

Propiedades Psicométricas de una Escala para Evaluar el Apoyo Social a través de las Redes Sociales

Mónica Teresa González Ramírez¹, René Landero Hernández & Cecilia Lourdes Díaz Rodríguez
Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen

En los últimos años el uso y la investigación de las redes sociales se ha incrementado, sin embargo, queda aún por responder que tanto apoyo social percibe la gente de sus contactos en las redes sociales, para continuar en esta línea de investigación se requieren instrumentos de medición adecuados. Es así que se diseñó y analizó una escala para evaluar apoyo social percibido a través de las redes sociales. Se contó con la participación de 245 hombres y 252 mujeres con edad promedio de 28.4 años. La escala se diseñó tomando como base la escala de apoyo social de Sherbourne y Stewart (1991), iniciando con 24 ítems, tras el análisis de confiabilidad y de la estructura factorial se obtuvo un instrumento de 15 ítems con un alfa de Cronbach de .94 y estadísticos de bondad de ajuste aceptables en el análisis factorial confirmatorio.

Palabras clave: Redes sociales, Apoyo social.

Psychometric Properties of a Scale to Assess Social Support through Social Networks

Abstract

Recently, the use and research of social networks have increased, however, to know if people perceived enough social support from their contacts in social networks, adequate questionnaires are required to measure perceived social support received from social networks. Thus, we designed and tested a scale to assess social support through social networks. It was answered by 245 men and 252 women with a mean age of 28.4 years. The scale was designed based on The MOS social support survey (Sherbourne & Stewart, 1991), starting with 24 items, after analysis of reliability and factor structure an instrument with 15 items was obtained. Its reliability measured by Cronbach's alpha was of .94 and an acceptable goodness of fit in the confirmatory factor analysis.

Keywords: Social networks, Social support.

Original recibido / Original received: 15/05/2013

Aceptado / Accepted: 12/09/2013

¹ Correspondencia: Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL, Fac. de Psicología. Av. Universidad S/N. Ciudad Universitaria San Nicolás de los Garza. Nuevo León, C.P. 66451 México. Tel. 83294050
Email: monygz77@yahoo.com

Las relaciones humanas pueden estar sufriendo modificaciones en su forma de desarrollarse, esto podría deberse al acelerado crecimiento del mundo tecnológico en el que estamos inmersos y el cuál nos lleva a movernos aceleradamente también. Para los seres humanos el apoyo social es una actividad fundamental para su desarrollo en sociedad. Sin embargo, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), entre ellas el internet, están teniendo un impacto creciente en la vida cotidiana y al ocupar un gran espacio de la vida de las personas, ello implica que sus redes sociales se encuentren también a través de internet (Fuente, Herrero & Gracia, 2010). Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst (2008) mencionan que en nuestra sociedad, el progreso social se produce en paralelo al de la comunicación. Las TIC promueven nuevos estilos para establecer y mantener relaciones con personas nuevas y con amigos o conocidos. El uso de estas redes sociales en internet contribuye, en la mayoría de las ocasiones, a mejorar la calidad de vida de las personas, aunque su implantación en nuestra vida cotidiana no está exenta de polémica (Labrador & Villadangos, 2010). Su adecuada utilización genera importantes beneficios, pero también parece conllevar problemas. El aspecto más controvertido es el potencial adictivo de estas tecnologías, especialmente entre los adolescentes y jóvenes que mayor uso hacen de ellas debido a la distorsión del tiempo y a que el usuario de alguna manera puede tener anonimato y descorporalización, y puede generar aislamiento social y alteraciones emocionales y conductuales (Viñas, Juan, Villar, Caparros, Pérez & Cornella, 2002; Viñas, 2009). Otras posibles consecuencias asociadas al abuso de las redes sociales es el acoso sexual, entre otros.

De acuerdo a Lozarec (1996) la teoría de las redes ha sido explicada desde diferentes corrientes de pensamiento y teorías, como la antropología, psicología, sociología y matemáticas; agrega que las redes sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, entre otros., vinculados unos a otros a través de una relación o conjunto de relaciones.

