

Temàtica
Thematic Space

Las redes sociales en línea no son adictivas

Xavier Carbonell & Ursula Oberst

Universitat Ramon Llull

Recibido: 1-9-2015

Aceptado: 6-10-2015

Las redes sociales en línea no son adictivas

Resumen. En los últimos años se ha producido un incremento notable de las publicaciones sobre posibles adicciones conductuales y tecnológicas. Entre ellas, el uso adictivo de las redes sociales en línea ha generado un notable interés debido, fundamentalmente, al uso que hacen de las mismas los adolescentes. Los adolescentes utilizan las redes sociales para la construcción de su identidad social y de género. Para los adolescentes de hoy, las redes sociales están tan intrínsecamente tejidas en la trama de sus vidas que no saben realmente lo que sería su vida sin ellas. Mantenerse activos y permanecer conectados a las redes sociales aumenta su capital social y es difícil sustentar la denominada «paradoja» de Internet. En muchas ocasiones, se confunde la dependencia a una tecnología con la adicción a una conducta, porque cada vez se dispone de menos tiempo para adaptarse a una tecnología que evoluciona rápidamente. Es más adecuado diferenciar las verdaderas adicciones de los excesos y de los problemas transitorios, y es más productivo educar para la transformación, la hiperconectividad y sugerir «dietas digitales» o normas de cortesía que diagnosticar. Las redes sociales en línea pueden provocar algunos excesos pero la adicción no sería uno de ellos pese a la tendencia de poner etiquetas diagnósticas a pequeños malestares.

Palabras clave: adolescencia; redes sociales en línea; capital social; adicción; Facebook; comunicación; Internet; adaptación social

Online social networks are not addictive

Summary. In recent years there has been a remarkable increase in publications about possible behavioral and technological addictions. The addictive use of online social networks in particular has generated considerable interest, mainly due to the use made of these services by teenagers. Teens use social networks to build their social and gender identities. For today's teenagers, online social networks are so intrinsically woven into their lives that they really cannot imagine what life would be like without them. Staying active online and connected to social networks increases their social capital and it is difficult to sustain the so-called Internet «paradox». In many cases, dependence on a kind of technology is confused with a behavioral addiction because one has incrementally less and less time to adapt to a rapidly evolving technology. It is more appropriate and productive to distinguish between true addictions on the one hand and excesses and transitory problems on the other, and it is better to educate in favor of transformation and on issues of hyperconnectivity and to suggest «digital diets» and rules of etiquette than it is to diagnose. Social media may cause some excesses, but addiction may not be among them, despite the general tendency to attach diagnostic labels to small irritations.

Keywords: adolescence; online social networks; social media; social capital; addiction; Facebook; communication; Internet; social adaptation

Correspondencia

Xavier Carbonell

Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport

Blanquerna

Universitat Ramon Llull

c/ Císter, 34

08022 Barcelona

Email: xaviercs@blanquerna.edu

Adicciones tecnológicas

La evolución de Internet y sus aplicaciones ha propiciado un incremento exponencial de los canales de comunicación bidireccional. La comunicación oral se ha mantenido prácticamente inalterable pero la comunicación escrita ha sufrido una auténtica revolución. De un mundo analógico se ha pasado a un mundo digital, del libro y las cartas a las pantallas y de ser receptor a ser receptor/emisor del mensaje. De estas tecnologías de la información y la comunicación destacan las redes sociales en línea.

