



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA

## **CELOS RELACIONADOS CON EL USO DE LAS REDES SOCIALES**

JEALOUSY RELATED TO THE USE OF SOCIAL NETWORKS

### **AUTOR**

**D. /** Pedro Gómez Martínez

### **DIRECTOR**

María del Mar López Rodríguez

Alda Elena Cortés Rodríguez



Facultad de  
**Ciencias de la Salud**  
Universidad de Almería

**Curso Académico**

2019/2020

**Convocatoria**

Septiembre

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero primeramente agradecer a toso los participantes que han querido colaborar en este estudio dedicando tiempo y sinceridad para poder desarrollar la investigación.

Además, quiero agradecer el gran trabajo que han llevado a cabo mi tutora María del Mar Rodríguez y mi cotutora Alda Elena Cortés por ayudarme en la realización de este trabajo, así como por su gran profesionalidad.

Por otro lado, quiero agradecer al todo el equipo que conforma la Universidad de Almería por permitir un buen canal de comunicación a pesar de tener que realizarlo todo telemáticamente porque las circunstancias lo impedían.

Por último, me gustaría agradecer a mi familia el apoyo que me ha dado, a mis amigos por ayudarme a evadirme en momentos de estrés y a mi pareja por estar siempre ahí ayudándome en lo que necesitaba.

## ➤ Resumen

**Antecedentes/objetivo:** El acceso a internet casi universal ha hecho que aumente exponencialmente el uso de las redes sociales y con ello la forma de comunicación y relación con los demás. Esto provoca que haya una mayor facilidad para comunicarse. Las ideas y prácticas sexuales han cambiado con el transcurso del tiempo, ya que en la actualidad la sexualidad no solo se practica físicamente sino de manera virtual, lo que puede provocar un incremento de los celos e inestabilidad emocional que afecte a la pareja. Así, el objetivo principal de este estudio es analizar la relación entre el uso de redes sociales y el desarrollo de celos en la población universitaria. **Método:** Se realizó un estudio descriptivo correlacional transversal con una muestra de 142 estudiantes universitarios. Se usó un cuestionario constituido por variables sociodemográficas, el cuestionario de Modelo de Aceptación de la Tecnología y la Subescala de Celos. Se procedió a la administración de los cuestionarios de manera online para su posterior análisis de los datos.

**Resultados:** Se constató la existencia de una correlación negativa débil entre el uso de las redes sociales y los celos, siendo estadísticamente significativa ( $p=0,01$ ). Por otro lado, se constató que el 70,3% de las personas que quedan con desconocidos eran mujeres, siendo una diferencia estadísticamente significativa ( $p=0,02$ ) Además, se observó que existía una correlación negativa débil entre la edad y el uso de las redes sociales estadísticamente significativa ( $p=0,00$ ), no existiendo correlación con respecto a la edad y los celos. Por último, no se obtuvieron diferencias significativas en el nivel de celos en función de estar emparejado.

**Conclusiones:** Se concluyó que existe una relación entre el uso de las redes sociales y los celos, disminuyendo éstos cuando aumenta el uso de las redes sociales. Así como también se constató que a mayor edad se hace un menor uso de las redes sociales y que el hecho de tener pareja o estar soltero no influye en la cantidad de celos.

**Palabras clave:** Aplicaciones, Celos, Redes Sociales, Tecnología, Sexo

## ➤ Abstract

**Background:** The almost universal access to the Internet has caused the use of social networks to increase exponentially and with it, the change of the form of communication and relationship with others. This makes it easier to communicate. Sexual ideas and practices have changed over time, since today sexuality is not only practiced physically but also virtually, which can cause an increase in jealousy and emotional instability that affects the couple.

**Objective:** The main objective of this study is to analyze the relationship between the use of social networks and the development of jealousy in the university population.

**Method:** A cross-sectional correlational descriptive study was carried out with a sample of 142 university students. A questionnaire made up of sociodemographic variables, the Technology Acceptance Model questionnaire and the Jealousy Subscale was used. The questionnaires were administered online for subsequent data analysis.

**Results:** The existence of a weak negative correlation between the use of social networks and jealousy was found, being statistically significant ( $p = 0.01$ ). On the other hand, it was found that 70.3% of the people who remain with them were women, being a statistically significant difference ( $p = 0.02$ ). In addition, it is written that there is a weak negative correlation between age and the use of networks statistically significant ( $p = 0.00$ ), with no correlation respect to age and jealousy. Finally, Not obtaining significant differences between jealousy and if it is paired.

**Conclusions:** It was concluded that there is a relationship between the use of social networks and jealousy, decreasing these when the use of social networks increases. Also, it was found that the older people are, the less use of social networks and the fact of having a partner or being single does not influence on the amount of jealousy.

**Keywords:** Applications, Jealousy, Social Networks, Technology, Sex

➤ Índice

➤ Resumen..... 3

➤ Abstract ..... 4

1. Introducción ..... 6

2. Metodología ..... 8

    2.1. PARTICIPANTES ..... 8

    2.2. CONSIDERACIONES ÉTICAS..... 9

    2.3. PROCEDIMIENTO ..... 9

    2.4. INSTRUMENTOS ..... 9

    2.5. ANÁLISIS DE DATOS..... 10

3. Resultados ..... 11

4. Discusión ..... 19

    4.1. Limitaciones ..... 21

    4.2. Prospectivas ..... 22

5. Conclusiones..... 23

6. Referencias Bibliográficas ..... 24

Anexo 1 ..... 27

Anexo 2 ..... 28

## 1. Introducción

El éxito de las redes sociales virtuales en la actualidad es un hecho innegable pues las cifras revelan que existen millones de usuarios alrededor del mundo que tienen una cuenta activa en algún tipo de red social. Las redes sociales pueden concebirse como un conjunto de servicios proporcionados a través de internet que permiten a sus usuarios generar un perfil, desde el cual pueden hacer públicos datos e información personal, y que brindan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios<sup>1,2</sup>.

Esta nueva forma de relación humana mediante redes sociales en Internet se ha ido posicionando como uno de los medios de comunicación online más populares en la red, llegando a superar en algunos casos los 200 millones de usuarios recurrentes que la utilizan como principal forma de comunicación. En la actualidad existen cientos de redes sociales con distintas posibilidades tecnológicas, que dan soporte a una amplia gama de intereses y prácticas, como por ejemplo compartir vivencias, almacenar recuerdos, ser una carta de presentación para el trabajo, mantenerse informado de las noticias y establecer relaciones, permitiendo expresar la sexualidad por estos medios<sup>3</sup>.