Sin embargo, en la actualidad el concepto de redes sociales ha cambiado o se ha ampliado gracias a las nuevas tecnologías, Facebook, Twitter, blogs de comunicación entre otras páginas de interacción social se han apoderado del término debido a la necesidad por la que fueron creadas. Esto da pie a una nueva línea de investigación y para la cual, la teoría psicológica que explique el uso de redes como Facebook es escasa (Ryan & Xenos, 2011).

Con la aparición de Internet y la posibilidad de mantener relaciones sociales periódicas a distancia, la noción físico-geográfica del concepto de comunidad se desvanece (Fuente et al. 2010). Smith (2003 en Fuente et al., 2010) indica que las comunidades online se distinguen de numerosas comunidades por establecer límites abiertos, esto se refiere a que los usuarios pueden entrar y salir con un costo menor a lo que un cambio físico a una comunidad nueva. Otra característica de las sociedades online es el anonimato de la interacción a través de una computadora; además que las relaciones en las redes sociales son muy frágiles y susceptibles a disolverse ya que la sensación de pertenecer a una comunidad online es palpable pero fugaz, en comparación con las redes cara a cara que suelen ser densas.

Echeburúa y De Corral (2010) reportan que existe el riesgo de crear una identidad ficticia, potenciada por un factor de engaño, autoengaño o fantasía. Fuente et al. (2010) mencionan que el fraude y el incumplimiento de promesas son más comunes en la comunicación a través de una computadora. Otras investigaciones (Cheung, Chiu & Lee, 2011; Ross et al., 2009; Ryan & Xenos, 2011) se han centrado en lo que motiva a usar redes sociales como Facebook; es así que resulta evidente el interés por estudiar las relaciones sociales que se dan en las comunidades online; sin embargo, poca es la investigación en torno al efecto en el apoyo social percibido por las redes sociales.

El apoyo social es un constructo complejo y multidimensional en el que se incluyen tres dimensiones: estructural, funcional y evaluativa (Lynch, 1995; Vaux, 1988). El aspecto más relevante de la dimensión estructural son las redes sociales, estas examinan la diversidad de las relaciones sociales con las cuales la persona regularmente se relaciona (Cohen, 1992); en cambio, el apoyo social percibido o apoyo funcional, permite evaluar los recursos disponibles de las relaciones interpersonales de un individuo (Rodríguez & Cohen, 1998). Desde la perspectiva funcional lo más relevante es el contenido de los vínculos sociales, que son los recursos sociales con los que cuenta cada persona y como puede acceder a ellos. Cohen y Syme (1985) y House y Kahn (1985), señalan que el más esencial aspecto del apoyo social es la disponibilidad percibida de apoyo funcional.

Considerando estos aspectos del apoyo social y tomando como referente la escala de apoyo social de Sherbourne y Stewart (1991) y la versión reducida de esta escala de Gjesfjeld, Greeno y Kim (2008), se diseñó una escala para evaluar el apoyo social percibido de las redes sociales a las que se pertenece, siendo el propósito de este estudio el diseño de una escala breve tipo Likert que mida el apoyo social percibido de las redes sociales y evaluar las propiedades psicométricas de dicho instrumento.

Método

Participantes

Se realizó un muestreo no probabilístico de personas de 15 años en adelante, que usaran redes sociales. Se contó con la participación de 245 hombres (49.3%) y 252 mujeres (50.7%), con edad promedio de 28.4 años (D.E. = 11.6), la mediana de edad fue 24. El 64.8% son solteros, el 27.2% casados, solo 3.2% divorciados, 1.8% en unión libre, 1.8% separados, 0.8% viudos y solo 0.4% madres solteras. El 54.3% cuentan con trabajo remunerado y el 45.7% sin él. El 44.7% son estudiantes.

