



Universidad  
Francisco de Vitoria  
**UFV Madrid**  
*Escuela de Postgrado y  
Formación Permanente*

## **Máster Universitario en Psicología General Sanitaria**

**Impacto del tiempo de uso de Redes Sociales en la autoestima y en las relaciones de pareja: Satisfacción y sentimiento de celos y la desconfianza, en adultos jóvenes residentes en España.**

### **TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**Tutora: Jennifer Elena Monero Jiménez**

**Alumna: Ariadna Salas Sierra**

**Curso 2024-2025**

**Madrid, 9 de Marzo de 2025**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>ABSTRACT</b> .....	4
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	5
<b>1.1. Justificación</b> .....	5
<b>1.1.1. Uso de redes sociales, relaciones personales y salud mental</b> .....	6
<b>1.1.2. Uso de redes sociales, relaciones de pareja y salud mental</b> .....	6
<b>1.1.3. Autoestima y la salud mental</b> .....	7
<b>1.1.4. Satisfacción en la relación de pareja y salud mental</b> .....	8
<b>1.1.5. Celos y desconfianza en la pareja y salud mental</b> .....	9
<b>1.1.6. El papel del psicólogo general sanitario</b> .....	10
<b>1.2. Modelo teórico</b> .....	11
<b>1.2.1. Autoestima y redes sociales</b> .....	11
<b>1.2.2. Satisfacción en la pareja y redes sociales</b> .....	11
<b>1.2.3. Celos, desconfianza y redes sociales</b> .....	12
<b>1.2.4. Autoestima, celos y satisfacción relacional</b> .....	13
<b>1.2.5. Redes sociales, autoestima, celos y satisfacción en la pareja</b> .....	13
<b>1.3. Definición de constructos</b> .....	16
<b>1.3.1. Redes sociales</b> .....	16
<b>1.3.2. Autoestima</b> .....	16
<b>1.3.3. Satisfacción pareja</b> .....	17
<b>1.3.4. Celos y desconfianza</b> .....	17
<b>2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS</b> .....	18
<b>2.1. Objetivo general</b> .....	18
<b>2.2. Objetivos específicos</b> .....	18
<b>2.3. Hipótesis del estudio</b> .....	18
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	19
<b>3.1. Diseño</b> .....	19
<b>3.2. Participantes</b> .....	19
<b>3.3. Variables e instrumentos</b> .....	20
<b>3.3.1. Variables sociodemográficas</b> .....	20
<b>3.3.2. Variable predictora</b> .....	20
<b>3.3.3. Variables criterio</b> .....	21
<b>3.4. Procedimiento</b> .....	22

3.5. Análisis de los datos .....	23
3.5.1. Estadísticos descriptivos .....	23
3.5.2. Correlaciones de Spearman .....	24
3.5.3. Análisis de Varianza No Paramétrico (Kruskal-Wallis).....	24
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
4.1. Resultados sociodemográficos .....	25
4.2. Análisis descriptivos de las variables del estudio .....	26
4.3. Análisis de la fiabilidad .....	29
4.4. Estadísticos descriptivos de los cuatro grupos de tiempo de uso de RRSS. ....	30
4.5. Análisis de correlaciones .....	32
4.6. Análisis de varianza factorial .....	33
4.7. Análisis de regresiones lineales .....	35
<b>5. DISCUSIÓN.....</b>	<b>37</b>
<b>6. CONCLUSIONES .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>42</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>47</b>
<b>Anexo 1 .....</b>	<b>47</b>
<b>Anexo 2 .....</b>	<b>48</b>
<b>Anexo 3 .....</b>	<b>48</b>
<b>Anexo 4 .....</b>	<b>49</b>
<b>Anexo 5 .....</b>	<b>49</b>
<b>Anexo 6 .....</b>	<b>50</b>
<b>Anexo 7 .....</b>	<b>51</b>
<b>Anexo 8 .....</b>	<b>52</b>
<b>Anexo 9 .....</b>	<b>53</b>

## RESUMEN

**Introducción:** El uso de redes sociales se ha incrementado en los últimos años de manera exponencial, teniendo un impacto significativo en diversas áreas del bienestar emocional y relacional. Esta investigación tiene como objetivo principal el análisis de la relación y el impacto que tiene el tiempo de uso de redes sociales en aspectos significativos del bienestar personal, en concreto, en la autoestima; y relacional, en este caso, en la satisfacción relacional y los sentimientos de celos. **Método:** En este estudio, se empleó un diseño transversal con una muestra de 202 participantes adultos de entre 18 y 30 años y residentes de España. Los encuestados respondieron a un instrumento de autoinforme, que incluía un cuestionario sociodemográfico, el *Test de Autoestima de Rosenberg*, “*The Relationship Assessment Scale*” y la *Escala de Celos MAP*. Se emplearon diferentes pruebas de análisis de datos como correlaciones y regresiones lineales para examinar las relaciones entre las variables y para elaborar modelos predictivos en función del tiempo de uso de redes sociales.

**Resultados:** Los resultados indicaron que un mayor tiempo de uso de redes sociales se puede asociar de forma significativa con menores niveles de autoestima, menor satisfacción relacional y un incremento de sentimientos de celos. **Discusión:** Estos hallazgos ponen de manifiesto que el tiempo de uso de redes sociales puede afectar directamente al bienestar emocional y a las dinámicas relacionales, en concreto, la satisfacción y los celos en las mismas. Los resultados obtenidos señalan la relevancia del papel del psicólogo general sanitario en políticas y programas de prevención, detección e intervención, encaminados a un uso consciente y saludable de las redes sociales.

**Palabras clave:** Redes sociales, autoestima, satisfacción relacional, celos.

## ABSTRACT

**Introduction:** The use of social networks has increased exponentially in recent years, having a significant impact on various areas of emotional and relational well-being. The main objective of this research is to analyse the relationship and impact of social networking time on significant aspects of personal well-being, specifically self-esteem; and relational well-being, in this case, on relational satisfaction and feelings of jealousy. **Method:** In this study, a cross-sectional design was used with a sample of 202 adult participants aged 18-30 years and living in Spain. Respondents answered a self-report instrument, which included a sociodemographic questionnaire, the Rosenberg Self-Esteem Test, 'The Relationship Assessment Scale' and the MAP Jealousy Scale. Different data analysis tests such as correlations and linear regressions were used to examine the relationships between variables and to develop predictive models as a function of time spent using social networks. **Results:** The results indicated that longer social networking time can be significantly associated with lower levels of self-esteem, lower relational satisfaction and increased feelings of jealousy. **Discussion:** These findings show that the time spent using social networks can directly affect emotional well-being and relational dynamics, in particular, satisfaction and jealousy in these networks. The results obtained point to the relevance of the role of the general health psychologist in prevention, detection and intervention policies and programmes aimed at a conscious and healthy use of social networks.

**Keywords:** Social networks, self-esteem, relational satisfaction, jealousy.

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Justificación

La agencia IAB Spain presentó un informe con datos actualizados en 2024 sobre el uso de redes sociales (RRSS) en España. Según esta agencia, el 86% de los internautas entre 12 y 74 años utiliza las plataformas de redes sociales, lo que en términos de usuarios supone cerca de 30 millones de personas en España. Resulta interesante destacar que, en la franja de edad entre 12 y 24 años, el porcentaje de población usuaria de las redes sociales es el 94%. Respecto a las diferencias de género, el 89% de los usuarios son mujeres y el 83% hombres.

Con estas cifras, no resulta exagerado señalar que el uso de las RRSS se encuentra extendido, generalizado y es, prácticamente, universal.

Las redes sociales pueden definirse como plataformas digitales a través de las cuales se producen la interacción, comunicación y conexión, a nivel individual y de grupo. Se trata de herramientas que facilitan el intercambio de información y de experiencias tanto privadas como públicas en tiempo real. Desde su aparición, a comienzos de los años 2000, tanto el número de redes sociales, como sus contenidos y objetivos han ido evolucionando. Las redes sociales han cambiado drásticamente la naturaleza y la forma de relación entre las personas (Liu, 2010) y conformándose como un contexto de relaciones en sí mismo. En este sentido, es innegable que las redes sociales han impactado en la forma en que los usuarios, en muchos casos, conocen a otras personas, construyen y mantienen relaciones personales y, entre ellas, las de carácter romántico.

Otro ámbito de impacto del uso de las redes sociales, es el abuso de las mismas, y en concreto, éste como factor modulador de la salud mental de los usuarios. La salud mental ha de ser entendida como un estado de bienestar mental y de ajuste psicológico individual y social, no únicamente como ausencia de psicopatología. Este estado permite a las personas una adecuada gestión de los retos personales a lo largo del ciclo vital.

Uno de los retos evolutivos desde la adolescencia es la capacidad de establecer un vínculo de intimidad con otra persona manteniendo la propia identidad (Erikson, 1980).

### **1.1.1. Uso de redes sociales, relaciones personales y salud mental**

Debido a su relevancia en la sociedad actual, y sobre todo entre los adultos jóvenes, el uso de redes sociales ha sido ampliamente estudiado y, en concreto, se ha puesto en relación con el impacto que estas pueden tener en la salud mental de sus usuarios. Los estudios ponen de manifiesto que el uso abusivo de redes sociales se relaciona con diferentes alteraciones en la salud física y psicológica como trastornos del sueño, síntomas de ansiedad, depresión y de estrés, además de correlacionar negativamente con la imagen corporal. Así mismo, este uso abusivo de redes sociales modera la percepción de aislamiento del mundo real, dando pie a diferentes enfermedades mentales (Troya-Fernández, 2023).

De igual manera, un tiempo de uso excesivo de redes sociales, afecta a las relaciones interpersonales. En este sentido, HelpGuide (2023) incide en que “las redes sociales nunca pueden sustituir la conexión humana en el mundo real”, ya que el ser humano necesita el contacto presencial con el otro de forma innata para obtener los beneficios psicológicos y emocionales que las relaciones interpersonales brindan, tales como liberación de estrés y sensación de felicidad y positividad. A esto se podría añadir la necesidad innata de formar relaciones afectivas y vínculos con los demás, para lo que es necesaria la interacción con el otro.

Respecto a la naturaleza de las interacciones sociales y cómo se ven influidas por estas nuevas formas de relación, Bernete (2010), sostiene que se ha producido un cambio radical en las mismas, siendo las redes sociales una forma de relación completamente nueva, ya sea con usuarios conocidos o desconocidos, teniendo en cuenta el riesgo que esta segunda posibilidad supone, entre otras por la posibilidad de anonimato que brindan las redes sociales y tras el cual pueden establecerse relaciones no saludables e incluso de riesgo.

Una vez que se ha abordado, siquiera brevemente, el impacto del uso de redes sociales en las relaciones personales, se va a profundizar en cómo afectan concretamente a un tipo de interacción de importancia en el desarrollo personal y social: las relaciones de pareja.

### **1.1.2. Uso de redes sociales, relaciones de pareja y salud mental**

Si se ahonda en la relación entre el uso de redes sociales y la repercusión que estas tienen en las relaciones de pareja, Vázquez (2019) encuentra una relación positiva entre el tiempo diario que las parejas invierten en mantener conversaciones o contacto mediante

mensajería instantánea y la posibilidad de ejercer o sufrir alguna forma de abuso emocional en la pareja. En línea con estos resultados, Gámez-Guadix (2018) concluye que las nuevas tecnologías pueden convertirse en una herramienta de control en la pareja si se les da un uso inadecuado

Del Castillo (2015), hace apuntes muy significativos relacionados con cómo la etapa de noviazgo es esencial para la detección de comportamientos que sean indicadores de violencia en la pareja. Es probable que estos comportamientos aumenten tanto en intensidad como en frecuencia con el tiempo. Respecto a la forma que pueden adoptar dichos comportamientos, en una era digital, emerge una nueva forma de violencia: las agresiones en el contexto online, siendo fácil que estas pasen a incluirse en las dinámicas de las parejas jóvenes (Borrajo, 2015). Uno de los riesgos de dicha forma de violencia es que las víctimas naturalicen esta forma de agresión como comportamientos normales o permisibles como parte de la relación, interpretando que no hay comportamientos violentos al no mediar contacto presencial. Estos comportamientos y el encuadre como parte de la historia “afectiva” de la pareja tiene repercusiones también en el bienestar emocional y la salud mental.

Bühler (2021), sostiene que habitualmente las relaciones de pareja de calidad, promueven el bienestar emocional y disminuyen la prevalencia de trastornos psicológicos a lo largo de la vida. Las bases de una relación de pareja entendida como “de calidad”, se asientan en la confianza, el apoyo emocional y la comunicación asertiva.

Por su parte, las relaciones de calidad son un factor protector frente a trastornos mentales como la ansiedad o la depresión, y por tanto, contribuyen a la salud mental, con lo que se pone de manifiesto la estrecha relación entre la dimensión afectiva-relacional y la personal. En este sentido, características personales como la asertividad son la expresión de una buena autoestima (Castanyer, 1996). A continuación, se abordará la importancia de la autoestima y cómo esta repercute en la salud mental.