En paralelo, se ha asistido a un incremento notable de las publicaciones sobre lo que Griffiths (1995) denominó «adicciones tecnológicas» (Carbonell, Guardiola, Beranuy & Bellés, 2009) de naturaleza similar a las adicciones a sustancias. Las adicciones «conductuales» han sido menos estudiadas y solo la quinta y última edición del DSM-5 ha aceptado que el juego patológico es un trastorno de la misma entidad que las adicciones a sustancias (APA, 2013). Un factor que se ha de tener en cuenta es que las tecnologías están en constante evolución. Si revisamos someramente la historia de las drogas encontramos un fenómeno similar. De la adicción al opio fumado en China se pasó a la adicción iatrogénica a la morfina (los soldados de la guerra de secesión americana entre 1861-1865 son un buen ejemplo) y en la última mitad del siglo xx a la epidemia de heroína. De la costumbre ancestral de masticar la coca en los países andinos se pasó a la epidemia occidental de esnifar cocaína. De esto se desprende que el consumo de sustancias psicoactivas ha evolucionado tal como lo ha hecho la sociedad que lo acoge: la cerámica para conservar el vino, la destilación del alcohol por los árabes, la síntesis del alcaloide cocaína de la hoja de coca, la invención de la jeringuilla, el desarrollo de las benzodiazepinas, etc. Sin embargo, este proceso es más lento que el acontecido con las tecnologías. Así, se ha pasado de la preocupación por la adicción al ordenador y los *compulsive programmers* a la adicción a Internet, del móvil al *smartphone* y de los videojuegos (los que se jugaban en videoconsolas y ordenador) a los videojuegos en línea (tipo WOW y LOL). Por lo tanto, la aparición de nuevas tecnologías puede dejar obsoletas posibles «adicciones», como ha pasado con Second Life y Messenger.

De la comunicación cara a cara a la comunicación en redes

El medio más antiguo de comunicación es la comunicación «cara a cara», en la cual dos o más personas se transmiten información de índole diversa mediante la palabra y el lenguaje gestual. Se considera que esta es la comunicación genuina y adecuada para las interacciones sociales en general, pero todavía más para situaciones delicadas o íntimas como el trabajo, las relaciones sentimentales o el tratamiento psicológico. Otro aspecto que queremos destacar es que la rapidez de estos cambios dificulta la adaptación social a los mis-

mos. Tal vez sea el momento de recordar algunas fechas representativas en la evolución de la comunicación (Tabla 1). Se podría considerar que parte de *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha* es una crítica a la influencia de la difusión masiva de textos en la mente humana. Es la historia de un hombre trastornado por la lectura de libros de caballería a los que ha tenido acceso desde un recóndito lugar de La Mancha. De hecho, en los últimos 500 años, generaciones de lectores de novelas han sido criticados por tener acceso a una realidad contrapuesta a la «real», por aislarse en su mundo, por no comunicarse, etc. Los 500 años necesarios para adaptarse a la imprenta se han reducido a 50 para acostumbrarse al ordenador personal y a cinco para habituarse al WhatsApp. Otra perspectiva de esta adaptación es que la persona que no utiliza esta tecnología puede tener una actitud de rechazo, de admiración o puede considerarla una adicción. El libro se considera un medio adecuado para transmitir conocimiento y es ampliamente usado en todos los niveles de la enseñanza pero las «pantallas» no gozan de este favor.

La construcción social de la adicción a las redes sociales en línea podría compararse a lo ocurrido con la televisión (revisado por McIlwraith, Jacobvitz, Kubey & Alfagene, 1991). Es cierto que en la sociedad moderna la familia cede, en gran medida, su papel de agente socializador a los medios de comunicación; un proceso que empezó en los años treinta con la radio y en los cincuenta con la televisión. El uso de las nuevas tecnologías introduce formas de comunicación menos controladas, más frías, solitarias y distantes. Es posible que sea necesario un período de adaptación a las nuevas tecnologías tanto para los nuevos usuarios como para los no practicantes que también necesitan incorporar las nuevas actitudes y comportamientos que el uso de las mismas conlleva. Los medios de comunicación capitalizan la inevitable suspicacia que acompaña cualquier nuevo desarrollo tecnológico como Internet y publican noticias sensacionalistas sobre la adicción a Internet o al móvil. Los artículos de opinión avisan al público de que tenga cuidado con estos nuevos trastornos y la incertidumbre resultante es suficiente para la construcción social de la categoría patológica y para que algunas personas acudan en demanda de ayuda para ellos o sus familiares (en este caso, jóvenes) en una especie de profecía autocumplida. No solo es necesario un período de adaptación sino que también puede ser una moda. En este sentido, el presidente de la Funda-