Instrumentos

Escala de apoyo social percibido a través de las redes sociales, la cual fue construida para este estudio con base en la escala de apoyo social percibido de Sherbourne y Stewart (1991, The MOS social support survey), la cual cuenta con un total de 20 ítems. El ítem número 1 hace referencia al tamaño de la red social y los 19 ítems restantes están referidos a cuatro dimensiones del apoyo social

funcional: emocional/informacional, instrumental, interacción social positiva y apoyo afectivo. El instrumento construido quedó conformado inicialmente por 24 ítems con opción de respuesta tipo Likert (mucho, algo, más o menos, casi nada y nada). Todos los ítems puntúan de forma positiva.

Para evaluar la correlación con la escala construida se aplicó la versión breve de The MOS social support survey de Gjesfjeld et al. (2008), que consta de 12 ítems y una consistencia interna de .94 según el alfa de Cronbach

Además, se utilizaron cuatro preguntas como un referente de validez de criterio. Las preguntas fueron: a) En general, ¿Qué tanto apoyo crees que recibes de tus conocidos en estas redes sociales (FB, twitter, etc.)?; b) En general, ¿Qué tanto apoyo crees que recibes de tus amigos(as) en estas redes sociales?; c) Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de Facebook; d) Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de twitter.

Análisis estadístico

Se inició con el análisis de consistencia interna y la evaluación de la correlación inter-ítem, posteriormente se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio (AFE), con el método de componentes principales para evaluar el número de factores recomendados por el gráfico de sedimentación y la regla K1. Con base en los resultados se conservó la solución unifactorial con 15 ítems. Una vez reducida la escala se estimó nuevamente la consistencia interna. El cuestionario reducido a 15 ítems fue sometido a AFC para obtener los estadísticos de bondad de ajuste de la versión reducida del cuestionario. Para el análisis factorial confirmatorio se utilizó el programa AMOS y se trabajó con el método de máxima verosimilitud.

Resultados

El análisis de confiabilidad con los 24 ítems de la escala reflejó una adecuada consistencia interna de .94, en cuanto a la correlación inter-ítem, todos los ítems correlacionaron positivamente en un rango de .35 a .75. El ítem con correlación más débil fue el ítem 24, que al revisar su redacción se observó que dicho ítem hace mayor referencia a creencias generales.

Al realizar el AFE el número sugerido de factores por el gráfico de sedimentación fue de uno. La prueba KMO presentó un valor adecuado (.95) y la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa. El porcentaje de varianza explicada por un factor fue de 44.1%. Para el primer factor el autovalor fue de 10.6, mientras que para el segundo el autovalor fue de 1.9. Al igual que en el análisis de consistencia interna, se considera que el ítem 24 no es adecuado para la escala. La redacción del ítem es: ¿Crees que la gente que tiene más amigos(as) en FB o twitter es más querida?

Lo anterior aporta mayor evidencia respecto a la unifactorialidad de la escala, por lo que se procedió a evaluar los ítems para reducir la escala, siguiendo tanto criterios teóricos como estadísticos. Se inició con el ítem 24 y uno a uno se fueron eliminando los ítems con menor referencia a apoyo social percibido y con

menor correlación inter-ítem y peso factorial menor. Así, se llegó a una versión de 15 ítems con un alfa de Cronbach de .94; el rango de las correlaciones inter-ítem fue de .60 a .75. En cuanto al AFE, se confirma la solución unifactorial, los pesos factoriales se muestran en la Tabla 1. El porcentaje de varianza explicada por un factor fue de 54.5%. Para el primer factor el autovalor fue de 8.2, mientras que para el segundo el autovalor fue de 1.2. Así, se decide conservar la escala con 15 ítems para evaluar el ajuste mediante el AFC.