Así, estas redes sociales se utilizan para la comunicación de diferentes emociones y el establecimiento de contacto íntimo con otros usuarios. Peris<sup>4</sup> observó que muchos usuarios utilizaban la red social Facebook para expresar sus emociones o vivencias. Estas publicaciones mostraban confidencias e intimidades que estando cara-a-cara con alguien no las contarían<sup>4</sup>.

Si bien, en diversos estudios se ha corroborado que el uso de Instagram, Twitter y diversas redes sociales en las que se establece este grado de comunicación e intimidad, provocan menor calidad y satisfacción en la pareja ya que suelen ser motivo de discusión<sup>5,6</sup>.

Se ha visto que las redes sociales pueden representar un riesgo para las parejas estables, ya que incitan a establecer encuentros físicos o virtuales con otros usuarios con los que comparten dichas redes. Asimismo, existe la posibilidad de generar vínculos afectivos, los cuales en ocasiones culminan en encuentros sexuales ya sean físicos o a través de cualquier dispositivo que tenga acceso a internet, llegando a ser causal de infidelidad dentro de relaciones sólidas<sup>5,7</sup>.

La sexualidad es una forma de comunicación humana, fuente de placer, afectividad y reproducción, y se expresa a través de vínculos afectivos de la respuesta sexual y del erotismo<sup>7</sup>.

Desde la antigüedad el hombre ha manifestado sus impulsos y tendencias sexuales de formas variadas. Si bien, las ideas y prácticas sexuales han cambiado con el transcurso del tiempo, ya que en la actualidad la sexualidad no solo se practica físicamente sino también de manera virtual. En estas prácticas tienen un papel relevante las redes sociales, las cuales han dado pie al surgimiento de una nueva forma de relacionarse sexualmente denominada “cibersex”. Esta nueva práctica consiste en compartir material erótico como vídeos, imágenes, textos y audios con otros usuarios de la misma red<sup>7</sup>.

Esto evidencia que las redes sociales se han convertido en un factor de gran importancia dentro de las relaciones románticas. De hecho, muchos adolescentes usan las redes sociales para sentirse conectados con el resto de las personas, para enseñar sus sentimientos en las relaciones, para encontrar y poder comunicarse con parejas potencialmente románticas y para observar a sus compañeros. En definitiva, los adolescentes usan las redes sociales para mostrar su estatus social y compararse con sus compañeros<sup>8</sup>.

Así, en el trabajo de Elphinston<sup>9</sup> se ha observado que el uso de redes sociales como Facebook proporciona a las personas un foro en el que la información compartida puede ser ambigua y percibida por la pareja romántica como amenazante. Además, los individuos cuyas vidas se ven interrumpidas por el uso de Facebook pueden compartir algunas similitudes con personas que probablemente experimentarán celos románticos<sup>9,10</sup>.

Junto a esto cabe destacar que, en los últimos años, se han desarrollado infinidad de aplicaciones para ligar, pero fue a partir de 2012 con la aparición de Tinder, que se observó un aumento exponencial en la aparición de este tipo de redes sociales no solamente para ligar, sino para establecer encuentros sexuales<sup>11</sup>.

Las parejas que experimentan celos consideran que si su pareja sigue a alguien en una red social es porque tiene interés en esa persona, cuando en realidad, actualmente, más de la mitad de las personas a las que se sigue en una red social no son personas conocidas en la vida real<sup>10</sup>. Y dar un “like” no es más que una conducta social-virtual de moda que se

usa para estar en la “onda” del mundo virtual que se ha vendido como necesario para ser feliz en el día a día<sup>10</sup>.

Diferentes estudios señalan que los celos tienen diversas implicaciones en el ámbito personal y en la sociedad en general. Así, por ejemplo, los celos disminuyen la satisfacción dentro de la relación de pareja y en las relaciones con otras personas cercanas<sup>12</sup>.

De este modo, el incremento en el uso de otras redes sociales como Instagram o Twitter, así como de aplicaciones de búsqueda de pareja como Tinder, Grindr, Badoo o Lovoo, diferentes a las abordadas por estudios previos, y el potencial desarrollo de actitudes celotípicas derivadas de este uso ha dado lugar al desarrollo de este trabajo. Así, el objetivo principal de este estudio es analizar la relación entre el uso de redes sociales y el desarrollo de celos en la población universitaria.

Partiendo de este objetivo, se formularon una serie de hipótesis

H1: Un mayor uso de redes sociales implica contar con un mayor nivel de celos.

H2: A mayor edad, menor nivel de celos y menor uso de redes sociales.

H3: Los sujetos que tienen una relación son más celosos que los que no la tienen

## 2. Metodología

El diseño del trabajo sigue una metodología cuantitativa, siendo de carácter transversal y descriptivo correlacional.

### 2.1. PARTICIPANTES

Se estimó que el tamaño muestral en función del porcentaje de usuarios que usan las redes sociales en edades comprendidas entre 18 – 60 años tenía que ser de 110 sujetos. De este modo, haciendo uso de un muestreo aleatorio se reclutaron 142 participantes. Los criterios de inclusión para la selección de estos sujetos fueron ser estudiante de la Universidad de Almería, con una edad comprendida entre los 18 y los 60 años, residentes en España y que usasen cualquier tipo de red social que ponga en contacto a personas y les permita comunicarse entre ellas (Facebook, Instagram, Twitter...). Si bien, se plantearon como

criterios de exclusión la falta de aceptación del consentimiento informado, así como la no utilización de alguna red social

## 2.2. CONSIDERACIONES ÉTICAS

El estudio fue aprobado por el comité ético del Departamento de Enfermería, Fisioterapia y Medicina de la Universidad de Almería, con número de registro EFM56/2020

Los participantes fueron informados del propósito del estudio, del carácter voluntario de su participación, del compromiso de confidencialidad y anonimato. Se obtuvo el consentimiento explícito de cada sujeto para participar en el estudio mediante la firma de un consentimiento informado.

El anonimato y la confidencialidad se aseguraron durante la recopilación y el análisis de los datos siguiendo la legislación europea sobre protección de datos.