Tabla 1. Algunas fechas representativas de la evolución de la comunicación*

| Medio social o plataforma | Año |
|---|------|
| Introducción de la imprenta por Johannes Gutenberg | 1440 |
| Publicación de <i>El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha</i> | 1605 |
| Primeras transmisiones regulares de radio para entretenimiento | 1920 |
| Primera emisión televisiva de la BBC | 1927 |
| Ordenador personal Olivetti (PC) | 1962 |
| Correo electrónico | 1965 |
| Facebook | 2004 |
| Teléfono inteligente (smartphone) | 2007 |
| WhatsApp | 2009 |

* Las fechas son necesariamente aproximadas y pueden variar según las fuentes.

ción de Software Libre de Europa (Gerloff, 2013) opina que el declive de Facebook será muy rápido y en pocos años; Cannarella y Spechler (2014) han llegado a la misma conclusión, y lo comparan con una epidemia infecciosa (como la gripe) que aparece, se expande muy rápido y luego se extingue.

Para terminar este apartado nos gustaría destacar algunas características de las redes sociales en línea: están disponibles las 24 horas del día, siete días a la semana en el ordenador o en el teléfono móvil. A diferencia de otras tecnologías, no hay control externo de estímulos ni están afectadas por condiciones climáticas u horarias. El uso del teléfono familiar implicaba un control paterno sobre los horarios y las conversaciones, y que la persona solo estaba disponible en su casa. Las redes sociales son gratuitas si la conexión es un centro de enseñanza, en el trabajo o en algunos restaurantes y hoteles, y en su propia concepción implican un uso personal, muy en la línea en la que evoluciona la sociedad.

La comunicación de los adolescentes

Si el ser humano es social y, por lo tanto, necesita comunicarse, la adolescencia sería un buen ejemplo idóneo para representar esta necesidad. Los adolescentes reciben información de los adultos y de la sociedad y digieren esa información en su intelecto y en la relación con sus pares. Esta relación entre pares genera conocimiento pero también y, este es muy relevante, genera cultura social, entendiendo la cultura en un sentido amplio. Por medio de esta comunicación, forjan su identidad personal y de género, expresan sus emociones y reciben *feedback* por ello, generan normas de conducta formales e informales, maduran, etc. En pocas palabras, la comunicación es imprescindible para hacerse adulto. En este proceso, los adolescentes inventan códigos propios, palabras o signos, introducen nuevos hábitos, vestidos o músicas, generan valores alternativos, etc. Todo ello les permite crecer y madurar, aunque este proceso muchas veces implica crisis personales o conflictos con otros y con la sociedad.

Una particularidad esencial de la comunicación de los adolescentes es que se produce principalmente entre ellos, es decir, con amigos y compañeros. Los adolescentes han encontrado en las redes sociales en línea un canal de comunicación innovador y alternativo que dominan y que utilizan para construir su identidad social (Bernal & Angulo, 2013) y de género (Renau, Oberst & Carbonell, 2013).

Por otra parte, la evolución de la sociedad occidental ha convertido estos medios de comunicación en un instrumento imprescindible en lo social y en lo cotidiano (Bernal & Angulo, 2013). El aumento de la movilidad, los traslados y viajes por motivos personales o de trabajo, pero también una mayor sensación de inseguridad ciudadana y la pérdida de control social en las ciudades, dificultan la comunicación «cara a cara». El teléfono familiar dio paso al teléfono móvil (o personal) y el ordenador personal al ordenador portátil y

las dos plataformas convergen en el *smartphone*, que se ha convertido en una puerta de acceso privilegiada a las redes sociales. Para los adolescentes de hoy, las redes sociales están tan intrínsecamente tejidas en la trama de sus vidas que no saben realmente lo que sería su vida sin ellas (Boyd, 2014; Rideout, 2012).

Adicción a la comunicación en línea: ¿un trastorno emergente?