### **1.1.3. Autoestima y la salud mental**

Otro pilar fundamental del bienestar psicológico es contar con una adecuada autoestima. Esta se define como la percepción subjetiva que cada individuo tiene sobre él mismo (Harris, 2020).

La autoestima influye en aspectos vitales esenciales como la capacidad de establecer relaciones interpersonales, la aceptación de otros, el consumo de drogas, la resiliencia...

(Montt, 1996). Orth y Robins (2014) vinculan la alta autoestima con un mayor bienestar emocional, promoviendo habilidades y competencias esenciales para el desarrollo. Por el contrario, una autoestima baja se asocia a un aumento del riesgo de desarrollar trastornos como la ansiedad y la depresión.

La autoestima puede ser uno de los principales predictores de bienestar psicológico (Moreno, 2015). El estudio llevado a cabo por Muñoz-Albarracín (2023), muestra una conexión entre la autoestima y problemas de salud mental, como la depresión o la ansiedad. Las personas con baja autoestima presentan peor salud mental que, a su vez, se refleja en una peor percepción de sí mismos. La cualidad de la percepción personal tiene influencia en muy diversos órdenes de la vida personal, entre ellas, la satisfacción con la vida, tal y como revela también el estudio. Por lo que se refiere a las diferencias de género, es interesante destacar que los hombres puntúan más alto que las mujeres en variables como la autoestima y el optimismo.

La autoestima es uno de los pilares fundamentales en las relaciones de pareja, ya que la forma en la que uno mismo se percibe es esencial para la formación de vínculos emocionales con otros. Una baja autoestima genera inseguridades y actitudes conflictivas en la relación, mientras que una alta autoestima permite la comunicación asertiva y un buen establecimiento de límites, promoviendo la salud mental de ambos componentes (Harris, 2020). En el siguiente epígrafe se expondrá la relación entre la percepción de satisfacción en la pareja y el bienestar emocional.

#### **1.1.4. Satisfacción en la relación de pareja y salud mental**

El amor de pareja es considerado por autores como Sternberg (1988) una de las emociones más deseables para todos los individuos, e incluso como un sentimiento vital.

Por otro lado, la salud mental es un predictor de bienestar en todas las dimensiones de la persona, por lo tanto, también lo es para la percepción de satisfacción en las relaciones de pareja (Shahi, 2011).

Hazan y Shaver (1987), mantienen que el amor romántico y el vínculo que se da entre dos individuos, tiene características similares al que se da en el apego de la infancia. Es necesaria la perspectiva de la teoría del apego para entender que las relaciones románticas pueden ser un lugar seguro en el que el adulto siente o pide protección, apoyo y cuidado en circunstancias de necesidad (Bowlby 2014).

Zepeda-Goncen (2021) destaca que una relación de pareja, para que se considere gratificante, debe caracterizarse por sentimientos de satisfacción y apoyo mutuo. Estas relaciones pueden mejorar la salud mental, y por tanto la calidad de vida ya que se crea un espacio seguro que propicia el bienestar psicológico, generando conductas saludables para ambos individuos.

En línea con lo anterior, De la Villa-Moral (2018), sostienen que las relaciones de pareja en las que aparecen conflictos severos o que se pueden categorizar como disfuncionales, tienen efectos negativos en la salud mental y se asocian con dependencia emocional y malestar psicológico. Además, las relaciones de pareja en las que no se cumplen los criterios de bienestar, no solo afectan a la salud mental, sino que tienen una repercusión negativa en el estado de salud física, dando lugar a un incremento de la susceptibilidad a enfermedades (Quispe-Pari, 2023). Por lo tanto, se puede concluir que la percepción de satisfacción en las relaciones de pareja es un elemento crucial en la salud mental y física de las personas.

En ocasiones, influidos por factores como la autoestima, en las relaciones de pareja se dan fenómenos no saludables como los celos o la desconfianza, que enturbian la relación, poniendo en riesgo a los miembros de la pareja y su dinámica. Este aspecto se desarrolla brevemente en el siguiente epígrafe.

#### **1.1.5. Celos y desconfianza en la pareja y salud mental**

Los celos y la desconfianza que surge en ocasiones en las relaciones de pareja, pueden tener repercusiones significativas en el bienestar emocional. Existen diversas definiciones de lo que significan los celos, pero todas coinciden en que se trata de una emoción compleja, compuesta por diversas emociones simples negativas, como la tristeza, la ira, el miedo... (Calderón-Perez, 2018).

Giménez (2020) mantiene que los celos patológicos, también conocidos como celopatía, se caracterizan por una sensación de engaño y de preocupación irracional y excesiva por la posibilidad de infidelidad de la pareja. Se puede definir la infidelidad como la ruptura de un acuerdo de exclusividad, en el que uno de los miembros de la pareja establece una relación con una tercera persona (Camacho, 2004).

Los sentimientos de celos, correlacionan con el grado de dependencia emocional que puede aparecer en la pareja, ya que son indicadores de sentimientos ansiosos de inseguridad

ante la amenaza de que el vínculo emocional con la pareja se vea vulnerado (Oyanguren-Casas, 2023).

El miedo a perder a la pareja o la exclusividad de ésta, se encuentra en la base de la pérdida de bienestar emocional, pudiendo dar lugar a sintomatología o trastornos como la ansiedad o la depresión.

Este trabajo se enmarca en el contexto del Máster en Psicología General Sanitaria, por lo que tanto los objetivos como los resultados del mismo pretenden contribuir a la tarea del psicólogo general sanitario. Esta tarea se expone brevemente a continuación.

#### **1.1.6. El papel del psicólogo general sanitario**

Las funciones y actividades del psicólogo general sanitario se encuentran reguladas por la Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública y el Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 592/2014. Desde esta normativa, se trata de profesionales capacitados para desempeñar funciones específicas en el ámbito de la salud mental, con un enfoque en la promoción, prevención y atención psicológica (Colegio Oficial de psicólogos, 2018). Tienen un papel relevante en la detección, prevención e intervención en problemas relacionados con el bienestar emocional y el desarrollo integral de las personas en la población universal, en poblaciones y grupos de riesgo y en poblaciones específicas, siempre siguiendo el enfoque de la evidencia científica y en una constante adaptación a las necesidades que presente el paciente (González-Blanch, 2020). Para ello, es necesario el conocimiento de los fenómenos que emergen o que se van consolidando como áreas problemáticas, de riesgo o que tienen impacto en el bienestar y el desarrollo de las personas y las sociedades o, en términos generales, como problemas de salud mental. El psicólogo general sanitario está sujeto a una normativa específica que garantiza la confidencialidad y respeto hacia los pacientes (Ley 44/2003, de Ordenación de las Profesiones Sanitarias).

Conocer la relevancia de las variables objeto de esta investigación y expuestas anteriormente permite dar un paso hacia la búsqueda del bienestar emocional. Este concepto se entiende como un determinante de la adaptación de la persona al medio (Delgado Gómez, 2016), por lo que se debe tratar como un aspecto esencial. No cabe duda que las RRSS son y seguirán siendo un elemento clave en las relaciones de las personas, impregnando todos los ámbitos y dimensiones de la vida.

## **1.2. Modelo teórico**

A continuación, se presenta una revisión de la literatura acerca de las relaciones entre las diferentes variables objeto de este estudio. Merece la pena anticipar que aunque se han encontrado estudios que relacionan dos o tres variables, una única investigación lo ha hecho tomando en consideración todas las variables del presente estudio.

### **1.2.1. Autoestima y redes sociales**

Hernández et al. (2024) analizaron el impacto de las redes sociales en sus habilidades interpersonales, autoestima y autocontrol en adolescentes. Encontraron percepción de malestar en el 70% que refirieron problemas de concentración y el 60% se percibían inútiles en ocasiones. Las adolescentes utilizaban más frecuentemente TikTok, Instagram y WhatsApp, fundamentalmente para comunicarse y como entretenimiento. Así mismo, los datos señalaron una relación significativa negativa entre el uso de redes sociales y el autocontrol.

Por otro lado, Reyes et al. (2021), indagaron en la relación entre la autoestima y la ansiedad con las redes sociales en universitarios. El estudio concluyó que un uso elevado de RRSS se relaciona con niveles bajos de autoestima y altos de ansiedad, afectando negativamente al bienestar de los usuarios de estas plataformas.

### **1.2.2. Satisfacción en la pareja y redes sociales**

Hand et al. (2013) llevaron a cabo una investigación para establecer si el tiempo que pasaban los miembros de la pareja en redes sociales se relacionaba con la intimidad y la satisfacción en las relaciones de pareja. Encontraron que el grado de intimidad es un factor mediador/protector entre el uso de redes sociales y la satisfacción general percibida por ambos miembros de la pareja en la relación. Por otra parte, no encontraron relación entre el tiempo de uso de redes sociales y la percepción que cada uno de los miembros de la pareja tenía acerca del grado de intimidad y satisfacción en la pareja. Sin embargo, encontraron una relación negativa entre la intimidad y la percepción del tiempo de uso de las redes sociales por parte del otro miembro de la pareja. Los autores interpretan este resultado desde el concepto de sesgo atribucional según el cuál se establece una distancia entre la percepción negativa del uso por parte de la pareja de las redes sociales en el que, además, se atribuye un impacto negativo en la

relación, frente a la percepción más “bondadosa” del uso de las redes sociales y su impacto en la relación.

Calli Romani (2023) analiza la relación entre la satisfacción de las relaciones amorosas y el uso de las redes sociales. Los resultados de esta investigación revelan que un uso excesivo de las plataformas en línea puede generar conflictos y errores en la comunicación, empeorando la percepción de satisfacción general. En este estudio se incluye otro factor relacionado con las comparaciones y expectativas que surgen del tiempo de uso de redes sociales, estas suelen ser poco realistas e incrementan los sentimientos de celos e inseguridad, por lo que el artículo concluye con la relevancia del establecimiento de límites saludables relacionados con el uso de redes sociales.

### **1.2.3. Celos, desconfianza y redes sociales**

Gómez Martínez (2020), estudia la repercusión del uso de redes sociales en los sentimientos de celos o desconfianza en las relaciones amorosas. Los resultados de esta investigación destacan que a pesar de que un mayor porcentaje de la muestra no se considera celosa, el uso de redes sociales puede actuar como un desencadenante de actitudes de desconfianza y de celos. Estas reacciones se dan principalmente cuando uno de los miembros de la pareja percibe interacciones potencialmente amenazantes en línea por parte del otro miembro. Es por esto, que concluye que las redes sociales pueden intensificar los sentimientos de inseguridad o celos en las relaciones amorosas.

Por otro lado, Martínez-León et al. (2017), llevaron a cabo una revisión sistemática dirigida a la relación entre los celos románticos y el impacto que tiene en estos el uso de redes sociales. Según los autores, las RRSS pueden facilitar la comparación constante entre otras personas y la propia pareja o uno mismo, esto inevitablemente incrementa inseguridades y promueve interpretaciones negativas sobre las interacciones que pueda tener el otro miembro de la pareja en línea. El estudio concluye con que el entorno digital puede actuar como un amplificador para la aparición de inseguridades o comportamientos celosos, y de esta forma, repercutiendo negativamente en la calidad de la relación.

Kovan (2023) exploró la relación entre los celos que surgían en las propias redes sociales y el impacto que esto tenía en la satisfacción general de las relaciones de pareja,

destacando como papel mediador las habilidades comunicativas que tuvieran los miembros de la pareja. El estudio obtuvo resultados claros en cuanto al impacto negativo que tienen las redes sociales en la satisfacción de las personas en pareja, sin embargo, destaca la relevancia de las habilidades comunicativas actuando como factor protector en los conflictos y de las emociones.

#### **1.2.4. Autoestima, celos y satisfacción relacional**

Resett et al. (2024) investigan la conexión entre la autoestima, los celos y las inseguridades y la satisfacción relacional en adultos emergentes. El estudio encuentra que los niveles altos de celos e inseguridades en las etapas de noviazgo están estrechamente relacionados con niveles de autoestima bajos. Asimismo, se encontró que las mujeres presentan más sentimientos y conductas celosas y de desconfianza. Se concluye con que la autoestima es un factor esencial en la manifestación de celos, repercutiendo negativamente en la percepción de satisfacción de la pareja.

El artículo "Satisfacción, celos románticos y apego en relaciones de pareja" por Ilizarbe (s.f.), selecciona en primer lugar diversas dimensiones de los celos ( dimensión cognitiva, emocional, conductual y en Facebook) para estudiarlas posteriormente y relacionarlas con la satisfacción de pareja y los estilos de apego. Los resultados de esta investigación indican que las dimensiones cognitiva, conductual y en la plataforma en línea, correlacionan negativamente con la percepción de satisfacción relacional, mientras que la dimensión emocional, correlaciona positivamente. En relación a los estilos de apego, el artículo indica que las parejas caracterizadas por un apego inseguro presentan una calidad relacional inferior a las parejas con apego seguro.