## 2.3. PROCEDIMIENTO

Para la recolección de la muestra se estableció contacto con diferentes grupos de alumnado de la Universidad de Almería principalmente, así como con profesores de esta institución, entregándoles vía email el enlace web de la encuesta online. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario online estructurado en tres partes diferenciadas: preguntas sociodemográficas, Cuestionario de Modelo de Aceptación de la Tecnología y la subescala de Celos. Este cuestionario se hizo llegar a través de la plataforma “Google Forms” durante los meses de marzo a mayo de 2020 siendo el tiempo promedio de la realización de la encuesta de 10 minutos.

## 2.4. INSTRUMENTOS

Para la recopilación de datos se usaron preguntas relacionadas con aspectos sociodemográficos y dos cuestionarios, con preguntas cerradas, dicotómicas y multicotómicas de respuesta simple y múltiple.

- Cuestionario sociodemográfico: Este cuestionario recopiló información sobre el sexo, edad, lugar de nacimiento, nacionalidad, orientación sexual, estado civil, estudios que cursa, redes sociales más usadas y cantidad de horas que las usa al día, y si ha usado las redes sociales para chatear, ligar y/ quedar con algún desconocido. Además, se preguntaba si se encontraba en alguna relación actualmente, indicando en caso afirmativo el tiempo de duración de la relación. Por otro lado, se preguntó por la preferencia acerca de estar soltero o en pareja y

si se consideraba celoso/a. En caso afirmativo debía responder si consideraba que esos celos estaban justificados

- Cuestionario de Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM)<sup>3</sup> (Anexo 1): Este cuestionario creado por Lorenzo-Romero consta de 26 ítems para medir el uso de las redes sociales que se estructuran en cinco subescalas: Uso (USO), Utilidad percibida (UP), Facilidad de uso (FA), Actitud (A) e Intención de uso (IU). Es una escala tipo Likert de 5 opciones de respuesta siendo 1 - Totalmente en desacuerdo y 5 - Totalmente de acuerdo. Además, se recoge el número de horas semanales destinadas a usar dichas redes sociales. Mayores puntuaciones indican mayor uso de las redes sociales. Las características psicométricas de esta escala indicaron buena fiabilidad con un alfa de Cronbach de 0,91
- Subescala Celos<sup>12</sup> (Anexo 2): Esta subescala proviene del Inventario de Comunicación Emocional en las Relaciones Románticas creado por Ventura-León<sup>12</sup>. Consta de 11 ítems para medir la cantidad de celos haciendo uso de respuestas tipo Likert de 5 opciones siendo 1 - Muy mal y 5 - Muy bien. Mayores puntuaciones indican mayor cantidad de celos. Las características psicométricas de esta escala indicaron buena fiabilidad con un alfa de Cronbach de 0,88

## 2.5. ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de datos y la relación entre las variables se empleó el SSPS v. 25 para Windows (SPSS Inc., Chicago, IL, USA) en el que se creó una base de datos para poder realizar todos los cálculos. Se comprobó si todas las variables se ajustaban a la normalidad mediante el estadístico de Kolmogorov-Smirnov antes de comenzar con el análisis de los datos obtenidos.

Para el análisis descriptivo de los datos cuantitativos se hizo uso de los estadísticos de media y de desviación estándar y, para los datos cualitativos se utilizaron frecuencias y porcentajes. Para el estudio de las variables continuas se aplicaron los estadísticos H de Kruskal Wallis y U de Mann Whitney para verificar si existían diferencias significativas entre dos subgrupos con respecto a dos o más variables cualitativas o cuantitativas. Para el estudio de las variables categóricas se utilizó el test chi-cuadrado. Las correlaciones se analizaron mediante el método de Spearman evaluando si eran correlaciones positivas o negativas, la fuerza de correlación, así como su significancia estadística. Se consideró una significatividad de  $p \leq 0,05$

### 3. Resultados

La muestra final de participantes estuvo formada por 142 sujetos con edades comprendidas entre los 19 y 50 años de edad, con una media de  $24 \pm 4,85$  años. De los participantes en el estudio, el 20,4% (n=29) eran hombres mientras que el 79,6% (n= 113) fueron mujeres. El 95,1% (n=135) de los encuestados eran de nacionalidad española. En cuanto a la formación que cursaban, el 59,9% (n=85) cursaban el Grado de Enfermería, el 12% (n=17) el Máster en Ciencias de la Sexología y el 6,3% (n=9) el Grado en Medicina (ver Tabla 1).

**Tabla 1**

Análisis descriptivo (variables nominales)

Variable	n	%
Sexo		
Hombre	29	20,4
Mujer	113	79,6
Nacionalidad		
Española	135	95,1
Haití	1	0,7
Alemania	1	0,7
Colombia	3	2,1
Ecuador	1	0,7
Marruecos	1	0,7
Grado/Master		
Grado en Enfermería	85	59,9
Master en Ciencias de la Sexología	17	12,0
Doctorado en Ciencias Médicas	1	0,7
Grado en Medicina	9	6,3
Grado en derecho	2	1,4
Grado en derecho y finanzas	1	0,7
Comunicación audiovisual	1	0,7
Ingeniería de la energía	1	0,7
Criminología	1	0,7
Ingeniería Electrónica Industrial	1	0,7
Master en investigación en ciencias de la enfermería	3	2,1
Master en investigación en convivencia escolar	1	0,7
Máster en Investigación en Medicina y Ciencias de la Salud	2	1,4
Educación infantil	2	1,4
Master en profesorado de educación secundaria	2	1,4
Master en informática	1	0,7
Ingeniería informática	2	1,4
Fisioterapia	4	2,8
Arquitectura	1	0,7
Administración y dirección de empresas	2	1,4
Educación social	1	0,7
Biotecnología	1	0,7

Orientación sexual	Pedagogía	1	0,7
	Heterosexual	114	80,3
	Homosexual	8	5,6
	Bisexual	18	12,7
	No definido	2	1,4
Estado civil	Soltero/a	132	93,0
	Casado/a	10	7,0
Chateo con desconocidos	Sí	125	88,0
	No	17	12,0
Redes sociales para ligar	Sí	66	46,5
	No	76	53,5
Redes sociales para quedar con desconocidos	Sí	64	45,1
	No	78	54,9
Relación actual	Sí	93	65,5
	No	49	34,5
Preferencia	Soltero/a	24	16,9
	Pareja	118	83,1
Eres celoso	Sí	14	9,9
	No	65	45,8
	Un poco	63	44,4
Celos justificados	Sí	26	18,3
	No	5	3,5
	Sin fundamento a veces	46	32,4

Por otro lado, el 80,3% de la muestra (n=114) declaró ser heterosexual frente al 12,7% (n=18) que eran bisexuales. Además, el estado civil del 93% (n=132) de la muestra era soltero en el momento de realizar la encuesta. Un 65,5% (n=93) alegaba que se encontraba en una relación actualmente y el 83,1% (n=118) alegaba que prefería estar en pareja que soltero/a.

