y sensación de beneficio que causa el uso de ellas al ofrecer contenidos dinámicos (Boyd y Ellison, 2007) y sociales, donde la conexión, comunicación e interactividad entre los usuarios es sencilla e instantánea, es una plataforma idílica para el ocio, posee alta capacidad de creación de grupos de cooperación y manifestación a gran escala, etc.

Con independencia de los usos ilimitados e intensivos (Brenner, 1997), de la autogestión e interacción de las herramientas (Walther, Van Der Heide, Kim, Westerman y Tong, 2008) y de la interactividad de la comunicación (Young, 1996) la disposición de las mismas se podrían distribuir en dos bloques: en relación a los contactos personales y sobre los profesionales (Bonhard y Sasse, 2006).

En el campo personal, social o de hobbies, es un medio excepcional de comunicación rápida, fluida y efectiva (Lampe, Ellison y Steinfield, 2007). Siendo posible mantener comunicaciones con amigos, familiares, conocidos y desconocidos.

En el área empresarial u ocupacional, las herramientas son provechosas (Uzzi, 1999) tanto para la compañía como para el consumidor. Los feedback transitan de una forma directa como nunca había ocurrido hasta ahora, es posible opinar sobre productos, apostar por tus gustos, comprarlos, compararlos e incluso criticarlos y hacer que los quiten del mercado. La variedad de herramientas es amplia adoptando diferentes configuraciones, desde el constante contacto, networking (Ellison, Steinfield y Lampe, 2007) o microblogging, hasta producir y compartir contenido, Wiki, blogs. Los jóvenes se encuentran en un entorno en el que la norma es lo social y la interacción entre compañeros y profesores (Tufekci, 2007) es vital.

Si bien, la incesante utilización de las redes sociales en ambas disposiciones, combina actos que nunca hasta ahora se habían relacionado, como son: el comportamiento tribal y de enjambre (Sat-

chell, 2003), estatus social, co-creación de contenido, oxígeno social, estado camaleónico, etc.

*¿Y estas plenas dedicaciones pueden llegar a ser adictivas?*

Son incalculables los beneficios que brindan las redes sociales, pero una extralimitación e insensatez en el uso de las mismas llevan aparejados una serie de riesgos de variada índole. Nos encontramos ante una transformación en la manera de actuar y relacionarnos sin precedentes, generándose una evolución-revolución en los hábitos diarios de cientos de millones de personas; donde son inevitables los actos excesivos e indebidos procedentes del uso de las redes sociales, como en el empleo de cualquier actividad.

No debe olvidarse que la sociedad evoluciona y las redes sociales son una exigencia, tanto desde el ámbito personal-ocio como del profesional. Es más, las herramientas sociales desplazan a las aplicaciones actuales a ritmos vertiginosos, como en el caso del correo electrónico, el cual va perdiendo “clientes” día a día.

La extensión de las redes sociales (The Nielsen Company, 2010) y el cúmulo de contenidos a los que se puede acceder, incluyéndose los “materiales negativos” pueden generar una ansiedad fruto de la magnitud de información colectiva que se genera al instante. Dichas conductas deben ser conocidas y descritas con el fin de reducir el posible perjuicio que llegaran a ocasionar a las personas.

Como se ha citado con anterioridad, el dato porcentual de aquellos que manejan diariamente cinco o más redes sociales, que suponen el 8% del total de internautas, es aproximadamente de 240 millones de personas; el 70% accede desde el teléfono móvil, aplicándose para ello muchas horas del día. No debe olvidarse que cualquier conducta normal placentera se encuentra dispuesta a transformarse en un comportamiento adictivo (Echeburúa y Corral, 1994).

Diversos criterios diagnósticos encaminados a definir la existencia de la adicción en Internet surgieron hace cerca de veinte años. Como se ha comentado, en 1995 el psiquiatra Ivan Goldberg fue el primer experto que expuso la adicción a Internet basándose en los criterios diagnósticos del abuso de sustancias. Poco tiempo después, Kimberly S. Young (1998) expuso una relación de ocho criterios adaptados a los diagnosticados en el juego patológico, con el objetivo de definir la dependencia hacia esta tecnología. Aun así, los esfuerzos han sido va-

nos por intentar asignar criterios con el fin de diagnosticar una adicción a Internet. Mayoritariamente se indica que las nuevas tecnologías se encuentran cada vez presentes entre los ciudadanos, desde el lado de la empresa, como del ocio y por tanto del excesivo empleo.