Una de las primeras preocupaciones que causó el uso de Internet fue la denominada paradoja de Internet (Kraut et al., 1998). En su estudio, los autores encontraron que, a pesar de una mayor comunicación aparente, el uso de Internet se asociaba con una disminución en la comunicación familiar, el tamaño del círculo social e incrementaba la soledad y estados depresivos del usuario. Pero, posteriormente, un equipo liderado por el mismo investigador (Kraut et al., 2002) constató que los efectos negativos habían desaparecido tres años más tarde y que más bien se había producido un efecto positivo de Internet en la comunicación, implicación social y bienestar del usuario. Pese a esta aclaración, un tema recurrente en la literatura científica es que las redes sociales pueden contribuir a sentimientos de depresión o aislamiento social (Gomes & Sendín, 2014; Morahan-Martin & Schumacher, 2003; O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011; Turkle, 2011). Sin embargo, la mayoría de los estudios científicos sobre los efectos de las redes sociales en línea concluyen que no solo no tienen un efecto negativo para el bienestar psicológico sino que también pueden tener un efecto positivo. Según Rideout (2012), mientras que solo el 5% de los adolescentes dicen que el uso de las redes sociales les hacen sentir más deprimidos y el 4% dice que han tenido un efecto negativo en las relaciones con sus amigos, al 10% les hace sentirse menos deprimidos y el 52% dice que han ayudado a mantener o mejorar esas relaciones. Este efecto positivo también se ha descrito en personas mayores (Heo, Chun, Lee, Lee & Kim, 2015).

Se ha dicho que el anonimato y la falta de privacidad en las redes sociales es un factor importante con un impacto negativo en el bienestar o en la seguridad de los adolescentes. Pero el anonimato no es una característica que interesa a los adolescentes que usan las redes sociales, porque se comunican con amigos y conocidos. Están más interesados en mantener las relaciones existentes que en establecer nuevos vínculos con desconocidos (Kuss & Griffiths, 2011). Tampoco están preocupados por la privacidad. Los adolescentes de todas las generaciones han escrito diarios íntimos, en los que explicaban sus vivencias como una forma para ordenar sus ideas y comprender sus emociones. Hoy en día, los jóvenes han sustituido el diario por el blog y la catarsis emocional es pública y compartida.

Mantenerse activos y permanecer conectados a las redes sociales aumenta las oportunidades académicas y profesionales y los beneficios derivados de los con-

tactos personales y de la participación en redes sociales, es decir, el capital social (Kuss & Griffiths, 2011; Wellman, Haase, Witte & Hampton, 2001), en parte, porque no sustituye sino que complementa la comunicación cara a cara y la telefónica. Además, los usuarios de Facebook tienen más relaciones cercanas y reciben más soporte social (Hampton, Goulet, Rianie & Purcell, 2011).

En los últimos años, la psicopatología ha presenciado una verdadera explosión de posibles adicciones: a las compras, a la comida sana («ortorexia»), al ejercicio («vigorexia»), al trabajo, a los viajes, a Internet, al móvil, a la televisión, a los videojuegos, a las emociones, a la cirugía estética, al chocolate y un largo etcétera de propuestas, con mayor o menor impacto social. Aunque seguimos afirmando que la comunicación no es adictiva, es preciso mencionar que se ha descrito una patología de la comunicación denominada trastorno adictivo de comunicación o hablar de manera compulsiva (Bostrom & Harrington, 1999; McCroskey & Richmond, 1993; McCroskey & Richmond, 1995).

Recientemente, se ha debatido sobre la capacidad adictiva de las redes sociales (Echeburúa & Corral, 2010; García, 2013; Kuss & Griffiths, 2011; Pantic, 2014; Ryan, Chester, Reece, & Xenos, 2014). La preocupación no parece centrarse en lo mucho que hablan los jóvenes, como en el caso de los *talkaholics*, sino en que están permanentemente conectados, dejan de hacer otras cosas, renuncian a la comunicación cara a cara y se aíslan. La dependencia a las redes sociales seguiría un patrón de uso excesivo asociado a una pérdida de control, síntomas de abstinencia (ansiedad, depresión, irritabilidad) ante la imposibilidad temporal de acceder a la red, tolerancia (necesidad creciente de más tiempo de conexión) y repercusiones negativas en la vida cotidiana. Parece que las personas más vulnerables a un uso problemático de Facebook tienen baja estabilidad emocional, son extravertidos y poco responsables (Andreassen, Torsheim, Brunborg & Pallesen, 2012). Sin embargo, se ha destacado la escasa evidencia empírica sobre sus cualidades adictivas (García, 2013; Kuss & Griffiths, 2011).