Tabla 1

Pesos factoriales para la versión reducida de la escala de apoyo social percibido en redes sociales

	Peso factorial
1. ¿Tus amigos(as) te ayudan a resolver problemas personales mediante Facebook (FB) o Twitter?	.735
2. ¿Recibes consejos de tus amigos(as) en FB o Twitter?	.747
3. ¿Cuentas con tus amigos(as) de FB o Twitter para salir a divertirte?	.652
4. ¿Tus amigos(as) de FB o Twitter te demuestran que te quieren?	.761
5. ¿Cuentas con tus amigos(as) de FB o Twitter para contarles como te sientes a través del FB o Twitter?	.784
6. ¿Les platicas a tus amigos(as) de FB o Twitter cosas personales?	.722
7. Cuando pides algún tipo de apoyo a tus amigos(as) en FB o Twitter, ¿tus amigos te responden (hablarte, ir a verte, etc.)?	.748
8. Por los comentarios que te dejan tus amigos(as) de FB o Twitter ¿sientes que te quieren?	.764
9. Cuando tus amigos(as) responden a algo que publicas (que estas triste, enojado, etc.) ¿sientes su apoyo?	.763
10. ¿Tus amigos de FB o Twitter te dicen que te quieren o que te aprecian?	.771
11. ¿Sientes que tus amigos(as) de FB o Twitter te comprenden cuando te dejan comentarios o ponen un "me gusta" en tu estatus o en tus comentarios acerca de cómo te sientes?	.764
12. ¿Las frases (o posts) de tus amigos(as) te han ayudado a resolver alguna situación?	.693
13. ¿Si solicitas ayuda a través de tus comentarios tus amigos(as) te proporcionan una solución?	.782
14. ¿Sientes que todos tus amigos(as) de FB o Twitter te quieren?	.670
15. ¿Piensas que cuando tus amigos de FB o Twitter comentan en tus fotos o ponen un "me gusta" significa que están atentos (al pendiente) a tus actividades?	.698

En la Figura 1 se presenta el AFC, en el análisis se contemplaron las covarianzas entre los errores que permitían un modelo con mejor ajuste y todos los parámetros significativos. Los estadísticos de bondad de ajuste se presentan en la Tabla 2 e indican que el modelo es adecuado. El porcentaje de varianza explicada fue de 84.9%.

Tabla 2
Índices de ajuste para los análisis factoriales confirmatorios

Modelo	Índices de ajuste absoluto				Índices de ajuste incremental			
	χ^2 / df	GFI	AGFI	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
Situaciones	5.320	.881	.830	.093	.905	.921	.901	.921