Pocos años más tarde, diversos estudios como el de Young, Pistner, O'Mara y Buchanan (1999) clasificaban las adicciones de Internet en cuatro modelos definidos de comportamientos abusivos: el cibersexo, la ciberrelación, comportamientos compulsivos en la red y los internautas vagabundos.

En referencia al alarmante crecimiento de los usos de las redes sociales es viable definir la existencia de una posible dependencia al empleo de las redes sociales por muchos de los internautas, y para ello basta con analizar y establecer unos criterios clínicos observables que pueden hacer pensar en la presencia de tal comportamiento en una persona, como son:

- Obsesión constante.
- Conspiración para consumir.
- Pérdida o incumplimiento de responsabilidad en la vida.
- Consecuencias negativas graves.
- Autoengaño o negación.
- Continuación del uso a pesar de las consecuencias.

Esta relación de criterios responde a los excesos y acciones compulsivas que padecen algunos usuarios, brotando los efectos negativos y con claros indicios de deterioro de la salud debido al abuso de las mismas, como son: síntomas de deterioro social concreto: alejamiento, individualismo y aislamiento; la dispersión y distracción de la atención; cambios repentinos del estado de ánimo; reducción de la productividad; impacto negativo en habilidades cognitivas y claros síntomas de deterioro de la salud.

#### *Aspectos a tener en cuenta*

La conducta placentera que genera el disfrute de las redes sociales puede desencadenar en un comportamiento adictivo por parte del usuario, cuyas consecuencias psíquicas (Young y Rogers, 1998) y físicas afectan al ámbito familiar, laboral y social (Kujath, 2011).

Con todo lo expuesto anteriormente, queda patente la suma de comportamientos que demuestran la existencia de adicciones y abusos a las redes sociales de Internet, siendo padecidas por un gran número de internautas.

Los riesgos derivados del uso de las redes sociales van en aumento al crecer diariamente la oferta

de servicios y usuarios que acceden a estos y su utilización. El colectivo de los más jóvenes, al ser el estadísticamente el de mayor asiduidad en el empleo de estas herramientas, se encuentra desamparado y desprotegido. Ante los primeros indicios de sospecha es necesario acudir a asociaciones (Byun, et al., 2009) y profesionales en estos temas a fin de iniciar acciones para la prevención, protección y formación del usuario y si fuera necesario iniciar acciones para el reaprendizaje del control de la conducta.

No obstante, es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones con el fin de prevenir posibles perjuicios por el uso incontrolado de las redes y se apuntan algunas pautas.

- *Limitar el uso de horas de acceso a dispositivos móviles y al ordenador: el uso indiscriminado de horas ante la pantalla hace que incrementa el aislamiento social.*
- *Aplicar el sentido común y la prudencia.*
- Configuración de las opciones de privacidad de datos personales: hacer uso de buenas prácticas dedicando tiempo a la protección de los perfiles, escoger bien a quien se acepta como amigo, cuidar el uso de servicios basados en la localización, ser cautos con la instalación de aplicaciones, no compartir las contraseñas, tener precaución con los enlaces, y es fundamental el control de la privacidad porque la diferencia de patrones en cuestiones de privacidad, difieren enormemente de unas aplicaciones a otras ya que hay ciertas redes que son más laxas, por ejemplo, aquellas cuyo fin por parte de los usuarios sea conocer gente nueva.
- Evitar conductas de riesgo: tales como el sexting, grooming, cibersexo, etc.
- Proteger nuestra vida personal: ser cuidadoso con lo que compartimos y hacemos público ya que internet es un medio virtual, para el cual en muchos países no existe una legislación específica, como indicó el Doctor Leonard Holmes (1997) "Previo a la fijación de esta anomalía es necesario describir el uso "normal" de Internet?, ¿qué es un uso normal de Internet?, aquel que no genera conductas susceptibles de ser tratadas". Mientras, Internet crece día a día generando beneficios y perjuicios sin control alguno.