#### **1.2.5. Redes sociales, autoestima, celos y satisfacción en la pareja**

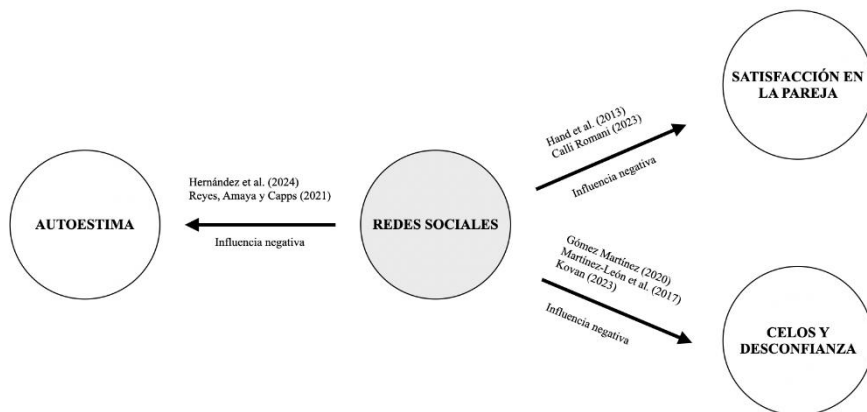
En cuanto a la exploración de las variables de este estudio en una misma investigación, se ha encontrado un único artículo escrito por Utz y Beukeboom (2011). Esta investigación indaga en cómo el uso de Facebook afecta a las relaciones románticas, centrando la atención en los celos y en la felicidad de la relación. También hace alusión a la autoestima como mediadora, concluyendo que aquellos sujetos con niveles de autoestima inferiores, son más vulnerables a experimentar celos relacionados con el uso de esta aplicación, mientras que

aqueellos con altos niveles de autoestima poseían más seguridad en sí mismos, siendo menos susceptibles a interpretaciones negativas de las interacciones que pudiera tener la pareja en RRSS. Por tanto, hasta donde conocemos, ha sido poco el interés por estudiar, las relaciones entre las variables (RRSS-autoestima-celos y satisfacción de la pareja) como parte de un sistema de relaciones.

Con el fin de clarificar las relaciones de los estudios en base a los que se ha construido el marco teórico e ilustrar el modelo que se propone en este estudio, se han realizado las figuras que aparecen a continuación.

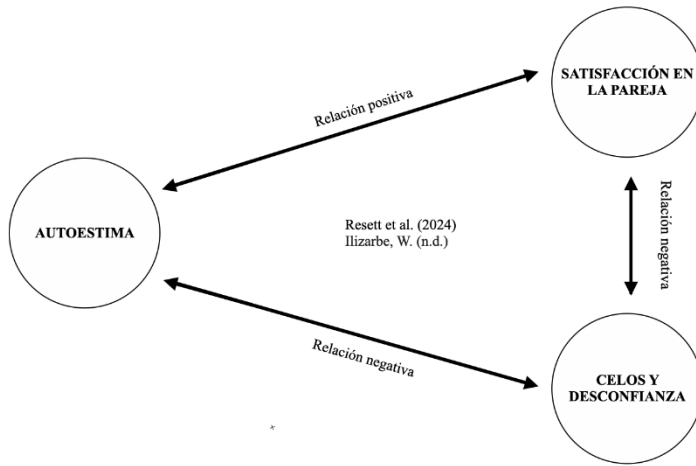
### Figura 1

*Relación de la variable independiente con las variables dependientes en los estudios encontrados en la literatura.*



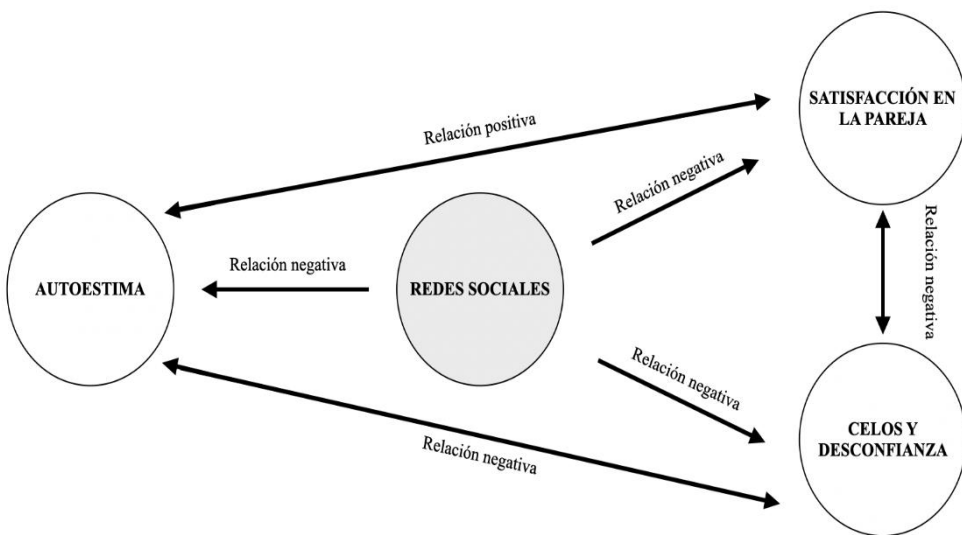
**Figura 2**

*Relación de las variables dependientes en los estudios en los estudios encontrados en la literatura.*



**Figura 3**

*Relación de las variables en el modelo propuesto en este estudio.*



### **1.3. Definición de constructos**

#### **1.3.1. Redes sociales**

Las redes sociales se definen como plataformas digitales que permiten interacciones entre sus consumidores, permiten la creación, intercambio y consumo de diversos tipos de contenidos y formatos (Boyd & Ellison, 2007).

Según la American Psychiatric Association el uso abusivo de RRSS no se puede definir exclusivamente por las horas dedicadas al consumo de las mismas, si no por el nivel de interferencia que tenga con las actividades diarias, las relaciones personales y el bienestar emocional. Un uso excesivo y compulsivo puede tener consecuencias negativas en las vidas de los consumidores y en su bienestar emocional.

GfK DAM, lleva a cabo un estudio en el que se obtiene como resultado que personas de entre 16 y 30 años dedican aproximadamente 36 horas mensuales al uso de redes sociales, lo que equivale a en torno a 1 hora y 12 minutos diarios (Huffington Post, 2024). Este patrón de uso de redes sociales se relaciona con efectos negativos en la salud mental, propiciando un deterioro emocional y psicológico de sus usuarios.

En este estudio se incluyen redes sociales como Facebook, red social especializada en conectar a usuarios mediante mensajes, videos y fotos; Instagram, enfocada principalmente a un contenido visual de consumo rápido, formado por imágenes y videos; X, empleada como foro común en el que compartir noticias y opiniones; Tiktok, al igual que instagram, destinada a un consumo rápido de videos cortos de entretenimiento.

#### **1.3.2. Autoestima**

Morris Rosenberg (1965), trata a la autoestima como “una actitud favorable o desfavorable hacia el yo”. Este autor se centra en la relevancia que tiene la autoevaluación global como esencial para el bienestar psicológico. Para medir este el nivel de autoestima de las personas, Morris desarrolla la Escala de Autoestima de Rosenberg.

Es relevante que Rosenberg destaca que la autoestima está formada tanto por experiencias externas como por factores internos, como los valores individuales, la capacidad de gestión de la frustración, la percepción personal de lo que implica el éxito o el fracaso... En sus estudios, establece un vínculo entre la autoestima y la salud mental, puntualizando que una

autoestima alta está asociada a una mayor resiliencia, y por tanto una mayor percepción de bienestar emocional, mientras que una autoestima baja se relaciona con trastornos mentales como la ansiedad o la depresión.

### **1.3.3. Satisfacción pareja**

Hendrick (1988), relaciona la percepción de satisfacción en la pareja con el nivel de intimidad emocional, la percepción de apoyo mutuo y la calidad de comunicación que se dé entre los miembros de la relación. Desarrolla la *Relationship Assessment Scale (RAS)*, escala que mide este constructo mediante constructos claves como la calidad de la interacción en la relación y la percepción de equidad y compromiso.

Cabe destacar la relevancia que le da Hendrick a que la percepción de satisfacción en la pareja depende principalmente de la presencia de emociones y experiencias positivas, caracterizadas por el esfuerzo mutuo porque la conexión emocional entre ambas partes tenga cimientos sólidos, y nunca depende exclusivamente de la ausencia de conflictos.

Por último, esta autora relaciona la satisfacción en la pareja con el bienestar emocional, ya que las relaciones de pareja saludables en cualquier etapa vital, contribuyen a una mejor salud mental y bienestar psicológico.

### **1.3.4. Celos y desconfianza**

Ahumada et al. (2011) asocian la baja autoestima, las inseguridades personales y experiencias previas relacionadas con abandono con los celos y la desconfianza que pueden surgir en las relaciones de pareja. Estos autocares crean la Escala de Actitudes celosas MAP, escala que da una puntuación con respecto a situaciones o aspectos de la pareja relacionados con los celos. El test se divide en 6 factores diferentes: Control, Inseguridad, Hostilidad, Confianza, Afectividad negativa y Conflicto.

Es relevante destacar que los celos pueden tener un origen real, basado en una percepción de amenaza hacia la integridad de la relación, o en ocasiones puede ser un temor irracional e imaginario. Este fenómeno puede provocar conflictos recurrentes y por lo tanto un deterioro significativo de la satisfacción relacional.

Los autores señalan que la desconfianza puede convertirse en un patrón persistente, dando lugar a una degradación de la estabilidad emocional de la relación, provocando inseguridad y dinámicas disfuncionales. Los celos pueden derivar en actos de violencia y de necesidad de control, afectando negativamente al bienestar emocional de ambos miembros de la pareja. En el estudio se destaca que esto debe abordarse mediante intervenciones terapéuticas en las que se reconstruye la confianza y se promueve la comunicación asertiva.

## **2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **2.1. Objetivo general**

Explorar y analizar cómo el tiempo de uso de redes sociales afecta la autoestima, la satisfacción de las relaciones de pareja y los sentimientos de celos y desconfianza en adultos jóvenes de 18 a 30 años residentes en España.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Analizar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y la autoestima.
- Explicar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y la percepción de satisfacción en la pareja.
- Examinar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y los sentimientos de celos y desconfianza en la pareja.
- Analizar la relación entre el tiempo de uso diario de redes sociales y las diferencias en la autoestima, las dimensiones de satisfacción en la relación, celos (MAP) y sus subescalas (control, inseguridad, hostilidad, confianza/desconfianza, afectividad negativa y conflicto), con el fin de identificar patrones en la influencia del uso de redes sociales en el bienestar en la pareja y los sentimientos de celos y desconfianza.
- Explorar modelos predictivos que relacionen el tiempo de uso de redes sociales con las variables autoestima, satisfacción relacional y sentimientos de celos y desconfianza.

### **2.3. Hipótesis del estudio**

Hipótesis 1: El tiempo de uso de redes sociales correlaciona de forma negativa y significativa con la autoestima.

Hipótesis 2: El tiempo de uso de RRSS correlaciona negativamente y significativamente con la percepción de satisfacción relacional.

Hipótesis 3: El tiempo de uso de redes sociales correlaciona positiva y significativamente con las dimensiones de la escala de celos MAP y con la puntuación total de la misma.

Hipótesis 4: El tiempo de uso diario de redes sociales se asocia significativamente con diferencias en las dimensiones de satisfacción en la relación, los celos (MAP) y sus subescalas (control, inseguridad, hostilidad, confianza/desconfianza, afectividad negativa y conflicto), de manera que un mayor tiempo de uso impacta significativamente en menores niveles de autoestima y satisfacción en la pareja y en mayores niveles de celos y desconfianza.

Hipótesis 5: El tiempo de uso de RRSS predice una puntuación más baja en la autoestima, en la satisfacción relacional y en las dimensiones Afectividad negativa y Conflicto del constructo celos y desconfianza, mientras que predice puntuaciones más altas en las dimensiones Control, Inseguridad, Hostilidad y Desconfianza.

Los objetivos y sus respectivas hipótesis aparecen desarrollados y relacionados en el Anexo 1.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño**

Esta investigación presenta un estudio ex post facto, transversal, correlacional, descriptivo puesto que, como señalan Montero y León (2002), “las limitaciones para el contraste de las relaciones causales provienen de la imposibilidad de manipular la variable independiente” (p. 506). El diseño empleado es no experimental y de grupo único.