Por su parte, el DSM-5 (APA, 2013), a diferencia de lo que ocurre con los videojuegos, no considera que la adicción a las redes sociales en línea pueda ser una adicción. ¿Por qué el DSM-5 incluye la adicción a videojuegos en línea y no la adicción a las redes sociales en línea? Una posible respuesta es que enviar WhatsApps, colgar fotos y etiquetarlas, consultar la biografía de los amigos y las próximas actividades del grupo pueden ser: a) conductas excesivas, capaces de ocasionar consecuencias negativas; b) malestares transitorios, que remitirán espontáneamente al cabo de un tiempo; c) estados evolutivos en los que la comunicación con los pares es vivida como esencial; y d) simples adaptaciones necesarias a un nuevo instrumento de comunicación. Pese a que estas complicaciones son benignas, causan una gran preocupación en padres y educadores al interferir en el desempeño académico y la relación familiar de jóvenes y adolescentes.

¿Adicción o adaptación tecnológica?

Para saber si nos enfrentamos a una adicción o se trata de un proceso adaptativo es necesario describir los síntomas que son básicos y comunes a todas las adicciones. En primer lugar, las consecuencias negativas. No son tan importantes las horas invertidas o la cantidad consumida de una sustancia como padecer consecuencias graves familiares, sociales, académicas, etc. Estas consecuencias graves se observan en jugadores de MMORPG pero no en usuarios de redes sociales en línea, con repercusiones leves en el ámbito familiar y, en menor medida, en el académico. En segundo lugar, la dependencia psicológica que se compone de deseo, ansia o pulsión irresistible (*craving*), polarización o focalización atencional e incapacidad de control (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro, & Oberst, 2008). La dependencia psicológica de los usuarios de redes sociales en línea no parece intensa y, en muchas ocasiones, se confunde con la dependencia (real, no psicológica) a una tecnología, producto o suministro, como por ejemplo, al automóvil o a la electricidad: por mucho que una persona dependa del coche y de la luz eléctrica no se le puede considerar «adicta».

Un segundo factor a tener en cuenta es que solo las sustancias que alteran el funcionamiento del sistema nervioso central tienen propiedades adictivas. Entonces, ¿qué elemento hace que una conducta se convierta en adicción?, o más específicamente, ¿qué condiciones tendría que cumplir una tecnología para causar dependencia psicológica y consecuencias graves de la misma naturaleza o similar que las adicciones a sustancias?

Si se reflexiona sobre los líquidos (agua, zumos, leche, cerveza, etc.) que bebemos los humanos, tan solo tienen potencial adictivo los líquidos que contienen alcohol. Algo similar ocurre con el juego. Niños y adultos practican juegos de muy variada índole pero solo es juego patológico el que implica apuestas y en el que, por tanto, existe la posibilidad de ganar o perder dinero. Para Kim y Kim (2010) los adictos a los MMORPG son tan adictos a Internet como los alcohólicos a la botella. Normalmente, en el caso de las sustancias, la cantidad de la sustancia consumida es uno de los indicadores de adicción, y en el juego de apuestas, la cantidad de dinero perdido y las consecuencias de estas pérdidas. De la misma manera, se podrían considerar adictos aquellos que dedicaran muchas horas a las redes sociales en línea. Sin embargo, las horas son un criterio muy importante, pero en ningún caso son un indicador fiable del grado de adicción. Pensemos que muchas personas utilizan las redes sociales en su jornada laboral (por ejemplo, periodistas). Según Griffiths (2010) es posible jugar en exceso, pero no todos los jugadores excesivos son adictos. Algo similar sucede para diagnosticar, por ejemplo, la adicción al alcohol, ni en los criterios diagnósticos del DSM-5 (APA, 2013), ni en cuestionarios para diagnosticar alcoholismo como el CAGE (Ewing, 1984) ni en el Audit (Babor, Higgins-

Biddle, Saunders, & Monteiro, 2001) se utiliza la cantidad de alcohol consumida.

Por lo tanto, el uso del término «adicción» parece adecuado dada su brevedad y concreción aunque, dado el estado actual de conocimientos, «uso problemático» es una expresión más adecuada cuando nos referimos a las redes sociales en línea (Aboujaoude, Koran, Gamel, Large, & Serpe, 2006; Caplan, 2003; Sánchez-Carbonell et al., 2008).