## Conclusiones

En definitiva, aunando cooperación entre los diferentes sectores se conseguiría reducir y paliar las dependencias de las redes sociales de Internet y sus consecuencias, muchas de ellas aún desconocidas.

Con la inclusión en el DSM-5 de ciertas dependencias y trastornos que provocan ciertos usos de Internet se pondrían las bases para paliar una problemática que no ha hecho nada más que empezar.

Para la comunidad de profesionales dedicados a la salud mental, Internet y las redes sociales son un fenómeno preocupante. Sin embargo, el abuso de Internet puede ser una manifestación secundaria de otra patología principal como la depresión, la fobia social u otros problemas (Bravo de Medina Hernández, Echeburúa Odriozola y Azpiri, 2007). Lo característico de la adicción a Internet es que ocupa una parte central de la vida del que la padece, que utiliza la pantalla para escapar de la vida real y mejorar su estado de ánimo.

Hoy por hoy, los problemas respecto al tratamiento de la adicción a Internet, distan de estar resueltos ya que muchos de los individuos afectados con este tipo de trastornos se niegan a reconocer el problema, otros no buscan ayuda terapéutica, otros la solicitan, pero abandonan la terapia al cabo de un par de sesiones, otros, tras el tratamiento, acaban por recaer; y otros, por último, abandonan los hábitos adictivos por sí mismos, sin ayuda terapéutica.

## REFERENCIAS

- Black, D. W., & Grant, J. E. (2014). *DSM-5® Guidebook: The Essential Companion to the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. American Psychiatric Pub.
- Bonhard, P., & Sasse, M.A. (2006). 'Knowing me, knowing you' — Using profiles and social networking to improve recommender systems. *BT Technology Journal*, 24(3), 84-98.
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-30.
- Bravo de Medina Hernández, R., Echeburúa Odriozola, E. y Azpiri, J. (2007). Características psicopatológicas y dimensiones de personalidad en los pacientes dependientes del alcohol: un estudio comparativo. *Adicciones: Revista de psicología y alcohol*, 19(4) 373-381
- Brenner, V. (1997). Psychology of computer use: XLVII. Parameters of Internet use, abuse and addiction: the first 90 days of the Internet Usage Survey. *Psychological reports*, 80(3), 879-882.
- Byun, S., Ruffini, C., Mills, J. E., Douglas, A. C., Niang, M., Stepchenkova, S., & Blanton, M. (2009). Internet addiction: metasynthesis of 1996-2006 quantitative research. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 203-207.