Cabe destacar que el 88% (n=125) de la muestra había llegado a chatear con algún desconocido. El 46,5% (n=66) reconocía haber usado las redes sociales para ligar y el 45,1% (n=64) admitía haber usado las redes sociales para quedar con algún desconocido.

En cuanto a los celos, un 45,8% (n=65) de la muestra no se consideraba celoso frente al 9,9% (n=14) y al 44,4% (n=63) de la muestra que se consideraba celoso o un poco celoso

respectivamente. De los sujetos celosos de la muestra, solo el 3,5% (n=5) consideraba que no estaban justificados esos celos.

En cuanto a los grupos de redes sociales más utilizadas se observó que WhatsApp, Facebook e Instagram eran utilizadas por un 25,4% (n=36) de la muestra, seguido por el grupo WhatsApp, Instagram y Twitter con el 16,2% (n=23) y WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter con el 12,7% (n=18) de los sujetos. Además, el 26,1% (n=37) reconocía que usaba las redes sociales entre 2h-3h al día, seguido por el 20,4% (n=29) que las usaba entre 3h-4h diarias. (ver tabla 2)

**Tabla 2**

Análisis descriptivo del tiempo de uso de las redes sociales

Variable	n	%
Tiempo de uso		
Menos de 1h	5	3,5
1h-2h	26	18,3
2h-3h	37	26,1
3h-4h	29	20,4
4h-5h	18	12,7
5h-6h	15	10,6
6h-7h	6	4,2
Más de 7h	6	4,2

En relación a las puntuaciones de las escalas administradas, la puntuación total media de la escala de Uso de redes sociales fue de  $119,02 \pm 22,19$  con un mínimo de 71,00 y un máximo de 196,00. A su vez, la puntuación total media de la escala de Celos fue de  $22,48 \pm 5,23$ , con un mínimo de 11,00 y un máximo de 39,00 (ver tabla 3)

**Tabla 3**

Análisis descriptivo de escalas Celos y RS y subescalas

	N	Min.	Max.	Media	DT
Punt RS	142	71,00	196,00	119,02	22,19
Punt Celos	142	11,00	39,00	22,48	5,23
RS USO	142	4,00	105,00	24,32	15,18
RS UP	142	7,00	20,00	15,91	2,84
RS FU	142	23,00	55,00	43,84	7,17
RS A	142	10,00	25,00	17,73	3,71
RS IU	142	4,00	20,00	16,23	3,36

Nota: RS: Redes Sociales; UP: Utilidad percibida; FU: Facilidad de uso; A: Actitud; IU: Intención de uso; DT: Desviación típica

En cuanto al análisis descriptivo bivalente, se planteó un análisis de los distintos usos de las redes sociales en función del sexo, la orientación sexual y tener pareja. De este modo, no se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en el uso de las redes sociales para chatear con desconocidos ( $p=0,97$ ) ni para ligar ( $p=0,93$ ). Sin embargo, se observaron diferencias significativas ( $p=0,02$ ) con una correlación de continuidad de 5,16 respecto al uso de las redes sociales para quedar con algún desconocido, observándose que un 29,7% de los hombres usaban las redes sociales para este cometido frente al 70,3% de las mujeres (ver Tabla 4).

**Tabla 4**

Análisis comparativo sexo – chateo, ligar y quedar con desconocidos

	Hombre n= 29		Mujer n= 113		Corr Cont	p
	n	%	n	%		
Chatear desconocidos	25	20	100	80	0,00	0,99
Ligar desconocidos	18	27,3	48	72,7	2,81	0,09
Quedar desconocidos	19	29,7	45	70,3	5,16	0,02

Nota: Corr Cont: Correlación de Continuidad

Según la orientación sexual no se observaron diferencias significativas en el uso de redes sociales para chatear ( $p=0,19$ ), ligar ( $p=0,06$ ) o quedar con desconocidos ( $p=0,71$ ).

Por último, respecto al hecho de estar en una relación actualmente no se observaron diferencias significativas en el uso de redes sociales para chatear con desconocidos ( $p=0,07$ ) ni para ligar ( $p=0,92$ ). Sin embargo, se encontraron diferencias significativas

( $p=0,02$ ) con una correlación de continuidad de 5,46 en el uso de las redes sociales para quedar con un desconocido, de forma que un 76,6% de los que se encontraban en una relación hacían este uso frente al 23,4% de los que no se encontraban en una relación. Por otro lado, al comparar la variable de frecuencia de uso de las redes sociales en función del sexo, se observó que existían diferencias significativas ( $p=0,00$ ) siendo las mujeres las que participaban con mayor frecuencia frente a los hombres (ver tabla 5).

**Tabla 5**

Tabla cruzada sexo-frecuencia de participación en redes sociales

	Hombre n (%)	Mujer n (%)
Nunca	0 (0)	1 (0,9)
Casi nunca	6 (20,7)	8 (7,1)
A veces	11 (37,9)	23 (20,4)
Frecuentemente	7 (24,1)	32 (28,3)
Muy frecuentemente	5 (17,2)	49 (43,4)

Además, también se observaron diferencias significativas en cuanto a cómo se sentirían los hombres y mujeres si sus parejas les confesasen que habían sido infieles ( $p=0,02$ ) (ver tabla 6).

**Tabla 6**

Tabla cruzada sexo-sentimientos hacia una confesión de infidelidad por parte de mi pareja

	Hombre n (%)	Mujer n (%)
Muy mal	18 (62,1)	92 (81,4)
Mal	6 (20,7)	13 (11,5)
Ni bien ni mal	5 (17,2)	6 (5,3)
Bien	0 (0)	2 (1,8)
Muy bien	0 (0)	0 (0)

Más allá de esto, se quiso conocer las diferencias existentes en las puntuaciones obtenidas en las escalas aplicadas en función del sexo, la orientación sexual, encontrarse en pareja y la preferencia por la soltería.