#### **3.2. Participantes**

La investigación en primer lugar contó con la participación de 410 personas, tras descartar los participantes que no cumplían con los requisitos previamente descritos, el estudio contó con 202 participantes, los datos se recogieron mediante un muestreo no probabilístico de tipo bola de nieve. La muestra estuvo compuesta por adultos jóvenes de edades comprendidas

entre los 18 y los 30 años, residentes de España, como criterio de inclusión, los participantes debían tener o haber tenido pareja en el pasado. Todos los participantes aceptaron el consentimiento informado (Anexo 2) antes de su inclusión en el estudio, garantizando el anonimato y la confidencialidad de sus datos, en cumplimiento de la normativa vigente de protección de datos. Las edades de la muestra estuvieron comprendidas entre los 18 y 30 años ( $M=22,68$ ;  $DT=3,080$ ) (Ver Tabla 1). En cuanto a la distribución por género, un 78,7% (159 participantes) fueron mujeres, un 20,3% (41 participantes) hombres y un 1% (2 participantes) que señalaron la opción “otro” (Ver Tabla 2). Otros datos sociodemográficos aparecen señalados en la tabla 3.

### **3.3. Variables e instrumentos**

Para la realización de este estudio se ha confeccionado un instrumento que fusiona tres cuestionarios: Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), “The Relationship Assessment Scale” (Hendrick, S. S. 1988) y la Escala de Celos MAP creada por Ahumada, Martínez y Montoya (2011). Estas variables e instrumentos se definen en los siguientes epígrafes.

#### **3.3.1. Variables sociodemográficas**

Se ha elaborado un breve cuestionario sociodemográfico Ad-hoc en el que se preguntaba por: Edad, sexo, residencia en España y si se encontraban en una relación de pareja en el momento de responder al cuestionario, o en el pasado.

La variable Residencia en España, con el fin de ajustarse a los objetivos del estudio, se ha tratado como una variable categórica nominal dicotómica, ya que los participantes debían responder mediante sí o no a la pregunta “¿Resides en España?”, también como variable nominal dicotómica se ha tratado a la pregunta de “¿Tienes en este momento o has tenido pareja?”. La variable sexo se ha preguntado también como variable categórica nominal politómica. Por último, la edad se ha tratado como una variable cuantitativa.

Las variables de respuesta se encuentran señaladas en las tablas 1, 2 y 3.

#### **3.3.2. Variable predictora**

La variable predictora de este estudio es el tiempo de uso de redes sociales, tratada como una variable categórica nominal politómica. Para medirla, se ha desarrollado un test ad-

hoc en el que se pregunta “¿Cuántas horas al día consumes redes sociales? Instagram, Facebook, X, TikTok u otras.” y en el que las posibilidades de respuesta eran: “No consumo RRSS/Entre 1 hora y 3 horas diarias/Entre 3 horas y 5 horas diarias/Más de 5 horas diarias”.

### 3.3.3. Variables criterio

Como variables criterio de este estudio se han seleccionado la autoestima, la percepción de satisfacción global dentro de la pareja y los sentimientos de celos y desconfianza. Para medirlas se han empleado los siguientes tests:

- Test de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965)

Este test fue creado por Morris Rosenberg en 1965, cuenta con 10 ítems diseñados para medir el nivel de autoestima de un individuo, evaluando sentimientos positivos y negativos hacia uno mismo. Se desarrolló entendiendo la autoestima como la percepción del valor propio y de la aceptación personal.

Las respuestas se obtienen mediante una escala tipo Likert de 4 opciones, oscilando entre "Totalmente de acuerdo" y "Totalmente en desacuerdo". Cabe destacar su elevada consistencia interna y fiabilidad, siendo su Alfa de Cronbach .847.

- “The Relationship Assessment Scale” (Hendrick, S. S. 1988)

La escala desarrollada por Hendrick en el año 1988, se encarga de medir el nivel de satisfacción global de los integrantes de la pareja. Es una escala likert constituida por 7 ítems. Las opciones de respuesta oscilan del 1 al 5 donde valores más bajos implican un nivel menor de satisfacción en la relación.

De esta escala destaca su elevada consistencia interna y su brevedad, siendo así una herramienta de evaluación efectiva y rápida de la percepción de satisfacción general de las relaciones románticas. Respecto a sus estadísticos de fiabilidad, el Alfa de Cronbach de este instrumento es de .923, por lo que se puede concluir que se trata de una escala muy fiable.

- Escala de celos MAP creada por (Ahumada, Martínez y Montoya, 2011).

Esta escala fue desarrollada por los autores Ahumada, Martínez y Montoya en el 2011, con ella se obtiene una puntuación relacionada con situaciones o aspectos correspondientes a la relación de pareja. Se construyó con 39 elementos, de los cuales se restaron tres después de varias revisiones, obteniendo la cifra final de 36 ítems. Se trata de una escala likert de 5 opciones de respuesta, en las que el individuo debe seleccionar el valor que más se ajuste a su respuesta. Los valores oscilan entre 1: Nunca y 5: Siempre, esta escala posee una fiabilidad de

.857. El instrumento tiene las siguientes subescalas: Control, Inseguridad, Hostilidad, Afectividad negativa, Desconfianza y Conflicto. Estas subescalas aparecen indicadas y con sus respectivos ítems en el Anexo 3

Se exponen a continuación ejemplos de los ítems que se pueden encontrar en estas subescalas:

- Control: “Cuando mi pareja me hace enfadar, quisiera hacerla(e) sufrir”
- Inseguridad: “Cuando mi pareja no está conmigo la (lo) busco desesperadamente”
- Hostilidad: “Me enfado con facilidad cuando me siento celoso (a)”
- Confianza/desconfianza: “Creo que mi pareja me dice la verdad”
- Afectividad negativa: “Me siento tranquilo (a) a pesar de no saber nada de mi pareja”
- Conflicto: “Frecuentemente le pido explicaciones a mi pareja sobre lo que hace”

Los únicos criterios de inclusión que presenta esta escala son: Tener más de 18 años y tener o haber tenido una relación de pareja.

### **3.4. Procedimiento**

En relación al proceso de recogida de datos, se empleó el programa informático Qualtrics para diseñar el cuestionario que se distribuyó mediante un link compartido que llega a los dispositivos de los potenciales participantes mediante el método bola de nieve. Se tomó la decisión de emplear este programa ya que presenta diferentes ventajas: en primer lugar, el coste 0 tanto para el investigador como para los sujetos que componen la muestra, en segundo lugar, es muy cómodo para los participantes, puesto que los cuestionarios se presentan de una forma muy intuitiva y garantizando el anonimato en todo momento. Por último cabe destacar que es un instrumento muy eficaz si se emplea con el fin de llegar a un amplio número de participantes, ya que cada uno puede cumplimentar el test desde el dispositivo electrónico que desee.

En este instrumento, se incluyó un consentimiento informado, en caso de que el uso de estos datos fuera rechazado, no se permite al participante acceder a las preguntas posteriores. Este consentimiento informado se basa en que el participante sea una persona mayor de edad y haya podido acceder a la información que considere necesaria en relación al estudio en el que está participando. Además, se asegura de que cuente con la posibilidad de preguntar dudas que le puedan surgir a lo largo del desarrollo de la investigación y que si así lo desea, puede

renunciar a la participación en el estudio sin necesidad de presentar ninguna justificación y sin que esta acción suponga ninguna repercusión. Por último, el consentimiento informado recoge que todos los datos obtenidos, serán tratados de forma anónima y confidencial según la normativa vigente y la política de protección de datos.

Una vez este consentimiento informado está aceptado, se accede al cuestionario Ad-hoc en el que se recogen las siguientes variables sociodemográficas: Sexo, edad, residencia en España y estado de pareja actual o anterior.

A continuación, se da paso a los cuestionarios relacionados con el tiempo de uso de RRSS, la percepción global de bienestar en la pareja, los sentimientos de valía personal y respeto a uno mismo y los celos y desconfianza dentro de la relación de pareja, siendo este el último instrumento del test. Para asegurar en la medida de lo posible el menor número de datos perdidos, todas las preguntas se han configurado con la opción “forzar respuesta”, de forma que no es posible avanzar a la siguiente pregunta sin haber respondido a la anterior.

### **3.5. Análisis de los datos**

Para el análisis de los datos se ha empleado el programa IBM SPSS Statistics 27 y Python. Con el fin de responder a los objetivos planteados en este estudio, se han llevado a cabo análisis de datos descriptivos e inferenciales que se definen a continuación:

#### **3.5.1. Estadísticos descriptivos**

En primer lugar se ha llevado a cabo un análisis de las variables sociodemográficas, en el que se ha incluido las frecuencias y porcentajes para las diferentes categorías de sexo, la media, desviación típica y valores mínimo y máximo de la edad así como las frecuencias y porcentajes de los niveles educativos de los participantes.

En segundo lugar, se obtuvieron la frecuencia y el porcentaje del tiempo diario dedicado al uso de redes sociales dividido en las siguientes franjas: “No consumo RRSS”, “Entre 1 hora y 3 horas diarias”, “Entre 3 horas y 5 horas diarias” y “Más de 5 horas diarias”.

En tercer lugar, se analizaron los descriptivos de los instrumentos empleados en la investigación, obteniendo de todos la puntuación mínima, la máxima, la media, la desviación estándar y los estadísticos de fiabilidad. En cuarto lugar, se llevaron a cabo análisis descriptivos obteniendo las medias y las desviaciones típicas comparando el tiempo de uso de

redes sociales y las puntuaciones obtenidas en los instrumentos RAS, MAP y la Escala de Autoestima de Rosenberg.

### **3.5.2. Correlaciones de Spearman**

Para conocer las relaciones entre las variables se llevó a cabo un análisis de correlaciones entre las horas de uso de redes sociales y las diferentes dimensiones de la escala MAP, la escala de Autoestima de Rosenberg y el instrumento RAS. Para comprobar la naturaleza de la distribución de los datos se llevó a cabo la prueba de Kolmogorov-Smirnoff que indicó una distribución no normal, por lo que la prueba de correlaciones apropiada era Spearman.

### **3.5.3. Análisis de Varianza No Paramétrico (Kruskal-Wallis)**

Se realizó una análisis de varianza no paramétrico para comparar las puntuaciones obtenidas en las diferentes variables en función del tiempo de uso de RRSS. Esta prueba determinó las diferencias estadísticamente significativas de los grupos definidos por el tiempo de exposición a redes sociales.

### **3.5.4. Análisis de regresiones lineales**

Se llevó a cabo un análisis de regresión lineal con el objetivo de explorar un modelo de predicción del tiempo de uso de redes sociales respecto de las variables satisfacción relacional y celos en la pareja. El objetivo de realizar este análisis inferencial también fue cuantificar la magnitud y dirección de dichas relaciones.

En el siguiente epígrafe se presentan los resultados siguiendo los objetivos del estudio.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Resultados sociodemográficos

A continuación, se presentan las características sociodemográficas de la muestra. Los datos incluyen información sobre la edad (Tabla 3), el sexo (Tabla 4) y el nivel de estudios (Tabla 5).

**Tabla 3**

*Estadísticos descriptivos de la variable edad*

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>
Edad	202	18	30	22,68	3,080

Los resultados demográficos relacionados con los análisis descriptivos de la edad de los participantes indicaron que la media de edad fue de 22,68 años y la desviación típica de 3,080. El rango de edad se encontró entre los 18 y los 30 años, siendo estos el mínimo y el máximo.

Respecto a la variable sexo, la muestra estuvo compuesta por 41 hombres (20,3 %), 159 mujeres (78,7 %) y dos participantes que seleccionaron la opción “otro” (1 %). (Tabla 2)

Se incluye una gráfica descriptiva en el Anexo 4.

**Tabla 4**

*Estadísticos descriptivos de la variable sexo*

	<b>Frecuencia (N=202)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Sexo		
Masculino	41	20,3
Femenino	159	78,7
Otro	2	1,0

Los resultados descriptivos de la variable nivel de estudios mostraron que la población estuvo compuesta por un grupo de 6 participantes (3 %) que había estudiado estudios secundarios, 23 (11,4 %) que había cursado bachillerato, 63 (31,2 %) que habían cursado formación profesional, 75 participantes (37,1 %) que finalizaron los estudios universitarios y 35 (17,3 %) que cursaron estudios de postgrado. En el Anexo 5 se adjunta un gráfico con estos porcentajes.

**Tabla 5**

*Estadísticos descriptivos de la variable nivel de estudio.*

	<b>Frecuencia (N=202)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Nivel de estudios		
Estudios secundarios	6	3,0
Bachillerato	23	11,4
Formación profesional	63	31,2
Estudios universitarios	75	37,1
Estudios de postgrado	35	17,3

#### **4.2. Análisis descriptivos de las variables del estudio**

A continuación, se presentan los resultados de las pruebas descriptivas de la muestra en las diferentes variables estudiadas

En primer lugar se muestra la tabla que contiene los descriptivos del tiempo de uso de redes sociales desagregados por intervalos.