- Cassels C. (2010). *APA Releases Proposed Draft of the DSM-5*. Medscape.
- Cheung, C. M., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. (2011). Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.
- Chou, C., Condrón, L., & Belland, J. A. (2005). Review of the Research on Internet Addiction. *Educational Psychology Review*. 17(4), 363-88.
- Christy, M.K., Cheung, P.C., & Matthew, K.O. (2011). Online social networks: Why do students use Facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-43.
- DiMicco, J., Millen, D. R., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B., & Muller, M. (2008). Motivations for social networking at work. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 711-720). ACM.
- Echeburúa, E. y Corral, P. (1994). Adicciones psicológicas: más allá de la metáfora. *Clínica y Salud*, 5, 251-258.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. EUROPEAN SURVEY RESULTS, *How social technologies drive business success*. In 15TH MAY 2012. MillwardBrown. Recuperado de services.google.com/fh/files/misc/google\_emea\_social\_report\_2012.pdf
- Goldberg, I. (1995). *Internet addiction disorder – Diagnostic criteria*. Internet Addiction Support Group (IASG). Recuperado de <http://users.rider.edu/~suler/psyber/supportgp.html>
- Griffiths, M. (2000). Does Internet and computer "addiction" exist? Some case study evidence. *CyberPsychology and Behavior*, 3(2), 211-218.
- Hartley, K. y Bendixen, L. (2001). Educational Research in the Internet Age: Examining the Role of Individual Characteristics. *Educational researcher*. 30(9), 22-6.
- Holmes, L. (1997). *Internet addiction – is it real? Mining Co. guide to mental health resources*. About.com Guide. Recuperado de <http://mentalhealth.about.com/cs/sexaddict/a/interaddict.htm>
- How social technologies drive business success. EUROPEAN SURVEY RESULTS, 15TH MAY 2012. MillwardBrown. Recuperado de services.google.com/fh/files/misc/google\_emea\_social\_report\_2012.pdf
- International Telecommunication Union. (2014). *World Telecommunication/ICT Development Report*. International Telecommunication Union.
- Kimberly, S.T., & Robert, C.R. (1998). The Relationship Between Depression and Internet Addiction. *CyberPsychology & Behavior*. Recuperado de <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.1998.1.25>
- Konstantinidis, A., Zeinalipour-Yazti, D., Andreou, P., & Samaras, G. (2011). Multi-objective query optimization in smartphone social networks. In *Mobile Data Management (MDM), 2011 12th IEEE International Conference on* (Vol. 1, pp. 27-32). IEEE.
- Kujath, C. L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or substitute for face-to-face interaction?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 75-78.
- Lampe, C. A., Ellison, N., & Steinfield, C. (2007). A familiar face (book): profile elements as signals in an online social network. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (pp. 435-444). ACM.
- Mazur, E., & Richards, L. (2011). Adolescents' and emerging adults' social networking online: Homophily or diversity?. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 32(4), 180-188.
- Montgomery, K.C. (2010). Generation Digital: Politics, Commerce, and Childhood in the Age of the Internet. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*. Int. J. Appl. Psychoanal. Studies, 7(1), 94-98
- Nayar, K. I. (2010). *Generation digital: politics, commerce, and childhood in the age of the Internet*. By KC Montgomery, Boston, MA: The MIT Press, 2007.
- Niemz, K., Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological Internet use among university students and correlations with self-esteem, the General Health Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562-570.
- Pankraz, D. (2010). *Introducing Generation C: the Connected Collective Consumer*, In Consumer 360 Indonesia Conference. Recuperado de <http://consumer360.nielsen.com/>
- Prensky M. (2001). Digital Natives, *Digital Immigrants Part 1, On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Rheingold, H. (1995). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. London: Secker & Wargurg.

- Satchell, C. (2003). The Swarm: Facilitating Fluidity and Control in Young People's Use of Mobile Phones. In *Proceedings of OZCHI* (pp. 220-223).
- Social media around the world 2012*. InSites Consulting. Recuperado de <http://www.insites-consulting.com/2012/09/25/social-media-around-the-world-2012/>
- Stelzner, Michael A. (2014). *2014 Social Media Marketing Industry Report: How Marketers are Using Social Media to Grow Their Businesses*. Recuperado de <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustryReport2014.pdf>
- Subrahmanyam, K., Reich, S.M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and Offline Social Networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29* (6), 420-433.
- The Nielsen Company. (2010). Global Audience Spends Two Hours More a Month on Social Networks than Last Year. The Nielsen Company; New York, NY, USA. Recuperado de <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/global-audience-spends-two-hours-more-a-month-on-social-networks-than-last-year/>
- The top 500 sites on the web. Recuperado de <http://www.alexa.com/topsites>
- Tufekci, Z. (2007). *Presentation of the self for everyday surveillance: On the Internet everybody knows you're a dog*. American Sociological Association. Documento de trabajo.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster. NY.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: How social relations and networks benefit firms seeking financing. *American Sociological Review, 64*(4), 481-505.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S. Y., Westerman, D., & Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep?. *Human Communication Research, 34*(1), 28-49.
- Widyanto, L, y Griffiths, MD. (2006). Internet addiction: a critical review., *International Journal of Mental Health and & Addiction, 4*(1), 31-51.
- World internet users and population stats. (2014). Recuperado de <http://www.internetworldstats.com>
- Young, K. (2009). *Facebook Addiction Disorder?: The Center for Online Addiction*: Bradford, PA, USA.
- Young, K.S. (1996). *Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder*. In 104th annual meeting of the American Psychological Association, August 11, 1996. Toronto, Canada.
- Young, K.S.(1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior, 1*(3), 237-244.
- Young, K. S., Pistner, M., O'mara, J., & Buchanan, J. (1999). Cyber disorders: the mental health concern for the new millennium. *CyberPsychology & Behavior, 2*(5), 475-479.
- Young, K.S., & Rogers, R.C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. *CyberPsychology & Behavior, 1*(1), 25-28.