Educar para la transformación y la hiperconectividad

Seguramente, necesitamos más psicoeducación. Necesitamos superar la «mala educación» en las relaciones cara a cara y saber cuándo es conveniente contestar el teléfono o el «WhatsApp», interrumpir una conversación, etc. de la misma forma que utilizamos reglas de cortesía en otras esferas de nuestra vida cotidiana. Por ejemplo, existe consenso que queda mal leer el periódico en una primera cita. Pero, hasta el momento, en la comunicación digital muchas de estas reglas de cortesía no están consensuadas y son específicas para cada medio. Por ejemplo, la mayoría de universitarios que atienden a una clase no la interrumpen con sus conversaciones telefónicas pero sí que consultan sus dispositivos digitales, y Steve Jobs impuso a sus hijos restricciones al uso de redes sociales (Davies, 2014). Nos atrevemos a afirmar que es recomendable emprender «dietas digitales» (Serrano-Puche, 2013), por ejemplo, en la conducción de vehículos o normas de cortesía en el uso social y privado de la comunicación digital.

También es necesaria una formación para adaptarse a un nuevo entorno comunicativo en el que es muy fácil quedarse al margen por su rápida transformación. Hay que aprender a convivir hiperconectados porque buena parte de la educación y del trabajo futuro dará por supuesto este aprendizaje. Pese a que todo el saber está en los libros, los profesores siguen siendo necesarios, pero cuando los estudiantes occidentales acuden a clase con sus *smartphone* los profesores los infrutilizan cuando no los prohíben. Se ha de asumir que estamos en el umbral de la era de las «hiperpersonas» (Pesce, 2006). La misma concepción de la Web 4.0 es la de una web ubicua, en continuo movimiento y presente al mismo tiempo y en todas partes. La comunicación no formará parte de una secuencia (dormir, comer, comunicar, etc.) y será ubicua, en todo tiempo y lugar. Esta situación confronta a los clínicos que siguen recurriendo a los viejos clichés psicopatológicos sin comprender que la transformación comunicativa (y por supuesto, social, económica, familiar, laboral, etc.) conlleva una cierta metamorfosis psicológica.

En los inicios de Internet, el emisor de un mensaje textual tenía tiempo de escribir el mensaje, evitaba la interacción «cara a cara» y se escudaba en el anonimato. El receptor escogía cuándo y dónde leer y responder el mensaje. Sin embargo, y sin apenas ser conscientes de ello, se ha evolucionado hacia la hiperconectividad.

Por ejemplo, un usuario de WhatsApp sabe si el mensaje ha sido recibido y leído, cuando el receptor ha leído sus mensajes por última vez y si el receptor está en línea o escribiendo. La ansiedad que se genera ya se había descrito (por ejemplo, cuando no se recibía respuesta a una carta o el receptor no descolgaba el teléfono) pero ahora es más inmediata. La accesibilidad es permanente, cercana y veloz. La información pasa a ser gaseosa y efímera. La comunicación es multicanal y simultánea. Las barreras entre ocio y trabajo propias de la sociedad industrial se difuminan. Pero la hiperconexión, la ansiedad ante la falta de respuesta y sentir que se pertenece a un grupo no son trastornos psicológicos persistentes.

Defender que las redes sociales en línea no son adictivas no implica negar la presencia de ciertos síntomas, algunos de los cuales se superarán colectivamente y otros convivirán con nosotros hasta que llegue una nueva transformación. Ejemplos de estos malestares son el FoMO (*fear of missing out*, la necesidad constante de estar enterado de lo que hacen los otros) (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell, 2013) o la nomofobia (abreviatura de la expresión inglesa *no-mobile phone phobia*), miedo irracional a salir de casa sin el teléfono móvil, según el cual los usuarios de teléfonos móviles tienden a sentir ansiedad cuando pierden su móvil, se les agota la batería o no tienen cobertura porque se sienten aislados de familiares y amigos o porque su trabajo les exige estar permanentemente conectados (Bragazzi & Del Puente, 2014). En el plano corporal se ha descrito la «WhatsAppitis», una tendinitis del pulgar (Fernandez-Guerrero, 2014). Aunque estas propuestas posiblemente no lleguen a consolidarse, sí que parece necesario encontrar una expresión que refleje que la adaptación a la comunicación digital está en curso y que se pueden generar algunas disfunciones transitorias aunque no merezcan ser catalogadas como trastornos.