**Tabla 6***Estadísticos descriptivos de las horas de uso de RRSS.*

	Frecuencia (N=202)	Porcentaje (%)
Horas de uso de RRSS diarias		
No consumo RRSS	4	2,0
Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	44,1
Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	44,6
Más de 5 horas diarias	19	9,4

Los estadísticos descriptivos relacionados con el tiempo de uso de redes sociales, indicaron que 4 participantes (2 %) no consumen redes sociales, 89 (41,1 %) dedican entre una hora y tres horas al día redes sociales, el 44,6 % (N = 90) utiliza las RRSS entre tres y cinco horas diarias y el 9,4 % (N = 19) invierte más de cinco horas al día en el uso de redes sociales. Se adjunta un gráfico con estos valores en el Anexo 6.

En segundo lugar se presentan los resultados de la variable autoestima (Tabla 7)

**Tabla 7***Estadísticos descriptivos del Test de Autoestima de Rosenberg.*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Escala de autoestima de Rosenberg	202	11	36	26,2	5,15

Como puede verse, la puntuación de autoestima en los participantes fue  $M= 26,2$  y  $DT= 5,15$ . El intervalo de puntuaciones se encontró entre el 11 y el 36, siendo estos respectivamente, el mínimo y el máximo.

En relación con la satisfacción en la pareja, en tercer lugar, se presentan los resultados descriptivos en la tabla 8.

**Tabla 8***Estadísticos descriptivos de la escala RAS.*

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>
RAS	202	7	35	28,62	5,82

Las puntuaciones de la muestra en esta escala, presentaron unos valores mínimos y máximos entre 7 y 35 respectivamente, con una puntuación media  $M=28,62$  y  $DT=5,8$ .

Por último, en la tabla 9 se presentan los estadísticos descriptivos de la escala de celos en cuanto a su puntuación total y de forma separada las diferentes escalas que la componen.

**Tabla 9***Estadísticos descriptivos del MAP.*

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>
MAP Total	202	48	142	71,64	12,45
MAP Control	202	16	66	23,68	6,96
MAP Inseguridad	202	7	28	12,33	3,83
MAP Hostilidad	202	4	17	8,45	2,67
MAP Confianza desconfianza	202	3	15	12,70	1,80
MAP Afectividad negativa	202	3	13	8,21	1,58
MAP Conflicto	202	3	13	6,25	2,35

En primer lugar, la puntuación total del test mostró una media  $M = 71,64$ , con una  $DT = 12,45$ , siendo el mínimo y el máximo 48 y 142. En segundo lugar, la dimensión control

obtuvo una  $M=23,68$  y una  $DT = 6,96$  y las puntuaciones mínimas y máximas oscilaron entre 16 y 66. En tercer lugar, en la dimensión Inseguridad, las puntuaciones mostraron un intervalo entre 7 y 28 con una  $M = 12,33$  y  $DT = 3,83$ . En cuarto lugar, la dimensión hostilidad presentó valores mínimos y máximos que oscilaron entre 4 y 17,  $M = 8,45$  y  $DT = 2,67$ . Por lo que se refiere a la dimensión Confianza-Desconfianza, presentó una media  $M = 12,70$  y  $DT = 1,80$ , oscilando las puntuaciones entre 3 y 15 como valores mínimos y máximos. En la sexta dimensión, afectividad negativa, las puntuaciones oscilaron entre 3 y 13, siendo  $M = 8,21$  y  $DT = 1,58$  y en último lugar, la dimensión conflicto presentó un intervalo de puntuaciones entre 3 y 13, media  $M = 6,25$  y  $DT = 2,35$ .

Se realizaron análisis de fiabilidad de todas las pruebas.

### 4.3. Análisis de la fiabilidad

Se presentan a continuación los respectivos tests de fiabilidad de los instrumentos empleados para este estudio (Tabla 10),(Tabla 11),(Tabla 12).

**Tabla 10**

*Análisis de fiabilidad del Test de Autoestima de Rosenberg.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	10

Se ha comprobado el índice de consistencia interna de los test empleados en el estudio obteniendo los siguientes resultados: La tabla 10 muestra que el índice de consistencia interna del Test de Autoestima de Rosenberg es Alpha de Cronbach .847.

**Tabla 11**

*Análisis de fiabilidad del RAS.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	7

En la tabla 11 se refleja que el Alpha de Cronbach del test RAS es .923.

**Tabla 12**

*Análisis de fiabilidad del MAP.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,857	36

En la tabla 12 se puede observar que el Alpha de Cronbach de la prueba MAP es .857.

Estos valores respecto a las propiedades psicométricas de los test, indican que todos poseen un índice de fiabilidad alto.

Se realizaron estadísticos descriptivos en función de las cuatro franjas de tiempo de uso de redes sociales. Se desarrollan a continuación:

#### **4.4. Estadísticos descriptivos de los cuatro grupos de tiempo de uso de RRSS.**

Se calcularon los estadísticos descriptivos (media y desviación estándar) para las diferentes variables estudiadas en función de las franjas de tiempo de uso de redes sociales. Los resultados se presentan en las tablas 13 y 14 (Anexos 7 y 8).

En relación con la Escala de Autoestima de Rosenberg, los resultados mostraron que los participantes que no utilizaron redes sociales tuvieron una media de autoestima de  $M=29.50$  ( $DT=2.327$ ). En los participantes que consumieron entre 1 y 3 horas diarias, la media disminuyó a  $M=26.85$  ( $DT=0.545$ ), mientras que en aquellos que las usaron entre 3 y 5 horas

diarias la media fue de  $M=26.07$  ( $DT=0.557$ ). Por último, los usuarios que dedicaron más de 5 horas diarias a las redes sociales reportaron una media de  $M=25.58$  ( $DT=0.846$ ).

En el caso de la Relationship Assessment Scale (RAS), encargada de medir la satisfacción relacional, los participantes que no consumieron redes sociales presentaron la mayor media de puntuación ( $M=33.75$ ,  $DT=1.250$ ). Sin embargo, las medias disminuyeron conforme aumentó el tiempo de uso de redes sociales: entre 1 y 3 horas diarias ( $M=29.40$ ,  $DT=0.5455$ ), entre 3 y 5 horas diarias ( $M=27.73$ ,  $DT=0.674$ ), y más de 5 horas diarias ( $M=28.11$ ,  $DT=1.318$ ).

Se describen a continuación los resultados de la Escala de Celos MAP, donde aparece reflejada tanto la puntuación total como las dimensiones. Los principales resultados fueron los siguientes:

- En cuanto a los resultados de los celos totales, la media más baja se encontró en grupo que no utiliza redes sociales ( $M=61.00$ ,  $DT=2.799$ ), mientras que la media más alta se encontró en el grupo que consume más de 5 horas diarias ( $M=77.58$ ,  $DT=2.686$ ).
- Respecto a la dimensión Control del MAP, los resultados mostraron un incremento en las medias a medida que aumentó el uso de redes sociales, desde  $M=19.50$  ( $DT=2.082$ ) en los que no consumen redes sociales hasta  $M=25.95$  ( $DT=1.721$ ) en los usuarios con más de 5 horas diarias.
- En la subescala Inseguridad, los niveles más bajos se observaron en los que no utilizan redes sociales ( $M=10.25$ ,  $DT=1.031$ ), mientras que el grupo con más de 5 horas presentó los valores más altos ( $M=14.68$ ,  $DT=0.583$ ).
- De forma similar, la hostilidad se incrementó desde  $M=5.75$  ( $DT=0.629$ ) en el grupo sin uso de redes sociales a  $M=9.32$  ( $DT=0.607$ ) en el grupo con mayor consumo.
- En relación a la subescala Confianza/Desconfianza, el grupo que no utiliza redes sociales mostró una media fija de  $M=14.00$  ( $DT=0.000$ ), mientras que las medias disminuyeron conforme aumentó el uso de redes sociales, siendo más baja en el grupo de mayor consumo ( $M=12.21$ ,  $DT=0.416$ ).
- En la subescala Afectividad Negativa, las medias más bajas se encontraron en el grupo sin uso de redes sociales ( $M=6.75$ ,  $DT=0.250$ ), mientras que el grupo con más de 5 horas alcanzó los niveles más altos ( $M=8.53$ ,  $DT=0.258$ ).

- Por último, los niveles de la dimensión conflicto aumentaron progresivamente desde  $M=4.75$  ( $DT=0.479$ ) en los no consumidores hasta  $M=6.89$  ( $DT=0.679$ ) en el grupo de más de 5 horas diarias de uso de redes sociales.

#### 4.5. Análisis de correlaciones

Se examinaron las relaciones entre el tiempo de uso de redes sociales, la autoestima, las puntuaciones en el test de satisfacción relacional (RAS) y las distintas subescalas de la escala MAP mediante los análisis de correlación de Spearman (Tabla 15) (Anexo 9). Los resultados se detallan a continuación:

En la relación entre las horas de uso de redes sociales y la autoestima, se encontró una correlación negativa y significativa entre las horas de uso de redes sociales y la autoestima ( $r_s=-.163$ ,  $p<.05$ ).

En cuanto al tiempo de uso de redes sociales y la escala RAS, se observó una correlación negativa y significativa entre las horas de uso de redes sociales y el RAS ( $r_s=-.154$ ,  $p<.05$ ).

Respecto a las horas de uso redes sociales y su relación con los celos totales medidos por el test MAP, se halló una correlación positiva y significativa entre el tiempo de uso de redes sociales y los celos totales ( $r_s=.191$ ,  $p<.01$ ).

A continuación, se describen las correlaciones existentes entre el tiempo de uso de RRSS y las subescalas del test MAP:

La subescala Control presentó una correlación con las horas de redes sociales, positiva y significativa ( $r_s=.163$ ,  $p<.05$ ).

Respecto a la subescala Inseguridad se encontró una correlación positiva y significativa con las horas de redes sociales ( $r_s=.150$ ,  $p<.05$ ).

No se hallaron correlaciones significativas entre las horas de redes sociales y la subescala de Hostilidad ( $r_s=.102$ ,  $p=.151$ ).

No se encontró una correlación significativa entre las horas de uso de redes sociales y la subescala de Confianza-Desconfianza ( $r_s=-.085$ ,  $p=.230$ ).

La correlación entre las horas de uso de redes sociales y la subescala de Afectividad negativa fue positiva y significativa ( $r_s=.147$ ,  $p<.05$ ).

No se identificaron relaciones significativas entre las horas de uso de redes sociales y la subescala de conflicto ( $r_s=.032$ ,  $p=.654$ ).

También se encontraron relaciones relevantes entre otras variables, se desarrollan a continuación:

La correlación entre autoestima y los celos totales medidos mediante el instrumento MAP, fue negativa y significativa ( $r_s=-.275$ ,  $p<.001$ ).

La satisfacción en la relación (RAS) presentó una correlación negativa fuerte con los celos totales ( $r_s=-.452$ ,  $p<.001$ ), con la subescala del test MAP Control ( $r_s=-.583$ ,  $p<.001$ ) y con la subescala Hostilidad ( $r_s=-.378$ ,  $p<.001$ ).

Se observaron correlaciones positivas fuertes entre las dimensiones de celos y la puntuación total, como la subescala Control y los celos totales ( $r_s=.864$ ,  $p<.001$ ) y la subescala Inseguridad y los celos totales ( $r_s=.727$ ,  $p<.001$ ).

La subescala de Confianza-Desconfianza mostró una correlación positiva significativa con los celos totales ( $r_s=.607$ ,  $p<.001$ ).

La subescala Afectividad Negativa se relaciona positivamente con los celos totales ( $r_s=.324$ ,  $p<.001$ ), con autoestima ( $r_s=.253$ ,  $p<.001$ ), con la satisfacción relacional ( $r_s=.274$ ,  $p<.001$ ) y MAP Hostilidad ( $r_s=.307$ ,  $p<.001$ ).

#### **4.6. Análisis de varianza factorial**

Se llevó a cabo un análisis de varianza con una prueba de Kruskal-Wallis, atendiendo a la naturaleza de las variables, para examinar si existían diferencias significativas entre los grupos definidos por el tiempo de uso de redes sociales en las puntuaciones de las diferentes escalas empleadas en esta investigación.

**Tabla 16***Análisis de varianza*

	$\chi^2$	gl	p
Autoestima	7,89	3	0.046
RAS	8.35	3	0.039
MAP Total	11.26	3	0.010
MAP Control	6.48	3	0.090
MAP Inseguridad	13.38	3	0.004
MAP Hostilidad	7.55	3	0.056
MAP Confianza desconfianza	4.39	3	0.223
MAP Afectividad negativa	7.62	3	0.055
MAP Conflicto	2.91	3	0.406

A continuación, se describen los resultados de la tabla 16 organizados por las variables del estudio:

En lo que se refiere a la autoestima se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos según el tiempo de uso de redes sociales,  $\chi^2(3)=7.89$ ,  $p<.05$ . En cuanto a la puntuación de la escala RAS (Satisfacción en la relación) también se observaron diferencias estadísticamente significativas en el ajuste en relaciones personales,  $\chi^2(3)=8.35$ ,  $p<.05$ . Las diferencias en los niveles totales de celos medidos por la escala MAP entre los grupos fueron significativas,  $\chi^2(3)=11.26$ ,  $p<.01$ .