Así, no se encontró ninguna diferencia significativa entre hombres y mujeres en la puntuación total de la subescala Celos ( $p=0,44$ ) y ni en la puntuación total de Uso de las redes sociales ( $p=0,32$ ) ni en ninguna de sus subescalas (ver tabla 7).

**Tabla 7**

Análisis comparativo sexo – puntuaciones escalas RS y Celos

	Hombre n= 29		Mujer n= 113		U	p
	Media	DT	Media	DT		
Punt RS	115,17	16,67	120,01	23,36	1440,00	0,32
Punt Celos	23,10	4,43	22,32	5,42	1486,50	0,44
RS USO	20,79	10,25	25,22	16,12	1443,50	0,32
RS UP	16,17	3,01	15,84	2,80	1491,00	0,45
RS FU	43,79	6,11	43,85	7,41	1563,00	0,70
RS A	19,00	3,55	18,65	3,67	1556,00	0,68
RS IU	15,41	3,42	16,44	3,33	13,17,50	0,10

Nota: RS: Redes Sociales; UP: Utilidad percibida; FU: Facilidad de uso; A: Actitud; IU: Intención de uso; DT: Desviación típica

En relación a la orientación sexual, se recogieron diferencias significativas ( $p=0,03$ ) en la puntuación total del uso de las redes sociales, siendo los heterosexuales los que más las usaban con una media de  $121,23 \pm 22,19$ . Igualmente, también se encontraron diferencias significativas en la subescala Utilidad Percibida ( $p=0,07$ ), siendo los heterosexuales los que más media obtuvieron  $16,14 \pm 2,73$ ; Facilidad de Uso ( $p=0,01$ ), siendo los heterosexuales los que más media obtuvieron  $44,68 \pm 7,07$  y Actitud ( $p=0,07$ ), siendo también los heterosexuales los que más media obtuvieron con  $19,04 \pm 3,63$  (ver Tabla 8).

**Tabla 8**

Análisis comparativo orientación sexual – puntuaciones escalas RS y Celos

	Heterosexual n= 114		Homosexual n= 8		Bisexual n= 18		No definido n=2		Z	P
	Media	DT	Media	DT	Media	DT	Media	DT		
Punt RS	121,23	22,19	106,13	17,64	114,39	20,24	86,50	16,26	9,23	0,03
Punt Celos	22,22	5,42	25,13	5,44	23,00	3,90	22,00	2,83	3,52	0,32
RS USO	24,95	15,93	17,13	6,90	24,67	12,44	14,00	12,73	3,21	0,36
RS UP	16,14	2,73	14,50	3,55	15,56	2,87	11,50	0,71	7,00	0,07
RS FU	44,68	7,07	41,75	5,70	40,28	7,09	36,5	4,95	10,94	0,01
RS A	19,04	3,63	17,50	3,74	17,94	3,76	12,5	2,12	7,20	0,07
RS IU	16,42	3,46	15,25	3,20	15,94	2,60	12,00	2,83	5,94	0,12

Nota: RS: Redes Sociales; UP: Utilidad percibida; FU: Facilidad de uso; A: Actitud; IU: Intención de uso; DT: Desviación típica

Al comparar los resultados totales de la escala de celos con la preferencia entre estar solero/a o con pareja, se observaron diferencias significativas ( $p=0,01$ ) (ver tabla 9). Sin embargo, al comparar los resultados totales de la escala de celos con respecto a si el sujeto

se encontraba en una relación, no se encontraron diferencias significativas ( $p=0,24$ ). Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas entre el total de la escala de uso de redes sociales en función de si se encuentran en una relación actualmente o no, con una significancia de  $p=0,99$  (ver tabla 10)

**Tabla 9**

Análisis comparativo preferencia soltería-pareja – puntuaciones escalas RS y Celos

Preferencia	Soltero/a n= 24		Pareja n= 118		U	p
	Media	DT	Media	DT		
Puntuación RS	116,83	27,47	119,47	21,07	1280,00	0,46
Puntuación Celos	25,54	6,09	21,86	4,83	926,50	0,01

Nota: RS: Redes sociales; DT: Desviación típica

**Tabla 10**

Análisis comparativo soltero-emparejado – puntuaciones escalas RS y Celos

Relación actual	Soltero/a n= 49		Pareja n= 93		U	p
	Media	DT	Media	DT		
Puntuación RS	118,31	20,72	119,40	23,03	2276,00	0,99
Puntuación Celos	23,14	4,76	22,12	5,46	2004,00	0,24

Nota: RS: Redes sociales; DT: Desviación típica

Por último, se quiso analizar las posibles diferencias en la puntuación media obtenida en la subescala de Celos y la respuesta dada por los participantes acerca de si se consideraban celosos. Así, este análisis arrojó diferencias significativas observándose que aquellas personas que se declararon como “no celosas” obtenían mayores puntuaciones en esta subescala, lo que reflejaba mayor nivel de celos que aquellas personas que se consideraban celosos ( $p=0,00$ ). (Tabla 11)

**Tabla 11**

Análisis comparativo consideración de celoso - puntuación escalas RS y Celos

Celoso	Sí n= 14		No n= 65		Un poco N= 63		Chi Cuadrado	p
	Media	DT	Media	DT	Media	DT		
Punt RS	125,36	28,02	116,34	23,93	120,38	22,01	1,92	0,38
Punt Celos	17,43	3,59	24,98	5,31	22,48	5,23	33,50	0,00

Nota: RS: Redes sociales; DT: Desviación típica

En cuanto al análisis correlacional, se observó que existía una correlación negativa débil entre el uso de las redes sociales y los celos medidos con la subescala de celos ( $p=0,01$ ), por lo que, a mayor uso de las redes sociales, menos celos presentaban. Además, existía correlación negativa débil entre los celos y la subescala USO ( $p=0,04$ ) y con la subescala facilidad de uso ( $p=0,00$ ), también existiendo una correlación negativa débil - media.