Podemos resumir nuestra posición diciendo que las redes sociales incrementan el capital social y que, tal y como hemos argumentado, pueden provocar algunas consecuencias negativas pero la adicción no sería una de ellas. Consecuentemente, no parece aconsejable diagnosticar la vida cotidiana con quiméricas adicciones. Es conveniente diferenciar los trastornos graves de otros malestares, excesos o problemas transitorios. El uso coloquial de términos como «viciado» o «enganchado» al referirse a la relación con las redes sociales en línea debe quedarse ahí, en el ámbito coloquial, y no debe trascender al terreno científico. Es necesaria una psicoeducación, responsabilidad de padres y educadores. Por último, nos podríamos preguntar si también es necesario un equivalente al código de circulación, una especie de manual de estilo, avalado socialmente.

Nota de los autores: este trabajo ha sido financiado parcialmente por una ayuda I+D+i del Plan Nacional del Ministerio de Economía y Competitividad (referencia: FEM 2012-33505).

Referencias

- Aboujaoude, E., Koran, L. M., Gamel, N., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Potential markers for problematic Internet use: A telephone survey of 2,513 adults. *CNS Spectrums*, *11*(10), 750–755.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, *110*(2), 501–517. doi:10.2466/02.09.18.PRO.110.2.501-517
- APA. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-V)* (Fifth Edit.). Washington: American Psychiatric Association.
- Babor, T. F., Higgins-Biddle, J. C., Saunders, J. B., & Monteiro, M. G. (2001). *AUDIT: Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol* (p. 40). Valencia: Organización Mundial de la Salud.
- Bernal, C., & Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, *20*, 25–30. doi:http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-02
- Bostrom, R. N., & Harrington, N. G. (1999). An exploratory investigation of characteristics of compulsive talkers. *Communication Education*, *48*, 73–80. doi:10.1080/03634529909379154
- Boyd, D. M. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens* (p. 296). New Haven: Yale University Press.
- Bragazzi, N., & del Puente, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*, *4*(7), 155–160.
- Cannarella, J., & Spechler, J. A. (2014, January 16). Epidemiological modeling of online social network dynamics. *Physics and Society*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1401.4208>
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, *30*(6), 625–648.
- Carbonell, X. (2014). La adicción a los videojuegos en el DSM-5. *Adicciones*, *26*(2), 91–95.
- Carbonell, X., Chamarro, A., Griffiths, M., Oberst, U., Cladellas, R., & Talar, A. (2012). Problematic Internet and cell phone use in Spanish teenagers and young students. *Anales de Psicología*, *28*(3), 789–796.
- Carbonell, X., Guardiola, E., Beranuy, M., & Bellés, A. (2009). A bibliometric analysis of the scientific literature on Internet, video games, and cell phone addiction. *Journal of The Medical Library Association*, *97*(2), 102–107. doi:10.3163/1536-5050.97.2.006
- Carbonell, X., Talar, A., Beranuy, M., & Oberst, U. (2009). Cuando jugar se convierte en un problema: el juego patológico y la adicción a los juegos de rol online. *Aloma*, *25*, 201–220.
- Davies, P. (2014). Apple's Steve Jobs was concerned about his children's gadget use. *The Telegraph*. Retrieved from goo.gl/KUW0L2
- Echeburúa, E., & Corral, P. de. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, *22*(2), 91–96.
- Ewing, J. A. (1984). Detecting Alcoholism. *JAMA*, *252*(14), 1905. doi:10.1001/jama.1984.03350140051025
- Fernandez-Guerrero, I. M. (2014). «WhatsAppitis.» *The Lancet*, *383*(14), 1040. doi:10.1016/S0140-6736(14)60519-5
- García, J. A. (2013). Adicciones tecnológicas: El auge de las redes sociales. *Health and Addictions*, *13*(1), 5–13.
- Gerloff, K. (2013). Microsoft desaparecerá en cinco o diez años y Facebook en tres. *20 Minutos*. Retrieved from goo.gl/PfB3t4
- Gomes, F., & Sendín, J. C. (2014). Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles. *Comunicar*, *22*(43), 45–53. doi:10.3916/C43-2014-04
- Griffiths, M. D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychological Forum*, *76*, 14–19.
- Griffiths, M. D. (2010). The role of context in online gaming excess and addiction: Some case study evidence. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *8*(1), 119–125. doi:10.1007/s11469-009-9229-x
- Hampton, K. N., Goulet, L. S., Rianie, L., & Purcell, K. (2011). *Social networking sites and our lives*. Retrieved from goo.gl/nXszzk
- Heo, J., Chun, S., Lee, S., Lee, K. H., & Kim, J. (2015). Internet use and well-being in older adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *18*(5), 268–272. doi:10.1089/cyber.2014.0549
- Kim, M. G., & Kim, J. (2010). Cross-validation of reliability, convergent and discriminant validity for the problematic online game use scale. *Computers in Human Behavior*, *26*(3), 389–398. doi:10.1016/j.chb.2009.11.010
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. N., Helgeson, V., & Crawford, A. M. (2002). Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*, *58*(1), 49–74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *The American Psychologist*, *53*(9), 1017–1031.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction--a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *8*(9), 3528–52. doi:10.3390/ijerph8093528
- McCroskey, J. C., & Richmond, V. P. (1993). Identifying compulsive communicators: The talkaholic scale. *Communication Research Reports*, *10*(2), 107–114.
- McCroskey, J. C., & Richmond, V. P. (1995). Correlates of compulsive communication: Quantitative and qualitative characteristics. *Communication Quarterly*, *43*(1), 1–8.
- McIlwraith, R., Jacobvitz, R. S., Kubey, R., & Alfagene, A. (1991). Television Addiction: theories and data behind the ubiquitous metaphor. *American Behavioral Scientist*, *35*(2), 104–121.
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneli-