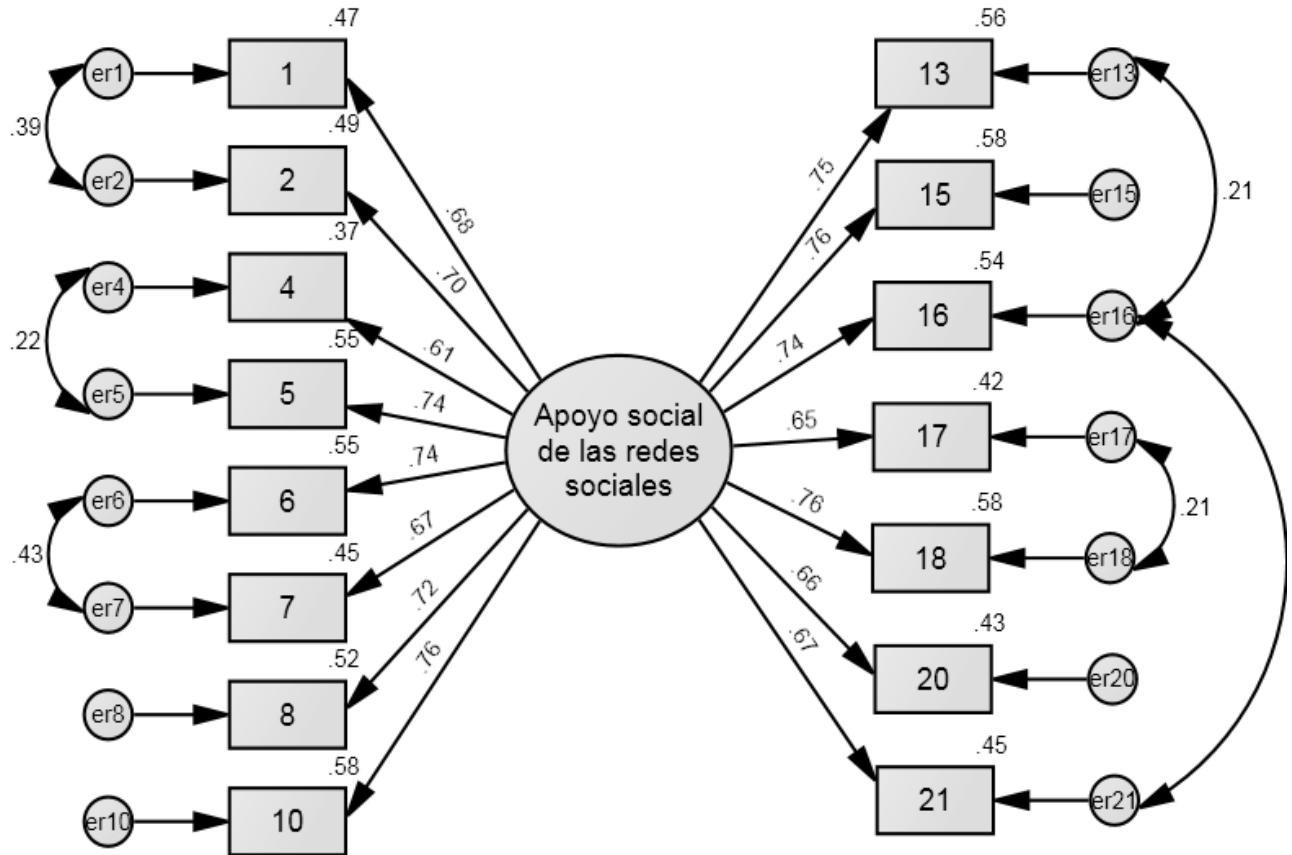


Figura 1. Análisis factorial confirmatorio

Para evaluar la validez, se estimó la correlación de la suma de los 15 ítems de la escala de apoyo social de redes sociales con cuatro preguntas referentes al apoyo social percibido y la satisfacción con el apoyo social, además con la escala de apoyo social percibido (MOS), los resultados se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3

Correlaciones de la escala de apoyo social de redes sociales con las preguntas de apoyo social percibido y satisfacción con el apoyo social

	Apoyo social percibido de las redes sociales	a	b	c	d
a) En general, ¿qué tanto apoyo crees que recibes de tus conocidos en estas redes sociales (FB, twitter, etc.)?	.445**				
b) En general, ¿qué tanto apoyo crees que recibes de tus amigos(as) en estas redes sociales?	.561**	.496**			
c) Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de Facebook	.595**	.404**	.429**		
d) Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de twitter	.195**	.109*	.125*	.287**	
e) Apoyo social percibido	.122**	.154**	.112*	.230**	.074

Nota: * p<.05 **p<.01

Todas las correlaciones resultaron significativas, sin embargo, la correlación entre la escala de apoyo social en redes y la escala de apoyo social percibido (MOS) es débil. Por último, se presentan en la Tabla 4 los estadísticos descriptivos para ambas escalas de apoyo social y en la Tabla 5 se presenta el porcentaje de participantes que respondió en cada categoría de respuesta de las cuatro preguntas utilizadas evaluar para validez.