Del mismo modo, al realizar el análisis correlacional entre la edad y el uso de las redes sociales, se observó la existencia de una correlación negativa débil ( $p=0,00$ ), por lo que, a mayor edad, menor uso de las redes sociales. También se recogió una correlación negativa débil entre la edad y las subescalas de USO ( $p=0,01$ ) y la intención de uso ( $p=0,01$ ) (Ver tabla 12)

**Tabla 12**

Análisis correlacional de las variables

		Punt Celos	Punt RS	RS USO	RS UP	RS FU	RS A	RS IU
Edad	Spearman	0,40	-0,25	-0,23	-0,16	-0,04	-0,16	-0,22
	p	0,61	0,00	0,01	0,06	0,67	0,06	0,01
Punt Celos	Spearman	1	-0,21	-0,18	-0,10	-0,27	0,03	0,10
	p		0,01	0,04	0,26	0,00	0,71	0,93
Punt RS	Spearman		1	0,80	0,61	0,50	0,65	0,69
	p			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RS USO	Spearman			1	0,32	0,10	0,34	0,34
	p				0,00	0,26	0,00	0,00
RS UP	Spearman				1	0,27	0,66	0,60
	p					0,00	0,00	0,00
RS FU	Spearman					1	0,25	0,29
	p						0,00	0,00
RS A	Spearman						1	0,76
	p							0,00
RS IU	Spearman							1
	p							

Nota: RS: Redes Sociales; UP: Utilidad percibida; FU: Facilidad de uso; A: Actitud; IU: Intención de uso; DT: Desviación típica

## 4. Discusión

Con los resultados obtenidos en el presente estudio se puede evidenciar que existe una relación entre el uso de las redes sociales y los celos, de forma que se observa que a mayor uso de las redes sociales menor es la cantidad de celos.

La muestra del estudio es universitaria, habiendo muchas más mujeres (79,6%) que hombres (20,4%). Esto se puede deber a que, en España, según datos de Instituto Nacional de Estadística (INE), en el curso 2017-2018<sup>13</sup> el 55,1% de la población universitaria eran mujeres. Además, por otro lado, la muestra era mayoritariamente de sujetos que estudian Ciencias de la Salud y según el INE 2019<sup>13</sup>, en el curso 2016-2017 el 70,39% de los universitarios matriculados en Ciencias de la Salud eran mujeres.

Por otro lado, el 80,3% de la muestra se consideraba heterosexual, seguido del 12,7% que se consideraba bisexual y un 5,6% que se consideraba homosexual. Según el estudio de Cortina<sup>14</sup>, existe un aumento de las parejas homosexuales en España, a diferencia de los datos aportados por el INE el año 2003 en el que las personas de entre 18 y 49 años se declaraban solamente el 2,6% bisexual y el 0,7% homosexual, pero hay que tener en cuenta que son datos de hace 17 años<sup>15</sup>.

Una encuesta llevada a cabo por Deveaux en 2016 mostró que el 5,9% de los europeos pertenecían al colectivo LGTB, dato que discrepa con el de la muestra de este estudio. Si bien, hay que destacar que en el estudio se matiza que, al no dar solo una opción, sino dejar que la población se situara en el continuo de la escala Kinsey, el porcentaje de personas que no se identifica solo como heterosexual aumentaba hasta el 10%, dato que se asemeja más a los resultados obtenidos en el presente estudio<sup>16</sup>.

De acuerdo con las respuestas que se han obtenido en este trabajo, las redes sociales más usadas son WhatsApp, Facebook e Instagram, hecho que concuerda con otros estudios, en los que además se incluye Youtube.<sup>17,18,19</sup> Y es que, en la actualidad, los sujetos, si no usasen las redes sociales se sentirían aislados, ya que todos están conectados a través de ellas<sup>17,18</sup>.

En cuanto a la primera hipótesis de este estudio se ha podido constatar, según los datos obtenidos, un mayor uso de las redes sociales no implica tener más cantidad de celos, sino

todo lo contrario. Los resultados revelan que un mayor uso de las redes sociales hace que las personas tengan menos cantidad de celos. Esto concuerda con un estudio llevado a cabo en 2013 en el cual los sujetos no consideraban que las redes sociales afectasen a sus relaciones interpersonales, de hecho, las veían como un medio para poder comunicarse con sus parejas.<sup>20</sup> Por otro lado, en un estudio realizado en 2014 en el cual analizaban el uso de las redes sociales con las relaciones familiares, los datos obtenidos revelaron que las relaciones familiares eran peores a mayor uso de las redes sociales, lo que discrepa con los resultados de este trabajo en cuanto a aspectos negativos se refieren<sup>21</sup>.

En cuanto a la segunda hipótesis de este estudio, también se ha podido observar que existe una correlación negativa entre el uso de las redes sociales y la edad, siendo éstas menos usadas cuanto más edad se tiene. Y es que las redes sociales también importan durante el periodo de envejecimiento, pero no de la misma manera en la que pueden importar a los jóvenes.<sup>22</sup> En un estudio de 2019 de la agencia EFE con una muestra de 1313 casos, se pudo observar la existencia de una leve diferencia en el uso de las redes sociales en función de la edad, pero prácticamente se usaban el mismo tiempo en el rango de edad estudiado<sup>19</sup>.

Según Shek y Yu<sup>23</sup> estos resultados se explican porque a mayor edad hay menor adicción debido a mayor control de impulsos y mayor madurez, lo que denominan desarrollo positivo del adolescente que se relaciona negativamente con conductas adictivas<sup>23</sup>.

No se encontraron diferencias significativas en cuanto al uso de las redes sociales en función del sexo en el presente estudio, es decir, que lo usaban tanto chicos como chicas por igual; y es que ambos sexos tienen la necesidad de cubrir esa necesidad social de compartir experiencias y del reconocimiento de su actividad ante los demás, estableciendo nuevas relaciones sociales. Estos datos concuerdan con otros estudios, en los que se explica que no existen diferencias en cuanto al sexo en el uso de las redes sociales, pero, sin embargo, se observan diferencias en el uso que se les da a estas redes sociales, ya que, las chicas las suelen usar para hacer amigos o establecer una relación (componente social), mientras que los chicos la suelen usar como motivación básica de índole psicológica, de manera que se sienten bien si sus amigos, por ejemplo, comentan una foto que han subido a las redes sociales<sup>19,24</sup>.