A continuación, se desglosan los resultados de las subescalas del instrumento MAP, con el que se miden los sentimientos de celos.

En la primera subescala, relacionada con el Control, aunque se identificó una tendencia, las diferencias entre los grupos no fueron estadísticamente significativas,  $\chi^2(3)=6.48$ ,  $p=.090$ .

En la siguiente subescala, en la que se mide la Inseguridad, se encontraron diferencias significativas entre los grupos,  $\chi^2(3)=13.38$ ,  $p<.01$ .

En relación a la subescala del test MAP encargada de medir la Hostilidad, se encuentra que las diferencias no alcanzaron significación estadística ( $\chi^2(3)=7.55$ ,  $p=.056$ ).

Respecto a los sentimientos de Confianza-Desconfianza, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en esta subescala,  $\chi^2(3)=4.39$ ,  $p=.223$ .

En la subescala relacionada con la Afectividad Negativa se encontró que aunque las diferencias no fueron significativas, se puede observar una tendencia hacia la significación,  $\chi^2(3)=7.62$ ,  $p=.055$ .

Por último, en la subescala Conflicto, no se identificaron diferencias significativas entre los grupos,  $\chi^2(3)=2.91$ ,  $p=.406$ .

Una vez analizada la significatividad de las diferencias de las medias entre las variables del estudio en función del tiempo de uso de redes sociales, se procedió a realizar un análisis para explorar la relación predictiva del tiempo de uso de redes sociales y las diferentes variables del estudio.

#### **4.7. Análisis de regresiones lineales**

Con el fin de analizar la relación predictiva de las diferentes variables del estudio, se realizaron análisis de regresión lineal. A continuación, se presentan los resultados de los diferentes modelos respecto del número de horas dedicadas a RRSS:

**Tabla 17**

*Análisis de regresión lineal para las variables criterio en función del tiempo de uso de redes sociales*

Variable criterio	r <sup>2</sup>		β Estandarizado	ANOVA	
	Estandarizado	Sig. (p)		F	gl
Autoestima	.088	.019	-.161*	9,551	2
RAS	.023	.033	-.151*	4,636	1
MAP Total	.029	.016	.169*	5,901	1
MAP Control	.024	.027	.156*	4,987	1
MAP Inseguridad	.019	.048	.139*	3,951	1

p < .05\*; p < .01\*\*; p < .001\*\*\*

La tabla 17 muestra los resultados obtenidos de los análisis de regresión lineal en función del tiempo de uso de RRSS. Para el desarrollo de esta prueba estadística se incluyeron las variables criterio de las que se obtuvieron correlaciones significativas con el tiempo de uso de redes sociales. Las variables que constan en la tabla son aquellas que obtuvieron un valor significativo en este análisis lineal.

En relación con la variable autoestima, el tiempo de uso de redes sociales explica el 8,8% de la varianza en la autoestima ( $r^2 = .088$ ,  $p < .05$ ), prediciendo con un efecto negativo ( $\beta = -0.161$ ). Respecto a la percepción de satisfacción con la pareja (RAS), este modelo explica el 2,3% de la varianza ( $r^2 = .023$ ,  $p < .05$ ), y predice una relación negativa moderada ( $\beta = -0.151$ ). Las dimensiones de la escala de celos MAP se describen a continuación:

En primer lugar, con relación a la puntuación de celos totales, el modelo explica el 2,9% de la varianza ( $r^2 = .029$ ,  $p < .05$ ) con un efecto positivo ( $\beta = 0.169$ ). En segundo lugar, el modelo que relaciona el tiempo de uso de RRSS con la percepción de control de la escala MAP, muestra una varianza del 2,4% ( $r^2 = .024$ ,  $p < .05$ ), con un efecto positivo ( $\beta = 0.156$ ). Por último, la inseguridad presenta el menor porcentaje de varianza, con un 1,9% ( $r^2 = .019$ ,  $p < .05$ ), y con una asociación positiva ( $\beta = 0.139$ ).

## 5. DISCUSIÓN

El estudio tuvo como objetivo principal explorar la relación y la posible influencia del tiempo de uso de redes sociales en diferentes variables, personales como la autoestima y relacionales, en concreto, la satisfacción en la pareja y la percepción de celos en adultos jóvenes residentes en España. Este objetivo se desglosa en diferentes objetivos específicos. Los tres primeros atienden a la relación de horas de uso de redes sociales y las variables definidas anteriormente, el cuarto trata de identificar la influencia del uso de redes sociales en dichas variables y el quinto explorar un modelo explicativo del impacto del tiempo de uso de redes sociales. Para alcanzar dichos objetivos se han realizado las pruebas estadísticas oportunas.

En líneas generales los resultados muestran que el tiempo de uso de redes sociales impacta en la dinámica emocional y relacional de los participantes del estudio, en concreto en su autoestima, percepción de bienestar en pareja y en los sentimientos de celos y desconfianza.

En lo que respecta al tiempo de uso de redes sociales y autoestima se encontró una relación de cualidad negativa y significativa, cumpliéndose así la Hipótesis 1. Estos resultados coinciden con estudios previos que asocian un mayor uso de redes sociales con niveles más bajos de autoestima debido a la comparación constante y la ansiedad que esta genera en los jóvenes (Reyes, Amaya & Capps, 2021). En esta misma dirección, Herrera et al. (2010) encontraron que el uso continuado de internet y RRSS se relaciona con diversos trastornos además de una pérdida notoria de recursos sociales, derivando así en una baja autoestima y autoconcepto.

En cuanto a la percepción de bienestar en la pareja y el tiempo de uso de RRSS, de nuevo, ambas se relacionan de manera negativa, lo cual se encuentra en línea con la segunda hipótesis del estudio. Estos resultados abundan en la dirección de investigaciones previas que asocian las redes sociales con dificultades en la comunicación y percepción de bienestar en las relaciones de pareja, por ejemplo, en el estudio de Martín et al. (2016), que concluye que las redes sociales pueden constituir una forma de violencia de género dentro de las parejas, en concreto en momentos de separación de la relación o de crisis relacionales que puedan ocurrir en el transcurso de la misma.

Asimismo, el tiempo de uso de redes sociales tiene efectos en los sentimientos de celos y de desconfianza, en el sentido de que mayor tiempo de uso de redes sociales conlleva mayor

desconfianza y percepción de inseguridad, en forma de sentimientos de celos en la pareja. De la misma manera, se encuentra que las personas que consumen más redes sociales muestran una mayor tendencia a experimentar necesidad de control sobre la pareja, más sentimientos de inseguridad y peor capacidad de gestión de conflictos debido a una lectura negativa de las situaciones con mayores sentimientos negativos. Por contraposición, el uso de redes sociales no parece tener efecto significativo en comportamientos agresivos u hostiles, en la accesibilidad o confianza con la pareja y en las competencias de comunicación en la misma. Estos resultados validan parcialmente la tercera hipótesis ya que se esperaba que el tiempo de uso de las redes sociales impactase en todas estas dimensiones de la relación de pareja. Una posible explicación es que los comportamientos hostiles, la desconfianza y la comunicación eficaz y asertiva en situaciones conflictivas se vean afectadas por otros factores, quizá de personalidad u otros contextuales, que no se han tenido en cuenta en este estudio. Los hallazgos de esta relación se encuentran en línea con estudios como el de Vergara (2020) en el que destaca que las redes sociales repercuten negativamente en sus usuarios generando una sensación de inseguridad personal, un efecto de alerta y comparación permanente que provoca a su vez el surgimiento de sentimientos negativos hacia otros, pudiendo ser en este caso la propia pareja u otra persona.

Cuando el tiempo de uso de redes sociales se analiza de manera desagregada, se encuentran diferencias significativas en el impacto en la autoestima, satisfacción en la pareja, celos, aunque en este último caso, no en todas las dimensiones, lo que implica una validación parcial de la cuarta hipótesis del estudio en la que se predecía una relación negativa con todas las subescalas. No obstante, en términos generales, las diferencias halladas, permiten reforzar la hipótesis de que cuanto mayor sea el tiempo invertido en redes sociales, mayor asociación con indicadores relacionales y psicológicos desfavorables. En línea con los resultados obtenidos, Calli Romani (2023) encuentra que el uso desmesurado de redes sociales, implica un deterioro de la percepción de satisfacción y comunicación en la pareja, dando lugar a conflictos en mayor medida.

Por último, en cuanto al modelo de predicción del impacto del tiempo de uso de redes sociales en las diferentes variables, los resultados mostraron que, el tiempo de uso de redes sociales tiene un impacto pequeño pero significativo en la autoestima, en los sentimientos de celos y en el control y la inseguridad en el contexto de celos.

La autoestima es la variable que mayor relación presenta, y sugiere que un mayor tiempo en redes sociales podría estar asociado con una menor autoestima. En todos los casos, la

varianza resultante de los modelos es baja, pero implica que cuanto mayor sea el tiempo invertido al uso de redes sociales, mayores niveles de inseguridad y de necesidad de control en las relaciones de pareja, así como una menor autoestima y sensación de satisfacción en la pareja, esto cumple parcialmente la Hipótesis 5. Estos resultados indican la relevancia de un uso razonable y consciente de las redes sociales, ya que se conoce el impacto que estas tienen sobre el bienestar emocional y relacional. En esta misma línea, cabe destacar la investigación de Portillo-Reyes (2021), en la que mediante los análisis de varianza se obtiene una relación entre un uso excesivo de redes sociales y una autoestima, en la que a medida que aumenta el primer factor, el segundo disminuye. También en relación con lo anterior, Echeburúa (2012), señala la relevancia del nivel de autoestima frente al uso de redes sociales, pudiendo actuar ésta como un factor protector o de riesgo. Por otro lado, Casero (2016), también mediante análisis de predicción concluye el papel del uso de RRSS en el bienestar relacional, abundando en esta idea, destaca que aquellas parejas a las que se les privaba del uso de las mismas, referían malestar con ellos mismos y con su pareja.

El estudio tiene una serie de limitaciones que hacen necesario tomar con precaución la generalización de los resultados. Entre dichas limitaciones se encuentra la naturaleza del muestreo, ya que es no probabilístico, lo que puede limitar la generalización de los hallazgos a otras poblaciones. Respecto a la población del estudio, se da una sobrerrepresentación de mujeres y en relación a los intervalos de tiempo de uso de redes sociales, la distribución de participantes en los mismos no es homogénea, lo que puede suponer un sesgo en los resultados. En cuanto al diseño, se trata de un estudio transversal, que dificulta establecer relaciones causales entre las variables, apareciendo además la incapacidad de controlar las variables externas. Respecto al instrumento, el uso de medidas de autoinforme, puede estar sujeta a sesgos de deseabilidad social o error de recuerdo. Otra limitación a destacar es que no se han tenido en cuenta las diferencias entre plataformas de redes sociales ni el tipo de contenido consumido por los participantes, ya que conociendo la inmensa variedad de tipos de contenido al que se puede acceder, muy posiblemente existan diferencias en el tipo de impacto que puedan tener, en relación a esto también aparecen las diferencias individuales en la intencionalidad del uso de las redes sociales (por entretenimiento, por comunicación, como forma de trabajo...)

Futuras investigaciones podrían emplear diseños longitudinales para explorar la direccionalidad de las relaciones entre el uso de redes sociales y las variables psicológicas y

relacionales. Sería valioso incluir muestras más equilibradas en cuanto a sexo, edad, nivel educativo y contexto cultural, así como considerar otras variables mediadoras como la inteligencia emocional o las habilidades de comunicación asertiva. Por otro lado, puede ser interesante investigar el impacto específico que tiene cada plataforma, ya que cada red social tiene dinámicas distintas y por tanto, repercusiones diferentes. En último lugar y en relación a lo anterior, se debe considerar qué tipo de contenido se está consumiendo, por ejemplo formativo, de entretenimiento o erótico, ya que esto podría afectar de forma distinta a las diferentes variables.