- ness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), 659–671. doi:10.1016/S0747-5632(03)00040-2
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127, 800–804. doi:10.1542/peds.2011-0054
- Pantic, I. (2014). Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(10), 652–657. doi:10.1089/cyber.2014.0070
- Pesce, M. (2006). Hyperpeople. Retrieved February 20, 2015, from goo.gl/Kz2lTh
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. doi:10.1016/j.chb.2013.02.014
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159–170.
- Rideout, V. (2012). *Social Media, Social Life: How teens view their digital lives*. San Francisco: Common Sense Media.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133–148. doi:10.1556/JBA.3.2014.016
- Sánchez-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.
- Serrano-Puche, J. (2013). Una propuesta de dieta digital: repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. *Fonseca, Journal of Communication*, 7, 156–175.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436–455.

Els mitjans socials no són addictius

Resum. En els últims anys s’ha produït un increment notable de les publicacions sobre possibles addiccions conductuals i tecnològiques. Entre elles, l’ús additiu de les xarxes socials en línia ha generat un notable interès a causa, fonamentalment, de l’ús que en fan els adolescents. Els adolescents utilitzen les xarxes socials per a la construcció de la seva identitat social i de gènere. Per als adolescents d’avui, les xarxes socials estan tan intrínsecament teixides en la trama de les seves vides que no saben realment el que seria la seva vida sense elles. Mantenir-se actius i romandre connectats a les xarxes socials augmenta el seu capital social i és difícil sustentar l’anomenada «paradoxa» d’internet. En moltes ocasions, es confon la dependència a una tecnologia amb l’addicció a una conducta, perquè cada vegada es disposa de menys temps per adaptar-se a una tecnologia que evoluciona ràpidament. És més adequat diferenciar les veritables addiccions dels excessos i dels problemes transitoris, i és més productiu educar per a la transformació, la hiperconnectivitat i suggerir «dietes digitals» o normes de cortesia que diagnosticar. Les xarxes socials en línia poden provocar alguns excessos però l’addicció no en seria un tot i la tendència de posar etiquetes diagnòstiques a petits malestars.

Paraules clau: adolescència; xarxes socials en línia; capital social; addicció; Facebook; comunicació; internet; adaptació social.