En este estudio, se ha podido ver que existen diferencias significativas en la frecuencia de uso de las redes sociales entre mujeres y hombres, siendo significativamente mayor en mujeres. Esto es apoyado por un estudio<sup>25</sup> en el que las mujeres contaban con más cantidad de redes sociales implicando a su vez mayor frecuencia de uso de las mismas<sup>25</sup>. Esto puede ser debido al gran componente social por el cual las mujeres usan las redes sociales (establecer nuevas amistades y relaciones) lo que hace que tengan más cantidad de ellas para poder abarcar a más población<sup>24,25</sup>.

Además, sólo 29,7% de la muestra que usaba las redes sociales para quedar con un desconocido eran hombres mientras que el 70,3% eran mujeres, siendo mayoritariamente personas que estaban en una relación. Y es que en un estudio<sup>26</sup> se confirmó que el 12% de la población de jóvenes encuentra divertido entablar conversaciones para quedar con desconocidos a través de las redes sociales siendo una de las posibles causas la búsqueda de la popularidad. En otro estudio<sup>27</sup> se constató que, aunque los chicos son los que intentan ligar más por internet, son las chicas las que tienen un mayor grado de contacto con personas desconocidas, lo que concuerda con los resultados del presente estudio.

En cuanto a la tercera hipótesis de este estudio, no se observaron, según los datos obtenidos, diferencias significativas entre la cantidad de celos y el hecho de estar soltero o en una relación, sin embargo, se pudo observar que las personas que preferían estar en pareja tenían menor índice de celos que las que preferían estar solteras. Esto concuerda con un estudio realizado en 2019, en el que se observó que para los participantes la relación de pareja suele ser un aspecto muy importante para su estabilidad emocional, en donde prevalece la idea de que el vínculo les proporciona tranquilidad y felicidad.<sup>28</sup> Además, García<sup>29</sup> manifiesta que estos aspectos son los fines últimos en las relaciones de pareja, ya que la expectativa social pasa a un segundo plano<sup>29</sup>.

#### **4.1. Limitaciones**

El presente trabajo de investigación cuenta con una serie de limitaciones. En primera instancia, se hizo uso de un muestreo aleatorio en el cual se habló por grupos de redes sociales y con profesores para que pasasen el cuestionario abarcando sobre todo las titulaciones sanitarias y la Universidad de Almería, por lo que no es representativo de la población en general.

Por otro lado, se estimó que el tamaño muestral en función del porcentaje de sujetos que reconocen tener celos en edades comprendidas entre 18 – 60 años tenía que ser de 250 sujetos. Debido a la complejidad para obtener la muestra por la situación excepcional de emergencia sanitaria, se estimó el tamaño muestral en función del porcentaje de sujetos que usan las redes sociales en edades comprendidas entre 18 – 60 años, resultando un tamaño muestral de 110 sujetos.

Finalmente, la muestra masculina fue más difícil de conseguir que la femenina, lo que dificulta la inferencia de los datos obtenidos.

#### **4.2. Prospectivas**

De cara a futuras investigaciones sería interesante hacer un estudio similar con menores de edad, ya que cada vez el uso de las nuevas tecnologías y de las redes sociales es más temprano y en la preadolescencia ya se empiezan a tener las primeras relaciones románticas.

Además, sería interesante hacer un estudio de investigación acerca del uso de aplicaciones destinadas a ligar para conocer de forma más concreta el nivel de celos de esas personas y de sus posibles parejas.

## 5. Conclusiones

Finalizado el estudio, los resultados obtenidos sugieren que existe una correlación negativa débil entre el uso de redes sociales y el nivel de celos por lo que, a mayor uso de las redes sociales, menor es la cantidad de celos que se presentan.

Algo semejante ocurre con la edad pues también existe una correlación negativa débil con el uso de redes sociales de forma que a menor edad existe un mayor uso de las redes sociales. Si bien, no se encontró correlación significativa entre el nivel de celos y la edad de los sujetos.

Los datos obtenidos en cuanto al tiempo de uso de las redes sociales parecen indicar que no hay diferencias en cuanto al sexo, pero si se presta atención a la orientación sexual, se observan diferencias significativas siendo los heterosexuales los que más las usan muy seguidamente de los homosexuales.

En cuanto a la frecuencia de participación en las redes sociales, los datos muestran que las mujeres participan más activamente que los hombres. Por otro lado, se observó que, de la muestra, hay un mayor número de mujeres que de hombres que usan las redes sociales para quedar con un desconocido, siendo mayoritariamente personas que se encuentran en una relación.

Además, se ha recogido una mayor cantidad de celos en las personas que prefieren estar solteras frente a las que prefieren estar emparejadas, sin embargo, al comparar los resultados totales de la escala de celos con respecto a si el sujeto se encuentra en una relación o si está soltero, no se encuentran diferencias significativas, por lo que no se puede establecer relación.

Así pues, es necesario plantear nuevos estudios incluyendo a la población menor de edad ya que los datos parecen indicar que, a menor edad, mayor uso de las redes sociales y a su vez, este menor uso de las redes sociales conllevan a una disminución de los celos.

## 6. Referencias Bibliográficas

1. Flores Mejia J, Velazquez Gatica B, Goona Rojas, F. Redes sociales virtuales y multitarea en estudiantes de bachillerato. EDUTECH. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. 2016;56(1):19-30
2. McDaniel B, Coyne S. “Technoference”: The interference of technology in couple relationships and implications for women’s personal and relational well-being. *Psychology of Popular Media Culture*. 2016;5(1):85-98.
3. Lorenzo-Romero C, Gómez-Borja M, Alarcón-del-amor M. Redes sociales virtuales, ¿de qué depende su uso en España? *INNOVAR* 2011;21(41):145-157
4. Peris Hernández M, Maganto Mateo C, Kortabarria Kortazar L. Escala de sentimientos y emociones en las redes sociales e internet (SERSI): Fiabilidad y validez. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*. 2018;8(3):143.
5. McDaniel B, Drouin M, Cravens J. Do you have anything to hide? Infidelity-related behaviors on social media sites and marital satisfaction. *Computers in Human Behavior*. 2017;66(1):88-95.
6. Ridgway J, Clayton R. Instagram Unfiltered: Exploring Associations of Body Image Satisfaction, Instagram #Selfie Posting, and Negative Romantic Relationship Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2016;19(1):2-7.
7. Hernández Contreras J, Bartolo Trejo M, González Reyna K, Hernández Martínez E. REDES SOCIALES, SEXUALIDAD 2.0 E INFIDELIDAD 2.0. *Revista Cognosis*. 2018;3(3):1. ISSN 2588-0578
8. Kulkarni S, Porter A, Mennick A, Gil-Rivas V. “I feel like... their relationship is based on the media”: Relationship Between Media Representation and Adolescents’ Relationship Knowledge and Expectations. *The Journal of Primary Prevention*. 2019;40(5):545-560.
9. Elphinston R, Noller P. Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2011;14(11):631-635.
10. González-Rivera J, Hernández-Gato I. Conflicts in Romantic Relationships over Facebook Use: Validation and Psychometric Study. *Behavioral Sciences*. 2019;9(2):18