Finalmente, en línea con los hallazgos de esta investigación, se sugiere el desarrollo de intervenciones dirigidas a fomentar el uso consciente y responsable de las redes sociales, promoviendo hábitos digitales saludables y una mayor alfabetización emocional para mitigar los posibles efectos negativos en el bienestar individual y relacional. Para ello se podrían diseñar programas educativos, como cursos o talleres relacionados con el uso saludable de redes sociales, enfocados a jóvenes y adultos. En estos talleres se puede promover la comunicación asertiva en contextos digitales, aprendiendo a gestionar conflictos y expresando emociones de manera prudente y eficaz. Puede ser una herramienta útil, la implementación de campañas de sensibilización dentro de las propias redes sociales, ya que el público objetivo son los propios consumidores. Cabe destacar que una forma esencial de intervenir en el futuro, sería una alfabetización emocional en las etapas de educación en la infancia, incluyendo planes educativos relacionados con la inteligencia emocional y la digitalización, funcionando así como un programa de prevención de conductas lesivas relacionadas con las redes sociales.

Los hallazgos de este estudio apuntan la existencia de una relación perjudicial entre el tiempo de uso de redes sociales en el autoestima, satisfacción relacional y sentimientos de celos e inseguridad. En este sentido, tal como señalan Orth y Robins (2014), una autoestima alta es un elemento esencial del bienestar emocional, con lo que el consumo exagerado de redes sociales que suponen aislamiento y una persecución de modelos no realistas que conlleva unas expectativas alejadas de la realidad y una autoexigencia excesiva necesariamente impacta negativamente en la salud mental. En esta línea, Troya-Fernández et al., (2023), mantiene que el uso exagerado de redes sociales impacta negativamente en la salud mental. Ahondando en esta idea, Góngora (2018), señala que el bienestar emocional y una buena autoestima son indicadores de salud mental, satisfacción con la vida y presencia de significado en la vida.

## 6. CONCLUSIONES

Esta investigación puede contribuir a la comprensión de los efectos que puede tener el uso de redes sociales en la autoestima y el bienestar relacional de los adultos jóvenes. La relevancia de esta investigación reside en su novedad, ya que es un ámbito relativamente poco estudiado y que se abre camino en la sociedad a gran velocidad. Por esto, aporta una evidencia científica del impacto negativo que tiene el tiempo de uso de redes sociales en el bienestar emocional y relacional. Además, este estudio plantea la necesidad de un uso consciente y equilibrado de las redes sociales, ya que ha identificado patrones que pueden influir en la salud mental de la población. Desde una perspectiva práctica, los hallazgos de la investigación pueden servir como base para el desarrollo de programas de detección, prevención e intervención enfocados en fomentar hábitos saludables relacionados con el uso de redes sociales y buscar un estado de bienestar tanto emocional como relacional. En línea con lo anterior, este estudio también puede servir de cimiento para futuras investigaciones, en las que se pueda incorporar una metodología longitudinal y explorar el papel que tiene el tipo de contenido consumido en las redes sociales, no solo el tiempo de uso, de esta forma, se lograría una mejor comprensión del impacto que tienen las redes sociales en el bienestar global de la población.

Para concluir esta investigación, es relevante mencionar la tarea fundamental que, como profesional de la salud mental tiene por delante el psicólogo general sanitario, es el análisis adecuado y ajustado del fenómeno; la detección de signos tempranos de alarma en el bienestar emocional y la salud mental; la generación de programas de prevención e intervención en los tres niveles (universal, poblaciones de riesgo y específica) así como los programas y las intervenciones desde la psicoeducación entre las que se encuentran acciones de sensibilización. Estas acciones han de llevarse a cabo también en la formación de otros profesionales que, en todas las etapas de la vida, tengan como responsabilidad la salud y el desarrollo integral (por ejemplo, educadores, profesionales de la medicina, trabajadores sociales, juristas). Por último, idealmente, se han de llevar a cabo iniciativas apoyadas por las instituciones y llevadas a cabo como parte de equipos multidisciplinares. Todo ello, desde la convicción de que estas iniciativas resultan piezas nucleares de una sociedad responsable y saludable presente y futura.

## REFERENCIAS

- Ahumada, A., Martínez, P., & Montoya, O. (2011). Celos y desconfianza en las relaciones de pareja: Un enfoque psicológico. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 43(3), 429-439.
- American Psychiatric Association. (n.d.). Adicción a la tecnología, redes sociales y juegos. Recuperado de <https://www.psychiatry.org/patients-families/la-salud-mental/adiccion-a-la-tecnologia-redes-sociales-juegos-en>
- Bernete, F. (2010). Identidad e integración de los jóvenes en el mundo adulto en la era de la cultura digital. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 3(1), 59-79.
- Borrajó, E., & Gámez, M. (2015). Comportamientos, motivos y reacciones asociadas a la victimización del abuso online en el noviazgo: Un análisis cualitativo. *Revista de Victimología*, 2, 73-95.
- Bowlby, J. (2014). *Vínculos afectivos: Formación, desarrollo y pérdida: Edición renovada*. Ediciones Morata.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>
- Bühler, J. L., Krauss, S., & Orth, U. (2021). Development of relationship satisfaction across the life span: A systematic review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*. Advance online publication. <https://psycnet.apa.org/fulltext/2022-16081-001.html>
- Calderón-Pérez, Y., Flores-Galaz, M. M., & Rivera-Aragón, S. (2018). Celos e infidelidad en personas heterosexuales y homosexuales: Estudio intracultural. *Acta de Investigación Psicológica*, 8(1), 17-28.
- Calli Romani, H. M., & Mamani Ticona, I. P. (2023). Adicción a las redes sociales y satisfacción con la relación de pareja en los ciudadanos del distrito de Majes, provincia Caylloma, Arequipa, 2022.
- Camacho, J. (2004). *Fidelidad e infidelidad en las relaciones de pareja*. Dunken.
- Casero, A. Algaba, I (2016). *Relación de pareja, uso de redes sociales y mensajería instantánea: un análisis de la situación de pareja y su antigüedad*. *Revista de Psicología y Comunicación Digital*, 7(2), 45-62. Recuperado de [https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7005354&utm\\_source=chatgpt.com](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7005354&utm_source=chatgpt.com)
- Castanyer, O. (1996). *La asertividad, expresión de una sana autoestima*. Desclée de Brouwer.
- Colegio Oficial de Psicólogos. (2018). Funciones y competencias del psicólogo general sanitario. Recuperado de <https://www.cop.es>

- De la Villa-Moral, M., Sirvent, C., Ovejero, A., & Cuetos, G. (2018). Dependencia emocional en las relaciones de pareja como Síndrome de Artemisa: modelo explicativo. *Terapia psicológica*, 36(3), 156-166.
- Del Castillo, A., Hernández, M. E., Romero, A., & Iglesias, S. (2015). Violencia en el noviazgo y su relación con la dependencia emocional pasiva en estudiantes universitarios. *PSICUMEX*, 5(1), 4-18
- Delgado Gómez, M. S., García Gómez, M., Gómez Díaz, M., Gómez Sánchez, R., Cobarro, S., & del Henar, P. (2016). *Bienestar emocional*. Dykinson.
- Echeburúa, 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 Drogodependencias*, 37(4), 435-447.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4113810>
- Erikson, E. (1980). *Identity and the life cycle*. Nueva York: Norton.
- Gámez-Guadix, M., Borrajo, E., & Calvete, E. (2018). Abuso, control y violencia en la pareja a través de Internet y los smartphones: Características, evaluación y prevención. *Papeles del Psicólogo*, 39(3), 218–227. <https://www.papelesdelpsicologo.es/pii?pii=2874>
- Giménez, M. H., & Moreno, C. L. (2020). Celopatía o síndrome de Otelo: a propósito de un caso. *Norte de Salud Mental*, 16(62), 72-76.
- Gómez Martínez, P. (2020). Influencia de las redes sociales en los celos dentro de las relaciones de pareja [Trabajo de fin de grado, Universidad de Almería]. *Repositorio Institucional de la Universidad de Almería*.  
<https://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/10190/GOMEZ%20MARTINEZ%2C%20PEDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Góngora, V., & Castro Solano, A. (2018). Bienestar emocional, psicológico y social y variables demográficas en población adulta de la ciudad de Buenos Aires. *Revista psicodebate: psicología, cultura y sociedad.*, 18(1), 72-83.
- González-Blanch, C., Muñoz-Navarro, R., & Medrano, L. A. (2020). Intervención psicológica en el ámbito sanitario: Retos y oportunidades para el psicólogo general sanitario. *Revista de Psicología Clínica y Salud*, 25(2), 1–10.
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: Intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 8–13.
- Harris, M. A., & Orth, U. (2020). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1459–1477. <https://psycnet.apa.org/fulltext/2019-55803-001.html>

Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524.

<https://www.researchgate.net/publication/19588648> Romantic Love Conceptualized as an Attachment Process

HelpGuide. (2023). Las redes sociales y la salud mental: Un análisis de su impacto en las relaciones personales. Recuperado de <https://www.helpguide.org/es/problemas-de-la-adolescencia/las-redes-sociales-y-la-salud-mental>

Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 50(1), 93–98. <https://www.jstor.org/stable/352430?origin=crossref>

Hernández, F. J. R., Calahorra, E. G., & Franco, J. L. O. (2024). Adolescentes en la era digital. Desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. *Ciencia y Educación*, 8(3), 39–58.

Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18(1), 6-18. Recuperado de <http://www.uia.mx/web/files/publicaciones/ripsic/ripsic18-1.pdf>.

IAB Spain. (2024). *Estudio de Redes Sociales 2024*. <https://www.gesmedia.es/wp-content/uploads/2024/05/Informe-Redes-Sociales-2024.pdf>

Ilizarbe, W., Tarazona, A., Ugarte, A. P., & Vargas, A. Satisfacción, celos románticos y apego en jóvenes.

Kovan, A. (2023). Social media jealousy and life satisfaction in romantic relationships: Mediation role of communication skills. *Actualidades en Psicología*, 37(135), 111-127.

Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública. *BOE* núm. 240, de 05/10/2011. <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/10/04/33/con>

Liu, Y., & Ying, X. (2010). A review of social network sites: Definition, experience and applications. In *The Conference on Web Based Business Management* (pp. 749–752). Scientific Research Publishing.

Martínez-León, N. C., Peña, J. J., Salazar, H., García, A., & Sierra, J. C. (2017). A systematic review of romantic jealousy in relationships. *Terapia psicológica*, 35(2), 195-204.

Montilla, A. M., Gómez, M. P., Coronado, M. D. V. C. M., & Oliva, C. R. (2016). Una modalidad actual de violencia de género en parejas de jóvenes: las redes sociales. *Educación XX1*, 19(2), 405-429.

Montt, M. E., & Chávez, F. U. (1996). Autoestima y salud mental en los adolescentes. *Salud Mental*, 19(3), 30–35.

- Moreno, Y., & Marrero, R. J. (2015). Optimismo y autoestima como predictores de bienestar personal: Diferencias de género. *Revista Mexicana de Psicología*, 32(1), 27–36.
- Muñoz-Albarracín, M., Mayorga-Muñoz, C., & Jiménez-Figueroa, A. (2023). Salud mental, autoestima y satisfacción vital en universitarios del sur de Chile. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 21(2), 72–98.
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387.  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963721414547414>
- Oyanguren-Casas, N. A., Reyes-González, A. A., & Zegarra-López, A. C. (2023). Autoestima, dependencia emocional y celos: Un modelo explicativo en estudiantes universitarios peruanos. *Ciencia y Psique*, 2(3), 117–137.
- Quispe-Pari, F., Kong-Paravicino, C., Eguiluz, M., Hurtado-Alegre, J., & Acosta, J. (2023, June). Prevalencia de bacterias multidrogaresistentes en un hospital público ubicado en la sierra del Perú. In *Anales de la Facultad de Medicina* (Vol. 84, No. 2, pp. 177-185). UNMSM. Facultad de Medicina.
- Resett, S., Putallaz, P., Cuesta, D., & Gioco, V. (2024). Conducta de celos y celotipia en el noviazgo, autoestima, diferencias de género y tiempo de relación en adultos emergentes. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 70(1).
- Reyes, V. P., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología Nueva Época*, 3(1), 139-149.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Shahi, A., Ghaffari, I., & Ghasemi, K. (2011). Relationship between mental health and marital satisfaction. *Journal of Kermanshah University of Medical Sciences*, 15(2).
- Sternberg, R. J. (1988). *El triángulo del amor: Intimidación, pasión y compromiso*. Paidós.
- Troya-Fernández, J. C., Periñan-Sotelo, N., & Sánchez-Movellan-Pérez, P. (2023). El impacto de las redes sociales en la salud mental. *Revista Científico-Sanitaria*, 7(1), 18–28.  
[https://revistacientificasanum.com/wp-content/uploads/vol7n1/Vol7n1-Articulos-PDF/sanum\\_v7\\_n1\\_ImpactoRedesSociales.pdf](https://revistacientificasanum.com/wp-content/uploads/vol7n1/Vol7n1-Articulos-PDF/sanum_v7_n1_ImpactoRedesSociales.pdf)
- Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527.
- Vázquez, N., & Pastor, Y. (2019). Uso de redes sociales y mensajería instantánea en relaciones de pareja en la juventud: Un estudio preliminar. *Health & Addictions/Salud y Drogas*, 19(1).