Tabla 4

Estadísticos descriptivos

	Media	Mediana	DE
Apoyo social percibido	46.5	49	8.42
Apoyo social percibido de las redes sociales	49.2	50	13.6

Tabla 5

Porcentaje de participantes por categoría de respuesta

	Nada	Muy poco	Algo	Mucho	No contestó
En general, ¿qué tanto apoyo crees que recibes de tus conocidos en estas redes sociales (FB, twitter, etc.)?	5.8	20.7	59.8	13.7	0
En general, ¿qué tanto apoyo crees que recibes de tus amigos(as) en estas redes sociales?	3.0	10.5	44.9	41.6	0
Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de facebook	5.4	13.3	47.9	32.4	1.0
Estás satisfecho(a) con el apoyo que recibes de tus amigos(as) de twitter	37.2	10.5	13.3	7.4	31.6

Discusión

El uso de una red social desempeña varias funciones básicas para la supervivencia de sus miembros (Abello & Madariaga, 1999) y la satisfacción de necesidades básicas como mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social.

El apoyo social percibido a través de las redes sociales muestra cada vez un incremento, sin embargo queda claro que el medio a través del cual se lleve a cabo tiene una influencia en el tipo de apoyo que se brinda y se recibe. Es necesario que analicemos los cambios tecnológicos se han presentado en todas las generaciones y marcan la diferencia en la forma de comunicarse. El teléfono fue el primer medio de comunicación que tuvo un impacto en el apoyo social percibido, y comenzó a reemplazar el contacto cara a cara, situando la comunicación a una llamada de distancia. En este momento social histórico el internet hace su aparición y marca una nueva tendencia con sus ventajas y limitaciones.

Resulta lógico pensar que quienes perciben mayor apoyo social en las redes sociales a su vez percibirán un mayor apoyo social percibido, sin embargo, la correlación entre la escala de apoyo social en redes y la escala de apoyo social percibido (MOS-SSS) es débil; esto coincide con los resultados de Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala (2010), quienes encontraron que los adictos a Facebook tienen menos habilidades sociales; lo cual podría estar relacionado a una red social (real) pequeña y no tendría por qué relacionarse a la cantidad de amigos en Facebook o en otras redes sociales virtuales. Herrera et al. (2010), agregan que el hecho de pasar más tiempo dentro de las redes sociales virtuales no significa que las personas aumenten su interacción social; sin embargo, la mayoría de los participantes (ver tabla 5) reportan estar satisfechos con el apoyo recibido por sus redes sociales.

La escala de apoyo social percibido de redes sociales fue construida para contribuir a la línea de investigación en desarrollo. Se confirma una dimensión de 15 preguntas y junto con los resultados de las preguntas utilizadas para validez de criterio permiten afirmar que el instrumento cuenta con adecuadas propiedades psicométricas. Se sugiere continuar con la investigación que permita dar respuesta a que factores que pueden influir en la percepción de apoyo social procedente de las redes sociales, evaluando personas con diferentes variables sociodemográficas.

Referencias

- Abello, R. & Madariaga, C. (1999). Las redes sociales ¿Para qué? *Psicología desde el Caribe*, 2-3, 116-135.
- Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. & Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?. *Adicciones*, 20(2), 149-160.
- Cheung, C.M.K., Chiu, P.Y. & Lee, M.K.O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.