11. Wood, M. Led by Tinder, the mobile date game surges. New York edition. 2015;B:8
12. Ventura-León J, Caycho-Rodríguez T, Barboza-Palomino M, Aparco V, Rodas N. Validación de una Medida Breve de Celos en Estudiantes Universitarios Peruanos. *Propósitos y Representaciones*. 2018;6(2):125.
13. España en Cifras 2019. Instituto nacional de estadística ISSN 2255-0410
14. Cortina, C. «Demografía de las parejas homosexuales en España». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 2016;153:3-22.
15. Encuesta de salud y hábitos sexuales. Instituto Nacional de Estadística 2003
16. Deveux, F. Counting the LGBT population: 6% of Europeans identify as LGBT. *Market Insight*. 2016
17. Kadushin, C. *Comprender las Redes Sociales: teorías, conceptos y hallazgos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.2013;1(1):13-91
18. Castellanos C. *Influencia de las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes de la Universidad Rafael Landívar*. Tesis de la facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2015
19. *Estudio anual de redes sociales*. Asociación de publicidad, marketing y comunicación digital IAB SPAIN. 2019
20. Bargelli, M. *Influencia de la red social Facebook en las relaciones interpersonales en jóvenes de 13 a 18 años*. Tesis de la facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2013
21. Rayo, A. *Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas*. Tesis de la facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2014
22. LITWIN, H. and STOECKEL, K. Social networks and subjective wellbeing among older Europeans: does age make a difference?. *Ageing and Society* 2012; 33(7):1263-1281.
23. Shek, D. T., & Yu, L. Adolescent internet addiction in Hong Kong: prevalence, change, and correlates. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 2016;29(1):22-30.
24. Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T. and de-Pablos-Pons, J. Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses. *Comunicar*. 2013;20(40):15-23.

25. Peris, M., Maganto, C. and Garaigordobil, M. Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: fiabilidad y validez (ERA-RSI). *Revista de psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 2018;5(2):30-36.
26. Bringue, X., Sádaba, Charo. *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Ariel y Fundación Telefónica, 2009
27. García Jiménez, A., Catalina García, B. Montes Vozmediano, M. Una aproximación a la educación mediática para el contacto con desconocidos en Internet. *Comunicación y Hombre*. 2015;11(1):100-114.
28. Benedetti V. et Rodríguez M. *Los celos y el uso de las redes sociales en las relaciones de parejas universitarias de Cali*. Tesis de la Facultad de Psicología. Universidad de Cali. Cali. 2019
29. García, J. La estructura de la pareja: implicaciones para la terapia cognitivo conductual. *Clínica y Salud*. 2002;13(1):89-125.

## Anexo 1

<b>Ítems de Modelo de Aceptación de la Tecnología<sup>3</sup></b>
Escala para medir el uso de las redes sociales
USO1 ¿Con qué frecuencia participa en redes sociales? USO2 De media, ¿cuántas horas utiliza las redes sociales cada semana?
Escala para medir la utilidad percibida de las redes sociales
UP1 Considero que las funciones de las redes sociales resultan útiles para mí UP2 Usar las redes sociales favorece la interacción con otros usuarios UP3 Usar las redes sociales permite acceder a mucha información UP4 En general, encuentro las redes sociales de gran utilidad
Escala para medir la facilidad de uso de las redes sociales
FU1 Me sería posible usar las redes sociales sin ayuda de un experto FU2 Aprender a manejar las redes sociales resulta sencillo FU3 Es fácil aprender cómo se usan las redes sociales FU4 Es fácil conseguir hacer en las redes sociales lo que se pretende hacer FU5 Se necesita poco tiempo para aprender a usar las redes sociales FU6 Es fácil recordar cómo se usan las redes sociales FU7 La interacción con las redes sociales es clara y comprensible FU8 Sería fácil ser un experto en la utilización de las redes sociales FU9 Las redes sociales son sencillas de manejar para cualquier persona FU10 Usar las redes sociales requiere poco esfuerzo mental FU11 En general, encuentro que las redes sociales son fáciles de usar
Escala para medir la actitud hacia las redes sociales
A1 Usar las redes sociales es buena idea A2 Es divertido participar en las redes sociales A3 Estoy de acuerdo con la existencia de redes sociales A4 Es agradable conectarse a las redes sociales A5 Utilizar las redes sociales me parece una idea positiva
Escala para medir la intención de uso de las redes sociales
IU1 Es probable que participe o siga participando en redes sociales IU2 Es cierto que voy a intercambiar o seguir intercambiando información en las redes sociales IU3 Tengo intención de empezar o continuar usando las redes sociales IU4 Recomendaré a otros el uso de las redes sociales

**Anexo 2**

<b>Ítems de la subescala Celos<sup>12</sup></b>
1. Si mi pareja pasa mucho más tiempo con otra persona, me sentiría
2. Si mi pareja tiene más atenciones con otra persona que no soy yo, me sentiría
3. Si mi pareja me miente y va a un lugar distinto al que me dijo, me sentiría
4. Si siento que mi pareja le tiene más confianza a otra persona que, a mí, me sentiría
5. Si encuentro a mi pareja coqueteando abiertamente con alguien, me sentiría
6. Si mi pareja me es infiel, me sentiría
7. Si mi pareja voltea a ver a otra persona en mi presencia, me sentiría
8. Si mi pareja recibe llamadas y se pone nervioso(a) cuando le pregunto, me sentiría
9. Si mi pareja es reservada en todo y no sé lo que hace y con quién, me sentiría
10. Si mi pareja me confiesa que me fue infiel, me sentiría
11. Si sorprendo a mi pareja platicando con un (a) ex me sentiría