Zepeda-Goncen, G. D., & Sánchez-Aragón, R. (2021). Impacto de la cercanía, toque afectivo y satisfacción con el apoyo de la pareja en los comportamientos saludables. *Psicogente*, 24(45), 1–22.

## ANEXOS

### Anexo 1

Tabla 1. Relación objetivos e hipótesis

Objetivo general	Objetivos específicos	Hipótesis
Explorar y analizar cómo el tiempo de uso de redes sociales afecta la autoestima, la satisfacción de las relaciones de pareja y los sentimientos de celos y desconfianza en adultos jóvenes de 18 a 30 años residentes en España.	Analizar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y la autoestima.	(1) Se prevé que el tiempo de uso de redes sociales correlacione de forma negativa y significativa con la autoestima.
	Explicar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y la percepción de satisfacción en la pareja.	(2) El tiempo de uso de RRSS correlacionará negativamente y significativamente con la percepción de satisfacción relacional.
	Examinar la relación entre el tiempo de uso de redes sociales y los sentimientos de celos y desconfianza en la pareja.	(3) El tiempo de uso de redes sociales correlacionará negativamente y significativamente con las dimensiones Afectividad negativa y Conflicto y positivamente con las dimensiones Control, Inseguridad, Hostilidad y Desconfianza de la escala de celos MAP.
	Analizar la relación entre el tiempo de uso diario de redes sociales y las diferencias en las dimensiones de satisfacción en la relación, celos (MAP) y sus subescalas (control, inseguridad, hostilidad, confianza/desconfianza, afectividad negativa y conflicto), con el fin de identificar patrones en la influencia del uso de redes sociales en el bienestar en la pareja y los sentimientos de celos y desconfianza.	(4) El tiempo de uso diario de redes sociales se asocia significativamente con diferencias en las dimensiones de satisfacción en la relación, los celos (MAP) y sus subescalas (control, inseguridad, hostilidad, confianza/desconfianza, afectividad negativa y conflicto), de manera que un mayor tiempo de uso impacta significativamente en menores niveles de autoestima y satisfacción en la pareja y en mayores niveles de celos y desconfianza.
	Explorar modelos predictivos que relacionen el tiempo de uso de redes sociales con las variables autoestima, satisfacción relacional y sentimientos de celos y desconfianza.	(5) El tiempo de uso de RRSS predecirá una puntuación más baja en la autoestima, en la satisfacción relacional y en las dimensiones Afectividad negativa y Conflicto del constructo celos y desconfianza, mientras que predecirá puntuaciones más altas en las dimensiones Control, Inseguridad, Hostilidad y Desconfianza.

## Anexo 2

### *Consentimiento informado.*

A fin de contar con tu participación en esta recogida de información, requerimos tu consentimiento en el que se haga constar lo siguiente:

- Soy mayor de edad y he recibido suficiente información sobre el estudio.
- Cuento con la posibilidad de preguntar las dudas que me surjan sobre el estudio.
- Los datos serán tratados de forma confidencial y anónima según la normativa vigente y la política de protección de datos
- Puedo solicitar la renuncia a la participación en este estudio en el momento que desee, sin dar ninguna justificación y sin que me suponga ninguna repercusión.
- Por todo lo cual,

Acepto participar

No acepto participar

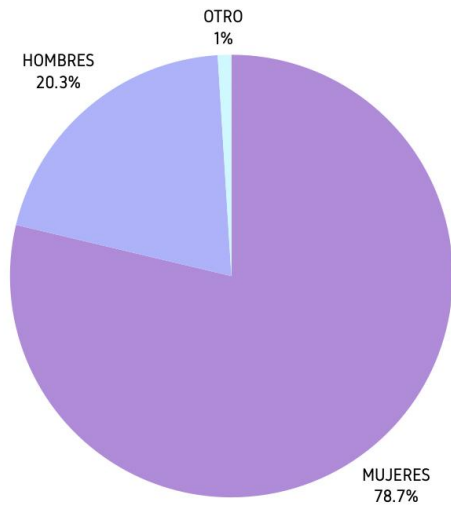
## Anexo 3

*Tabla 2. Dimensiones de la escala MAP y sus ítems*

<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems que la componen</b>
Control	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16
Inseguridad	17,18,19,20,21,22,23
Hostilidad	24,25,26,27
Confianza desconfianza	28,29,30
Afectividad negativa	31,32,33
Conflicto	34,35,36

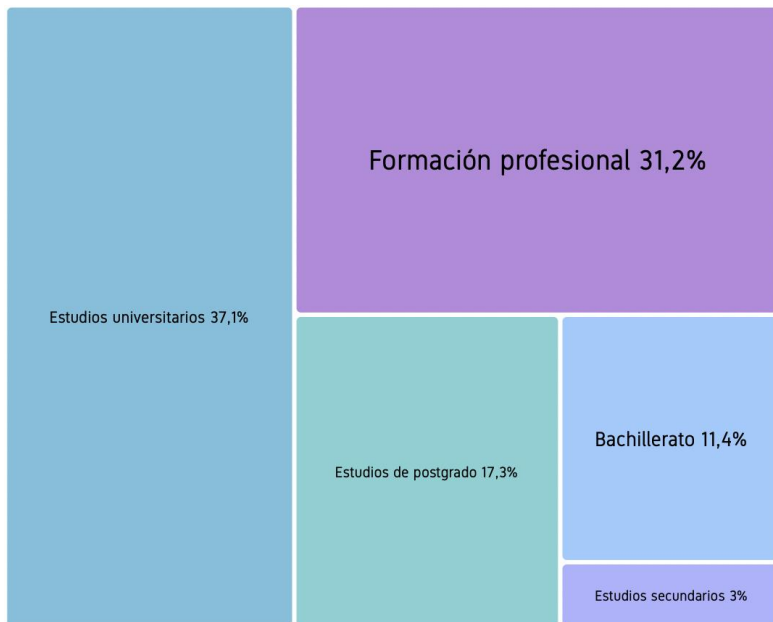
#### Anexo 4

Figura 4. Porcentajes de los análisis descriptivos de la variable sexo



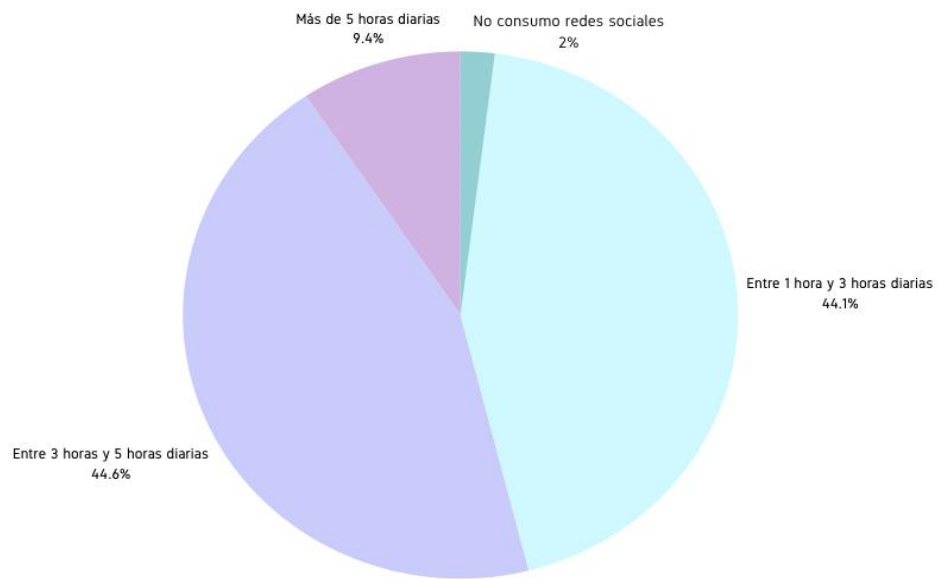
#### Anexo 5

Figura 5. Porcentajes de los análisis descriptivos de la variable nivel de estudios



## Anexo 6

Figura 6. Porcentajes de los análisis descriptivos de la variable nivel de estudios



## Anexo 7

Tabla 13. Estadísticos descriptivos de los cuatro grupos de tiempo de uso de RRSS en relación con la autoestima y satisfacción relacional.

VARIABLES DEL ESTUDIO	HORAS DE USO DE RRSS	N	Media	DT
<b>AUTOESTIMA</b>	No consumo RRSS	4	29.50	2.327
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	26.85	0.545
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	26.07	0.557
	Más de 5 horas diarias	19	23.58	0.846
<b>RAS</b>	No consumo RRSS	4	33.75	1.250
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	29.40	0.544
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	27.73	0.674
	Más de 5 horas diarias	19	28.11	1.318

## Anexo 8

Tabla 14. Estadísticos descriptivos de los cuatro grupos de tiempo de uso de RRSS en relación con los celos.

<b>VARIABLES DEL ESTUDIO</b>	<b>HORAS DE USO DE RRSS</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>DT</b>
<b>MAP TOTAL</b>	No consumo RRSS	4	61.00	2.799
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	70.62	1.407
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	71.89	1.218
	Más de 5 horas diarias	19	77.58	2.686
<b>MAP CONTROL</b>	No consumo RRSS	4	19.50	1.041
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	22.87	0.723
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	24.20	0.740
	Más de 5 horas diarias	19	25.95	1.721
<b>MAP INSEGURIDAD</b>	No consumo RRSS	4	10.25	1.031
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	12.20	0.425
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	12.07	0.400
	Más de 5 horas diarias	19	14.68	0.583
<b>MAP HOSTILIDAD</b>	No consumo RRSS	4	5.75	0.629
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	8.45	0.283
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	8.40	0.282
	Más de 5 horas diarias	19	9.32	0.607
<b>MAP CONFIANZA DESCONFIANZA</b>	No consumo RRSS	4	14.00	0.000
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	12.74	0.191
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	12.71	0.192
	Más de 5 horas diarias	19	12.21	0.416
<b>MAP AFECTIVIDAD NEGATIVA</b>	No consumo RRSS	4	6.75	0.250
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	8.08	0.171
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	8.34	0.172
	Más de 5 horas diarias	19	8.53	0.258
<b>MAP CONFLICTO</b>	No consumo RRSS	4	4.75	0.479
	Entre 1 hora y 3 horas diarias	89	6.28	0.242
	Entre 3 horas y 5 horas diarias	90	6.17	0.244
	Más de 5 horas diarias	19	6.89	0.679

## Anexo 9

Tabla 15. Análisis de correlaciones

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.Horas_RRSS	Rho de Spearman	—									
	gl	—									
	valor p	—									
2.AUTOESTIMA	Rho de Spearman	-0.163 *	—								
	gl	200	—								
	valor p	0.020	—								
3.RAS	Rho de Spearman	-0.154 *	0.226 **	—							
	gl	200	200	—							
	valor p	0.029	0.001	—							
4. CELOS	Rho de Spearman	0.191 **	-0.275 ***	-0.452 ***	—						
	gl	200	200	200	—						
	valor p	0.007	<.001	<.001	—						
5. MAP_CONTROL	Rho de Spearman	0.163 *	-0.289 ***	-0.583 ***	0.864 ***	—					
	gl	200	200	200	200	—					
	valor p	0.021	<.001	<.001	<.001	—					
6. MAP_INSEGURIDAD	Rho de Spearman	0.150 *	-0.276 ***	-0.105	0.727 ***	0.529 ***	—				
	gl	200	200	200	200	200	—				
	valor p	0.033	<.001	0.138	<.001	<.001	—				
7. MAP_HOSTILIDAD	Rho de Spearman	0.102	-0.148 *	-0.378 ***	0.728 ***	0.551 ***	0.354 ***	—			
	gl	200	200	200	200	200	200	—			
	valor p	0.151	0.035	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	—		
8. MAP_CONFIANZA_DESCONFIANZA	Rho de Spearman	-0.085	0.303 ***	0.607 ***	-0.531 ***	-0.669 ***	-0.341 ***	-0.457 ***	—		
	gl	200	200	200	200	200	200	200	—		
	valor p	0.230	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	—	
9. MAP_AFECTIVIDADNEGATIVA	Rho de Spearman	0.147 *	-0.253 ***	-0.274 ***	0.324 ***	0.215 **	0.027	0.307 ***	-0.208 **	—	
	gl	200	200	200	200	200	200	200	200	—	
	valor p	0.037	<.001	<.001	<.001	0.002	0.700	<.001	0.003	—	
10. MAP_CONFLICTO	Rho de Spearman	0.032	-0.069	-0.313 ***	0.699 ***	0.547 ***	0.420 ***	0.503 ***	-0.448 ***	0.134	—
	gl	200	200	200	200	200	200	200	200	200	—
	valor p	0.654	0.331	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	0.057

Nota.  $p < .05^*$ ;  $p < .01^{**}$ ;  $p < .001^{***}$