- Cohen, S. & Syme, L. (Eds.) (1985). *Social support and health*. New York: Academic Press.
- Cohen, S. (1992). Stress, social support, and disorder. In H. O. F. Veiel & U. Baumann (Eds.), *The meaning and measurement of social support*. New York: Hemisphere.
- Echeburúa, E. & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96.
- Fuente, A., Herrero, J. & Gracia, E. (2010). Internet y apoyo social: Sociabilidad online y ajuste psicosocial en la sociedad de la información. *Acción Psicológica*, 7(1), 9-15.
- Gjesfeld, Ch., Greeno, G. & Kim, K. (2008). A Confirmatory Factor Analysis of an Abbreviated Social Support Instrument: The MOS-SSS. *Research on Social Work Practice*, 18(3), 231-237.
- Herrera, M.F., Pacheco, M. P., Palomar, J. & Zavala, D. (2010). La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18.
- House, J.S. & Kahn, R.L. (1985). Measures and concepts of social support." In Sheldon Cohen and S. Leonard Syme (eds.), *Social Support and Health*: 83-108. New York: Academic Press.
- Labrador, F.J. & Villadangos, SM. (2010). Menores y nuevas tecnologías: conductas indicadoras de posible problema de adicción. *Psicothema*. 22(2), 180-188.
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. *Papers*, 48, 103-126.
- Lynch, S. (1995). "Who Support Whom? Age and Gender Affect the Perceived Quality of Support from family and Friends". *The Gerontologist*, 38(2), 239-246.
- Rodriguez, M. S., & Cohen, S. (1998). Social support. In H. Friedman (Ed.), *Encyclopedia of mental health*. San Diego, CA: Academic Press.
- Ross, C., Orr, E.S., Sisic, M., Arseneault, J.M., Simmering, M.G. & Orr, R.R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25 (2), 578-586.
- Ryan, T. & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Fac usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.
- Sherbourne, C.D. & Stewart, A.L. (1991).The MOS Social Support Survey. *Social Science and Medicine*, 32(6), 705-714.
- Vaux, A. (1988). *Social support: Theory, research, and intervention*. New York: Praeger.
- Viñas, F. (2009). Uso autoinformado de Internet en adolescentes: Perfil psicológico de un uso elevado de la red. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 9(1), 109-122.
- Viñas, F., Juan, J., Villar, E., Caparros, B., Pérez, I. & Cornella, M. (2002). Internet y psicopatología: las nuevas formas de comunicación y su relación con diferentes índices de psicopatología. *Clínica y Salud*, 13(3), 235-256.

Anexo

A continuación te haremos unas preguntas acerca de tus amigos, marca con una X la respuesta con la que te identifiques más. Te pedimos que contestes con la verdad y te recordamos que tus datos solo serán utilizados para investigación de manera anónima. ¡Gracias!

	Mucho	Algo	Más o menos	Casi nada	Nada
1. ¿Tus amigos(as) te ayudan a resolver problemas personales mediante Facebook (FB) o Twitter?	5	4	3	2	1
2. ¿Recibes consejos de tus amigos(as) en FB o Twitter?	5	4	3	2	1
3. ¿Cuentas con tus amigos(as) de FB o Twitter para salir a divertirte?	5	4	3	2	1
4. ¿Tus amigos(as) de FB o Twitter te demuestran que te quieren?	5	4	3	2	1
5. ¿Cuentas con tus amigos(as) de FB o Twitter para contarles cómo te sientes a través del FB o Twitter?	5	4	3	2	1
6. ¿Les platicas a tus amigos(as) de FB o Twitter cosas personales?	5	4	3	2	1
7. Cuando pides algún tipo de apoyo a tus amigos(as) en FB o Twitter, ¿tus amigos te responden (hablarte, ir a verte, etc.)?	5	4	3	2	1
8. Por los comentarios que te dejan tus amigos(as) de FB o Twitter ¿sientes que te quieren?	5	4	3	2	1
9. Cuando tus amigos(as) responden a algo que publicas (que estas triste, enojado, etc.) ¿sientes su apoyo?	5	4	3	2	1
10. ¿Tus amigos de FB o Twitter te dicen que te quieren o que te aprecian?	5	4	3	2	1
11. ¿Sientes que tus amigos(as) de FB o Twitter te comprenden cuando te dejan comentarios o ponen un "me gusta" en tu estatus o en tus comentarios acerca de cómo te sientes?	5	4	3	2	1
12. ¿Las frases (o posts) de tus amigos(as) te han ayudado a resolver alguna situación?	5	4	3	2	1
13. ¿Si solicitas ayuda a través de tus comentarios tus amigos(as) te proporcionan una solución?	5	4	3	2	1
14. ¿Sientes que todos tus amigos(as) de FB o Twitter te quieren?	5	4	3	2	1
15. ¿Piensas que cuando tus amigos de FB o Twitter comentan en tus fotos o ponen un "me gusta" significa que están atentos (al pendiente) a tus actividades?	5	4	3	2	1

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.